

PROGRAMA ESTUDIOS DE PÚBLICOS

LA NOCHE
DE LOS MUSEOS



LA NOCHE DE LOS MUSEOS 2017 PERFIL DEL PÚBLICO ASISTENTE A MUSEOS E INSTITUTOS NACIONALES

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN CULTURAL | DIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS | SECRETARÍA DE PATRIMONIO CULTURAL



Ministerio de Educación,
Cultura, Ciencia y Tecnología
Presidencia de la Nación

Pablo Avelluto
Secretario de Gobierno de Cultura

Marcelo Panozzo
Secretario de Patrimonio Cultural

Federico Fischbarg
Director Nacional de Museos

Mirta Rosovsky
Coordinación de Investigación Cultural

Mercedes Elgarte
Coordinación de Planificación Museológica

Equipo del Programa de Estudios de Públicos
Paz Campassi, Lucía Gutiérrez, Ana Pironio, María Torre

Corrección
Mariana González de Langarica

La Noche de los Museos 2017 : perfil del público asistente a museos e institutos nacionales / Paz Campassi ... [et al.]. - 1a ed . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-1968-16-9

1. Estudios Culturales. 2. Museo. 3. Evaluación del Publico. I. Campassi, Paz
CDD 306.43



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. ESTUDIO DE PÚBLICOS	7
3. RESULTADOS	
3.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	8
3.2. PERFIL DE VISITA A LA NOCHE DE LOS MUSEOS	10
3.3. HÁBITO DE VISITA A MUSEOS, INSTITUTOS Y ESPACIOS CULTURALES	15
4. CONCLUSIONES	18

ACERCA DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS DE PÚBLICOS

El **Programa de Estudios de Públicos** depende de la Coordinación de Investigación Cultural en articulación con la Dirección Nacional de Museos y la Coordinación de Planificación Museológica de la Secretaría de Patrimonio Cultural. Es una de las líneas de acción llevadas adelante por esta Secretaría orientadas a potenciar la dimensión pública de los museos, garantizar el derecho ciudadano al acceso a la cultura y el patrimonio y amplificar la relevancia que los museos tienen en sus comunidades.

El Programa se conformó en el año 2016 para promover investigaciones dentro de la órbita estatal acerca de los visitantes a museos. Busca generar datos e información -cuantitativa y cualitativa- sobre los visitantes reales y potenciales, que devengan insumo para nuevas investigaciones sobre el tema y tiendan al fortalecimiento de la gestión de museos.

Tiene como principales objetivos impulsar proyectos y herramientas de investigación para los museos dependientes de la Dirección Nacional de Museos, sistematizar datos y elaborar informes para el Observatorio Iberoamericano de Museos, diseñar contenidos para estudios ejecutados a través de consultorías externas y brindar asesoría sobre metodologías para el desarrollo de estudios de públicos.

1. INTRODUCCIÓN

La Noche de los Museos es un evento cultural organizado en forma conjunta por museos e instituciones culturales de la Ciudad de Buenos Aires. La primera Noche de los Museos se hizo en Alemania en 1997, y Buenos Aires fue la primera ciudad en América Latina en sumarse a esta iniciativa. Desde el año 2004 y en forma ininterrumpida, un sábado al año los museos y espacios culturales permanecen abiertos en horario nocturno e invitan a los visitantes a vivir una experiencia de visita diferente. Se trata de un evento que busca llegar a públicos diversos y a públicos no habituales de museos, y democratizar así el acceso a la cultura.

El evento se fue consolidando y cobrando importancia a nivel regional. En la edición 2017 participaron más de un millón de personas y abrieron sus puertas cerca de 160 espacios culturales.

LOS MUSEOS E INSTITUTOS NACIONALES EN LA NOCHE DE LOS MUSEOS 2017

Los siguientes Museos e Institutos Nacionales dependientes del Ministerio de Cultura participaron de esa edición:

1. Museo Nacional de Bellas Artes
2. Museo Histórico Nacional del Cabildo y de la Revolución de Mayo
3. Complejo Histórico Cultural Manzana de las Luces
4. Museo Mitre
5. Museo Nacional de la Historia del Traje
6. Museo Histórico Nacional
7. Palacio Nacional de las Artes
8. Museo Nacional de Arte Decorativo
9. Museo Nacional de Arte Oriental
10. Museo Casa de Ricardo Rojas
11. Museo Histórico Sarmiento
12. Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur
13. Casa Nacional del Bicentenario
14. Museo Roca – Instituto de Investigaciones Históricas
15. Museo Nacional del Hombre Instituto de Antropología y Pensamiento Latinoamericano
16. Museo Evita – Instituto de Investigaciones Históricas Eva Perón
17. Instituto Nacional Juan Domingo Perón de Estudios e Investigaciones Históricas, Sociales y Políticas
18. Instituto Nacional Sanmartiniano
19. Instituto Nacional Browniano
20. Instituto Nacional de Musicología Carlos Vega
21. Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Juan Manuel de Rosas
22. Instituto Nacional Yrigoyeneano

ASISTENTES A LOS MUSEOS E INSTITUTOS NACIONALES DURANTE LA NOCHE DE LOS MUSEOS 2017

En la edición 2017 de La Noche de los Museos un total de 150.000 personas visitaron los Museos e Institutos Nacionales dependientes del Ministerio de Cultura de la Nación. Los siguientes gráficos muestran la distribución de los visitantes por Museo y por Instituto:



2. ESTUDIO DE PÚBLICOS

OBJETIVOS

1. Conocer el perfil socio-demográfico de los visitantes a los Museos Nacionales durante La Noche de los Museos
2. Caracterizar las modalidades de visita a museos durante La Noche de los Museos
3. Indagar acerca de los hábitos de visita a museos y espacios culturales más allá de La Noche de los Museos

METODOLOGÍA

El instrumento utilizado para este estudio fue un cuestionario de ocho preguntas de respuesta cerrada, que personal de los museos y de los equipos de la Dirección Nacional de Museos y la Coordinación de Investigación Cultural implementaron de forma personalizada. Esta metodología de administración de preguntas se prefirió a la de cuestionario auto-administrado, ya que evita los inconvenientes y sesgos propios de esos cuestionarios que no presentan un procedimiento sistemático de muestreo y tienen un alto índice de no respuesta.

UNIVERSO DEL ESTUDIO

El universo del presente estudio corresponde al de los visitantes que asistieron a los Museos e Institutos Nacionales participantes durante La Noche de los Museos 2017.

La unidad de muestreo es el individuo, seleccionado de manera azarosa a la salida del museo o espacio cultural.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se calculó en función de la población visitante a los Museos e Institutos Nacionales durante La Noche de los Museos 2016. Se establecieron tres tramos de muestreo de acuerdo a tres franjas horarias -de 20 a 22 h, de 22 a 24 h y de 00 a 3 h- para garantizar la representatividad de la muestra. Se encuestó a un total de 400 personas, distribuidas de manera homogénea entre todas las instituciones y franjas horarias.

3. RESULTADOS

El presente informe caracteriza a los visitantes que asistieron a los Museos e Institutos Nacionales ubicados en CABA durante la edición 2017 de La Noche de los Museos de acuerdo a tres ejes:

- Perfil socio-demográfico
- Perfil de visita a La Noche de los Museos
- Hábito de visita a museos, institutos y espacios culturales

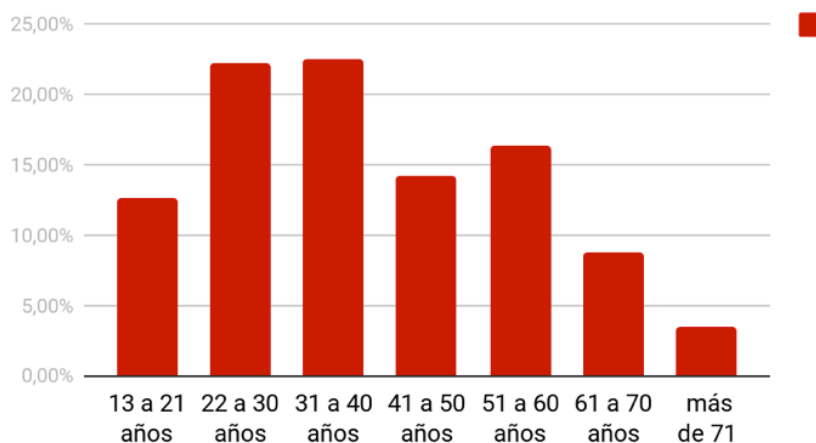
3.1. PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO

Para la caracterización del perfil socio-demográfico de los asistentes se consideraron las siguientes variables:

- Edad
- Lugar de residencia

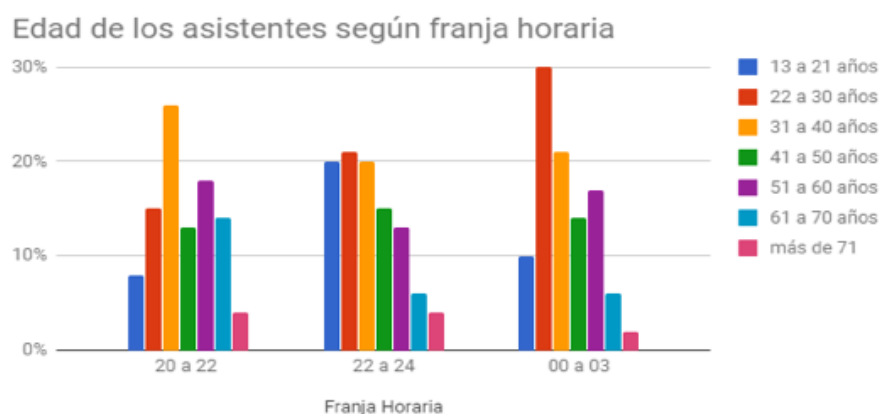
3.1.1 EDAD

Del total de visitantes encuestados, el 13 % se ubica en la franja etaria de 13 a 21 años; el 22 % tiene entre 21 y 30 años; el 22 %, entre 31 y 40 años; el 14 %, entre 41 y 50 años; el 16 %, entre 51 y 60 años; el 9 %, entre 61 y 70 años y el 3 % más de 71:



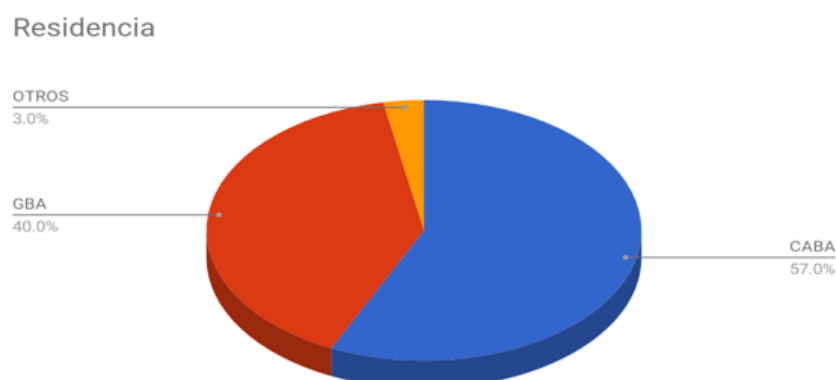
Se observa mayor predominancia de público **joven y adulto joven** participando del evento. Entre ambos grupos etarios concentran el **50 % de los visitantes**.

Si se observa el comportamiento de esta variable (edad) en función de las diferentes franjas horarias de visita, se advierte que durante la primera franja (de 20 a 22 h), el porcentaje más alto se concentra en los asistentes de entre 31 y 40 años. En la segunda franja horaria (de 22 a 24 h), aumentan los porcentajes de los visitantes más jóvenes y decrece significativamente el de los visitantes mayores -por ejemplo, el del grupo de adultos de entre 60 y 70 años-. Lo mismo ocurre en la última franja estudiada (de 00 a 3 h), en la que el mayor porcentaje de visitantes corresponde al grupo etario de entre 22 y 30 años.

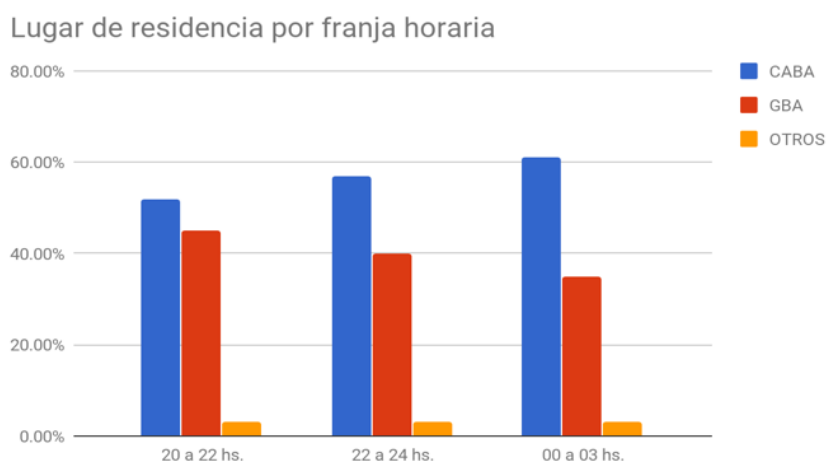


3.1.2 LUGAR DE RESIDENCIA

Es la segunda variable que se tuvo en cuenta para la caracterización del perfil socio-demográfico de los visitantes. El 57 % de los visitantes encuestados manifestó residir en la Ciudad de Buenos Aires; un 40 %, en el **Gran Buenos Aires**, y el 3 % restante en otras localidades. De este total, resulta significativo que 4 de cada 10 asistentes decidieron trasladarse desde otras localidades hacia CABA para visitar los museos e institutos participantes del evento.



Los residentes de GBA visitaron los museos e institutos principalmente durante las dos primeras franjas horarias: durante el bloque 20 a 22 h, el 45 % de los visitantes provenía de las afueras de la ciudad; mientras que en el bloque siguiente, 22 a 24 h, esta cifra disminuyó al 40 %. Durante el último bloque horario se destaca la presencia de los residentes de CABA -6 de cada 10 visitantes-. Estas cifras, entonces, confirman que quienes residen fuera de la ciudad concluyeron sus recorridos más temprano.



3.2. PERFIL DE VISITA A LA NOCHE DE LOS MUSEOS

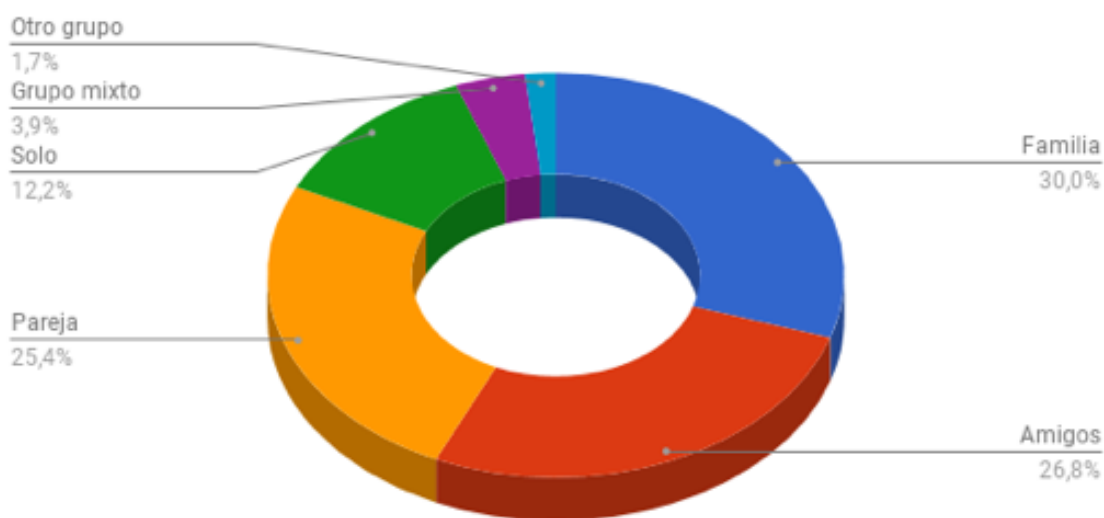
Para la **caracterización del perfil** de visita se consideraron las siguientes variables:

- Compañía
- Conocimiento previo del museo / espacio cultural donde fue encuestado
- Motivo de la visita
- Asistencia a ediciones anteriores de La Noche de los Museos
- Planificación del circuito de visita

3.2.1 COMPAÑÍA

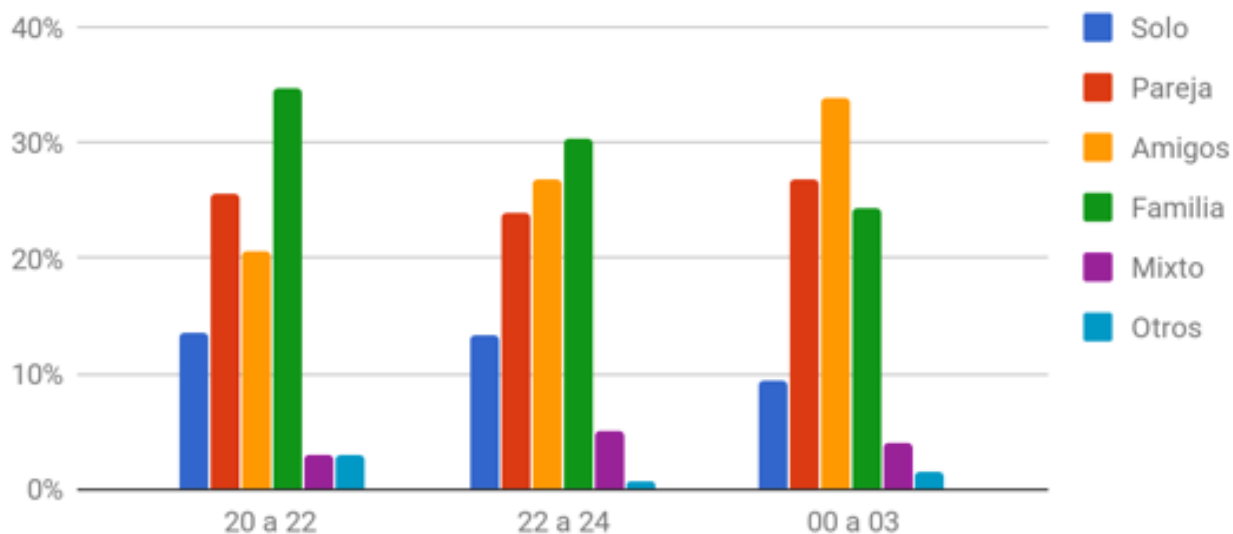
Del total de los visitantes encuestados, un 30 % asistió al evento en compañía de su familia, un 27 % lo hizo en compañía de amigos, un 25 % con su pareja y un 12 % lo hizo solo. Se destaca la asistencia a La Noche de los Museos como una actividad eminentemente social, para ser realizada en compañía. Por otra parte, los porcentajes correspondientes a “familia”, “amigos” y “pareja” son casi equivalentes entre sí, y juntos concentran el **82 % de la compañía para la visita**.

Compañía para la visita



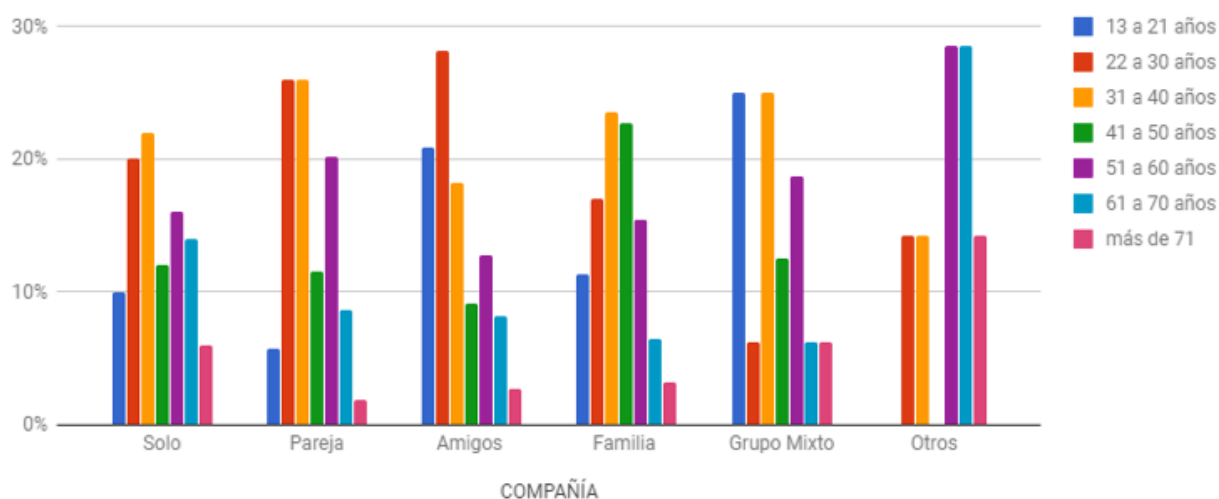
En la franja horaria de 20 a 22 h predomina la visita familiar, que representa el 35 % de la compañía en la visita y, en segundo lugar, la visita en pareja, con un 25 %. En menor medida, se encuentra la visita con amigos, con un 20 %, y la visita sin compañía, con un 13 %. En la franja horaria de 22 a 24 h disminuye el porcentaje de la visita en familia, que representa un 30 %, y aumenta el porcentaje de la visita con amigos, que llega al 27 %. Luego de las 00 h predomina la visita con amigos, representando 34 % del total, y disminuye aún más el porcentaje de compañía familiar, que llega al 24 %. La visita en pareja se mantiene relativamente estable a lo largo de toda la noche, y la visita sin compañía se mantiene en porcentajes equivalentes en las dos primeras franjas -un 13 %-, mientras que disminuye en la tercera, llegando al 9 %.

Tipo de compañía según franja horaria



Si cruzamos el tipo de visita con la variable edad, observamos en la visita familiar un predominio de encuestados de entre 31 y 50 años. En el caso de la visita en compañía de amigos, predomina claramente la franja etaria de entre 22 y 30 años. La visita en pareja, por su parte, es más frecuente en la franja etaria de entre 22 y 40 años. Los visitantes que asistieron solos tienen, en su mayoría, entre 22 y 40 años.

Compañía para la visita según franja etaria

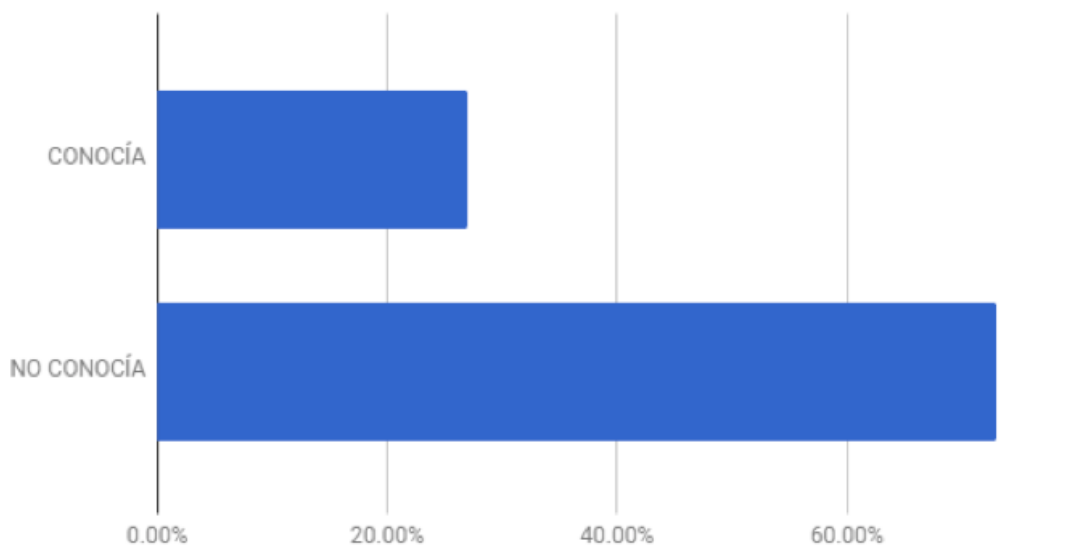


Se observa que, en buena parte de los casos, la variable 'compañía' combina dos o más de las categorías consideradas, conformándose grupos mixtos. Se trata de conjuntos que agrupan amigos y familia o pareja y amigos.

3.2.2 CONOCIMIENTO PREVIO DEL MUSEO / ESPACIO CULTURAL DONDE FUE ENCUESTADO

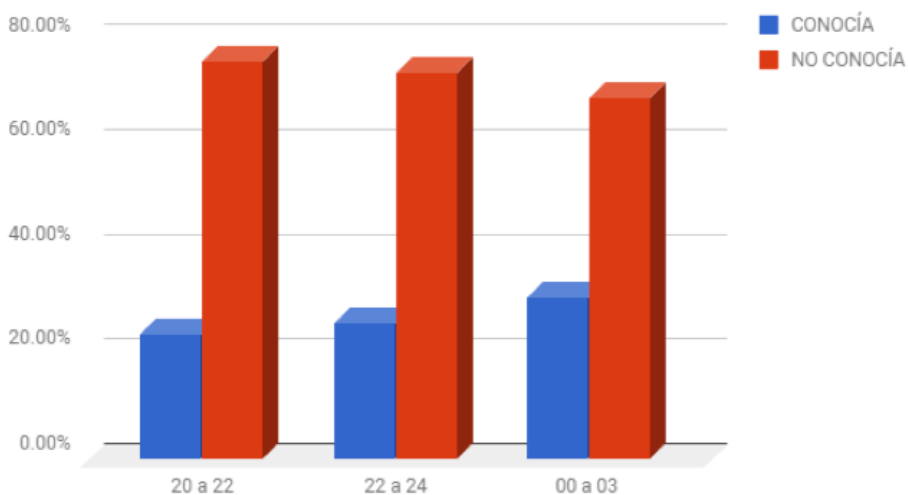
El 73 % de los visitantes encuestados era la primera vez que asistía a la institución donde fue encuestado. Es decir que, a partir de la propuesta de La Noche de los Museos, un promedio de más de 7 de cada 10 visitantes pudieron conocer un museo o instituto al que no habían accedido previamente. En contrapartida, casi 3 de cada 10 visitantes regresaron a una institución que ya conocían.

Conocimiento previo del Museo/Instituto Nacional donde fue encuestado



Si cruzamos la variable de conocimiento previo del museo con las distintas franjas horarias, encontramos que, dentro de la primera franja horaria -de 20 a 22 h-, un promedio de casi 8 de cada 10 visitantes asistieron por primera vez a la institución donde fueron encuestados. En el segundo bloque -de 22 a 24 h-, la proporción de primeros asistentes comienza a descender. En la última franja, de 00 a 3 h, encontramos la menor cantidad de nuevos asistentes: 7 de cada 10 personas visitaron por primera vez el museo o el instituto donde se los encuestó durante esta franja horaria.

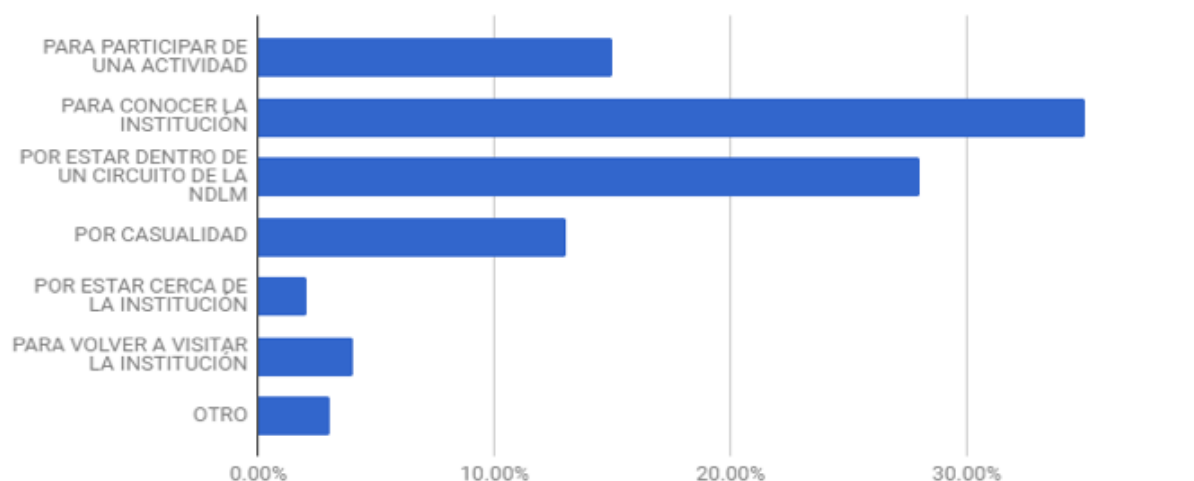
Conocimiento previo de la institución por franja horaria



3.2.3 MOTIVO DE LA VISITA

Entre las razones que los visitantes encuestados manifiestan como motivaciones principales para asistir al museo o a la institución cultural donde fueron encuestados, se encuentran las siguientes:

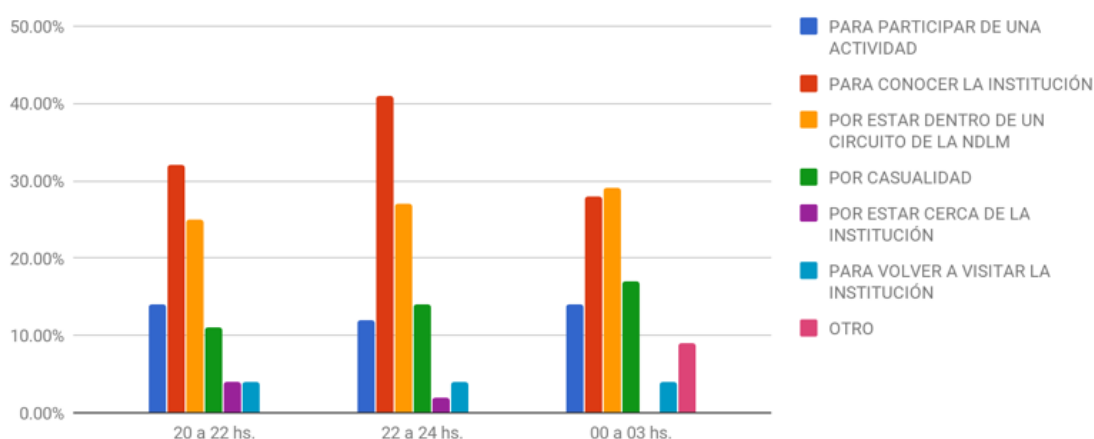
Motivo de visita -al Museo/Instituto Nacional donde fue encuestado-



El principal motivo para realizar la visita fue conocer la institución, lo cual representa el 35 % de los visitantes. En segundo lugar, el 28 % de los encuestados visitó esa institución por encontrarse dentro de uno de los circuitos de recorrido propuestos desde la organización de La Noche de los Museos. El 15 % de los visitantes se acercó a ese museo / instituto para participar de una de las actividades ofrecidas allí durante el evento, y un 13 % lo hizo por casualidad.

Al cruzar esta variable (motivo de visita) con las diferentes franjas horarias, encontramos que quienes se acercan al museo / instituto con la intención de conocerlo muestran un porcentaje mayor de asistencia durante la franja horaria intermedia, de 22 a 24 h, en la que 4 de cada 10 encuestados manifiestan esta motivación. En cambio, durante la primera y la tercera franjas horarias, 3 de cada 10 visitantes expresaron esta motivación. El porcentaje de visitantes que manifestó visitar ese museo / instituto por formar parte de un recorrido sugerido se mantiene durante todas las franjas horarias en torno al 25 %. También se mantiene constante a lo largo de los tres bloques horarios la visita motivada por el deseo de participar de una actividad ofrecida por la institución en donde se encuesta al visitante. Esta cifra se ubica, en promedio, en torno al 15 % durante todo el desarrollo del evento.

Motivos de visita por franja horaria

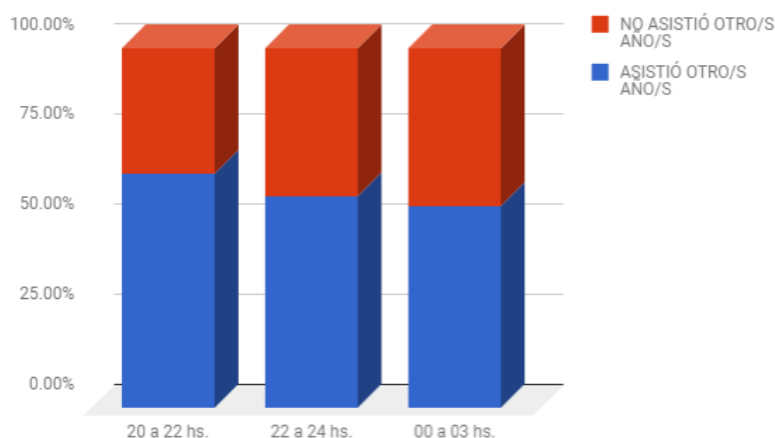


3.2.4 ASISTENCIA A EDICIONES ANTERIORES DE LA NOCHE DE LOS MUSEOS

Durante la edición 2017 de La Noche de los Museos, **6 de cada 10 visitantes encuestados ya habían participado del evento en años anteriores**, mientras que 4 de cada 10 lo hicieron por primera vez ese año. Resulta muy destacable, entonces, el alto grado de apertura y atracción que La Noche de los Museos genera en nuevos públicos, logrando que se acerquen a instituciones culturales a las que tal vez no irían en otra ocasión.

La proporción indicada no varía, a grandes rasgos, entre las diferentes franjas horarias. El porcentaje de visitantes que había asistido en años anteriores a La Noche de los Museos llega a 65 % durante el primer bloque horario, descendiendo al 59 % en el segundo y baja hasta llegar al 56 % durante la tercera franja. En este sentido, la proporción de visitantes que asiste por primera vez al museo / institución donde se lo encuesta es de 35 % durante la primera franja horaria, 41 % durante la segunda y 44 % en la tercera. En suma, 6 de cada 10 visitantes habían participado del evento en ediciones anteriores, y 4 lo hicieron por primera vez durante la edición 2017, lo que indica una consolidación de La Noche de los Museos dentro de la oferta cultural de la Ciudad de Buenos Aires.

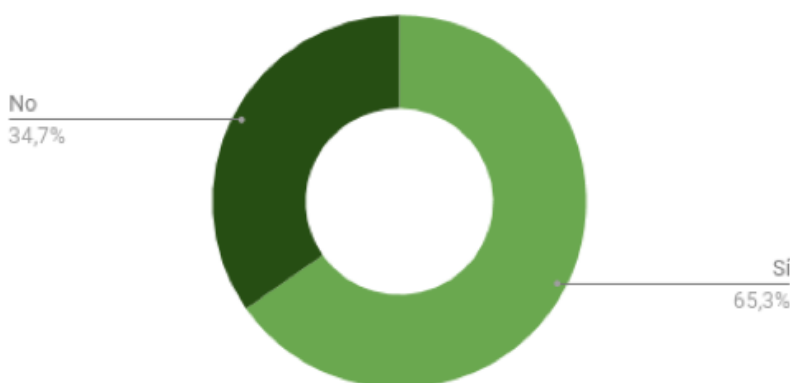
Asistencia previa a la Noche de los Museos por franja horaria



3.2.5 PLANIFICACIÓN DEL CIRCUITO DE VISITA

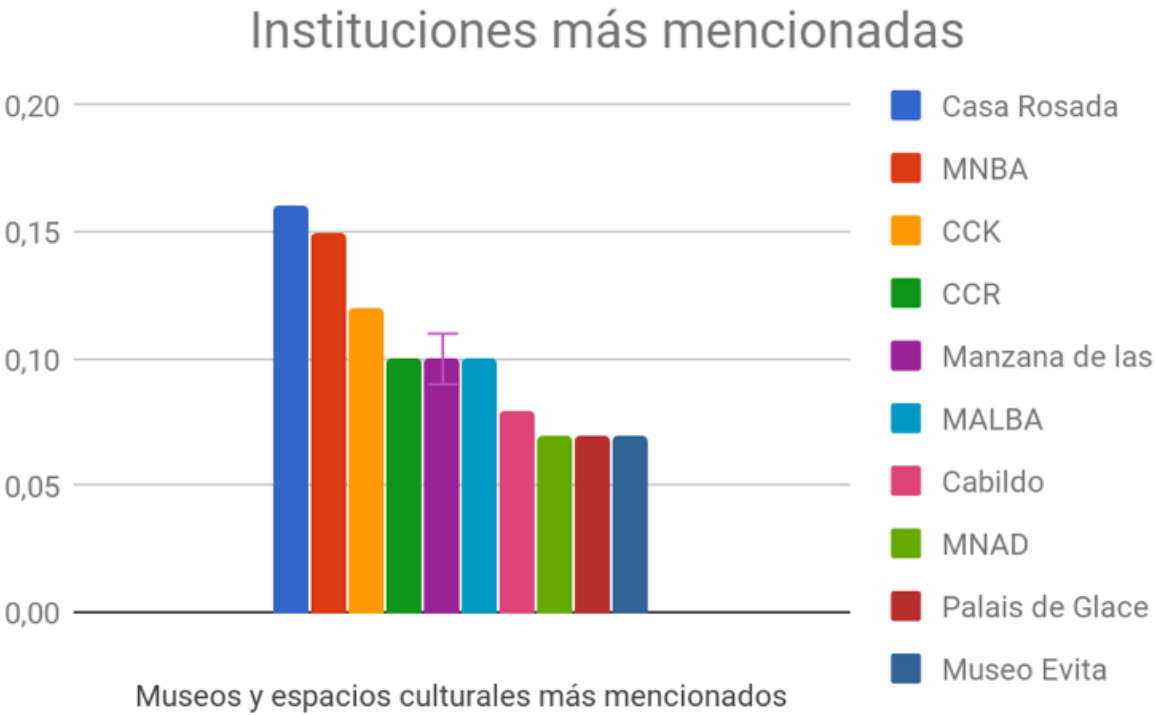
Se buscó indagar si el visitante planeaba hacer algún tipo de circuito o secuencia de visita de espacios, o si visitaba un único museo / instituto esa noche. La mayoría de los encuestados (65,3 %) manifestó haber visitado o ir a visitar a continuación otro museo, instituto o espacio cultural.

Visita a otros museos / espacios culturales hoy



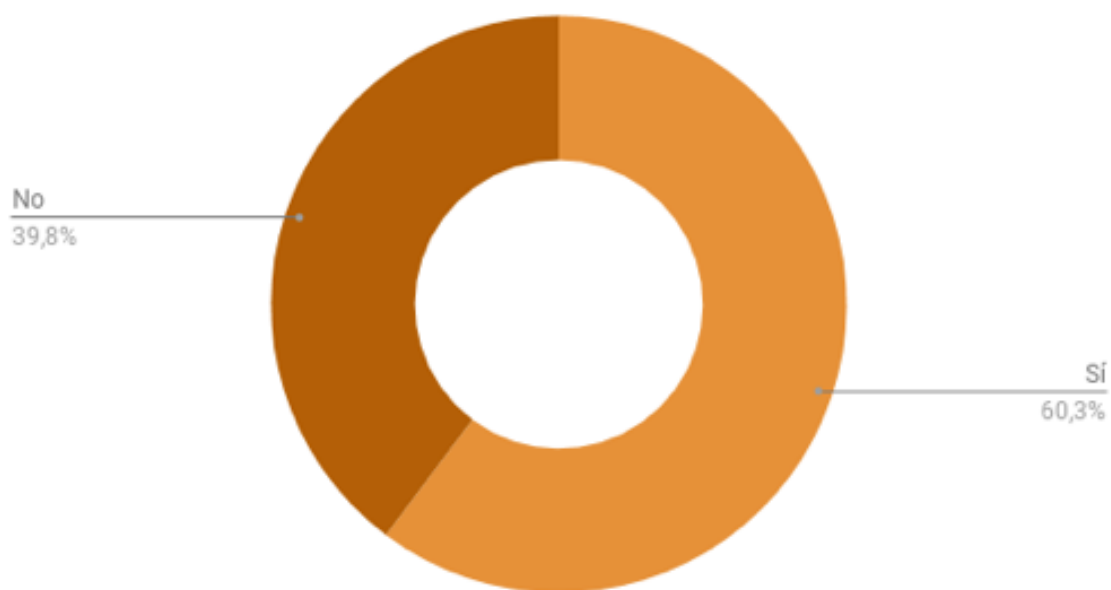
Durante La Noche de los Museos, predomina un modo espontáneo de recorrido, sin planificación previa del circuito o de los espacios que se van a visitar. Hay una tendencia a armar el itinerario sobre la marcha, caminando y decidiendo la visita, muchas veces, al pasar casualmente por la puerta del museo o espacio cultural. De los visitantes que manifestaron que asistieron o asistirían a otro museo o espacio cultural al momento de ser encuestados, el 21 % no sabía aun a cuál.

Se destaca la visita a museos por cercanía o circuito. Los museos y espacios culturales con intención de visita o ya visitados que fueron más mencionados fueron: la Casa Rosada (5 %), el Museo Nacional de Bellas Artes (5 %), el Centro Cultural Kirchner (4 %), MALBA-Fundación Costantini (3 %), el Centro Cultural Recoleta (3 %), la Manzana de las Luces (3 %) y el Cabildo (2,5 %). En estos datos puede observarse el predominio de mención de instituciones y espacios culturales de carácter público y nacional, **por lo cual podría pensarse que los visitantes que acuden a museos o espacios culturales públicos planean el circuito dando preferencia en su visita a espacios de estas características. Los visitantes de Museos Nacionales reconocen entonces a los otros Museos Nacionales como instituciones de relevancia cultural.** Cabría comparar estos resultados con datos que se releven en instituciones de otras dependencias (privadas, municipales, etc.) para enriquecer las conclusiones.



3.3. HÁBITO DE VISITA A MUSEOS, INSTITUTOS Y ESPACIOS CULTURALES

Para conocer el **hábito de visita a museos y espacios culturales** se consideró la **cantidad de visitas** realizadas **durante el último año**.

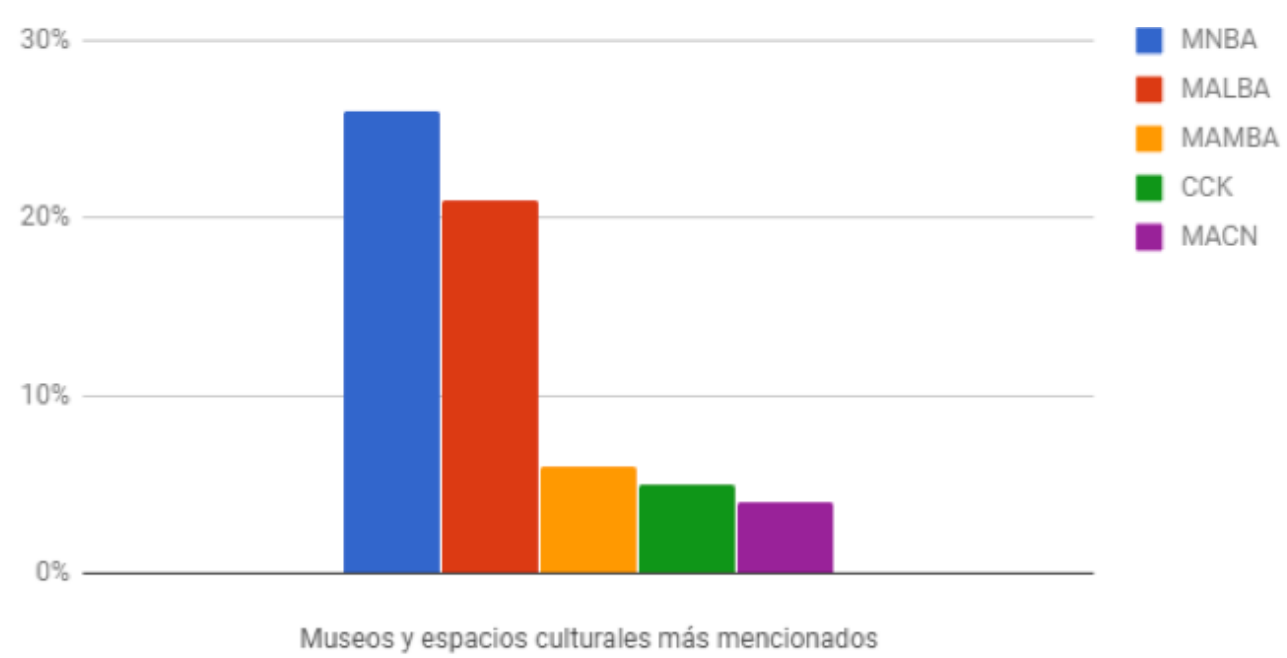


Visita a museos / institutos / espacios culturales durante el último año

A partir de los datos obtenidos ante la pregunta de si se había visitado un museo o espacio cultural el último año, se puede afirmar que la mayoría de los asistentes a La Noche de los Museos es **visitante frecuente** de museos o espacios culturales, aunque se trate de una mayoría no contundente (**60,3 %**). En contraposición, casi un 40 % de los encuestados no tiene el hábito de visitar museos o espacios culturales, y sin embargo, sí se acercó a estos espacios durante La Noche de los Museos.



Entre los museos y espacios culturales más visitados por fuera de La Noche de los Museos, se destacan el Museo Nacional de Bellas Artes (26 %), MALBA-Fundación Costantini (21 %), el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (5 %), el Centro Cultural Kirchner (5 %) y el Museo Argentino de Ciencias Naturales “Bernardino Rivadavia” (4 %).



4. CONCLUSIONES

La Noche de los Museos forma parte de un fenómeno cultural que viene creciendo año a año en nuestro país, ofreciendo diversas propuestas para incluir cada vez a más públicos. En ese sentido, y a la luz de este estudio, resulta significativo señalar que más del 60 % de los visitantes que participaron de esta edición de LNDLM ya había asistido al evento años anteriores, lo que da cuenta de una continuidad y aceptación de la propuesta por parte del público.

A su vez, si se analiza en detalle la composición socio-demográfica de los visitantes -según las encuestas aplicadas-, resulta significativo destacar que el 50 % del público se ve representado por jóvenes y adultos entre 20 y 40 años. A su vez, otro dato que resulta llamativo es que el 40 % de las personas encuestadas reside en el Gran Buenos Aires. Este dato llama la atención ya que implica que casi la mitad de los visitantes no sólo planifica la salida sino que además debe cubrir un largo trayecto para participar de la actividad, lo que da cuenta de una gran motivación. Si bien este dato indica una cierta planificación de la asistencia al evento, el recorrido e ingreso a los museos / institutos pareciera ser espontáneo y hacerse por cercanía entre los mismos.

En relación a las características de la visita, podemos decir que predomina el público que asiste acompañado (82 %).

En relación al conocimiento previo del museo, el 73 % de los encuestados manifestaron no conocer previamente la institución. Este dato resulta significativo si lo relacionamos con la motivación de la visita, ya que el 35 % asiste al museo / instituto para visitarlo por primera vez.

Finalmente uno de los datos que evidencia el impacto positivo de LNDLM es que el 40 % de los visitantes es público no frecuente de los museos / institutos, es decir que este evento motiva a incursionar en nuevas prácticas culturales.

En conclusión, a partir del conocimiento del perfil de los visitantes a LNDLM trazado a partir de este estudio, se puede mejorar la propuesta de los museos, dado que los datos demuestran que llevar adelante este tipo de eventos acerca a públicos que de otra forma no se hubiesen sentido motivados por asistir a museos / institutos nacionales.



Ministerio de Educación,
Cultura, Ciencia y Tecnología
Presidencia de la Nación