

II. Apuntes desde la práctica en estudios sobre públicos de museos

220 Visitantes

220 / 224 225

8 DE CADA 10 PERSONAS ESTÁN INTERESADAS EN VISITAR LA GALERÍA, Y 8 DESEAN VER TEMAS DE CIENCIA Y 2 TEMAS DE ARTE.

Perfil demográfico
visitantes potenciales
6 de 15 personas
20-30 años
5 pers - 31-40
2 - 51-60
2 - 60 y más
1 - 41-50 años

222

Joven: 3 mujeres
2 varones
Adulto joven: 1 mujer
Adulto: 2 varones
Adulto mayor: 1 mujer

223. El promedio de visita en tiempo es de 2 a 3 horas

223. La mayoría de los visitantes de la Cineteca asisten acompañados por amigos

Habitos de 223
2 de el visitante antes función
2 no asistencia
1 de el visitante
1 de el visitante
1 de el visitante
1 de el visitante

223
8 van al cine
1 cine y eventos

1e Ora

8. Conociendo a los públicos de La Galería de la Cineteca Nacional. Aproximaciones desde un curso de formación

Rosa Elba Camacho

Resumen

El presente artículo resume la experiencia del módulo práctico correspondiente a la primera edición del Curso Internacional de Estudios de Públicos. Las cuatro sesiones de este módulo, conducidas entre los meses de septiembre y octubre del 2015, se enfocaron en el aspecto metodológico del diseño y en la realización de una investigación de campo, distribuyéndose de tal manera que se visibilizara la importancia de las etapas de diseño de la investigación y de organización de la información.

Se describen las problemáticas encontradas por los estudiantes en sus sondeos iniciales, así como los temas que se privilegiaron en el diseño miniaturizado de una investigación de públicos en La Galería de la Cineteca Nacional.

Posteriormente, con ayuda de un ejercicio derivado de la teorización anclada, se despliega el universo de condiciones observadas en la práctica dentro de la Cineteca, mismo que da lugar a una serie de recomendaciones para exposiciones y estrategias futuras de vinculación con los públicos.

Palabras clave

Metodología, diseño de investigación, investigación cualitativa, públicos, museos y cine.

Abstract

This article sums up the experience of the practical module of the first edition of the International Visitor Studies Course. The four sessions of this module took place between September and October 2015. They aimed at focusing on the methodological aspect of the design, implementation and realisation of a field research, spreading out in such a way that the importance of all phases of the research design and organization of information became visible. Problems found by the students during their first round of probes are described, as well as the topics that were privileged in a miniaturized design of a visitor research in La Galería at Cineteca Nacional. Then, with the aid of an exercise derived from grounded theory, a universe of conditions observed in the practice inside the Cineteca is displayed, which in turn lends room to a series of recommendations for exhibitions and for future strategies for audience outreach.

Key Words

Methodology, research design, qualitative methods, audiences, cinema museums.

▲ Aspecto general de la clasificación de resultados trabajada en clase
Fotografía: © Rosa Elba Camacho.

Antecedentes

Todo curso, independientemente de sus contenidos o naturaleza académica, se enriquece con la introducción de un momento para que los alumnos pongan en práctica lo aprendido y puedan apropiárselo de una manera más orgánica, en función de sus propios intereses y antecedentes profesionales. En el caso de un curso sobre estudios de público, el acompañamiento de la práctica se vuelve una necesidad casi constante, especialmente si los módulos temáticos presentan aportes teóricos divergentes.

El módulo práctico para la primera edición del Curso Internacional de Estudios de Públicos que se llevó a cabo en la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía en Ciudad de México, fue elaborado tomando en cuenta que, si bien muchos de los asistentes tenían experiencias previas en diseño y aplicación de estudios de público, pocos eran los que habían recibido una capacitación profesional con respecto a metodologías de investigación en campo. Con esto en mente, las cuatro sesiones emularon, en una escala mínima, las diferentes etapas de formulación de una investigación de públicos.

La cantidad de sesiones asignadas a la práctica fue reducida, y aunque solo la mitad de estas fue llevada a cabo en el espacio concreto de la Cineteca Nacional, e incluso únicamente se dedicó una fracción de cada una de ellas a la recolección de datos, se pudo desarrollar una experiencia relativamente completa de investigación: desde el planteamiento de necesidades e intereses por parte de la institución, pasando por la exploración del contexto, la observación y reflexiones particulares, hasta la evaluación de los recursos disponibles, el pilotaje de los instrumentos y la recolección de datos. Una vez de regreso en el aula, se procedió a cubrir las siguientes etapas: revisión y organización de los datos, identificación de categorías, clasificación y visibilización en un esquema compartido de temáticas y, por último, la elaboración de las conclusiones de la investigación.

El objetivo principal fue visibilizar las proporciones reales entre las diferentes etapas de la investigación cualitativa, para subsanar un error común en el diseño de la misma, que consiste en centrar la atención en la recolección de datos, dejando en un segundo plano a la selección y diseño de los instrumentos, y subestimando los recursos y procesos necesarios para hacer un análisis adecuado de la información recabada. Una de las consecuencias más evidentes de este descuido está en investigaciones que recaban grandes cantidades de datos, que después no pueden ser analizados a cabalidad, ya sea porque no se cuenta con los recursos humanos y materiales para hacerlo, o bien porque sus contenidos se desvían de los objetivos centrales de la investigación.

En síntesis, la intención primera era que los alumnos experimentaran las exigencias de criterios de selección y pragmatismo en la etapa de diseño de la investigación, y que pudieran percibir, en la etapa del análisis, la riqueza de información que una cantidad reducida de datos puede aportar, si se aplica en ellos un método de análisis adecuado a su naturaleza.

Desde el punto de vista de la formulación de los ejercicios, los aprendizajes que quedan para replicarse en experiencias posteriores son tres. En primer lugar, la relevancia de proponer, ya sea como sustituto o adición, un ejercicio que se desarrolle de manera paralela a la duración del semestre, puntuado por los contenidos teóricos de cada módulo, de manera que los alumnos tengan oportunidad de poner en práctica lo discutido en cada sesión, y encontrar, a lo largo del semestre, su propia combinación de métodos y herramientas para abordar una problemática que han podido revisar con detenimiento. En segunda instancia, se hace necesario recapitular sobre elementos fundamentales de la investigación cualitativa, como las estrategias para la formulación de las preguntas, y la separación entre los posicionamientos estéticos y críticos del investigador, y aquellos que son expresados por los visitantes durante un estudio de públicos. Por último, en un futuro se requerirá detallar las instrucciones y objetivos del ejercicio de análisis colectivo, de manera

que el proceso de clasificación de categorías quede suficientemente aclarado antes de comenzar la organización de la información, para la que se necesitaría además una proporción mayor del tiempo asignado.

Si bien esta primera aplicación del ejercicio nos deja un gran margen para mejoras subsecuentes, se espera que la experiencia haya generado en los estudiantes alguna noción relevante acerca de los retos en la investigación de campo, y que las mismas dudas y dificultades por las que se les hizo pasar en esta práctica funcionen como punto de referencia —positivo o negativo— para las dudas y dificultades que posteriores investigaciones de esta naturaleza traigan consigo.

Introducción al reporte concentrado de la investigación de públicos

El presente reporte es producto de la compilación y combinación de los resultados del sondeo realizado por estudiantes del Curso Internacional de Estudios de Públicos, llevado a cabo en la Escuela de Conservación, Restauración y Museografía durante el segundo semestre del 2015. Además de trabajar con algunas de las investigadoras más destacadas internacionalmente en el rubro de los estudios de visitantes, los alumnos realizaron ejercicios prácticos, diseñados con el fin de sensibilizarles en los retos y disyuntivas de la investigación de campo, en contraposición a la investigación documental. Este módulo práctico, desarrollado a lo largo de cuatro sesiones, tuvo como objeto de investigación a La Galería, espacio museográfico de reciente creación en la Cineteca Nacional.

La Galería está dedicada a la exposición museográfica de temas relacionados con el séptimo arte. Abrió sus puertas en agosto del 2015, con la exposición “Cineteca Nacional: 40 años de historia 1974-2014”, curada por Itala Schmelz, en la que se hacía un repaso de la historia del cine en México y de la participación de la Cineteca como espacio central en la cultura del cine en el país.

Según se establece en el sitio web de La Galería <www.cinetecanacional.net>, su objetivo es difundir el patrimonio cinematográfico mexicano y servir como recinto para exposiciones internacionales relacionadas con el cine; y su misión es la de “servir de vínculo para el conocimiento de las diversas disciplinas que integran el cine”.

La elección de este espacio como entorno para las prácticas obedece a la solicitud del equipo encargado de su coordinación en el momento, que deseaba familiarizarse con sus públicos potenciales y reales, para así poder establecer mejores relaciones entre públicos de cine y públicos de museo para sus siguientes proyectos expositivos. De esta forma, la organización del Curso Internacional decidió que enfocaría los esfuerzos de los alumnos en realizar un ejercicio diagnóstico introductorio de la situación de los públicos en La Galería, así como en señalar los aspectos problemáticos y prometedores de este espacio que apenas iba consolidándose en la conciencia de los visitantes.

La recolección de los datos que integran el presente informe se llevó a cabo los días 21 y 25 de septiembre de 2015, en un horario de 17:00 a 20:00 horas. Durante el primero de estos días, los alumnos, agrupados en equipos de tres a cuatro personas, recibieron de manera aleatoria un tema perteneciente al contexto de La Galería: visitantes a la Cineteca (públicos cautivos), población vecina a la Cineteca (públicos locales) o actitudes e intereses en torno al cine. Se formaron seis equipos, y cada tema fue cubierto por dos de ellos. La tarea consistió en diseñar un cuestionario que pudiera ser aplicado en un máximo de cinco minutos a cada entrevistado, lo que a su vez permitiría que obtuvieran por lo menos diez cuestionarios resueltos en el lapso de una hora. Antes de comenzar con los sondeos, los alumnos tuvieron la oportunidad de probar sus preguntas con el resto de sus compañeros, permitiendo así que se visibilizaran los errores de formulación y se corrigieran los elementos problemáticos de los cuestionarios.

Durante el segundo día en el terreno, viernes 25 de septiembre, La Galería se encontraba abierta, lo que permitió que los alumnos la visitaran y como segundo ejercicio seleccionaran las problemáticas que más les interesaría explorar mediante la selección de un instrumento metodológico de naturaleza cualitativa. Previo a esto, tuvieron oportunidad de conversar con la coordinadora de exposiciones y conocer de manera general los intereses del equipo de trabajo de La Galería con respecto al conocimiento de sus públicos.

De entre las herramientas metodológicas a las que los equipos recurrieron destacan la observación directa, el análisis del discurso del libro de comentarios, el mapa de significados, entrevistas semiestructuradas y mapeos de recorridos.

El análisis colectivo de los datos recabados se llevó a cabo en las sesiones del 5 y 9 de octubre, con base en una estructura similar a la lógica de la Guía de Murdock¹ de la antropología social. A partir de la información y las percepciones durante los días en campo, se propuso un esquema de categorías y subtemas que ordenara los rubros cubiertos por los equipos en su investigación. En general, es este esquema el que guía el presente reporte, mostrándose en cada uno de sus apartados la suma de las conclusiones alcanzadas por los equipos.

Sobra decir que estas conclusiones distan mucho de ser un planteamiento definitivo acerca de las condiciones de los públicos de La Galería, pero sí constituyen una valiosa pista inicial para articular un acercamiento más profundo y extenso de los públicos potenciales, visitantes actuales y públicos meta que este espacio museográfico se haya establecido como objetivo.

¹ También denominada “Guía para la clasificación de datos culturales”, instrumento etnográfico elaborado por el antropólogo estadounidense George P. Murdock en 1937 y utilizado para el registro y análisis de los datos etnográficos de diversas culturas.

Una aclaración sobre la naturaleza de este reporte

Debido a que cada equipo tuvo libertad tanto para elaborar los reactivos de su cuestionario como para elegir las herramientas metodológicas para la segunda sección de su trabajo, los universos de los que surge cada investigación difieren parcialmente. Es por esto que en la redacción de este reporte se integraron los hallazgos dentro de un texto general, dando mayor prioridad a la redacción de cada equipo en la sección final, que trata de las conclusiones alcanzadas y de las recomendaciones para la naturaleza de estudios futuros.

De igual manera, cabe aclarar que este reporte hace alusión a las condiciones presentes en la galería en el momento del levantamiento de los datos (septiembre del 2015), mismas que pueden haberse modificado en la fecha actual (figura 1).

Situación de La Galería dentro de la Cineteca

El primer punto de partida fue el reconocimiento de que, en términos de creación de públicos, La Galería cuenta con una ventaja evidente: su ubicación dentro de uno de los nodos culturales más relevantes de Ciudad de México. Debido a que la Cineteca Nacional es un espacio ampliamente visitado y con décadas de historia de presencia en México, cuenta ya con redes afectivas sólidas en una cierta comunidad de capitalinos.

Un espacio museográfico nacido en este entorno tiene *de facto* un público ya consagrado, cuyo interés por el tema se ha manifestado en su desplazamiento —en ocasiones desde largas distancias— hacia la Cineteca, su preferencia por el tipo de cine proyectado aquí y su administración del tiempo previo o posterior a la proyección en actividades de ocio.

Sin embargo, el pertenecer a este complejo cultural tiene también sus aristas problemáticas, que se visibilizaron durante los encuentros entre los equipos y los visi-

tantes. La primera de ellas es el hecho de que La Galería surge a partir de un proceso de remodelación altamente controversial, del que muchos visitantes asiduos están insatisfechos. Podría decirse que aspectos tales como la nueva apariencia de las salas de proyección, o el tamaño del nuevo estacionamiento son periféricos a la imagen de La Galería, pero en realidad la colocan en un contexto en el que la Cineteca ha perdido parte de su credibilidad como bastión cultural, siendo percibida más como iniciativa comercial que “se ha olvidado de su público”, como mencionó uno de los entrevistados durante la primera jornada.

La segunda problemática reside en el hecho de que la existencia de La Galería no es automáticamente evidente dentro de la concepción del espacio que tienen los visitantes a la Cineteca. Esto se debe a dos factores: en primer lugar, muchos desconocen su existencia, por lo que no la consideran dentro de sus actividades en el recinto. En segundo, su ubicación no está especificada o anunciada en ningún tipo de señalización, por lo que se dan casos como el de un visitante, que declaró que había llegado a ella porque la confundió con la entrada a los baños. En realidad, La Galería está ubicada dentro del edificio antiguo de la Cineteca, en uno de los costados del pequeño patio central en el que actualmente se concentran cafés y tiendas especializadas. En el momento de la investigación, la entrada de La Galería no contaba con un letrero identificable a la distancia, y muchos visitantes la pasaban de lado en el camino a las salas ubicadas alrededor de este patio.

La tercera problemática señalada se relaciona con la información de interés y la facilidad de acceso a La Galería. Los habitantes y trabajadores de las zonas contiguas a la Cineteca, por ejemplo, demostraron en su gran mayoría ser conscientes de la existencia de La Galería, si bien no es de los lugares que describen espontáneamente, sino al que responden una vez que se ha formulado la pregunta específica. Aunque algunos hayan tenido el interés de asistir, surgieron entre ellos recuentos de ocasiones en las que el personal de seguridad les ha impedido el acceso a la Cineteca.



◀ Figura 1. Uno de los equipos trabajando en el planteamiento de los cuestionarios.
Fotografía: © Rosa Elba Camacho.



▲ Figura 2. Integrantes de un equipo realizan la visita a La Galería, durante la segunda jornada de trabajo.
Fotografía: © Rosa Elba Camacho.

Al inquirir sobre la remodelación de la Cineteca, surgieron diferentes tipos de opiniones. En uno de los sondeos, todos respondieron estar satisfechos mientras que, en otro instrumento aplicado por otro equipo, la mayoría tuvo alguna queja, varias de ellas centradas en las nuevas salas y en el estacionamiento. Uno de los visitantes definidos como “asiduos”, llegó incluso a mencionar la problemática de que el estacionamiento fuera más amplio que el espacio mismo, concluyendo que “el estacionamiento es una declaración de principios”.

Es en este entorno que los equipos asignados para el tema de públicos cautivos se interesaron por saber quiénes conocían de la existencia de La Galería. De un total de 31 individuos a los que se les preguntó, tanto en las inmediaciones como dentro de la Cineteca, 19 desconocían o dudaban de la existencia de La Galería.

De aquellos que sí la conocían, la mayoría se enteraron estando dentro de la Cineteca. Una por un anuncio, otra por recomendación familiar, tres personas por radio y televisión, otra por redes sociales y otra no contestó.

Podría fácilmente concluirse que esto se debe a la reciente apertura del espacio, y sin embargo hay servicios que tienen más antigüedad y que pasan igualmente desapercibidos en las respuestas de muchos visitantes, como el centro de documentación o el foro al aire libre (figura 2).

1. Públicos potenciales de La Galería

1.1 Comunidades vecinas

Los públicos potenciales de la Cineteca no solo están entre los asistentes a las proyecciones cinematográficas, sino que también destacan los integrantes de la comunidad que más a menudo es subvalorada por los museos en general: la de los vecinos. Trabajadores de comercios y oficinas cercanas, habitantes de la colonia Xoco y de otras en las inmediaciones constituyen un grupo que, si bien hace uso

eventual de las instalaciones de la Cineteca, no tiene una relación verdaderamente estrecha con sus espacios. Los cuestionarios aplicados en los alrededores del recinto comprobaron que los vecinos conocen de la existencia de La Galería, pero no la recuerdan inmediatamente, ni son capaces de señalar su ubicación.

Los hábitos de consumo cultural de la comunidad vecina parecen concentrarse en los centros comerciales, y en menor medida en visitas al centro de Coyoacán, al Centro Nacional de las Artes y a la Parroquia de San Sebastián en el pueblo de Xoco. El uso que declaran hacer de la Cineteca es en principio periférico a los objetivos de la misma, y sin embargo puede convertirse en un potencial de conexión con estos habitantes. Muchos de ellos acostumbran dejar su automóvil en el estacionamiento de la Cineteca, mientras que otros mencionan que aprovechan las áreas verdes para jugar con sus hijos.

No obstante, esta población tiene intereses relacionados con la existencia de un espacio expositivo. A la pregunta de qué tipo de temas les gustaría encontrar en La Galería, las palabras más recurrentes fueron las siguientes: cine, arte, terror, historia, cine internacional, historia local y pintura.

Una vez que la entrevista los llevó al tema de La Galería, las respuestas predominantes se enfocaron en lo que cada quien desearía encontrar en el espacio, independientemente de lo que hay realmente. Las respuestas más frecuentes sobre aspectos que les gustaría ver expuestos fueron las siguientes:

1. Historia y fotografía en el cine o fotógrafos del cine.
2. Cine para niños; historia y evolución.
3. Aspectos particulares de la técnica: fotogramas, vestuario, dirección.
4. Trabajo de directores.

1.2 Visitantes a la Cineteca

El segmento poblacional más directamente vinculado con La Galería es el de los visitantes asiduos de la Cineteca. Si bien algunos declararon sentirse alienados por el aparente cambio de misión institucional vivido por la Cineteca en sus últimos años y evidenciado por sus remodelaciones, son estos, los públicos aficionados al cine, a los que La Galería puede acercarse con mucha mayor inmediatez.

Estos visitantes, habitantes de Ciudad de México y el área metropolitana, provienen de diversas delegaciones, y realizan trayectos largos para asistir a las proyecciones de la Cineteca. Las entrevistas a visitantes evidenciaron un perfil sociodemográfico correspondiente a jóvenes adultos y adultos, con nivel educativo de medio superior en adelante, siendo los adultos en su mayoría profesionistas. Todos los entrevistados asistieron a la Cineteca con la intención de ver un filme. Esto no quiere decir que en un futuro no puedan asistir exclusivamente con la intención de visitar La Galería, pero sí nos demuestra que, por el momento, para fomentar la entrada de más visitantes es recomendable acomodarse a los tiempos previos o inmediatamente posteriores a las proyecciones fílmicas. Una vez planteada esta posibilidad, la gran mayoría declaró que preferiría hacer esta visita con anterioridad a la película.

En cuanto a la frecuencia de estas visitas a la Cineteca, los datos arrojan un margen entre cuatro veces por semana (por parte de un joven entrevistado por uno de los equipos) hasta una vez por mes (“porque hay mucha gente”). Dentro de las categorías intermedias, se registró una respuesta que establecía dos o tres visitas por mes, principalmente al foro al aire libre. El tiempo que dedican a la Cineteca oscila entre cuatro y dos horas (o lo que dure la película). Regularmente visitan la Cineteca los fines de semana en horario posterior a las 6:00 pm.

Su potencial como público de La Galería depende no solo del tiempo y frecuencia de sus visitas, sino también de sus hábitos de consumo cultural. A este respecto, los sondeos arrojan resultados que, de corresponder con la tendencia general, resultarían



▲ Figura 3. Durante el proceso de análisis colectivo de los datos.
Fotografía: © Rosa Elba Camacho.

esperanzadores: de las once personas a las que se les planteó esta pregunta, ocho aseguraron visitar museos de manera regular (figura 3).

2. Públicos reales de La Galería

A pesar de los problemas de falta de difusión y ubicación incierta señalados por varias personas, existe ya un público que está visitando La Galería. La información sobre el tema que los equipos de investigación pudieron averiguar durante la segunda sesión de trabajo fue la siguiente:

Cuando a los visitantes en la sala se les preguntó por las maneras en las que se habían enterado de la existencia de La Galería, de un total de quince entrevistados, ocho declararon haberse enterado ya estando en la Cineteca, dos por televisión, uno por radio, otro por un anuncio, sin especificar de qué tipo, otro por redes sociales y otro por recomendación familiar. En contraste, en lo que respecta a las actividades de la Cineteca, solo una de las siete personas interpeladas dijo haberse enterado ya que estaba en el lugar, mientras que las seis restantes se informaron por medio de internet y las redes sociales.

Acerca de sus motivaciones para entrar a La Galería: de veintisiete personas a las que se les preguntó, una señaló que estaba de paso, dos señalaron haberlo hecho por un interés en la exposición actual, doce lo hicieron como una manera de pasar el tiempo, pues venían a ver una película, y nueve lo hicieron para conocer el espacio expositivo. Tres personas más asistieron por una mezcla de interés en el tema y de conocer el espacio.

El motivo de la visita tiene una correlación directa con el tiempo que se dedica a la visita. Por ejemplo, un equipo realizó siete seguimientos de visitas a la sala. De los siete, cinco entraron para hacer tiempo mientras esperaban el comienzo de su película, y dos para conocer el espacio. La observación arrojó que aquellos que fueron especialmente para conocer La Galería tomaron entre cuarenta y cuarenta y cinco

minutos para su visita, mientras que aquellos que entraron para hacer tiempo tuvieron un recorrido significativamente más corto, de entre seis y veinte minutos.

Cuando a quince personas se les preguntó sobre la relación de La Galería con el resto de las instalaciones de la Cineteca (salas de cine, biblioteca, librería, restaurante y cafetería), una persona mencionó que La Galería es predominante sobre las otras opciones, cuatro personas perciben a La Galería como un complemento del conjunto de la Cineteca, cinco personas la relacionan con el cine en general, una persona la relaciona con los libros de la biblioteca, dos mencionan que es importante y dos personas no contestaron.

Una valiosa fuente de información para conocer a los visitantes que ha tenido La Galería es el libro de comentarios. Sin embargo, este no cuenta con una estructura que permita la sistematización de la información. Hasta el momento de la práctica se contabilizaron 159 comentarios, de los cuales tan solo diez tenían información de contacto. Otro dato que podría resultar interesante incluir es el de la edad, de manera que puedan entrecruzarse las edades de los visitantes con los contenidos de sus comentarios; esto teniendo en mente el público meta declarado por La Galería. Con respecto a las edades, la muestra de cada sondeo es demasiado reducida como para permitir generalizaciones, pero de entre los visitantes entrevistados, la relación de 16-21 años, 22 a 40 y 40+ es de 1:3:1.

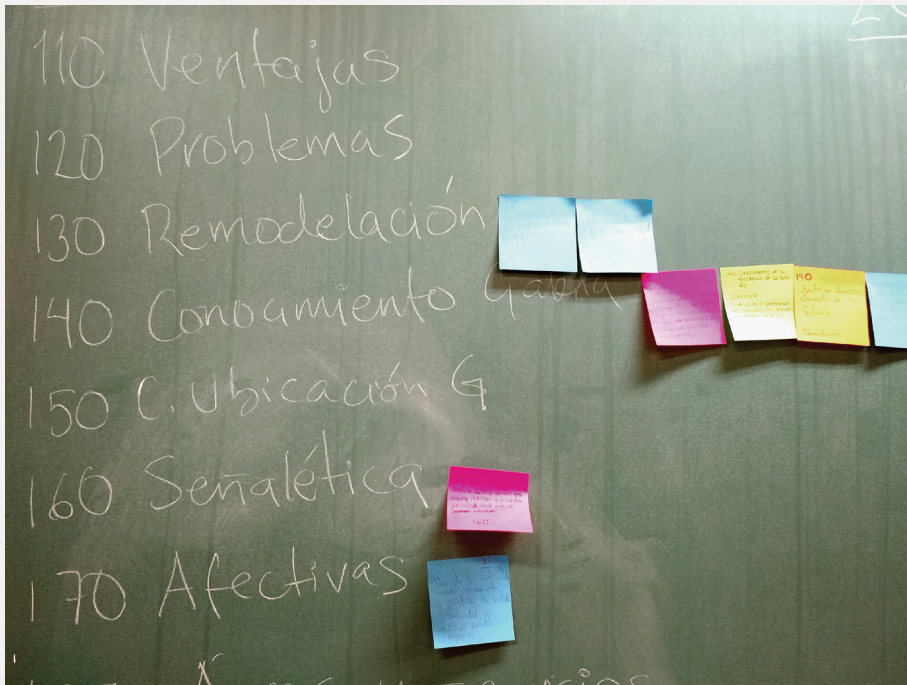
Cuando a quince personas se les preguntó por el orden en el que utilizarían los servicios de la Cineteca (biblioteca, galería, salas de cine, librería, cafés, restaurantes, tiendas), las salas de cine obtuvieron 14.83 puntos, la galería obtuvo 9.78 puntos, los restaurantes y cafés obtuvieron 7.62 puntos, la librería obtuvo 7.3 puntos, y la tienda obtuvo 3.09 puntos. Esto nos indica que, una vez que la conocen, La Galería se vuelve una opción sólida de uso de tiempo libre dentro del complejo de la Cineteca.

Con respecto a los temas que interesan a estos visitantes, este equipo planteó a la misma cantidad de gente la pregunta de prioridades con respecto a las siguientes actividades: ver una película, conocer un set donde se filma una película, comentar una película, o investigar cómo se hace una película. Ver una película obtuvo 12.25 puntos, investigar cómo se hace una película obtuvo 8.75 puntos, conocer un set obtuvo 8.0 puntos, y comentar una película obtuvo 7.0 puntos.

Los participantes de ese sondeo particular manifestaron interés en una mayor diversidad temática, y solicitaron tocar con detenimiento el tema del siniestro; también sugirieron el uso de más recursos interactivos, y la puesta en marcha de talleres y conferencias. Cuando se les preguntó sobre sus expectativas de temas para futuras exposiciones dentro de La Galería, nueve pidieron exposiciones relacionadas con el cine (directores, historia y géneros específicos) además de arte y cultura en general; una persona solicitó temáticas sociales, tradiciones e innovación; una persona solicitó el tema de la tecnología; y cuatro personas no especificaron una temática en particular, pero sí pidieron que hubiera variedad. Otras sugerencias del público fueron la realización de exposiciones temáticas acordes con fechas importantes, así como una exposición sobre la pérdida del material cinematográfico (patrimonio documental), y la organización de visitas guiadas (figura 4).

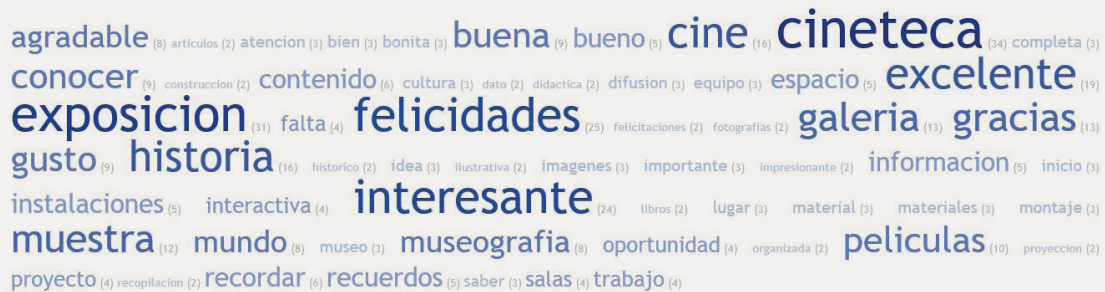
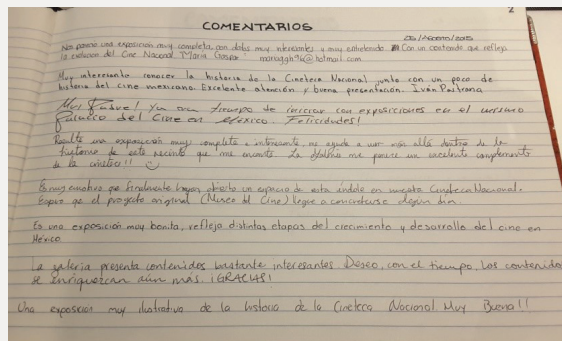
3. Recepción de la exposición: “Cineteca Nacional: 40 años de historia 1974-2014”

Según la información analizada del libro de comentarios, los visitantes comparten opiniones positivas ya sea sobre La Galería o sobre la exposición. La frecuencia de estos comentarios es la siguiente: setenta y tres comentarios positivos sobre la exposición (42.91 por ciento), treinta y cuatro comentarios positivos, pero sin especificar si es sobre La Galería o la exposición (21.38 por ciento) (figura 5).



► Figura 4. Detalle del ejercicio de clasificación y análisis colectivo de los datos.
Fotografía: © Rosa Elba Camacho.

► Figura 5. Libro de comentarios.
Foto: Cristina Corona, Socorro Tapia y Eduardo Escalante.



► Figura 6. Nube de palabras, opiniones sobre La Galería.
Foto: Cristina Corona, Socorro Tapia y Eduardo Escalante.

Además de las felicitaciones y agradecimientos, los visitantes tenían las siguientes impresiones o comentarios que deseaban compartir:

- Denuncia por falta de difusión de La Galería.
- Interés en que se concrete el Museo del Cine.
- Solicitud de guardias mejor presentados.
- Solicitud de adecuaciones para personas con capacidades distintas y adultos mayores.
- No conocían esta área.
- Solicitud de información sobre películas.
- Solicitud de exposición de temáticas, expresamente los atentados del 9/11.
- Solicitud de conocer sobre el trabajo curatorial y museográfico.
- Reflexión sobre la pérdida del material cinematográfico.
- Agradecimiento a la Cineteca por sus ciclos de cine.
- Solicitud de cédulas en braille y subtítulos en películas.

“La nube de palabras” refleja los términos más frecuentemente utilizados dentro de las opiniones emitidas en el libro de comentarios (figura 6).

Al respecto de las cédulas, las ya existentes también fueron estudiadas por uno de los equipos de la investigación. Mediante cuatro entrevistas en profundidad, descubrieron que todas las personas consideraban que la cédula introductoria sí cumplía su función, pero que la ubicación y extensión del resto de las cédulas dificultaba su comprensión. De hecho, tres de esas cuatro personas declararon no haber leído completas estas cédulas, en parte debido a su extensión. De entre los textos que menos atención recibieron destaca la infografía sobre la participación en festivales de las películas proyectadas, la cédula sobre la Muestra Internacional y el texto en el cubo donde se discute el incendio de la Cineteca.

De manera adicional, otros equipos encontraron incomodidades de los visitantes con respecto al trato recibido por parte del personal de seguridad, así como un sentimiento de confusión ante el orden aparentemente aleatorio del recorrido de la exposición, y el deseo expresado de que el espacio sea más accesible para personas de la tercera edad.

Sin embargo, la experiencia de visita a La Galería dejó consecuencias positivas en los entrevistados. Al preguntársele a quince personas sobre los aportes que La Galería hizo a su conocimiento o disfrute del cine, las respuestas fueron las siguientes: siete mencionaron haber ampliado su conocimiento de manera general, seis mencionaron específicamente su conocimiento histórico, tres mencionaron conceptos relacionados con el disfrute, dos mencionaron conceptos relacionados con la promoción, una mencionó aportes de otro punto de vista, y otra mencionó haber recibido información específica.

Conclusiones preliminares

Si bien estos sondeos se realizaron en un marco restrictivo en cuanto al tiempo disponible y tamaño de las muestras, los equipos pudieron obtener una serie de conclusiones sobre la situación actual de La Galería. A continuación, se enlistan tal y como fueron enunciadas en los respectivos reportes de investigación:

- El público cautivo promedio se encuentra entre los 20 y 45 años; jóvenes estudiantes o profesionistas con diversidad de carreras, en su mayoría no afines al arte. Suelen asistir acompañados por amigos o pareja e identifican como servicio principal de la Cineteca las salas de cine (proyecciones) seguidas por la cafetería y la biblioteca.
- El motivo de su visita es, sin duda, ver una película, para lo cual permanecen en el lugar solo lo necesario, es decir entre dos y tres horas.

- La apuesta de La Galería es para un público muy distinto al que asiste a la Cineteca.
- No hay un vínculo de la Cineteca con los vecinos que hoy no son su público, y parecería que la política de la Cineteca es ciega a las necesidades o intereses de la población local, siendo un público potencial claro y de fácil acceso. Para ello convendría hacer un estudio más claro sobre vínculos e intereses de esa población.
- Ya que el área de exposición se encuentra ajena a otras áreas, conviene hacer clara su misión y razón de ser como divulgador del acervo fílmico que es el patrimonio cultural a su cargo.
- Sería necesario definir a La Galería como parte integral de la experiencia de visitar la Cineteca y no como un espacio cultural ajeno.
- Respecto a La Galería, pocas personas del público saben de su existencia previamente; la han descubierto de manera casual estando en la Cineteca. Es concebida como un complemento de lo ya existente, donde habrá de tratarse el tema del cine desde diversos aspectos: historia, directores, géneros, entre otros, permitiendo así ampliar y profundizar el conocimiento de este arte.
- El medio más efectivo para informarse de las actividades y la cartelera son la página web y las redes sociales.

Recomendaciones para estudios futuros

Al finalizar la experiencia, los equipos emitieron su opinión acerca de las temáticas que sería recomendable explorar en estudios de público futuros. Los principales temas fueron los siguientes:

- A. **Pueblo originario de Xoco.** Sería conveniente analizar cuáles son los vínculos que la Cineteca tiene con ellos. Por los sondeos que realizamos conclui-

mos que no hay un vínculo de la Cineteca con ellos; los vecinos hoy no son su público pero consideramos que ambas partes se beneficiarían si la Cineteca desarrollara propuestas para estos, pues al ser poblaciones de origen prehispánico, que han durado en el tiempo y también al estar cerca otras instituciones culturales se puede reforzar el núcleo cultural que ya existe ahí. Por esta razón convendría hacer un estudio más claro sobre los vínculos e intereses de esa población.

- B. **Cultura cinematográfica.** Detectamos la existencia de un público fiel dispuesto a vivir los cambios de la Cineteca, pero por nuestras propias observaciones al parecer hubo una ruptura en los planes de trabajo y eso ha influido en la percepción que el público tiene de la institución. Sugerimos un estudio de evaluación de calidad y satisfacción del servicio de la Cineteca en general.
- C. **Formación y captación de públicos.** Conviene conocer claramente lo que a la Cineteca Nacional le interesa saber sobre sus públicos potenciales. Por la experiencia profesional de quienes integramos el equipo, llegamos a la conclusión general de la conveniencia de seguir realizando más estudios de público para auxiliar a La Galería, pero también a la Cineteca Nacional en general.

Por otro lado, pudieron darse algunas recomendaciones con respecto a la gestión del espacio y sus contenidos, las cuales que se reproducen a continuación:

La Galería. Con base en nuestras observaciones creemos que es necesario que se destaque con más énfasis el acervo cinematográfico como bien cultural. Consideramos que la promoción del área de exposición desligada de otras áreas no es suficiente; conviene hacer más clara su razón de ser como divulgador del acervo fílmico que es el patrimonio cultural a su cargo, y a partir de ello tomar acciones que generen una cultura cinematográfica. Nos parece importante que La Galería haga énfasis a los visitantes de las otras labores que también forman parte de su misión como el rescate, preservación, conservación, incremento y catalogación tanto de los acervos fílmicos, iconográficos y videográficos, como de documentales relacionados con la

memoria cinematográfica de México, para que el público valore y disfrute de este acervo, y a la vez comprenda claramente que la Cineteca no se termina en las salas de proyección ni en los comercios al interior.

Educación no formal y ocio recreativo. La comunicación audiovisual tiene un alto potencial en el aprendizaje. La ventaja de la Cineteca es que en su espacio ocurre ese tipo de acercamiento con los contenidos de las películas tanto en contextos formales (biblioteca y archivo) como no formales (salas de cine y espacios al aire libre). Convendría que La Galería aprovechara estos espacios para invitar a los potenciales visitantes y, al mismo tiempo, que la Cineteca en general reforzara el disfrute de las áreas al aire libre y las áreas verdes donde los vecinos y visitantes puedan gozar y enriquecerse culturalmente en su tiempo libre.

Señalización y difusión. Consideramos conveniente mejorar el sistema de señalización para facilitar a los visitantes ubicar los servicios y áreas, especialmente La Galería. Asimismo, es necesario realizar una campaña de difusión y promoción de La Galería y de sus servicios.

Vinculación comunitaria. Es recomendable diseñar un programa de vinculación comunitaria para involucrar de una manera más concreta a los visitantes ocasionales y convertirlos en participantes más activos de las propuestas museográficas. Esto puede ir desde la realización de una exposición sobre los públicos pasados, presentes y futuros de la Cineteca, hasta el permitirles ser parte de la planeación de futuras exposiciones de acuerdo con los intereses ya expresados en este y otros cuestionarios.

Contenidos museológicos. Se sugiere presentar exposiciones ilustrativas, didácticas e interactivas, no solo de cine sino de otras artes y culturas, así como mejorar la museografía en cuanto su ergonomía.

Participantes en las sesiones prácticas por equipos

María Liduvina Juárez Gómez, Mariana Pascual Cáceres, Jonatan Chávez Sánchez, Mónica Badillo Leal, Cristina Corona Jamaica, María del Socorro Tapia Tinajero, Eduardo Andrés Escalante Carrillo, Alejandro Ruiz Vizcarra, Xatziri Peña Licea, Sara Aguilera Ríos, María Dolores Nájera Contreras, Sandra Cerezo Ramírez, Ana Lilia Meneses Llamas, Adriana Rocío Sancha Ramírez, Ana Lilia Marín López, Mónica Ruíz Hernández y Francisco Javier Maldonado Méndez.