

¿Sabe usted dónde está Irán?

Un estudio de público previo para planear una exposición

Alejandra Gómez Colorado*

Alejandro Cortés Cervantes y Katia Teodocio Licona**

Desde hace ya muchos años los estudios de público proporcionan información valiosa para las diferentes áreas involucradas en el diseño de una exposición; al conocer el perfil de los diferentes públicos, así como sus opiniones, se puede orientar y dirigir con mayor precisión el producto cultural. Sin embargo, existe uno raramente utilizado, pero muy efectivo para la planeación: el estudio de público previo, el cual provee de información básica sobre los conocimientos y las expectativas del público potencial respecto a un tema, que al mismo tiempo representa una guía para determinar la forma en que ésta será presentada.

Durante los diez años de existencia del Programa Nacional de Estudios de Público (PNEP) se ha realizado una serie de evaluaciones, tanto en museos como en exposiciones temporales, que ha permitido conformar un banco de datos sobre más de 30000 visitantes. En éste se encuentra información sobre diversos aspectos, como el perfil socioeconómico, las dinámicas que se establecen durante la visita, la valoración de la colección y la calificación sobre los servicios, por mencionar algunos de los temas explorados. Sin embargo, la totalidad de estos estudios se ha aplicado cuando la exposición ya está abierta al público, como parte de la evaluación de diferentes aspectos, como la museografía, la difusión y el discurso científico.

Resulta de gran relevancia para el PNEP que por primera vez se haya planteado un estudio de público previo a la exposición temporal sobre el desarrollo cultural en Irán, la misma que se presentará el año próximo en el Museo Nacional de Antropología. Es preciso señalar que la responsable de la investigación y curaduría de la exposición

planteó al PNEP la necesidad de contar con información del público, lo que enriquecería la planeación. Así, se planteó obtener los siguientes datos básicos:

1. El perfil del público potencial de la exposición.
2. Los conocimientos previos sobre el tema.
3. Las expectativas en torno a la exposición.

De esta manera se elaboró un sondeo previo para indagar en el conocimiento del público sobre el desarrollo cultural en Irán y, específicamente, sobre la cultura persa, y se aplicó una muestra, que constó de 150 encuestas a visitantes del Museo Nacional de Antropología (MNA), en dos etapas:

1. A los visitantes de la exposición temporal *Faraón: el culto al Sol en el antiguo Egipto*, durante el fin de semana y en días hábiles, pues se sabe que existe un público que sigue las muestras internacionales que presenta el INAH en este espacio.
2. A los visitantes cotidianos de las salas permanentes del MNA.

La encuesta estuvo conformada por preguntas abiertas y cerradas, complementada con la elaboración de un cuadro de datos sobre el perfil general de los encuestados. Este instrumento se aplicó entre un público de diversas edades, con opciones diversas de ocupación y escolaridad, con el fin de obtener una muestra representativa y amplia de los visitantes.

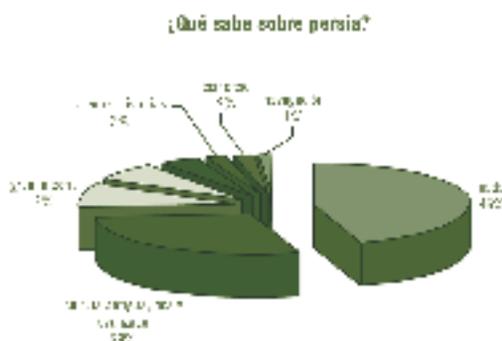


Museo Nacional de Antropología. **Fotografías** Gliserio Castañeda



Museo Nacional de Antropología

confesó no saber nada, el escaso imaginario se concentra en la evocación de una antigua y rica civilización, dato que muy bien puede aprovecharse para tender hilos de continuidad cultural que permitan desmitificar y revalorar al pueblo persa hasta la actualidad.



Para hacer corresponder los objetivos de la exposición con las expectativas del visitante, se tendría que tomar en cuenta los datos sobre la temática que se espera encontrar. Las respuestas se orientan hacia la vida cotidiana, formas de conocimiento y manifestaciones artísticas. Estos resultados son de gran ayuda para la selección de la colección y de igual manera nos recuerdan la necesidad de incluir información sobre nuestros referentes más inmediatos como una de las estrategias de comunicación más efectivas. Por ejemplo, un tapete nos permite hablar de trabajos que se remontan a siglos antes de nuestra era, además de los usos domésticos y el enorme valor que en la actualidad se les da según el trabajo y la técnica que se empleó para elaborarlos.



Un dato por demás revelador fue que 96% de nuestros entrevistados visitaría una exposición sobre Irán, ¡aunque un gran porcentaje no sabe ni dónde está! Esto nos habla de una gran expectativa en torno a las exposiciones internacionales, debido, sin duda, al prestigio ganado por trabajos previos: a su vez, 80% dijo haber visitado algunas de las muestras anteriores.

Normalmente el museógrafo y el investigador plantean los temas desde su propia experiencia y, aunque en muchas ocasiones los datos obtenidos coincidan con lo que suponemos que piensa o sabe la mayoría de la gente, los sondeos previos revelan datos útiles y novedosos.

Sin duda esta primera aproximación será de gran utilidad para la conformación de estudios de público previos, de manera que la información brindada por el público se convierta en parte fundamental para la definición de la temática, colección, estrategias comunicativas, contenido y lenguaje de cedulares, materiales alternativos y actividades paralelas de una exposición. ☘



Museo Nacional de Antropología

*INVESTIGACIÓN Y CURADURÍA DE LA EXPOSICIÓN PERSAS-CNME

**PROGRAMA NACIONAL DE ESTUDIOS DE PÚBLICO-CNME