

Programa de estudios de público

Alejandro Cortés*

En 1996, la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones del INAH, a través de la Subdirección de Museología, impulsó por primera vez un programa de encuestas para los museos del Instituto. Este esfuerzo, realizado conjuntamente con los directores y el personal de 7 museos regionales, dio como resultado un estudio de público aplicado en tres fases, que en conjunto sumó la información de más de 13, 000 visitantes.

Esta muestra, representativa de las diferencias geográficas de la red de museos del Instituto, comenzó a dar respuesta a la necesidad institucional de ampliar el conocimiento que hasta ese momento se tenía sobre los visitantes, el cual se limitaba a la información estadística mensual en cuyo reporte se incluían datos sobre la afluencia general, señalando únicamente si se trataba de estudiantes, visitantes nacionales o extranjeros.

A partir de dicha información, si bien importante, resultaba imposible obtener un perfil más amplio sobre las características sociales y culturales de los visitantes. En este contexto, se carecía en el Instituto de una herramienta desde la cual se captaran las formas en que el público percibe y se apropia de la oferta cultural brindada en los museos del INAH. Respondiendo a esta problemática, se formuló una estrategia sistemática y continua de conocimiento del visitante, que tomó la forma de un Programa de Estudios de Público. A partir de éste, se ha podido saber acerca de las

características socioeconómicas, hábitos y prácticas culturales desarrolladas cotidianamente por nuestros visitantes tanto de museos como de exposiciones temporales internacionales y nacionales. En este sentido, los estudios de público se han convertido en una herramienta útil para evaluar la efectividad de los museos y las exposiciones en cuanto a su oferta recreativa, o bien como espacios de comunicación cultural; al mismo tiempo, la información recabada ha servido para sensibilizar a los directores y al personal de los museos, así como a las diferentes áreas de museología y museografía de la CNMyE, con respecto a la importancia de reconocer en la opinión de los visitantes el punto de partida para llevar a cabo una mejor planeación del trabajo. Esta acción ha sido impulsada por las autoridades del Instituto, que incluyeron en el Programa de Trabajo del INAH 2001-2006 a los estudios de público como parte de las estrategias para adecuar la oferta cultural y de servicios del Instituto a las necesidades de los diferentes públicos.

En el caso de los museos, existe un creciente interés por conocer a sus visitantes, por lo que el Programa se ha ido ampliando no sólo otorgando asesoría, sino también capacitando al personal en el diseño, aplicación, captura y análisis de las muestras, utilizando diversas herramientas como la encuesta post visita, la entrevista de entrada y salida, así como ejercicios de seguimiento y observación de los visitantes, con el fin de determinar si las actividades, los servicios y los discursos museográfico y museológico que se brindan al visitante, cubren sus necesidades y expectativas.

Finalmente, es importante señalar que un estudio de público es una herramienta que debería ser utilizada por todos los que desarrollamos un trabajo relacionado con los museos, ya que sólo conociendo al público, sus expectativas y experiencias de visita, estaremos cumpliendo con el propósito de que nuestros museos sean un auténtico espacio de diálogo con el destinatario de la difusión del patrimonio que realizamos cotidianamente: la sociedad. ↵

*RESPONSABLE DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS DE PÚBLICO DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE MUSEOS Y EXPOSICIONES.