



Informe sobre públicos

La Noche de los Museos 2021*



LA NOCHE DE LOS MUSEOS

* Elaborado por la Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión de la Unidad de Gabinete de Asesores del Ministerio de Cultura de la Nación. El informe se realizó en 2022, a partir de un relevamiento realizado durante la Noche de los Museos 2021.



Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción | 2 |
| 1 La Encuesta de públicos | 5 |
| 2 Perfiles que asisten a los Museos Nacionales en la Noche de los Museos | 10 |
| 3 La experiencia de la Noche de los Museos | 12 |
| 4 Síntesis y hallazgos | 14 |



Introducción

La Noche de los Museos es un evento cultural organizado en forma conjunta por museos e instituciones culturales de Nación y Ciudad de Buenos Aires. Desde 2004, un sábado al año diversos espacios abren sus puertas durante la noche e invitan a las personas visitantes a vivir una experiencia poco usual. Buenos Aires fue la primera ciudad de América latina en sumarse a esta iniciativa, que ya se realizaba en otras ciudades del mundo.

Después de la suspensión de la edición 2020 debido a la pandemia de COVID 19, la Noche de los Museos regresó el 30 de octubre de 2021. Las **actividades, gratuitas y para todos los públicos**, se realizaron en quince museos e institutos nacionales dependientes del Ministerio de Cultura de la Nación¹, que configuraron la ciudad en cuatro zonas. Se incluyó un *mapping* en la fachada del Museo Nacional del Bellas Artes; una visita por el Patio de la Procuraduría de la Manzana de las Luces; un desfile disidente y marrón en el Museo Casa de Ricardo Rojas; conciertos de jazz, música clásica y folclórica; obras de teatro; activaciones de arte contemporáneo; charlas sobre historia, arte y diversidad cultural, etc.² La jornada registró un **total de 63.866 visitantes**.³

Los veinticuatro museos nacionales —al igual que Tecnópolis, el Centro Cultural Kirchner y el Centro Cultural Borges— forman parte de la política estratégica del Ministerio de Cultura de la Nación, ya que permiten democratizar las expresiones culturales y artísticas, así como también ampliar y preservar el patrimonio de la Nación. En este sentido y en términos de gestión cultural pública, **La Noche de los Museos**⁴ constituye una instancia de ampliación de los públicos y generación de sentidos y

¹ Casa Nacional del Bicentenario + CASo - Centro de Arte Sonoro / Palacio Nacional de las Artes - Palais de Glace / Museo Nacional del Grabado; Complejo Histórico Cultural Manzana de las Luces; Instituto Nacional de Investigaciones Históricas Eva Perón - Museo Evita; Instituto Nacional Sanmartiniano; Museo Casa de Ricardo Rojas; Museo Casa de Yrurtia; Museo Histórico Nacional; Museo Histórico Sarmiento; Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur; Museo Nacional de Arte Decorativo; Museo Nacional de Bellas Artes; Museo Nacional de la Historia del Traje; Museo Nacional del Cabildo de Buenos Aires y de la Revolución de Mayo; Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano - Museo Nacional del Hombre; Museo Roca.

² La programación completa puede revisarse en [este enlace](#).

³ Un 41% menos que la última edición de 2019, cuando se registraron 109.039, lo que podría explicarse por el contexto de reciente ASPO.

⁴ Buenos Aires fue la primera ciudad de América Latina en sumarse a la iniciativa.



vivencias en torno a la relación de la comunidad con el acervo museográfico- patrimonial del país.

La Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión (DPySG) de UGA tiene entre sus responsabilidades primarias asistir a la formulación de la planificación estratégica de las políticas del Ministerio de Cultura de la Nación, como así también realizar el monitoreo y la evaluación de los programas y acciones implementadas.⁵ En este marco, los **estudios de públicos y audiencias** son una de sus líneas de trabajo para generar información sobre la población que concurre a los diversos espacios gestionados por el Ministerio con el fin de caracterizar a dichos interlocutores/as de manera integral, conocer el impacto de cada una de las propuestas en los diferentes perfiles⁶ y orientar la toma de decisiones.

El informe que se presenta a continuación, se realizó junto con el equipo de públicos de la Dirección Nacional de Museos para caracterizar a la población que asistió a los museos nacionales el 30 de octubre de 2021 durante la noche de los museos y conocer sus experiencias de visita.

El trabajo se organiza en tres secciones: la primera, se refiere a la encuesta y las características generales de las y los visitantes; la segunda, a los perfiles según sus hábitos culturales; y la tercera da cuenta de la *experiencia* Noche de los Museos. Se espera que la información brindada contribuya tanto a la memoria institucional del Ministerio, como a la toma de decisiones de gestión para mejorar la calidad de las políticas implementadas.

⁵ Para ello, produce y sistematiza información a través del Registro Federal de Cultura, el Sistema de Información Cultural de la Argentina y del área de seguimiento y proyectos especiales, los tres pertenecientes a la mencionada Dirección. Desde allí se elaboran informes y herramientas de gestión para mejorar la calidad de la política.

⁶ Como antecedente, se encuentran las dos encuestas de públicos de Tecnópolis desarrolladas durante el año 2021. Por ejemplo, tras la apertura de Tecnópolis en julio de 2021 con estrictos protocolos sanitarios, a través de un relevamiento se obtuvieron 3.119 encuestas que permitieron conocer los públicos que habían asistido y sus percepciones respecto de experimentar el parque en ese marco tan particular. Luego, se volvió a aplicar el relevamiento fuera del contexto de ASPO y se analizaron 15.654 encuestas.



1. La Encuesta de públicos

¿Quiénes asistieron a los Museos e Institutos nacionales durante la Noche de los Museos (NdIM)? ¿Cómo podemos caracterizar su experiencia de visita a la edición 2021? ¿Qué efectos produce la NdIM en los hábitos culturales? ¿Y en el vínculo visitante-museo/patrimonio? ¿Promueve la captación de nuevos públicos? Estas son algunas de las preguntas disparadoras que permitieron orientar el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta y se sintetizan en los **objetivos** centrales del presente informe:

- ★ Caracterizar a quienes asistieron a los Museos Nacionales en la Noche de los Museos 2021.
- ★ Analizar las formas en que las y los visitantes definen y caracterizan su experiencia en la Noche de los Museos 2021.

El relevamiento se implementó en siete de los quince museos nacionales e institutos: Museo Nacional de Bellas Artes; Complejo Histórico Cultural Manzana de las Luces; Museo Nacional de Arte Decorativo; Museo Histórico Sarmiento; Museo Histórico Nacional; Museo Casa de Ricardo Rojas y Museo Roca. Se aplicaron cuestionarios semi estructurados de manera presencial a personas seleccionadas azarosamente a la salida de cada institución, garantizando la cobertura en las tres franjas horarias de la propuesta. Se obtuvo un total de **418 respuestas** (de 17:00 a 21:00: 44% de las respuestas; de 21:00 a 23:30: 31% de las respuestas; y de 23.30 a 02:00:25% de las respuestas).⁷

El diseño del estudio fue elaborado en conjunto entre la DPySG y la DNM; mientras que el trabajo de campo fue coordinado e instrumentado por el equipo de público de la DNM⁸ y trabajadores/as de los museos; y la carga, el procesamiento y análisis de datos fue realizado por la DPySG.

⁷ Se trata de una muestra coincidental no probabilística, cuyos resultados no permiten realizar afirmaciones con determinados niveles de desagregación (por ejemplo, analizar las particularidades de cada museo), pero es suficiente para describir la experiencia general de la Noche de los Museos a partir de quienes respondieron la encuesta.

⁸ Como antecedente debe referirse a los estudios realizados por el equipo de públicos de la DNM.



Caracterización de las y los visitantes

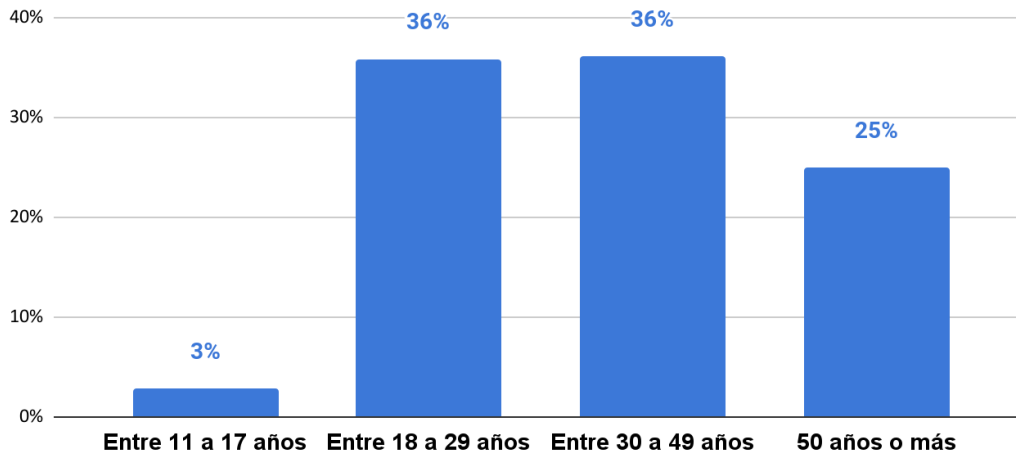
¿Quiénes asistieron a los museos e institutos nacionales durante la Noche de los Museos 2021? ¿Cuáles son sus hábitos de visita a museos y espectáculos en vivo?

Respecto de las **características sociodemográficas** de las personas encuestadas se observa que:

- ★ **67% se autopercibe mujer**, 29% varón y 3% se siente mejor representado con otras identidades (mujer trans, varón trans, no binaria, otras).
- ★ En su mayoría, residen en CABA (60%). Los barrios más representados son: Palermo, Belgrano, Recoleta y Caballito.
- ★ **Cuatro de cada diez visitantes se trasladaron a CABA para asistir a la Noche de los Museos:** un 36% desde la Provincia de Buenos Aires (especialmente de La Matanza, Avellaneda, Lanús, Lomas de Zamora y Vicente López) y un 3% desde otras provincias.
- ★ El **promedio de edad de las personas visitantes encuestadas es de 38 años**. Sólo el 3% de quienes respondieron la encuesta tiene menos de 18 años; un 25% tiene 50 años o más; y el resto se distribuye en porcentajes iguales en dos grupos de 18 a 29 años, y de 30 a 49.
- ★ **Sólo un 14%** de quienes respondieron se encontraba **en compañía de niños/as menores de 12 años**.



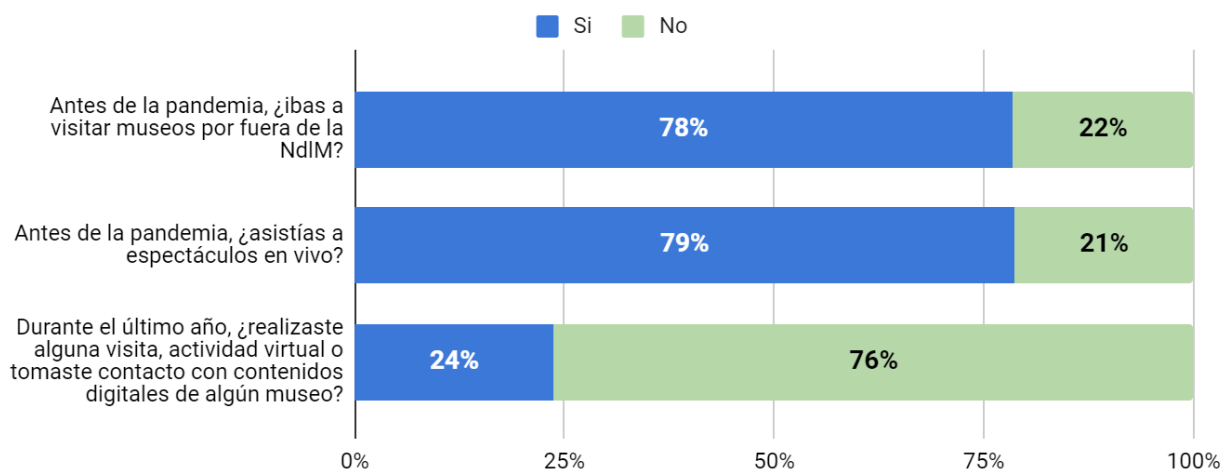
Distribución de la población que respondió la encuesta por edad. En porcentajes



Fuente: elaboración propia de la DPYSG. Noviembre 2022.

Para conocer los **hábitos y consumos culturales** de quienes respondieron la encuesta se indagó acerca de la práctica de visitar museos o asistir a espectáculos en vivo antes de la pandemia; y se preguntó si, durante la pandemia, realizaron alguna visita o actividad virtual a través de los sitios web de los museos (nacionales e internacionales).

Hábitos culturales antes y durante la pandemia. En porcentajes

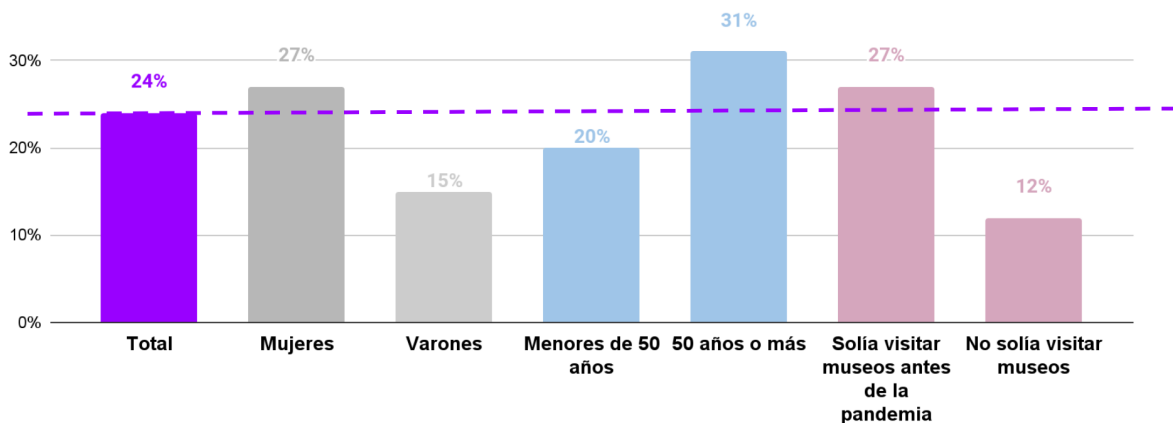


Fuente: elaboración propia de la DPYSG. Noviembre 2022.



- ★ El **78%** iba a visitar museos por fuera de la Noche de los Museos antes de la pandemia.
- ★ Un **79%** afirmó que solía asistir a espectáculos en vivo antes de la pandemia.
- ★ El **76%** no tomó contacto con contenidos digitales de museos ni realizó visitas/actividades virtuales durante el año previo a su asistencia al momento de ser encuestada. Entre quienes sí (24%), la mayoría lo hizo en museos nacionales.

Interacción con contenidos digitales en diferentes grupos



Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

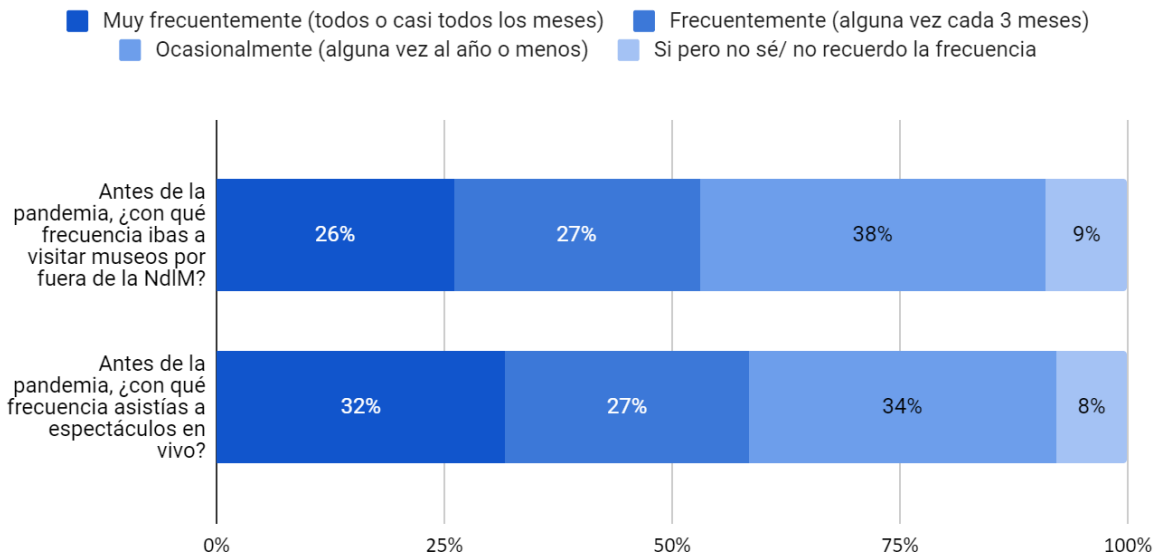
- ★ Los contenidos digitales ofrecidos por los museos tuvieron más incidencia entre las mujeres (27%) que entre los varones (15%); y entre las personas mayores (31%), que entre las más jóvenes (20%).
- ★ También se verificó más incidencia entre quienes solían ir a museos antes de la pandemia (27%) que entre quienes no (12%).

De los resultados se infiere que, si bien una gran mayoría de las y los asistentes solía visitar museos antes de la pandemia (78%), en general ese hábito no se reemplazó con visitas o actividades virtuales a museos.



Los datos de **frecuencia de asistencia a museos y espectáculos en vivo** permiten pensar que se trata de una práctica bastante habitual, ya que más de la mitad de las personas encuestadas la realizaba alguna vez cada tres meses.

Frecuencia de hábitos vinculados a museos y a espectáculos en vivo antes y durante la pandemia. En porcentajes

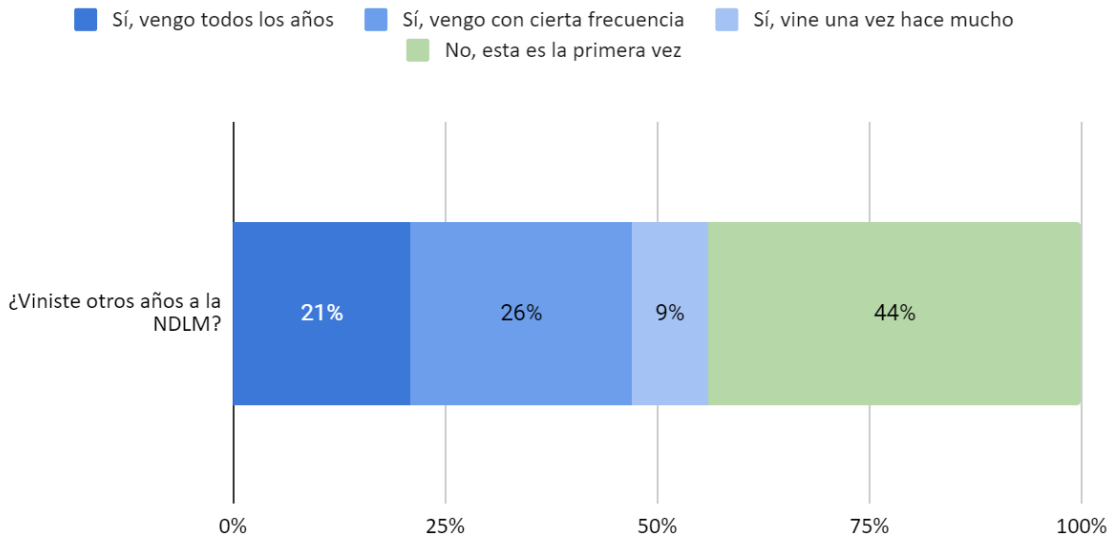


Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

Por último, debe destacarse que un **64% de la población encuestada no conocía el museo** en el que se encontraba al momento de la entrevista y un **44% era la primera vez que asistía a la Noche de los Museos**.



Asistencia previa a la Noche de los Museos. En porcentajes



Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

2. Perfiles que asisten a los museos nacionales en la Noche de los Museos

La hipótesis inicial de este informe plantea que **la Noche de los Museos es una instancia para ampliar los públicos de los museos y generar nuevos sentidos y vivencias en torno a la relación de la comunidad con el acervo museográfico- patrimonial de nuestro país.**⁹ Por su parte, los resultados de la encuesta a las y los asistentes al evento arrojan que:

- ★ un 22% no iba a museos antes de la pandemia.
- ★ un 64% no conocía el museo en el que se encontraba al momento de la entrevista.
- ★ un 44% asistió por primera vez a la Noche de los Museos en la edición 2021.

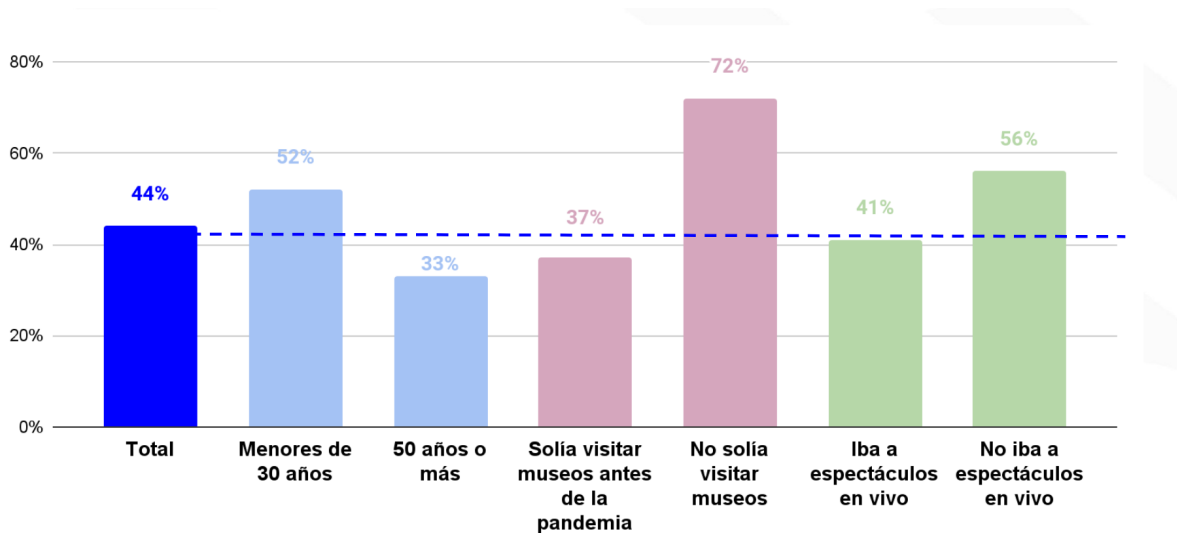
Por eso, es posible afirmar que, efectivamente, la NdIM constituye una instancia para acercar nuevos públicos a los museos, ya que hay un elevado porcentaje de personas que los visita con ocasión del evento y

⁹ Y de esta forma contribuir al objetivo estratégico Ministerial de democratizar el acceso a bienes y prácticas culturales, y de ampliar y preservar el patrimonio cultural de la Nación.



que no lo hace habitualmente, al tiempo que también hay quienes descubren en la NdIM museos que no conocían.

Asistencia a la Noche de los Museos por primera vez en diferentes grupos



Fuente: elaboración propia de la DPYSG. Noviembre 2022.

La asistencia a la NdIM presenta mayor incidencia entre las personas más jóvenes (52% de menores de 30 años vs 33% mayores de 50)); y entre quienes no contaban con el hábito de ir a museos antes de la pandemia (72% de los casos).

No obstante, cabe señalar que la NdIM no solo convoca **nuevos públicos** sino que **también asisten visitantes “habitués”**. En efecto, los datos de la encuesta muestran que:

- ★ el 78% iba a museos por fuera de la NdIM antes de la pandemia.
- ★ entre quienes asistían a museos, el 27% lo hacía al menos una vez cada tres meses
- ★ el 35% conocía el museo en el que se encontraba al momento de la entrevista.

Los datos referidos a los hábitos culturales pre pandemia permiten identificar dos perfiles o grupos entre quienes asistieron a la Noche de los Museos en 2021. Por un lado, el de los **“nuevos públicos” o “potenciales nuevos públicos de museos”**, conformado por quienes no tenían el hábito de ir al museo por fuera de la NdIM antes de la pandemia pero iban a espectáculos en vivo (20%) y por quienes no realizaban ninguna de las dos prácticas (38%). Por otro lado, el **“público de museos”**, compuesto



por quienes están habituados a realizar diversas prácticas culturales, entre ellas, la visita a museos (26%), y las personas especialmente comprometidas con las actividades de los museos y/o institutos (16%).

PERFIL 1 NUEVOS PÚBLICOS

58% de quienes respondieron la encuesta.



20% asistía a espectáculos en vivo pero **no a museos** antes de la pandemia. **34 años** promedio.

38% no asistía a museos, ni a espectáculos en vivo. Primera vez en la NdIM

PERFIL 2 VISITANTES DE MUSEOS

42% de quienes respondieron la encuesta.

26% habituado a prácticas culturales (tanto espectáculos en vivo como museos). **42 años** promedio.



16% asisten muy frecuentemente a museos. El **70%** ya había ido a la NdIM.

Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

El análisis realizado hasta aquí permite plantear **nuevos interrogantes** en los que se deberá profundizar en próximas investigaciones:

- ★ En relación con los nuevos públicos, **¿qué parte de ese segmento regresa luego al museo?, ¿en qué medida adquieren el hábito de asistir a museos por fuera del evento?**
- ★ En relación con públicos frecuentes o con el hábito de asistencia a museos, **¿qué buscan las y los visitantes habituales de museos en la NdIM?, ¿por qué van en la NdIM a un museo ya conocido?**

3. La experiencia de la Noche de los Museos

¿Qué características presentan las visitas a la edición 2021 de la Noche de los Museos? ¿En qué medida se planifica y recorre en la noche? ¿Cuánto se conoce el museo? ¿Qué los motivó a acercarse y con quién/es asistieron? ¿Cómo definen su experiencia?



Entender la Noche de los Museos como *experiencia* implica asignarle cierto **atributo transformador de subjetividades y sentidos**, de los modos de habitar el espacio público y también del vínculo visitante - museo/patrimonio.

En este sentido, más allá de los perfiles encontrados en el apartado anterior, los resultados que arroja la encuesta permiten definir la Noche de los Museos como una *experiencia* con las siguientes características:

1. Se planifica, aunque admite improvisación:

- ★ Un **80%** de las personas entrevistadas sostienen haber planificado la noche; y, entre ese grupo, casi la mitad (47%) declara *“haber elegido algún/algunos lugar/es con antelación y después improvisar”*.
- ★ La planificación tiene mayor incidencia entre las **mujeres** (46%, contra el 35% de los varones), y entre las **personas de mayor edad** (52% entre quienes tienen 50 años o más, frente al 40% entre los de menos de 50).

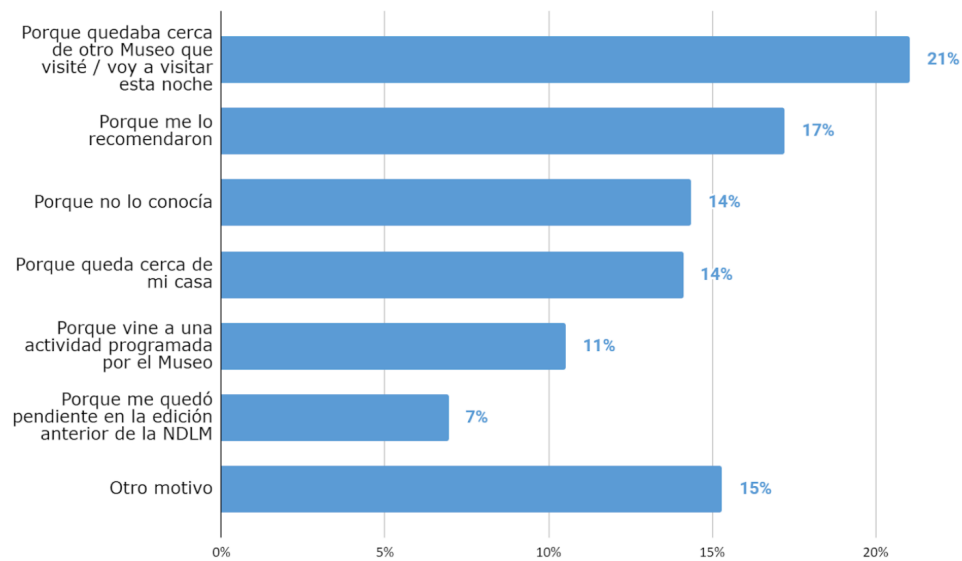
2. Implica recorrer el espacio público, ya que en el **83%** de los casos se afirma que *“además del museo en el que se les hizo la entrevista, visitaron o visitarán otros museos en la noche”*; y entre los motivos de elección del museo en el que se encuentran se destaca la opción *“Porque quedaba **cerca de otro museo** que visité / voy a visitar”* como la opción más elegida.

3. Permite identificar, conocer, descubrir nuevos museos:

- ★ El **64% no conocía el museo** en el que se encontraba al momento de la entrevista.
- ★ Entre el 35% que declaró haber asistido previamente al museo, varios **lo conocieron en otra edición de la NdIM (11%)**.
- ★ Los **motivos de visita** más elegidos son: *“Porque quedaba cerca de otro Museo que visité / voy a visitar esta noche”*; *“Porque me lo recomendaron”*; *“Porque no lo conocía”*.

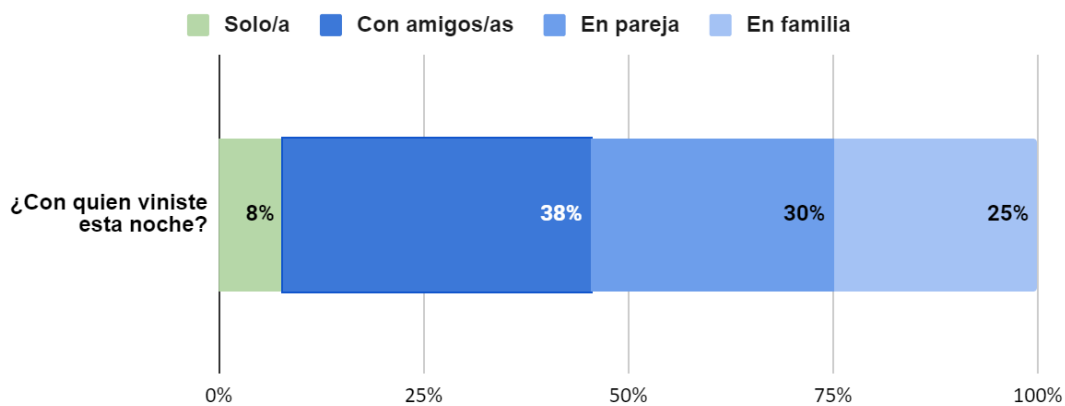


Motivos de visita a la Noche de los Museos. En porcentajes



Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

4. Es una experiencia compartida, ya que el 92% asistió en compañía



Fuente: elaboración propia de la DPySG. Noviembre 2022.

★ Entre las personas que asistieron solas (8%), se observa una mayor incidencia de quienes ya habían asistido en otras oportunidades a la Noche de los Museos (12% frente a 3%) y de personas de 50 años o más (15% frente a 5%). De aquí surge un interrogante en el que se podría profundizar (relevando mayor cantidad de casos) vinculado a si la NdLM **funciona como espacio para compartir / experiencia colectiva, aun para las personas que asisten solas.**



5. Se puede sintetizar en una palabra:



Este último ejercicio de tipo cualitativo orienta respecto de las percepciones y sentidos que giran en torno al patrimonio y al acervo museográfico en el contexto de la NdIM. **¿Se producen nuevas narrativas e interpretación o se sostienen los atribuidos históricamente? ¿Cuánto influye el sentido común en las percepciones acerca de los museos?**

4. Síntesis y hallazgos

El análisis en profundidad de la encuesta aplicada permite, en cierto modo, verificar la hipótesis planteada, al tiempo que propone nuevos interrogantes y desafíos de gestión:



- ★ La caracterización sociodemográfica de las personas encuestadas muestra que, en promedio, tienen 38 años, un 67% se autopercibe mujer y el 60% reside en CABA. Solo el 14% asistió acompañado/a de niños/as.
- ★ **Cerca del 80% de las personas que respondieron la encuesta solía visitar museos o asistir a espectáculos en vivo antes de la pandemia**, y sólo el 24% realizó visitas virtuales o interactuó con contenido digital propuesto por los museos durante el último período de la pandemia.
- ★ El 56% de las personas encuestadas declara haber asistido en otras oportunidades a la Noche de los Museos (21%, todos los años); y un 35% ya conocía el museo en el que se le realizó la encuesta (11% en una edición anterior de la NdIM). En cambio, el 44% no había asistido nunca a la NdIM; y el 64% no conocía el museo en que se encontraba al momento de la entrevista.
- ★ Se constató la hipótesis de que la Noche de los Museos constituye una **instancia para acercar nuevos públicos** a los museos, y con ella aparecen nuevos desafíos en torno de qué estrategias implementar para que los grupos asistentes retornen y desarrollen el hábito de visitar los museos.
- ★ A su vez, aparece como novedad la **fuerte presencia de visitantes de museos** que, a pesar de conocerlos por fuera de la NdIM, retornan durante el evento en busca de “algo más”.
- ★ **La Noche de los Museos puede entenderse como una experiencia que propone un recorrido por museos y espacios culturales antes que una visita puntual** (de hecho, el 83% de las personas que respondieron la encuesta realizó un recorrido), **de manera tal que el espacio público cobra protagonismo y se resignifica al ser habitado de manera colectiva**. Este desafío invita a redoblar la apuesta en términos de gestión, dado que propone a los museos e institutos la tarea de llevar adelante esa rezonificación que amplíe sus límites físicos, habilite nuevas narrativas y transforme las subjetividades que en ellos habitan.

Fin del informe.