



Variables, preguntas y datos. Una visita teórica y metodológica por el Museo Nacional de Bellas Artes de la Ciudad de Buenos Aires

Tatiana Kravetz (Universidad de Buenos Aires - merlinagk@hotmail.com)

Federico Luis Abiuso (Universidad de Buenos Aires - abiusofederico@yahoo.com.ar)

Introducción

En los últimos años asistimos a transformaciones sociales que permiten referirnos a nuevas formas de redefinir los vínculos entre los museos de arte y sus públicos. Entre otros aspectos, se enfatiza la necesidad de conocer los intereses, motivaciones, trayectorias y recorridos de quienes visitan los museos, en tanto constituyen protagonistas activos de la experiencia museística.

Sobre este trasfondo, uno de nuestros intereses de investigación consiste en indagar acerca de los museos de arte de la Ciudad de Buenos Aires y sus públicos, para lo cual hemos desarrollado distintas exploraciones teórico-metodológicas sobre la temática. Actualmente nos encontramos llevando a cabo el proyecto titulado «*Una mirada del Museo Nacional de Bellas Artes desde la composición de su público*»¹, perteneciente al Programa de Reconocimiento Institucional de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales (FSOC-UBA), al interior del cual se enmarca la presente ponencia.

En diálogo con las investigaciones producidas en la década de 1960 por Pierre Bourdieu y Alain Darbel y Regina Gibaja, presentamos resultados de una investigación² sobre los vínculos que pueden establecerse entre los públicos jóvenes y su visita al Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA³), ubicado en la Ciudad de Buenos Aires.

Siguiendo lo expuesto por Nathalie Heinich (2010), consideramos que tales experiencias se enmarcan, dentro de la cronología generacional de la disciplina sociológica del arte, en la sociología de los cuestionarios. Esta última se interesa, en términos de la autora, por el

¹ Integrado por Federico Luis Abiuso, Juan Martín Bello, Tatiana Kravetz, Jerónimo Magnarelli, Ignacio Rullansky y Rubén Veinticinque.

² Indagación que contó con el apoyo del Fondo Metropolitano de la Cultura, las Artes y las Ciencias.

³ El Museo Nacional de Bellas Artes (Buenos Aires, Argentina) constituye una de las instituciones culturales más relevantes del país, reúne en su acervo una amplia colección de reconocidos artistas argentinos e internacionales de diferentes periodos y épocas de la historia del arte. Fue creado por decreto en 1895 y en el año 1932 se trasladó a su actual edificio en el barrio de Recoleta, sobre la Av. Libertador. Cuenta con más de 12.000 objetos artísticos y cuarenta salas donde se exhibe una selección de los mismos, acorde al criterio de las exposiciones temporarias y permanentes. La disposición de las obras y los recorridos se diseñó por escuelas artísticas y por orden cronológico. El museo recibe gran afluencia de visitantes diariamente constituyéndose en un hito cultural de fundamental interés para la comunidad.



funcionamiento del entorno del arte, sus actores, sus interacciones y estructuración interna. Con un fuerte componente empírico, recurre así a distintos métodos (observaciones, encuestas, entrevistas, etc.) para abordar la recepción de las obras de arte y la descripción de sus variados públicos.

Para indagar en las relaciones entre los jóvenes y su visita al MNBA implementamos una encuesta en su modalidad presencial o cara a cara; es decir, contando con la participación efectiva del encuestador. Teniendo particularmente en cuenta que consiste en una técnica de producción de datos que permite indagar sobre múltiples temas (opiniones, actitudes, hábitos y pautas de consumo cultural, sólo para mencionar aquellos que consideramos más relevantes en nuestra investigación) en relación a los individuos o grupos estudiados (Archenti, 2012). En la realización de una encuesta convergen distintas fases, entre ellas la delimitación de las unidades de análisis que serán incluidas en la muestra, el diseño y administración del cuestionario y el procesamiento y análisis de datos.

Concretamente, en la incursión efectuada fue aplicado un cuestionario –constituido por treinta preguntas– a una muestra casual comprendida por 150 casos, durante los meses de octubre y noviembre de 2019 a jóvenes entre quince y veinticinco años. En cuanto a los diferentes componentes del instrumento de registro, el mismo se encontraba dividido en distintos bloques o ejes temáticos:

- Aspectos relacionados a la visita al museo
- Prácticas culturales y actitudes frente al arte
- Percepciones frente a los medios de comunicación
- Pertenencia al ambiente artístico

Cada uno de ellos incluyó tanto preguntas cerradas, en las cuales se le presenta al encuestado un listado de alternativas de respuestas pre-codificadas; como abiertas, en la que dispone de la posibilidad de elaborar la respuesta en sus propias palabras. Ambos tipos de preguntas incluyen distintos subtipos que fueron igualmente incluidos en el cuestionario: cerrada con respuesta dicotómica, cerrada con alternativa múltiple y respuesta única, cerrada con respuesta múltiple, pregunta abierta numérica y pregunta abierta complementando una cerrada.

Teniendo en consideración que las variables con las cuales atravesamos la instancia de contrastación teórica y empírica, es decir, aquellas que formaron parte del instrumento de registro utilizado, están ligadas a nuestro marco teórico, procuraremos señalar cuáles son las inspiraciones teóricas que dieron lugar a la composición y características del cuestionario que fue aplicado.



Específicamente, nos referiremos a tres variables: nivel educativo o nivel de instrucción (Bourdieu, Darbel y Gibaja), pertenencia al ambiente artístico (Gibaja) y conducta cultural (Gibaja) o sistema de prácticas culturales (Bourdieu y Darbel). En torno a ellas realizaremos una breve reseña teórica y nos referiremos a las implicancias que tuvieron, para nosotros, a la hora de pensar en el diseño del instrumento con el cual fue interpelado el público joven que asiste al Museo Nacional de Bellas Artes.

Además de aludir a las formas en que estas cuestiones fueron planteadas en términos de las distintas preguntas realizadas a los encuestados, otro de los roles que las variables desempeñaron en nuestra investigación apunta al plano del análisis estadístico de los principales resultados. Al respecto, damos a conocer cómo se distribuyeron porcentualmente tales aspectos en el caso concreto de la indagación desarrollada en el MNBA hacia el año 2019.

El objetivo que pretendemos abordar en esta ponencia es, por tanto, de doble entrada. Por un lado, enfatizar el papel de la teoría en la definición de las variables que hemos utilizado en nuestra investigación; pues consideramos que, en tanto conceptos, las variables no se encuentran en la “realidad” sino que forman parte de nuestro marco teórico. Por el otro, revalorizar los aportes de las investigaciones de Bourdieu, Darbel y Gibaja que nos precedieron en el tiempo, trayéndolos a la actualidad y abriendo la posibilidad de establecer puentes y hacerlos dialogar entre sí.

En este sentido, consideramos el VII Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales un ámbito más que propicio para presentar una reflexión teórico-metodológica acerca de la construcción de nuestro instrumento de registro, así como para dar a conocer algunos de los principales resultados a los cuales arribamos en la fase de análisis de los datos, particularmente en torno a aquellas variables que hemos mencionado y que ocupan un rol central en nuestra indagación.

Antecedentes de la temática

En distintas investigaciones sociales, los públicos de museos de arte han sido indagados tanto desde metodologías cuantitativas como cualitativas, buscando abordar así las múltiples facetas del objeto.

Al interior de los denominados estudios de público reconocemos como pieza fundacional la investigación de Pierre Bourdieu y Alain Darbel que dio lugar al libro *El amor al arte. Los museos europeos y su público* (1966). En ella, se valen de una metodología cualitativa para indagar sobre el comportamiento de los visitantes, así como de una metodología cuantitativa



para dar cuenta de la regularidad y frecuencia con la que concurre el público a los museos de arte europeos, particularmente en Francia. En esta última dirección es que describen –entre las principales variables a tener en cuenta– las características económicas, sociales y educativas de sus visitantes, siendo el nivel educativo central en su investigación.

En este sentido, Bourdieu y Darbel plantean, a modo de hipótesis, que el nivel de instrucción influye en la preferencia de determinados pintores por sobre otros y en el modo en que se contemplan las obras. En este sentido, diferencian una perspectiva académica, vinculada a escuelas artísticas, pintores y rasgos distintivos del estilo pictórico, de una percepción cotidiana que remite a lo sensible, a los significados y funciones de los objetos observados.

De igual modo, la variable educativa es concebida por los autores como aquella con mayor peso explicativo para dar cuenta de la frecuentación a los museos de arte. De esta manera, el público de arte suele ser joven debido a que es más probable que la primera visita se produzca principalmente en un contexto educativo, luego la frecuentación tiende a disminuir con el transcurso de los años. Con excepción de aquellos visitantes asiduos, quienes de acuerdo a su composición global de capitales, tuvieron un efecto duradero de la educación sobre la práctica de asistir al museo.

Además de la importancia atribuida al nivel de instrucción, otro de los aspectos que nos interesa recuperar de esta investigación pionera en el campo de la sociología del arte, es la noción de sistema de prácticas culturales, definida como el conjunto de actividades compartidas por individuos de la misma categoría social, tales como ir a conciertos, al cine y al teatro.

Para la misma época, pero desde Argentina y poniendo la mirada particularmente en uno de los museos más significativos de la Ciudad de Buenos Aires, otra referencia ineludible al interior del campo de estudio es *El público de arte. Encuesta en el Museo Nacional de Bellas Artes* (1964) de Regina Gibaja. Presentado como el producto de una encuesta implementada en la exposición de pintura moderna organizada en el mes de agosto de 1961, su principal objetivo consistió en conocer la composición del público, sus características personales y sociales y las motivaciones que determinaban su concurrencia. El trabajo pionero de Gibaja no constituye solamente una parte sustancial del estado del arte, sino también una importante matriz frente a la cual comparar a los públicos del pasado y del presente, resignificando, de esa manera, su aporte en la actualidad.

Inspirándose en las incursiones al mundo del arte realizadas previamente por Bourdieu, y reconociendo a la vez a Gibaja como el primer estudio de público de arte realizado en América Latina, Néstor García Canclini coordinó una investigación sobre los visitantes a exposiciones de artistas extranjeros y nacionales en la ciudad de México, entre los años 1982 y 1983. Los



resultados de la misma fueron plasmados en *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte* (1987). Entre las principales dimensiones a considerar a la hora de pensar sobre los museos, es planteada aquella que parte de las necesidades y los intereses del público. En este sentido, García Canclini (1987: 59) nos invita a reflexionar acerca de los siguientes interrogantes:

¿Por qué van a los museos diferentes sectores sociales? ¿Por qué creció la asistencia en los últimos años? ¿Qué ven, cómo aprecian las obras, qué quisieran encontrar? ¿Cómo relacionan lo que se presenta en las exposiciones con los otros lugares en que forman su gusto visual: la calle, la casa, la escuela, los medios masivos? ¿Por qué gran parte de la población no se interesa por los museos?

Como otro aspecto que nos interesa retomar, también señala la importancia de tener en cuenta las particularidades locales. Al respecto, destaca algunas diferencias, plasmadas en los resultados de la investigación, con experiencias previas y de otros países: la extracción socioeconómica y educacional del público que asiste al museo, la influencia de la enseñanza escolar y la relación con la propia historia, los parámetros desde los cuales admiran o rechazan las obras. Otra de las especificidades en el caso de México apunta a que una proporción más alta de visitantes se encuentra mayormente habituado a las ofertas culturales, a estar familiarizados con el museo y a las innovaciones que estos espacios propician, en comparación con otros países latinoamericanos.

Volviendo nuevamente al plano de Argentina, otra referencia ineludible a la temática que proponemos abordar es la investigación realizada –también a través de la técnica de encuesta– por César Lorenzano en el Museo Nacional de Bellas Artes durante los meses de octubre y noviembre de 1987, y cuyos principales resultados fueron presentados en las *III Jornadas de Sociología* de la Universidad de Buenos Aires (realizadas en noviembre de 1998). Si bien el autor sostiene que fue administrado un cuestionario similar al de la experiencia de Gibaja, destaca que el mismo contó con un mayor énfasis en conocer aquellos aspectos relativos a la posición socioeconómica de los asistentes al museo (mediante distintos indicadores tales como ocupación, propiedad de la vivienda, barrio de residencia, lugar de nacimiento, posesión de automóvil, etc.). En otras ocasiones del trabajo de campo, especialmente en las exposiciones de Fader y Chagall, fueron introducidas otros tipos de preguntas, que apuntaban más bien a conocer los criterios a través de los cuales los visitantes apreciaban las obras, a la vez que se les pedía a los encuestados que situaran las obras de los artistas en una corriente pictórica y que



nombraran algunos pintores argentinos, con miras a evaluar el conocimiento que poseían al respecto.

Desde una impronta institucional, el Museo Nacional de Bellas Artes desarrolló algunos estudios sobre la composición sociodemográfica de su público, así como de cuestiones vinculadas a la educación (para más detalle, ver Chagra y Giese, 2015).

Otras aproximaciones al estudio de los públicos se han nutrido de técnicas y estrategias metodológicas cualitativas. Entre ellas podemos mencionar las investigaciones de Eliseo Verón y Martine Levasseur (1983) en una exposición en París, en donde combinaron análisis semiótico, observación etnográfica y entrevistas en profundidad. Como producto de las mismas, los autores elaboraron una tipología (“hormigas”, “mariposas”, “peces” y “langostas”) a partir de los comportamientos y recorridos de los visitantes.

Con eje en el Museo de Arte Popular José Hernández de Buenos Aires, y a partir de su propio taller de estudios de público, podemos referir a aquellas indagaciones realizadas por Ana María Cousillas, basadas en entrevistas cualitativas y observaciones de los visitantes del museo, a la vez que incorporando a la semiótica como herramienta de trabajo. Se pueden mencionar igualmente los trabajos de Mirta Bialogorski y Paola Fritz, quienes también recuperan una perspectiva semiótica que privilegia el análisis de las interpretaciones del patrimonio cultural. En diálogo con las experiencias de Bourdieu, Darbel y Gibaja, y nutrida asimismo de herramientas cualitativas y cuantitativas de investigación social, otra exploración teórico-metodológica fue la realizada por Abiuso y Kravetz (Kravetz, 2016; Kravetz y Abiuso, 2016; Abiuso y Kravetz, 2020) en torno a dimensiones relevantes del público que asiste a los museos de arte de la Ciudad de Buenos Aires, y al MNBA en particular.

Algunas de estas dimensiones, nivel educativo o nivel de instrucción, pertenencia al ambiente artístico, conducta cultural o sistema de prácticas culturales, serán desarrolladas en los siguientes apartados de la ponencia.

I. Definiciones conceptuales de las variables

Iniciamos nuestro recorrido señalando el modo en que Bourdieu y Darbel definen el nivel educativo (o nivel de instrucción) mediante los diplomas obtenidos y la duración de la escolaridad. Para los autores, esta variable desempeña un rol fundamental, ya que es la que tiene la mayor virtud explicativa para dar cuenta de la frecuentación a los museos de arte. Así resumen su centralidad, al señalar que “todas las conductas de los visitantes y todas las actitudes



respecto de las obras expuestas están ligadas directamente y casi exclusivamente a la instrucción” (Bourdieu y Darbel, 2012, 140).

Si bien el diploma más elevado obtenido es el principal indicador del nivel de instrucción, en algunos casos –especialmente para los sectores autodidactas de las clases medias– no es suficiente, ya que se atribuyen un nivel cultural superior al que indican sus diplomas, por lo tanto se hace preciso introducir la duración de la escolaridad como dimensión relevante.

Para Gibaja, por su parte, el nivel de educación se distingue en tres niveles: primaria incompleta/completa, secundaria incompleta/completa y universitaria incompleta/completa. En sintonía con Bourdieu y Darbel, la autora reconoce también el fuerte peso que tiene la educación en la práctica de visitar el museo, así como en otras actividades culturales tales como leer libros, escuchar música clásica, ir al cine, al teatro. Aunque Gibaja (1964:47) destaca que para la concurrencia a exposiciones tiene mayor peso la pertenencia a sectores artísticos, “cuando se trata de una manifestación artística, la educación es menos determinante que el interés específico o profesional por lo artístico”. Justamente ésta constituye otra de las variables que nos interesa retomar en la ponencia, y a la cual Gibaja rotula pertenencia a ambientes artísticos. Con ella pretende distinguir, entre el público en general, aquellas personas que realizan alguna actividad o tienen relaciones profesionales vinculadas con el mundo del arte o con ambientes artísticos. Advierte que se trata de una categoría lo suficientemente amplia para incluir una amplia gama de perfiles.

En cuanto a la variable conducta cultural, Gibaja la define como la frecuencia o la regularidad con que se asiste a exposiciones y conciertos, se leen libros y se escucha música por radio, y la preferencia por distintos tipos de música y de libros. Para la autora, el objeto de análisis se circunscribe a la descripción de estas regularidades para distintos subgrupos de la muestra (grupos de edad, sexo, educación, ocupación y pertenecía al ambiente artístico).

Desde similares coordenadas teóricas, Bourdieu y Darbel conceptualizan el sistema de prácticas culturales como el conjunto de actividades compartidas por individuos del mismo nivel educativo o categoría social. En este sentido, una determinada práctica de la esfera cultural estará relacionada con un alto nivel de probabilidad a otro tipo de práctica equivalente en el campo cultural. Por ejemplo, quienes asisten frecuentemente a los museos, es igualmente probable que también concurren a teatros y conciertos.

Los conocimientos y gustos tienden a constituirse en constelaciones (estrictamente ligadas al nivel de instrucción) de modo que una estructura típica de las preferencias y los saberes en pintura tiene todas las posibilidades de estar



ligada a una estructura del mismo tipo de los conocimientos y los gustos en música, o incluso en jazz o en cine. (Bourdieu y Darbel, 2012: 174-175)

De acuerdo a su significancia, en nuestras investigaciones nos apropiamos de estas definiciones para dar cuenta de la composición de los públicos que asisten al museo. En este sentido, traducimos las variables de nivel educativo, pertenencia al ambiente artístico y sistema de prácticas culturales en preguntas que formaron parte de nuestro instrumento de registro cuantitativo.

II. Preguntas

El cuestionario que aplicamos a los jóvenes que visitaron el MNBA, se compuso de treinta preguntas distribuidas en cuatro grandes bloques temáticos (Aspectos relacionados a la visita al museo, Prácticas culturales y actitudes frente al arte, Percepciones frente a los medios de comunicación y Pertenencia al ambiente artístico) al interior de los cuales se distribuían las tres variables trabajadas en la ponencia.

En el caso de nivel educativo, en el instrumento de registro se preguntaba por el Máximo nivel educativo alcanzado, tratándose de una pregunta abierta en la cual solicitamos a los encuestados que se expresaran en sus propias palabras.

Respecto a la pertenencia al ambiente artístico, primero indagamos si la persona tiene algún tipo de relación con el mundo artístico en sus estudios o trabajo (pregunta cerrada dicotómica). Luego, sólo para quienes respondieron que “sí”, les pedimos que especificaran en qué consistía esa relación (es decir, una pregunta abierta complementando una cerrada).

Ya sea que lo definamos desde la conducta cultural o como sistema de prácticas culturales, nuestro instrumento de registro estuvo compuesto por un bloque temático dedicado a relevar, por un lado, si la persona concurría efectivamente a otros museos no específicos de arte (pregunta cerrada dicotómica), y quienes respondían afirmativamente se les pedía –en una pregunta abierta complementando una cerrada– que mencionaran cuáles eran las instituciones museísticas visitadas.

Y por el otro, la frecuentación a museos en general, museos de arte en particular, conciertos, teatro y cine, fue trabajada a partir de una pregunta cerrada con alternativas múltiples y respuesta única, cuyas opciones de respuesta eran “Una vez por semana”, “una vez por mes”, “dos veces por mes”, “tres o cuatro veces por año”, “una vez por año”, “nunca”.



Asimismo indagamos en la concurrencia a otros eventos culturales que únicamente se realizan una o dos veces al año en la Ciudad de Buenos Aires: La Noche de los Museos, Feria del Libro, festivales de cine y ferias varias, como la Comic-Con. En este caso se trataba de una pregunta cerrada con respuesta múltiple en el cual la persona encuestada podía elegir más de una opción de respuesta.

Particularmente, la Noche de los Museos ha adquirido cierta relevancia en los últimos años, especialmente en tanto ocasión para visitar museos de forma gratuita y conocer instituciones que habitualmente se encuentran cerradas al público. Y también recuperando la dimensión de nocturnidad, ocio y salida a la cual invita entre los segmentos jóvenes (Melgar, Chiecher, Elisondo y Donolo, 2017).

A continuación presentamos los principales resultados de estas tres variables al ser puestas en juego en un encuentro con el momento empírico desarrollado en el año 2019, tomando como unidad de análisis a los jóvenes que asisten al MNBA. Y reconociendo que aquello fue primero definido conceptualmente y luego traducido en las preguntas mencionadas en este apartado⁴. Hacemos la aclaración que la implementación del cuestionario fue realizada cuando los visitantes salían del museo, para que pudieran describir con el mayor grado de detalle posible cómo había sido su experiencia.

III. Datos

La población encuestada se compuso de jóvenes entre 15 a 25 años, ya que siguiendo a Bourdieu y Darbel (2012) es precisamente en la edad estudiantil cuando es más probable que sean asiduas las visitas al museo. En este sentido, algunos de los jóvenes estaban realizando su primera incursión en el marco de una actividad relacionada con sus estudios.

Dentro de este rango etario, la distribución de los encuestados se compuso de la siguiente manera: 59% entre 20 y 25 años y 41% entre los 15 y 20 años. En el transcurso de los meses en los cuales fue administrado el cuestionario, concurren 61% de mujeres y 39% de hombres. Respecto al lugar de residencia, 43% de los visitantes vive en el Gran Buenos Aires, 29% en la Ciudad de Buenos Aires, 16% en el interior de Argentina y 12% en otros países.

⁴ Las preguntas sobre nivel educativo y pertenencia al ambiente artístico fueron igualmente incluidas en un cuestionario que estamos implementando de manera *online* –en el marco del proyecto de investigación «Una mirada del Museo Nacional de Bellas Artes desde la composición de su público»– con la finalidad de producir datos sobre los modos en que se vincularon las personas con el MNBA cuando éste se vio obligado a cerrar sus puertas debido a la pandemia COVID-19.



Uno de los aspectos más significativos de los estudios de públicos de arte, de acuerdo a las perspectivas teóricas hasta aquí reseñadas, apunta al nivel educativo. En la investigación desarrollada, el 38% de los jóvenes finalizaron o se encontraban cursando el nivel medio, mientras que el 62%, estudios superiores. Entre estos últimos, predominaban aquellos encuestados que se encontraban cursando alguna carrera universitaria al momento de responder el cuestionario.

A grandes rasgos podemos caracterizar que se trata de una población estudiantil, puesto a que la mayor concentración de casos se ubica entre quienes se encontraban con sus estudios en curso, en comparación a quienes efectivamente ya habían completado los mismos. De modo ilustrativo entre los universitarios, 41% tenían su carrera en curso y 9% la habían completado. En cuanto a la pertenencia al ambiente artístico, casi la mitad de los encuestados (48%) afirmaron tener algún tipo de relación. De manera desglosada refirieron a sus estudios, tanto de nivel secundario, así como también carreras universitarias (26%), entre las cuales sobresalen, por su significativa distribución de casos, Artes Visuales, Curaduría, Bellas Artes y Profesorados artísticos. Señalaron también la realización de otras prácticas artísticas (18%), principalmente música, danza y teatro. Y finalmente, un porcentaje menor aludió que su actividad laboral (4%) se relacionaba con el mundo del arte.

Respecto a la conducta cultural, o al sistema de prácticas culturales, 60% de los encuestados habían asistido con anterioridad a otros museos y espacios culturales (de arte y de otras temáticas), siendo mencionados principalmente el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), Centro Cultural Kirchner (CCK), Museo Argentino de Ciencias Naturales “Bernardino Rivadavia”, Centro Cultural Recoleta y Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA).

En cuanto a la reiteración en que los visitantes realizan una determinada actividad cultural, nos interesó particularmente conocer la frecuentación de los jóvenes a museos en general, museos de arte en particular, conciertos, teatro y cine. A continuación presentamos las distribuciones porcentuales obtenidas para cada una de las prácticas en cuestión (Tabla N°1).

Como puede observarse, la concurrencia al cine es la actividad cultural que tiene una mayor frecuentación entre el público joven, siendo una vez por mes (33%) la categoría de respuesta con más porcentaje. En las antípodas, la práctica de ir al teatro es la que posee la menor concurrencia: 36% no asiste nunca.

Tanto para los museos en general, los museos de arte y el MNBA, así como también para la asistencia a conciertos, la frecuentación que más predomina entre los jóvenes encuestados es de una vez por año, con valores de 37%, 37%, 25% y 27%, respectivamente.

TABLA N°1. Frecuentación de prácticas culturales.

	MNBA	Museos de arte	Museos	Teatro	Cine	Conciertos
Una vez por semana	1%	3%	3%	7%	6%	1%
Una vez por mes	-	10%	9%	9%	33%	21%
Dos veces por mes	1%	4%	4%	2%	24%	9%
Tres o cuatro veces por año	11%	23%	27%	23%	20%	17%
Una vez por año	25%	37%	37%	23%	9%	27%
Nunca	4%	23%	20%	36%	8%	25%
NS/NC	1% ⁵	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación *La juventud en el arte: La composición del público que asiste al Museo Nacional de Bellas Artes*, 2019.

Otra forma de agrupar los datos es siguiendo la perspectiva institucional del propio MNBA (Chagra y Giese, 2015), que define al visitante frecuente como aquel que asiste al museo más de tres veces al año.

TABLA N°2. Frecuentación de prácticas culturales, según tipo de visitante.

	MNBA	Museos de arte	Museos	Teatro	Cine	Conciertos
Visitante frecuente	13%	40%	43%	41%	83%	48%
Visitante esporádico	25%	37%	37%	23%	9%	27%
Visitante no iniciado	4%	23%	20%	36%	8%	25%
NS/NC	1%	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación *La juventud en el arte: La composición del público que asiste al Museo Nacional de Bellas Artes*, 2019.

Tal como se ilustra en la tabla, los encuestados serían visitantes frecuentes del MNBA en un 13%. En cuanto a los museos de arte, los porcentajes se encuentran repartidos de manera más o menos equitativa entre quienes serían visitantes frecuentes (40%) y quienes visitantes esporádicos (37%). Similar distribución encontramos en los museos en general: 43% de visitantes frecuentes frente a 37% de visitantes esporádicos. Mención especial merece el cine, sobresaliendo nuevamente en esta reagrupación de los datos con un 83% de visitantes frecuentes. Finalmente, tanto para el teatro como el cine, la cantidad de visitantes frecuentes

⁵ Recordemos que del total de encuestados, 43% había asistido previamente al MNBA (el porcentaje con el cual trabajamos esta variable), mientras que 57% lo hacía por primera vez al momento en que fue administrado el cuestionario.



prácticamente duplica a la de visitantes esporádicos, quienes realizan únicamente una vez por año estas prácticas culturales.

Acerca de la concurrencia a otros eventos culturales esporádicos, los encuestados afirmaron concurrir a la *Feria del Libro* (63%), *Noche de los Museos* (52%), festivales de cine (27%) y a ferias temáticas como la Comic-Con o de recreacionismo histórico (21%).

Si bien el cuestionario se compuso de varios ejes temáticos (Aspectos relacionados a la visita al museo, Prácticas culturales, Actitudes frente al arte, Percepciones frente a los medios de comunicación y Pertenencia al ambiente artístico), para los fines de esta ponencia presentamos los principales resultados respecto a nivel educativo, pertenencia al ambiente artístico y conducta cultural o sistema de prácticas culturales, variables que consideramos significativas de acuerdo a los marcos teóricos en que basamos nuestra investigación.

Reflexiones finales

La ponencia pretende ser una contribución a los estudios de públicos en Argentina, en este caso en un museo en particular (el Museo Nacional de Bellas Artes, recuperando aquella experiencia pionera de Gibaja durante la década del sesenta), y, en simultáneo, revalorizar los aportes de las investigaciones que nos precedieron en el tiempo –tanto nacionales como aquellas provenientes de América Latina y de otros países del mundo–, trayéndolos a la actualidad y abriendo la posibilidad de establecer puentes y diálogos con nuestras incursiones.

A la vez que un aporte para reflexionar acerca de la determinación teórica de todo proceso de investigación, al enfatizar que las variables con las cuales interpelamos la realidad empírica no se encuentran en la “realidad”, sino que son definidas como aquellos conceptos que forman parte de nuestro marco teórico y con los cuales, mediante su traducción en las preguntas que formaron parte de nuestro instrumento de registro, interrogamos el mundo social. A esta idea apuntábamos al titular el escrito «Variables, preguntas y datos», dando cuenta que constituyen aspectos interrelacionados entre sí que atraviesan todo camino de construcción de conocimiento científico, y que involucran tomar decisiones tanto teóricas como metodológicas.

En el escenario inaugurado por la pandemia COVID-19, se abre la posibilidad de indagar en las estrategias desarrolladas por los museos para captar nuevos públicos y mantener la comunicación con los visitantes frecuentes, cuando éstos debieron cerrar sus puertas a la presencialidad. Considerando las posibilidades que ofrece la virtualidad para revitalizar tanto su patrimonio, actualizando las obras de arte que dispone y exhibe, por medio de los soportes multimedia; como también a partir de la interactividad, habilitada mediante la digitalización y



difusión de las distintas prácticas y actividades del museo, aspectos que los autores de la ponencia estamos trabajando actualmente.

Bibliografía

Abiuso, F.L. y Kravetz, T. (2020). El hábitat del Museo Nacional de Bellas Artes: un recorrido teórico-metodológico. *Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano*, 3(1), 3-18.

Archenti, N. (2012). El sondeo. En A. Marradi, N. Archenti y J.I. Piovani (2012). *Metodología de las ciencias sociales* (pp. 179-190). Buenos Aires: Cengage.

Bourdieu, P. y Darbel, A. (2012). *El amor al arte: los museos de arte europeo y su público*. Buenos Aires: Prometeo.

Chagra, N. y Giese, A. (2015). *¿Para quién es el museo? Estudios de Visitantes del MNBA*. Buenos Aires: MNBA.

García Canclini, N. (1987). Museos y público: cómo democratizar la cultura. En E. Cimet, M. Dujovne, N. García Canclini, J. Gullco, C. Mendoza, F. Reyes Palma y G. Soltero, *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte* (pp. 49-63). México: Inba.

Gibaja, R. (1964). *El público de arte. Encuesta en el Museo Nacional de Bellas Artes*. Buenos Aires: Eudeba.

Heinich, N. (2010). *La sociología del arte*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Kravetz, T. (2016). Revisitando el Museo Nacional de Bellas Artes: la composición del público que asiste. En J. Campos y M.A. García (Comps.), *Actas de las IV Jornadas Internacionales y VII Nacionales de Historia, Arte y Política* (pp. 320- 339). Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Disponible en: <https://dhtarte.files.wordpress.com/2015/03/actas-jhap-2016.pdf>

Kravetz, T. y Abiuso, F.L. (2016). Arte y museos: ¿cómo se da la interacción entre el público y las obras?. En A. Palermo y A. M. Pérez (Comps.). *Nuevos protagonistas en el contexto de América Latina y el Caribe* (pp. 1979-1992). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CEFIS-AAS.

Lorenzano, C. (1998). El público de arte treinta años después. Ponencia presentada en las *III Jornadas de Sociología, La cuestión social hoy*. Realizadas del 12 al 14 de noviembre de 1998 en la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.



Melgar, M., Chiecher, A., Elisondo, R. y Donolo, D. (2017). Museos y consumo cultural. Percepciones y experiencias en la Noche de los Museos. *E-rph. Revista Electrónica de Patrimonio Histórico*, 21, 171-204.

Papalini, V. y Moguillansky, M. (2016). Los estudios sobre los públicos de arte. En M. Grillo, V. Papalini y S. Benítez Larghi (Comps.). *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea* (pp. 85-128). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.