

El público de museos en tiempo de pandemia. Impacto de la COVID-19

Presentación

El presente estudio es una iniciativa del Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM) del Ministerio de Cultura y Deporte. El LPPM, coordinado desde la Subdirección General de Museos Estatales, promueve la investigación del público con el objetivo de estrechar el vínculo de los museos con la sociedad y mejorar el servicio prestado a los ciudadanos.

Tras el Real Decreto 463/2020 de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la crisis sanitaria, los museos españoles cierran sus puertas. Desde el primer momento mantienen su conexión con la ciudadanía a través de plataformas

digitales; una vez reabiertos, reanudan su actividad presencial en un contexto de restricciones, que condicionan intensamente las prácticas culturales de la población. La primera consecuencia de ello es una pronunciada caída de las cifras de visitantes.

Este estudio analiza los cambios que se han producido en el hábito de visita a los museos de nuestro país, haciendo especial énfasis en las motivaciones que inducen a los ciudadanos a retomar, o no, sus prácticas culturales previas a la pandemia. Se pretende con ello conocer el grado de implicación de la población con los museos, y ayudar así a estas instituciones a resituarse en este nuevo escenario.

Índice de contenidos



Diseño del estudio

Datos básicos



Objetivo

Conocer el impacto de la COVID-19 en la población española en relación con sus hábitos de visita y su percepción de los museos, antes, durante y después del confinamiento.



Metodología y herramienta

Encuesta *online* dirigida a una muestra representativa de la población española mayor de 16 años y consumidora de actividades culturales.

18

preguntas

+

7

sociodemográficas

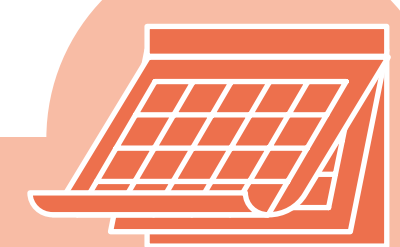


Muestra

1.208

entrevistas

distribuidas según cuotas de género y zona geográfica



Periodo recogida datos



15 al 17 de diciembre 2020

Diseño del estudio

Características de los participantes



Los participantes son diversos en edad y género, con una representación de **mujeres** y de **personas entre 36 y 60 años** algo superior a la de la población española. Por el contrario, los jóvenes entre 16 y 35 y los mayores de 61 están ligeramente infrarrepresentados.



Tres de cada diez personas se han visto afectadas laboralmente a causa de la COVID-19.



Entre ellas, la situación más mencionada es el desempleo (22%), seguida por los que han pasado a teletrabajar (18%) y el 14,5% que está en situación de ERTE. Otros trabajadores han visto reducidos su horario o sus ingresos.

Diseño del estudio

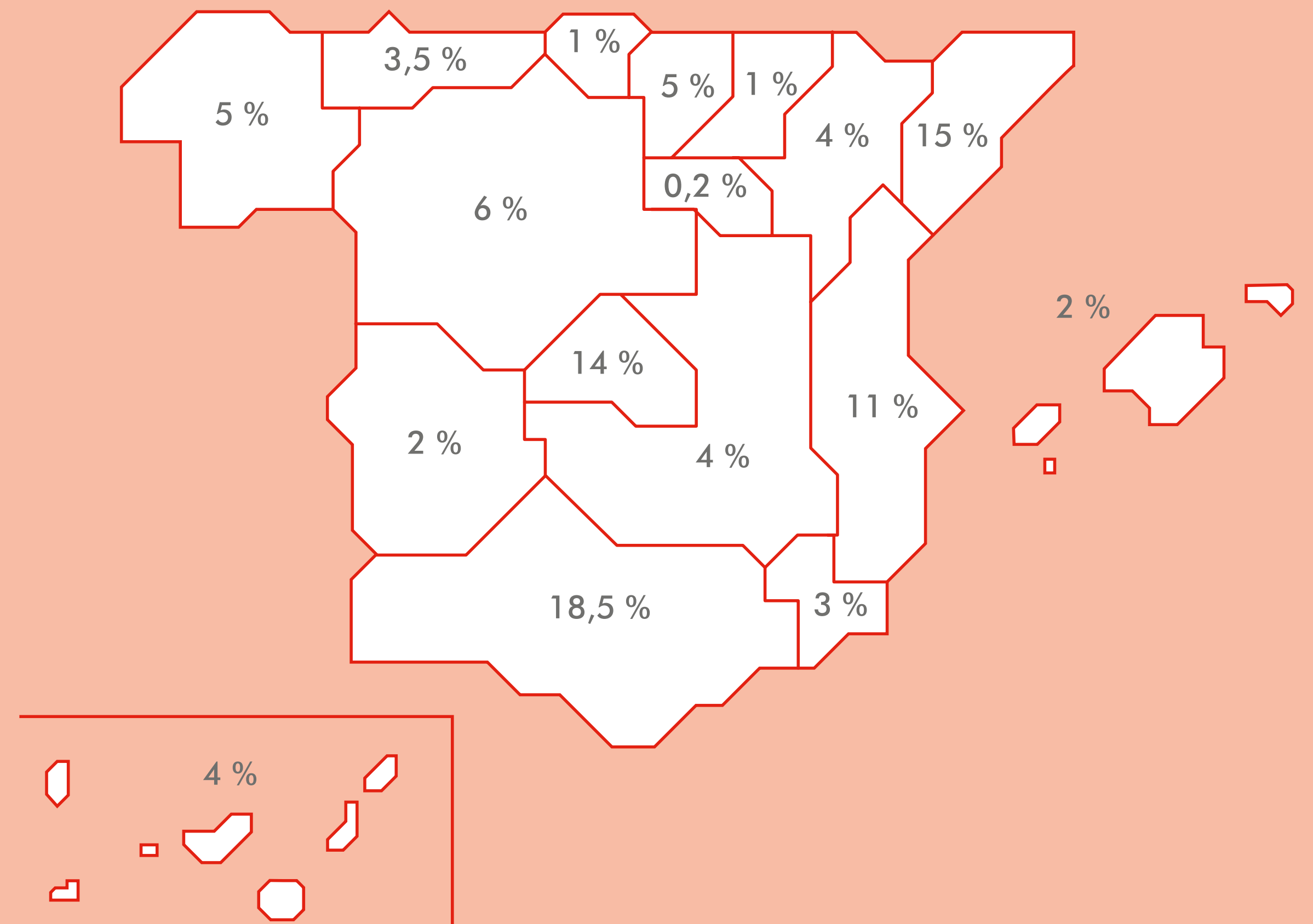
Características de los participantes

Las comunidades autónomas con mayor índice de participación en la encuesta coinciden con su representación dentro de la población española y son, en este orden, Andalucía, Cataluña, Comunitat Valenciana y Madrid.



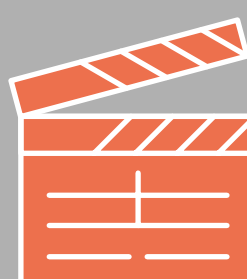
Más de la mitad de los participantes vive en municipios de más de 100.000 habitantes.

Andalucía: 18,5 %
Aragón: 4 %
Principado de Asturias: 3,5 %
Canarias: 4 %
Cantabria: 1 %
Castilla y León: 6 %
Castilla - La Mancha: 4 %
Cataluña: 15 %
Comunitat Valenciana: 11 %
Extremadura: 2 %
Galicia: 5 %
Illes Balears: 2 %
La Rioja: 0,2 %
Comunidad de Madrid: 14 %
Región de Murcia: 3 %
Comunidad Foral de Navarra: 1 %
País Vasco: 5 %

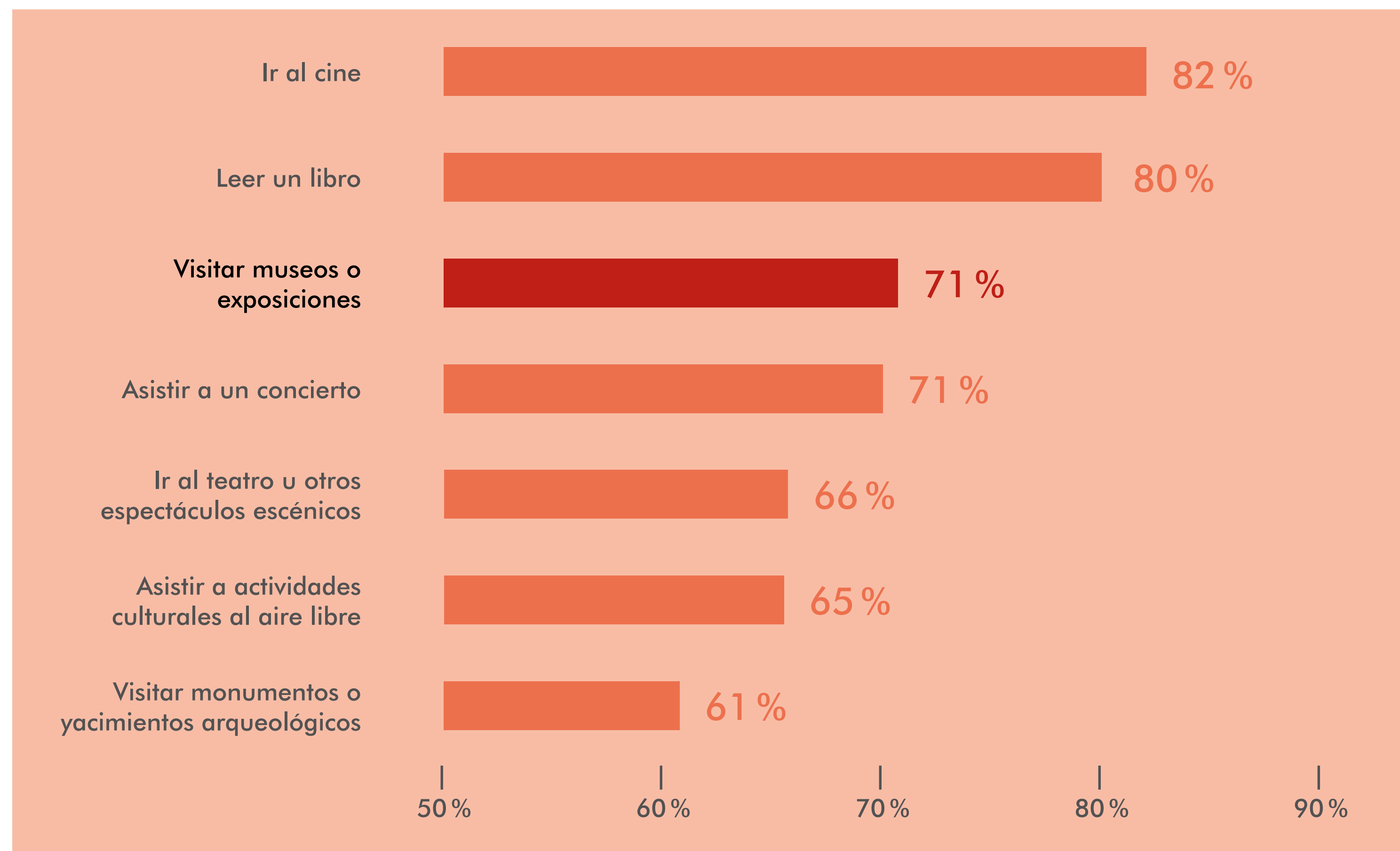


Las visitas a museos antes de la pandemia

Frecuentación de museos y otras actividades culturales



Antes de la pandemia, la actividad cultural más habitual que las personas encuestadas solían realizar en el tiempo libre era ir al cine, seguida de la lectura. **7 de cada 10 personas** declaran que **solían visitar museos** o exposiciones en su tiempo de ocio, porcentaje similar a la asistencia a conciertos y superior a la visita a monumentos y yacimientos arqueológicos.



Las visitas a museos antes de la pandemia

Intensidad del vínculo con los museos

Aunque el porcentaje de personas que afirman visitar museos parece en principio bastante alto, el grado de vinculación varía mucho de unas personas a otras.

Destaca la estrecha relación que existe entre la visita a museos y el turismo

64%

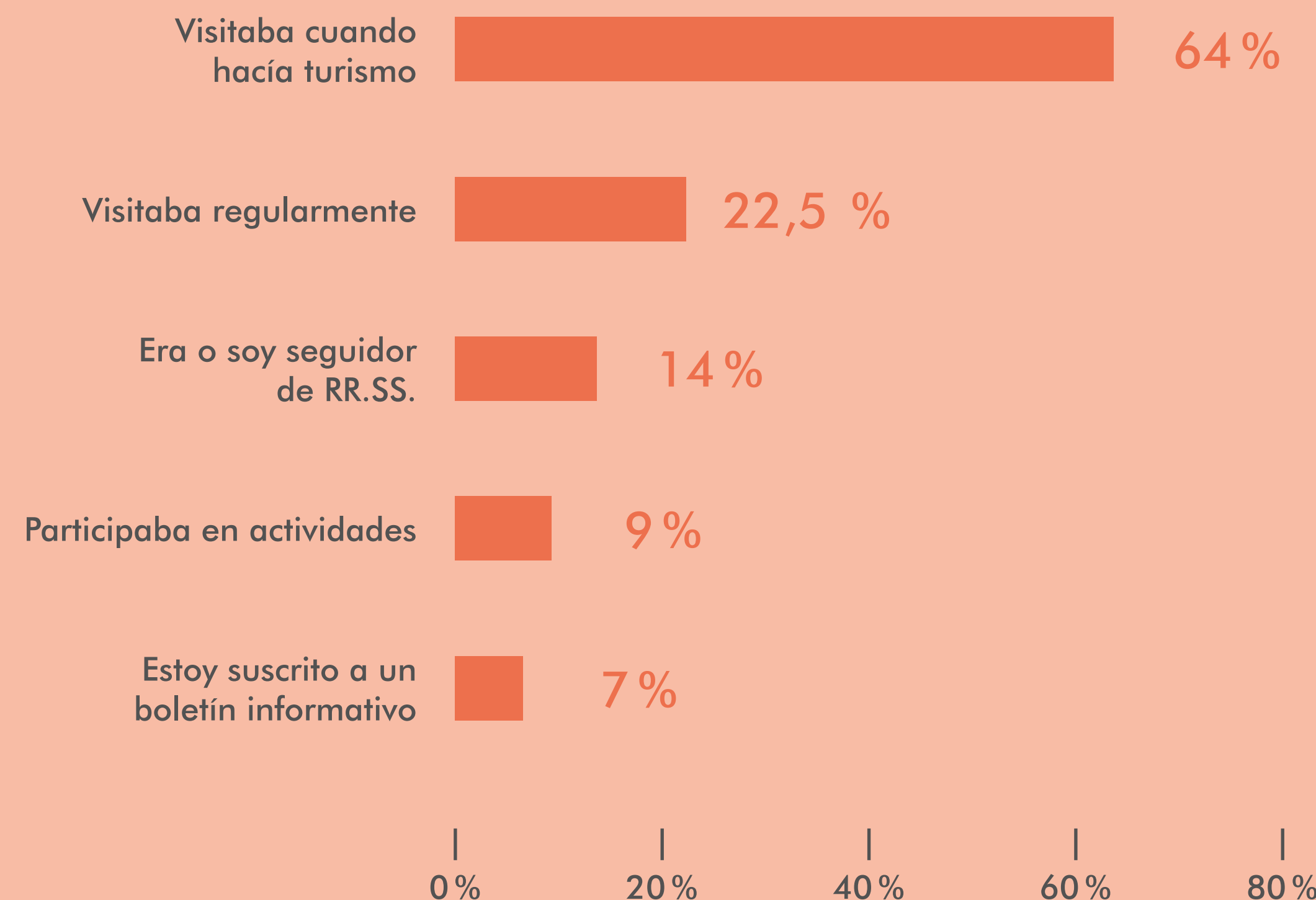
Visitaba museos solo o sobre todo cuando viajaba



22,5%

Visitaba museos de forma habitual

Porcentaje similar al 20% que, según la EHPC 2018-19*, había visitado al menos, un museo en el último trimestre



*Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018-2019. Ministerio de Cultura y Deporte.

De nuevo abiertos: visitas en pandemia

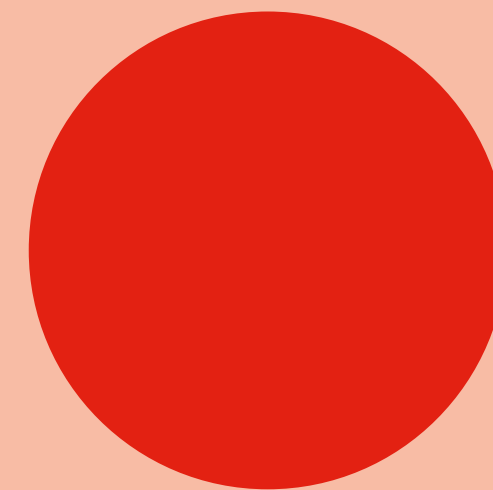
Personas que han visitado museos tras el confinamiento

22%

Según los resultados de este estudio, el 22,4% de la población española mayor de 16 años ha visitado, como mínimo, un museo o una exposición, en los meses transcurridos desde la reapertura hasta diciembre de 2020. Es una proporción prácticamente igual a la de los que declaraban visitar museos regularmente antes de la pandemia (22,5%).

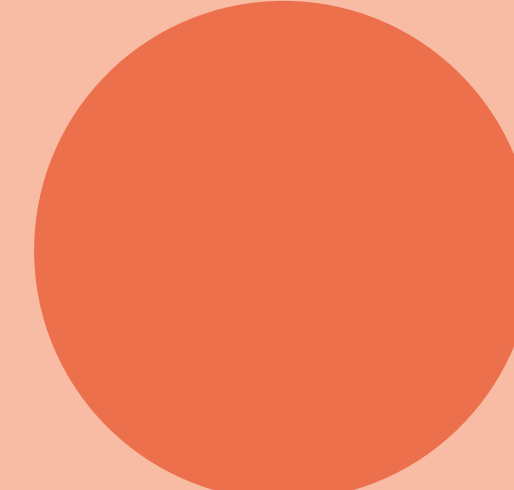
Frente a este dato, cerca del 78% no ha visitado museos debido a las restricciones, a la sensación de inseguridad y a que no tenía adquirido ese hábito.

22%



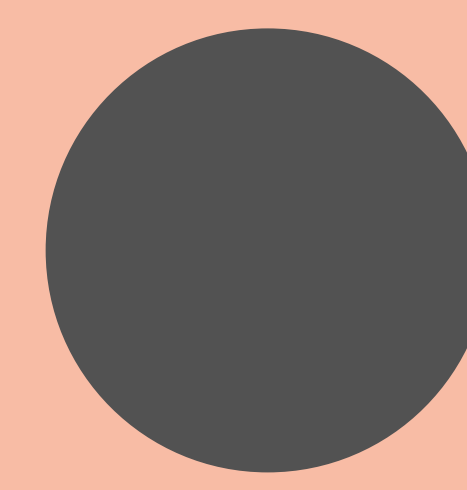
He visitado, en la medida que me lo han permitido las restricciones

24%



No, lo habría hecho, pero no he podido por las restricciones

19%

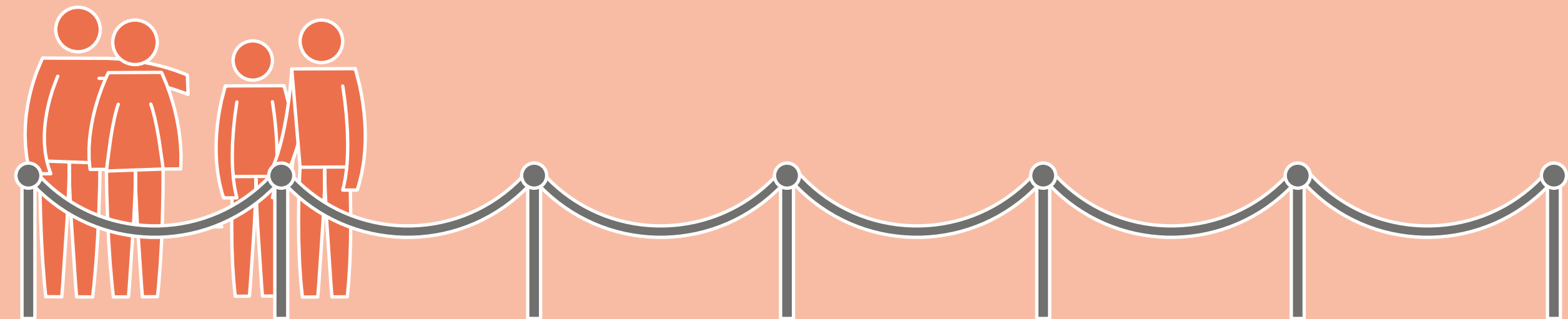


No, no me parece seguro

34%



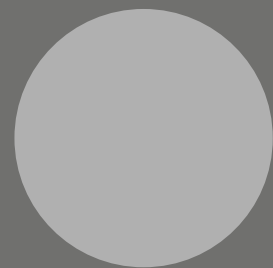
No, ya no lo hacía antes



De nuevo abiertos: visitas en pandemia

Evolución respecto al hábito previo de visita

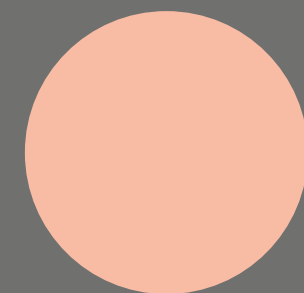
El análisis comparativo de las personas que visitaban regularmente museos antes de la pandemia (22,5%) y las que lo han hecho después del confinamiento, ha permitido identificar 4 perfiles de ciudadanos en relación con la visita a museos.



10%

Retoma la visita

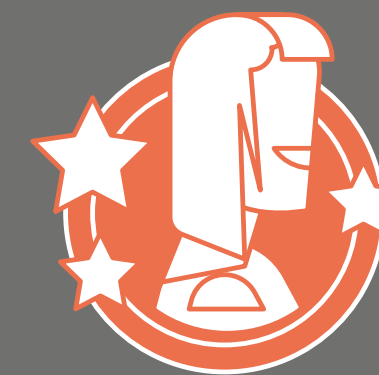
Visitantes habituales antes de la pandemia, que **han regresado** a los museos



12%

Deja de visitar

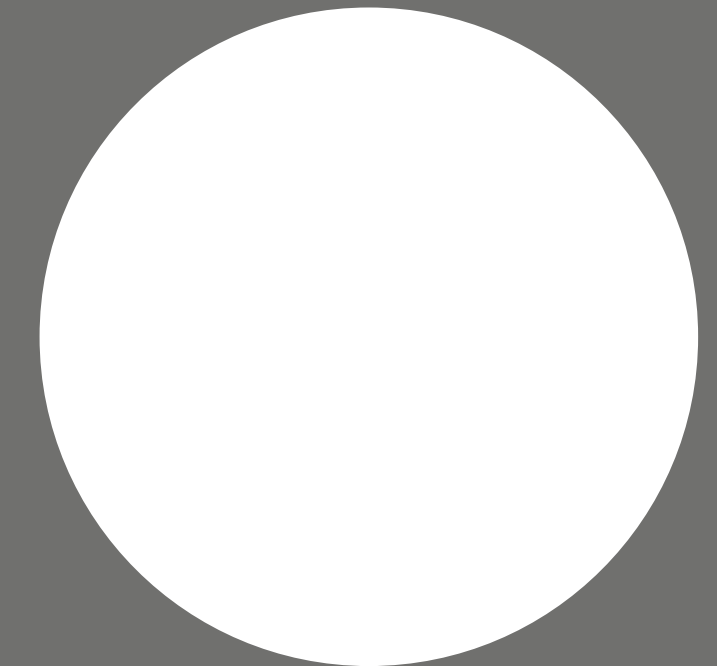
Visitantes habituales antes de la pandemia, que **no han vuelto** a visitar un museo



12%

Nuevo visitante

No usuarios habituales antes de la pandemia, pero **sí han visitado museos** tras el confinamiento. Son 1/8 entrevistados



65%

Mantiene la no visita

Personas que no visitaban antes de museos de forma regular, y siguen sin hacerlo. Son casi dos terceras partes

De nuevo abiertos: visitas en pandemia

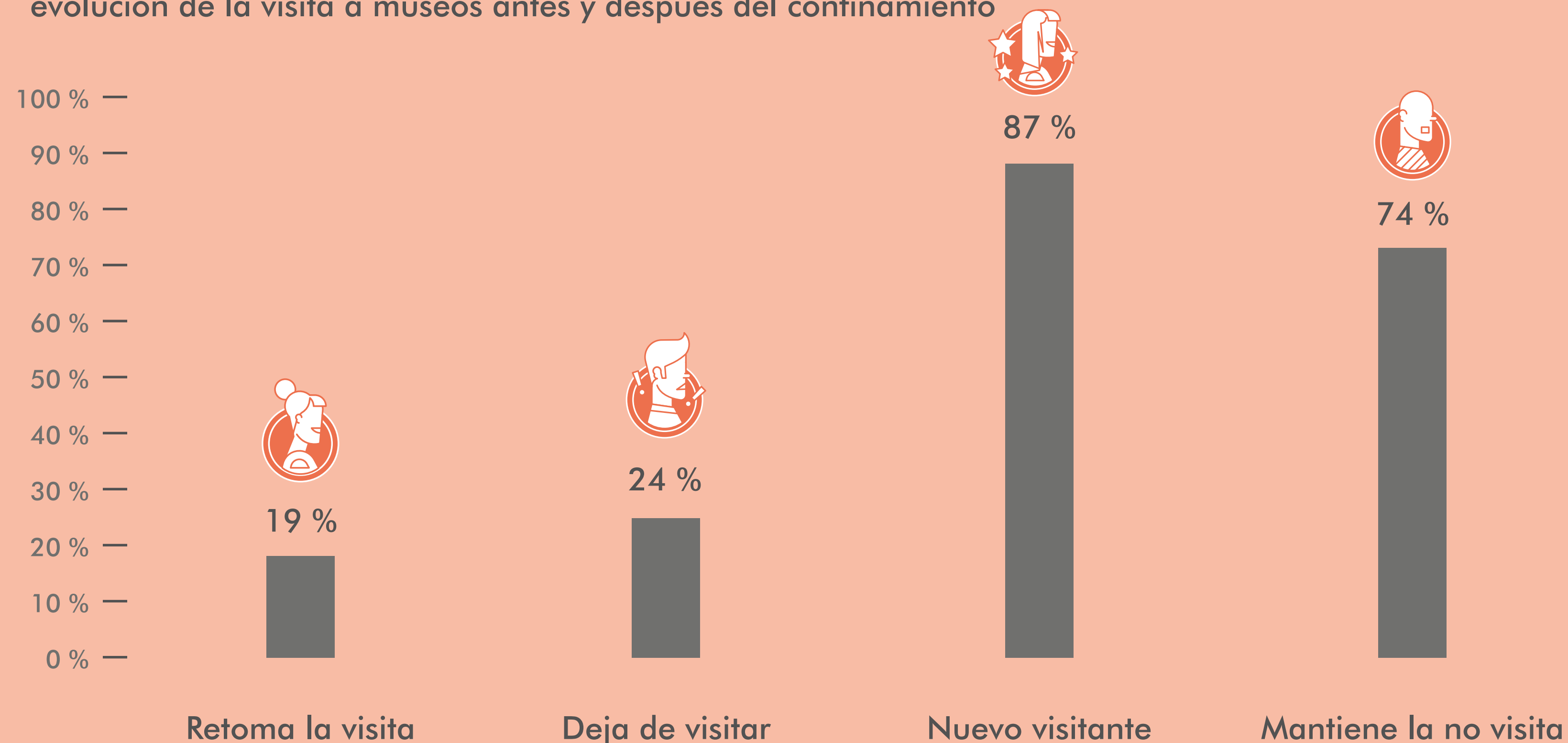
Nuevos visitantes: vinculación con el turismo

El porcentaje de personas que, antes de la pandemia, relacionaba muy directamente las visitas a museos con los viajes turísticos era del 64%. Entre los nuevos visitantes, asciende hasta el 87%.

El nuevo visitante ha acudido a algún museo después del confinamiento como alternativa frente a la dificultad para hacer turismo en las condiciones anteriores a la pandemia.



Visitaba museos solo o sobre todo cuando hacía turismo, según la evolución de la visita a museos antes y después del confinamiento



De nuevo abiertos: visitas en pandemia

Visitas a museos y estado de ánimo



La situación provocada por la pandemia ha generado cambios en el estado de ánimo de los ciudadanos. Casi el **45 %** de los encuestados expresaba preocupación. Esta proporción aumenta en 7 puntos, hasta el **52 %**, entre quienes **han dejado de visitar museos**, grupo que también muestra tristeza o enfado en mayor medida que el resto de perfiles.



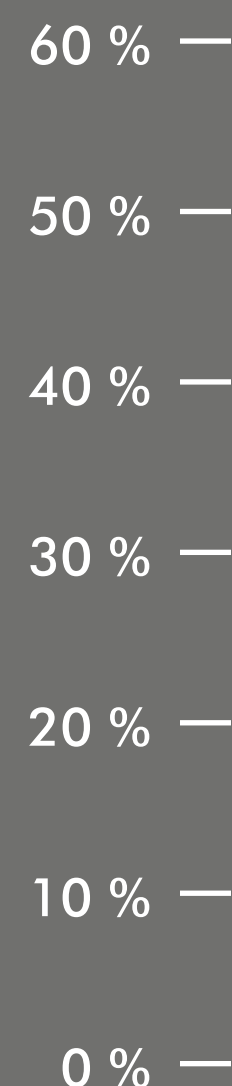
Preocupado/a



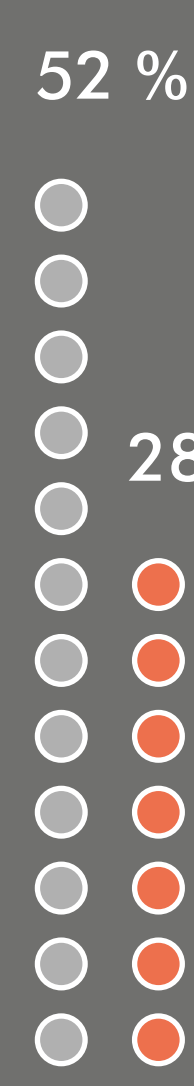
Triste o deprimido/a



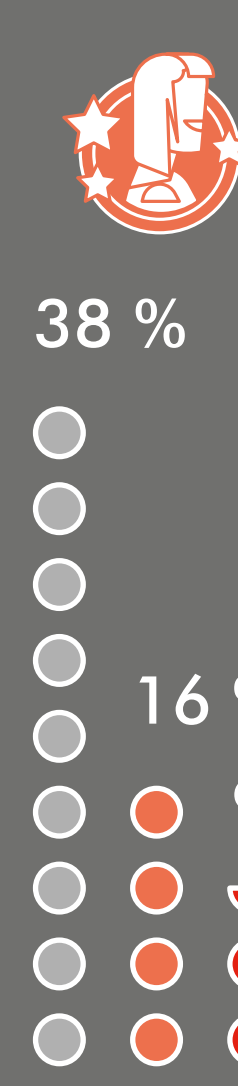
Enfadado/a



Retoma la visita



Deja de visitar



Nuevo visitante



Mantiene la no visita

De nuevo abiertos: visitas en pandemia

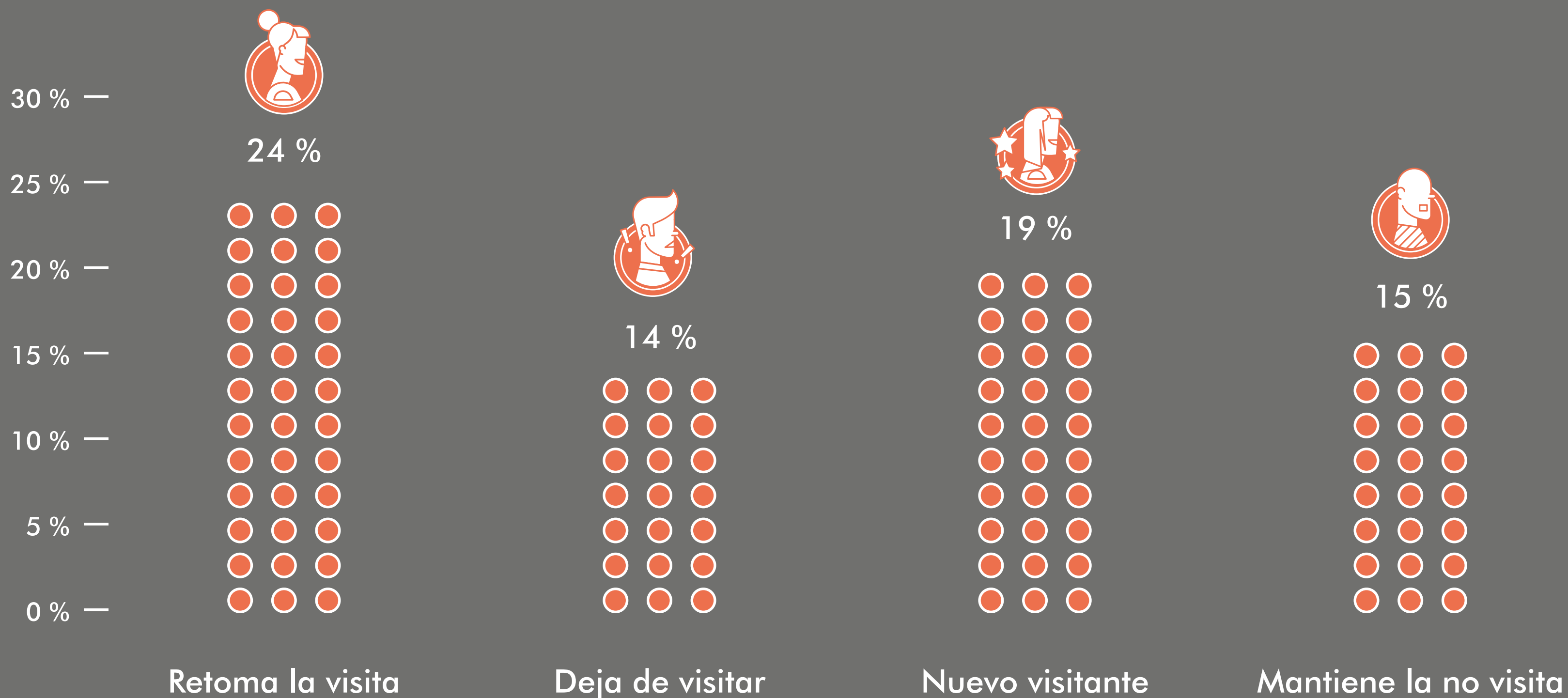
Visitas a museos y estado de ánimo



Por otro lado, si entre la población en general hay un **16%** de personas que dicen estar animadas, este porcentaje aumenta 8 puntos, hasta el **24%**, entre los que han retomado las visitas después del confinamiento. En conclusión, el estado anímico condiciona también la decisión de ser, o no, visitante, en tiempo de pandemia.

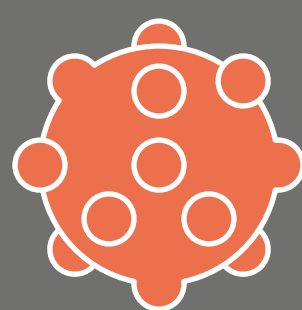


Animado/a contento/a según evolución de visitas a museos



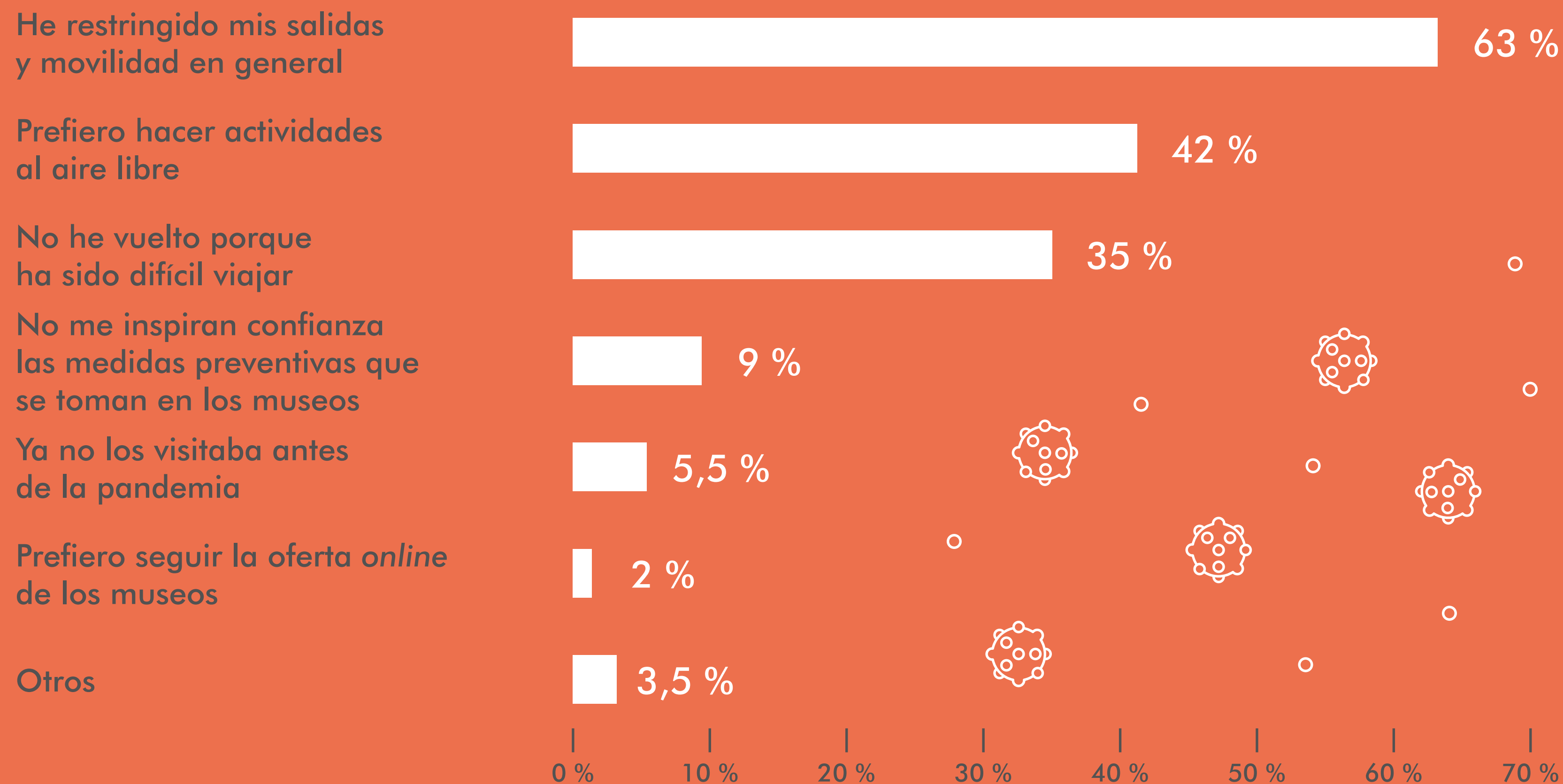
Los no visitantes: motivos para no ir a los museos

La pandemia como motivo fundamental



Casi dos tercios de las personas que no han visitado museos tras el confinamiento atribuyen directamente a la pandemia esta decisión. La dificultad para viajar o la preferencia por actividades al aire libre son también motivos importantes.

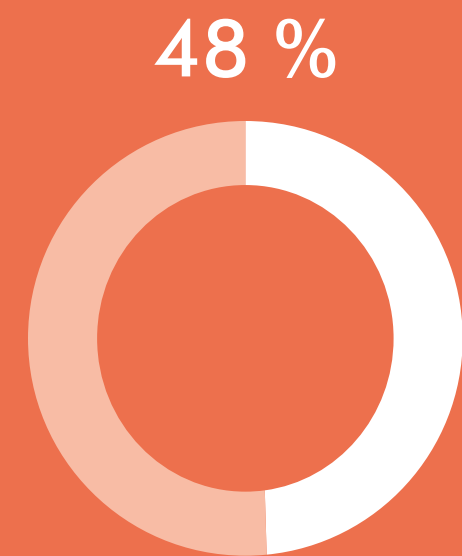
Son una minoría (9%), los que muestran desconfianza respecto a las medidas preventivas concretas aplicadas por los museos.



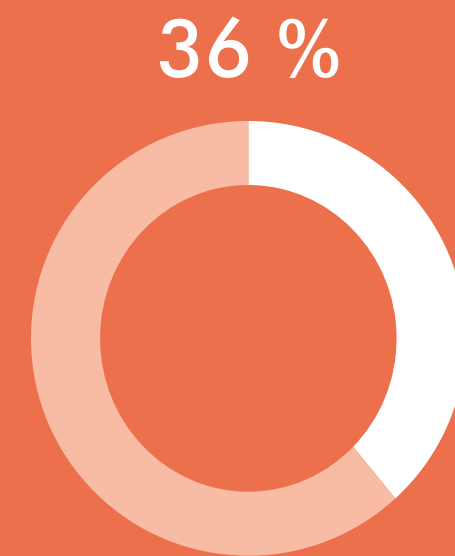
Los no visitantes: motivos para no ir a los museos

Factores importantes para estimular la visita

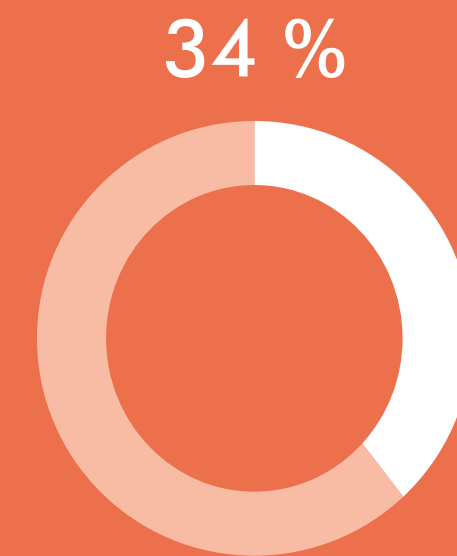
Los participantes en la encuesta mencionan el control de aforos como medida esencial para animarlos a visitar museos en un futuro, o a visitarlos más.



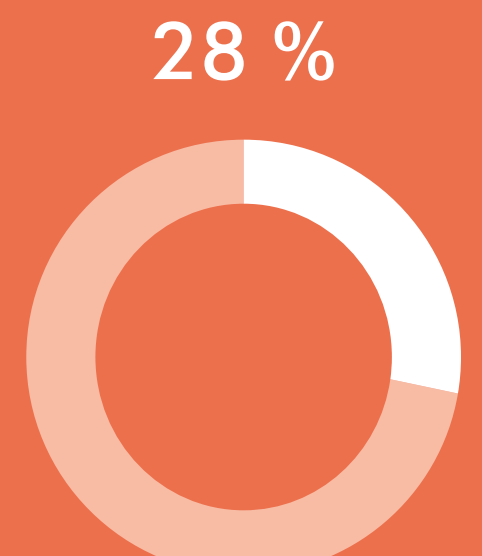
Control estricto de los aforos a las salas



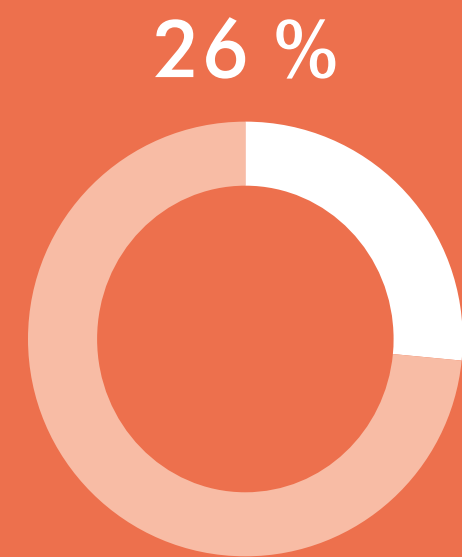
Limpieza y desinfección extremas



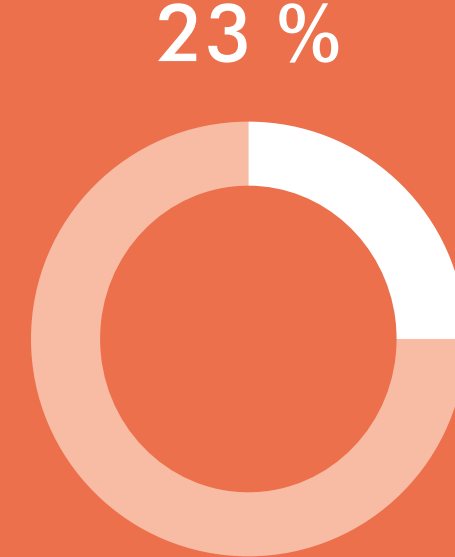
Grupos muy reducidos en la realización de las actividades



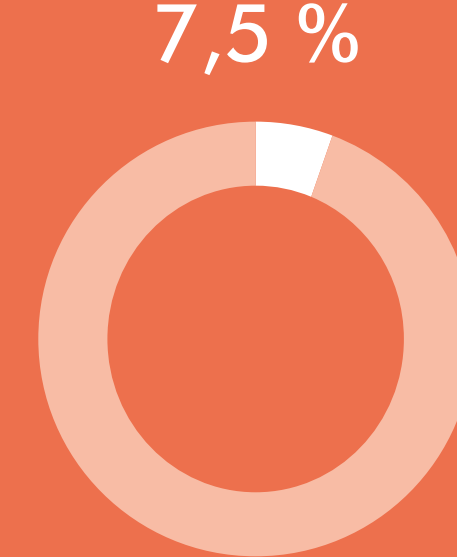
Precios más bajos



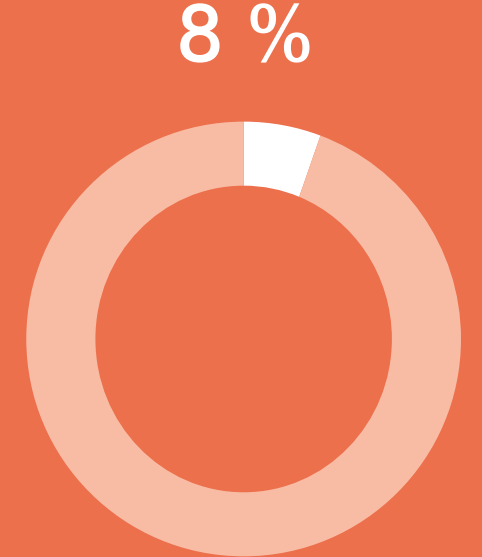
Más actividades al aire libre organizadas por el museo



Entradas por tramos horarios



Venta online de entradas



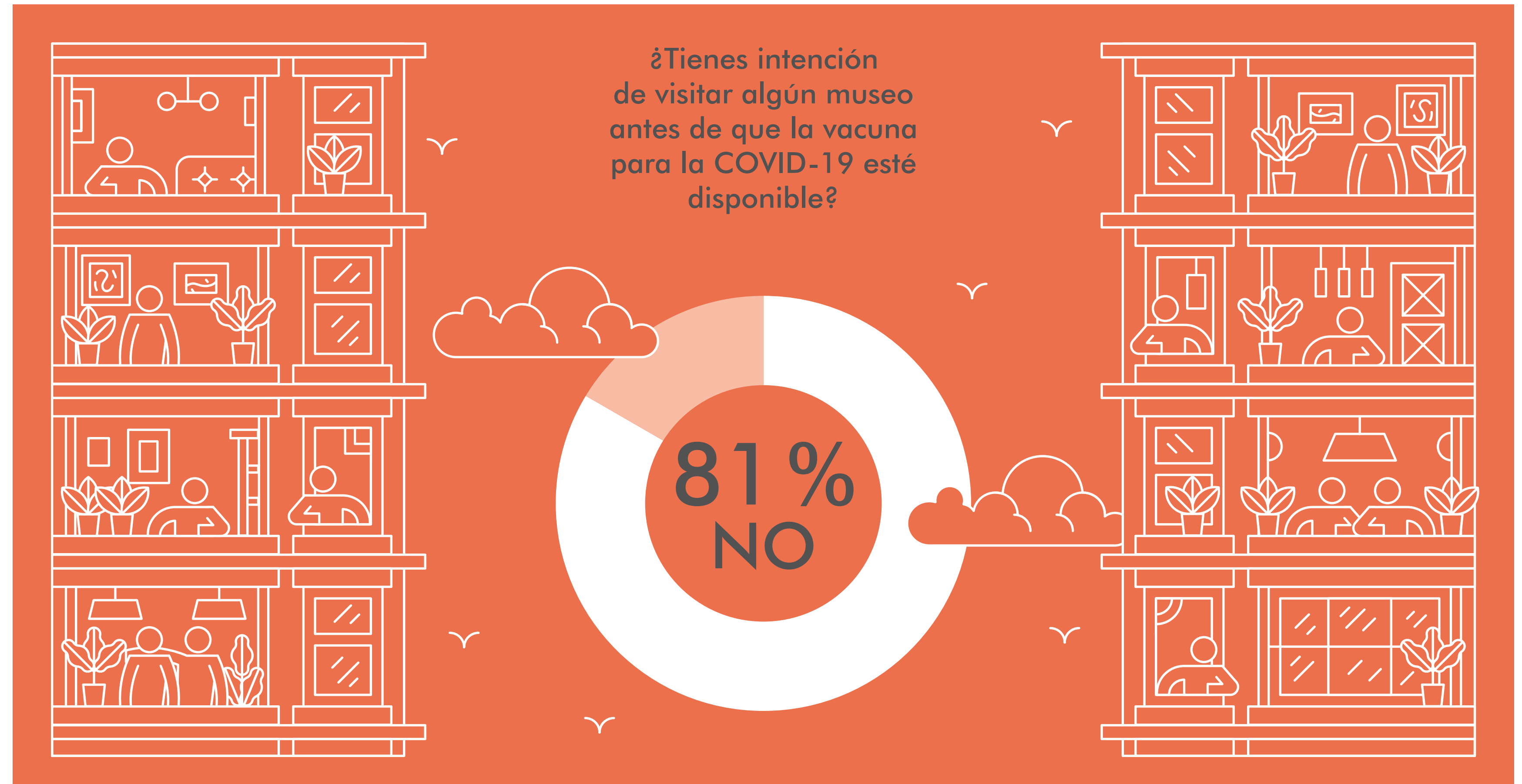
Otros

Los no visitantes: motivos para no ir a los museos

La importancia de la vacuna

No obstante, el factor fundamental es la vacunación. El 81 % de las personas que no acudieron a un museo después del confinamiento expresaban en diciembre de 2020 su intención de no visitarlo hasta que la vacuna estuviera disponible.

A la vista de este dato, cabe pensar que la administración de la vacuna en España podría repercutir en un incremento de las cifras de visitantes a lo largo de 2021 o en adelante.



Los visitantes: valoración de la experiencia

Museos visitados en relación al lugar de residencia

El grupo minoritario de ciudadanos que ha acudido a los museos tras el confinamiento aporta datos sobre la visita realizada y su grado de satisfacción con la misma.

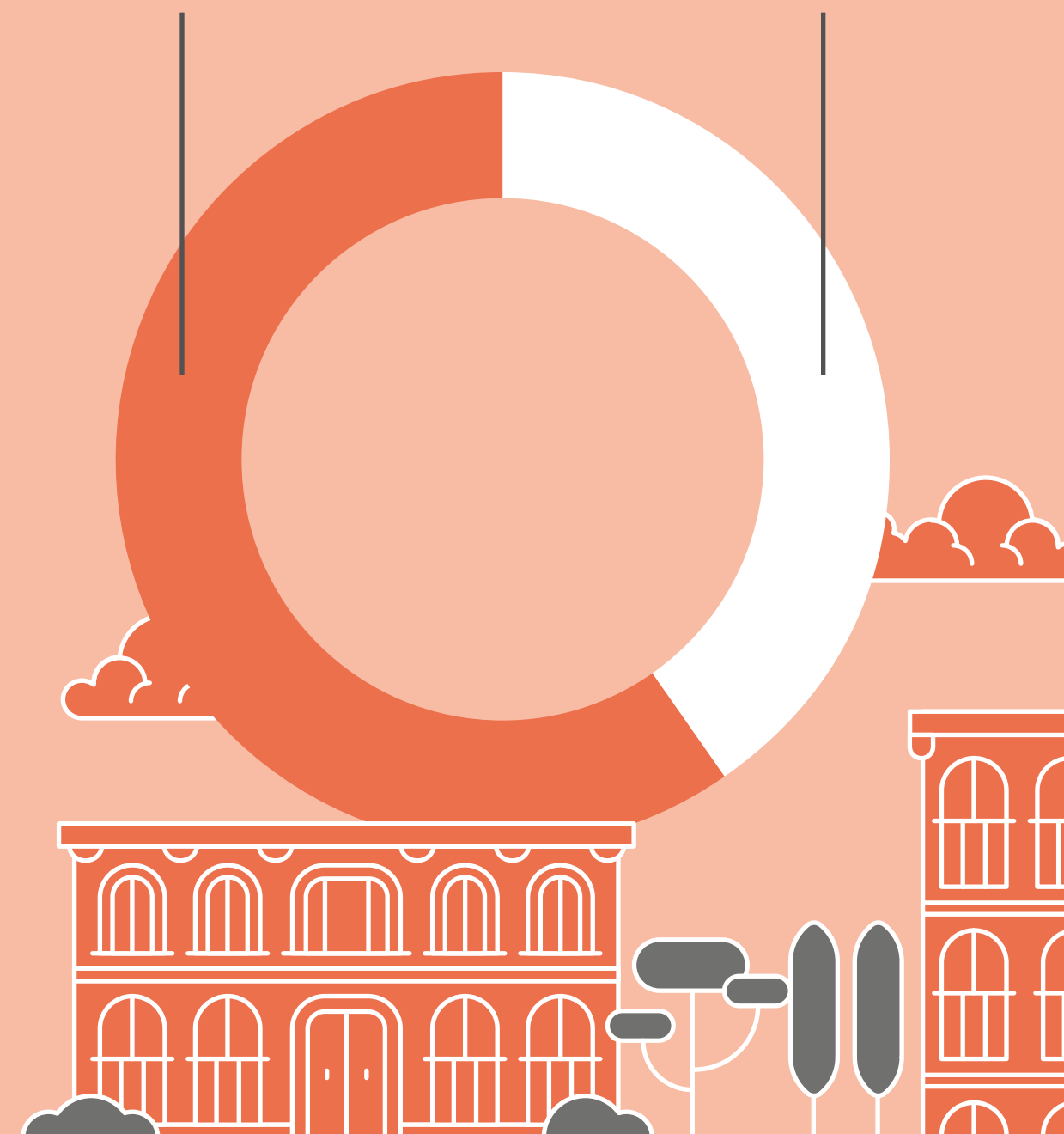
Más del 40% de las visitas se realizaron a museos situados en la misma provincia en la que reside el usuario.

Y aproximadamente una cuarta parte, corresponde a museos del mismo municipio de residencia. Esta proporción aumenta hasta el 30% en el caso de las personas que eran visitantes habituales antes de la pandemia, y disminuye en casi 4 puntos (22%) en el grupo de los nuevos visitantes. Estos últimos han sido más proclives a visitar museos de fuera de su población, con motivo de un viaje turístico, mayoritariamente por España.

Según provincia de residencia

59 %
en otras

41 %
en provincia



Según municipio de residencia

74,5 %
en otros

25,5 %
en municipio



Los visitantes: valoración de la experiencia

Compañía durante la visita

Al igual que antes de la pandemia, la mayor parte de las personas ha visitado los museos en compañía de su pareja, familia o amigos. Pero aumentan las visitas realizadas en solitario: el porcentaje de personas que han acudido solas a visitar museos, el 16%, triplica el de la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2018-2019* (5,6%). Las visitas en grupo organizado (escolar, turístico...), que eran la opción elegida por cerca del 10% de la población, no llegan ahora al 1%.



¿Con quién realizaste la visita?

En pareja



En familia (con menores de 15)



Solo/a



Con amigos



En familia (sin menores de 15)



En grupo organizado



Los visitantes: valoración de la experiencia

Aspectos más y menos valorados de la visita

La aplicación de las medidas para garantizar la seguridad de la visita genera opiniones contradictorias. El 23 % de los visitantes valora la tranquilidad de visitar el museo con menos público y la sensación de seguridad que propician las medidas preventivas, mientras que a un porcentaje muy similar, el 24 %, le resulta molesto realizar la visita con esos condicionantes.

Por otro lado, mientras un 10,5 % manifiesta su malestar por el insuficiente control de aforos y el exceso de público, a otras personas (6 %) les desagrada el ambiente triste de las salas semivacías.



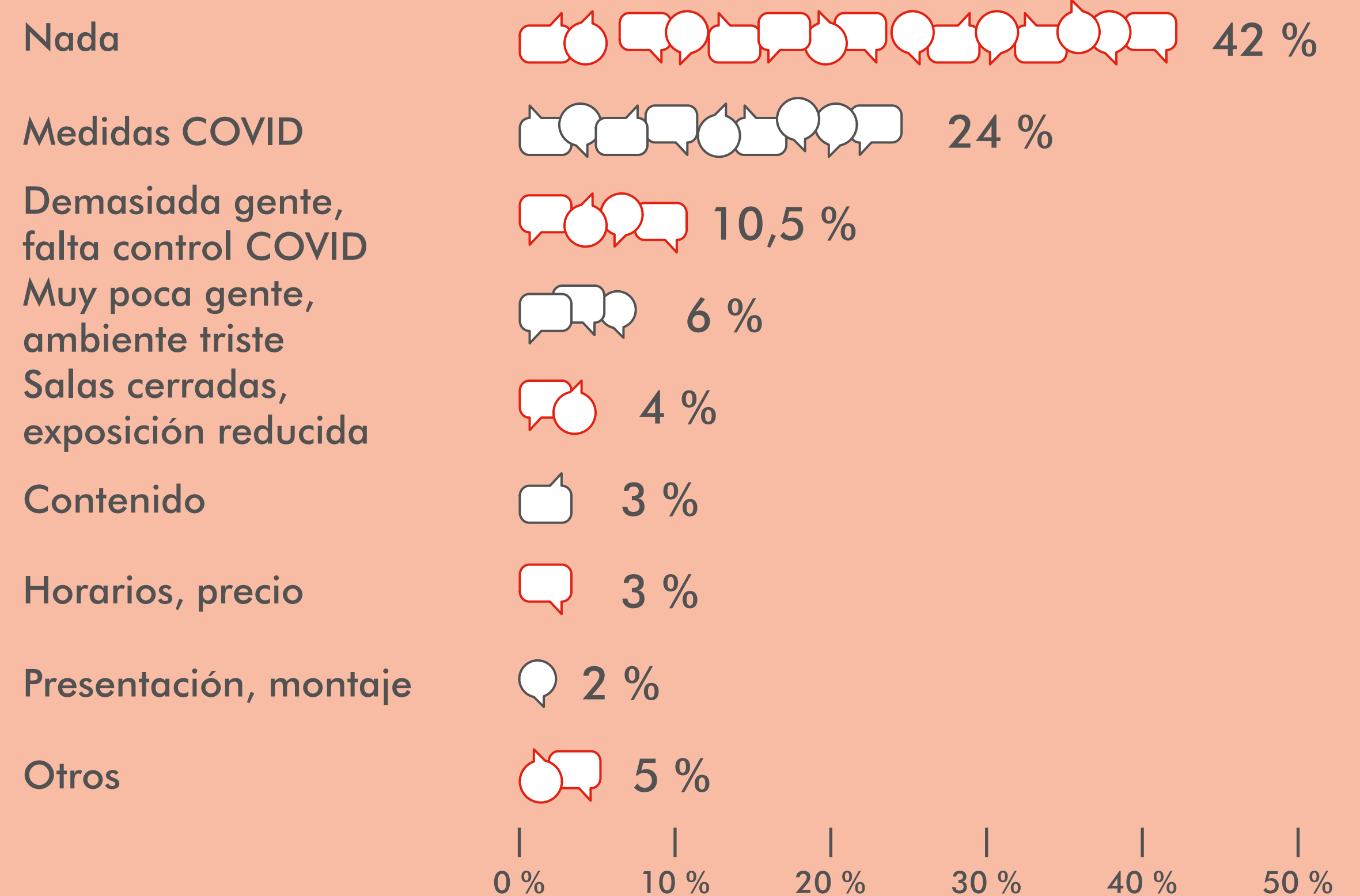
Los visitantes: valoración de la experiencia

Aspectos más y menos valorados de la visita

¿Qué es lo que más te gustó de esa última experiencia?

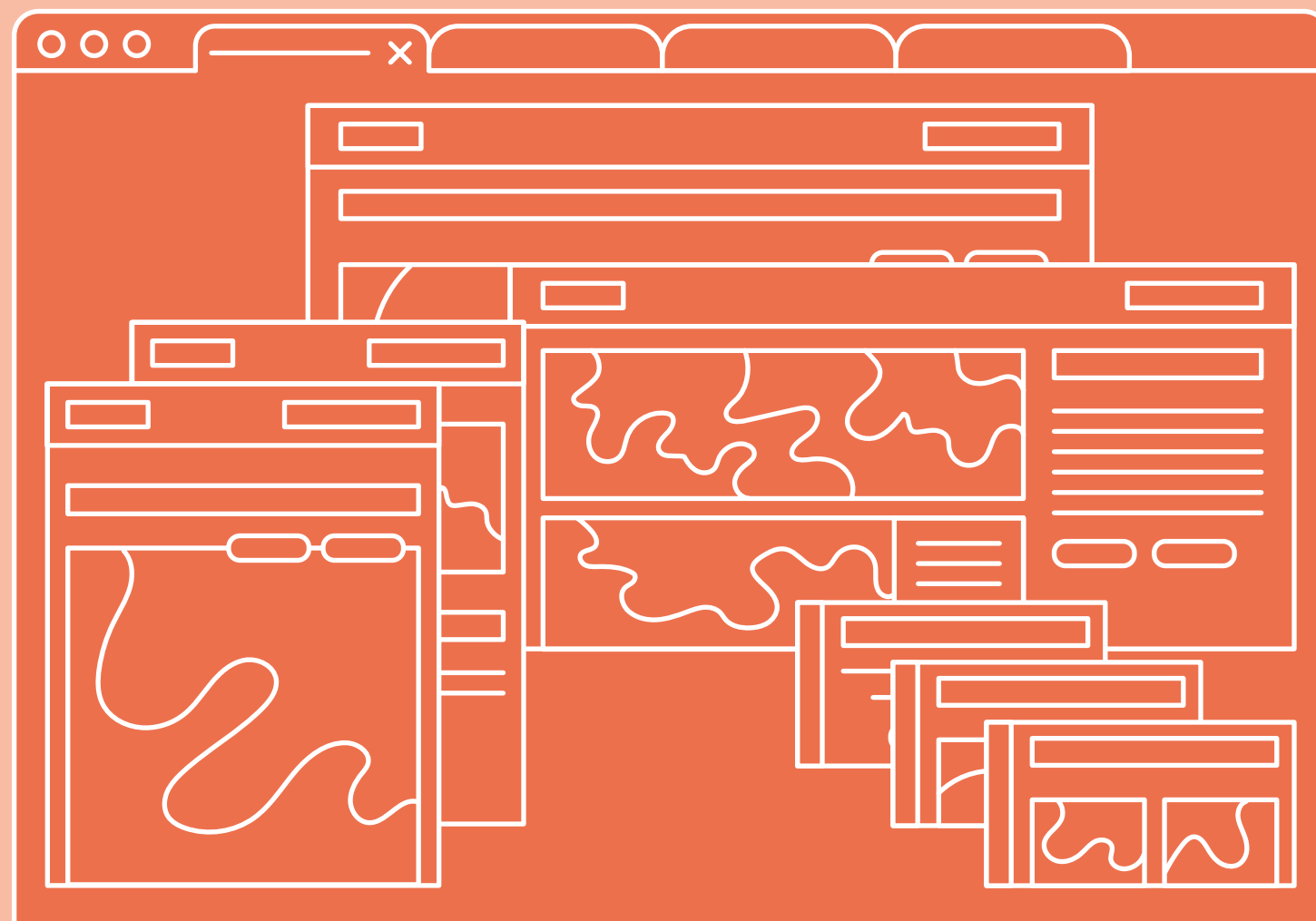


¿Qué es lo que menos te gustó?

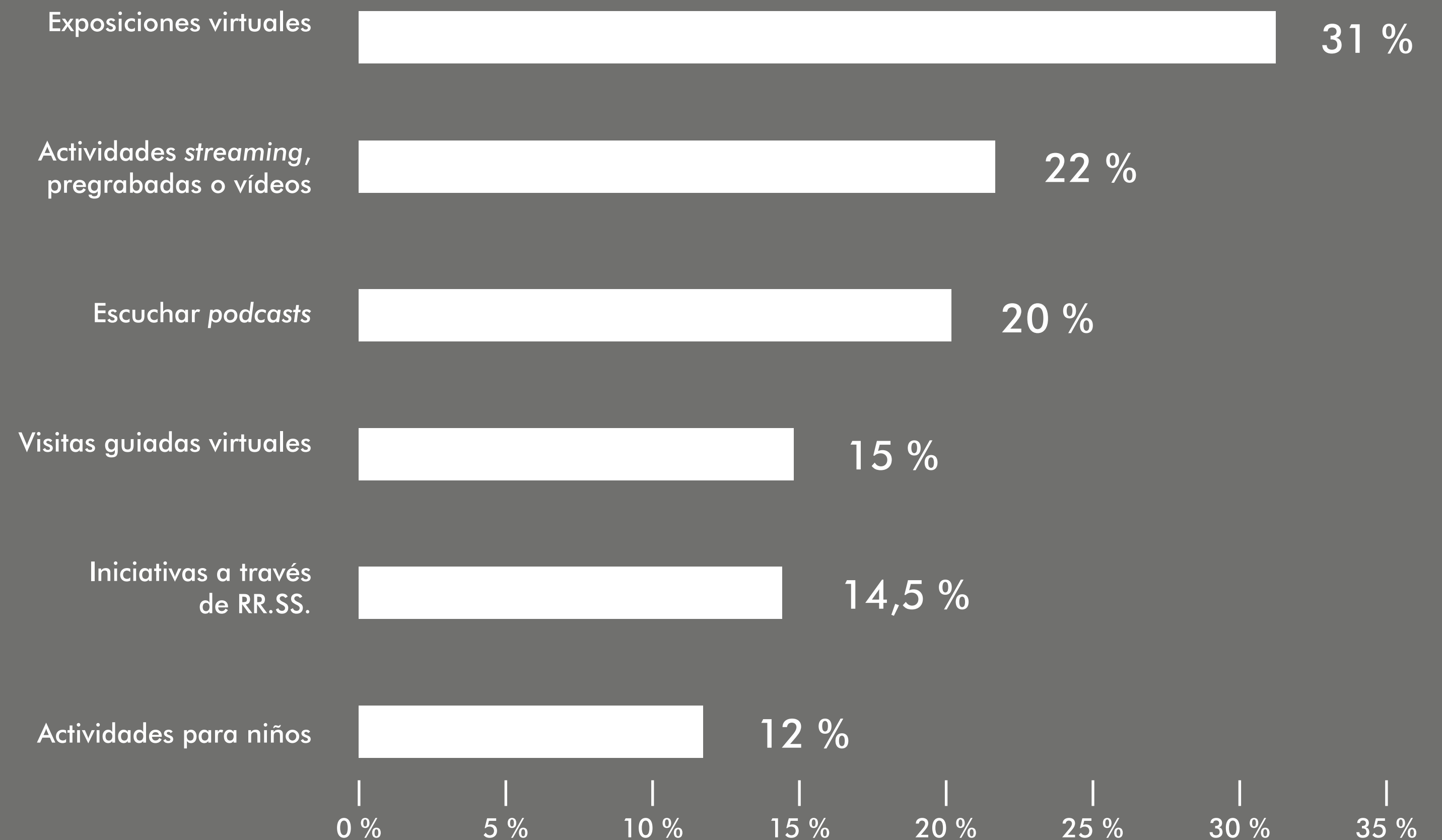


Confinamiento y museo virtual

Participación digital durante el confinamiento



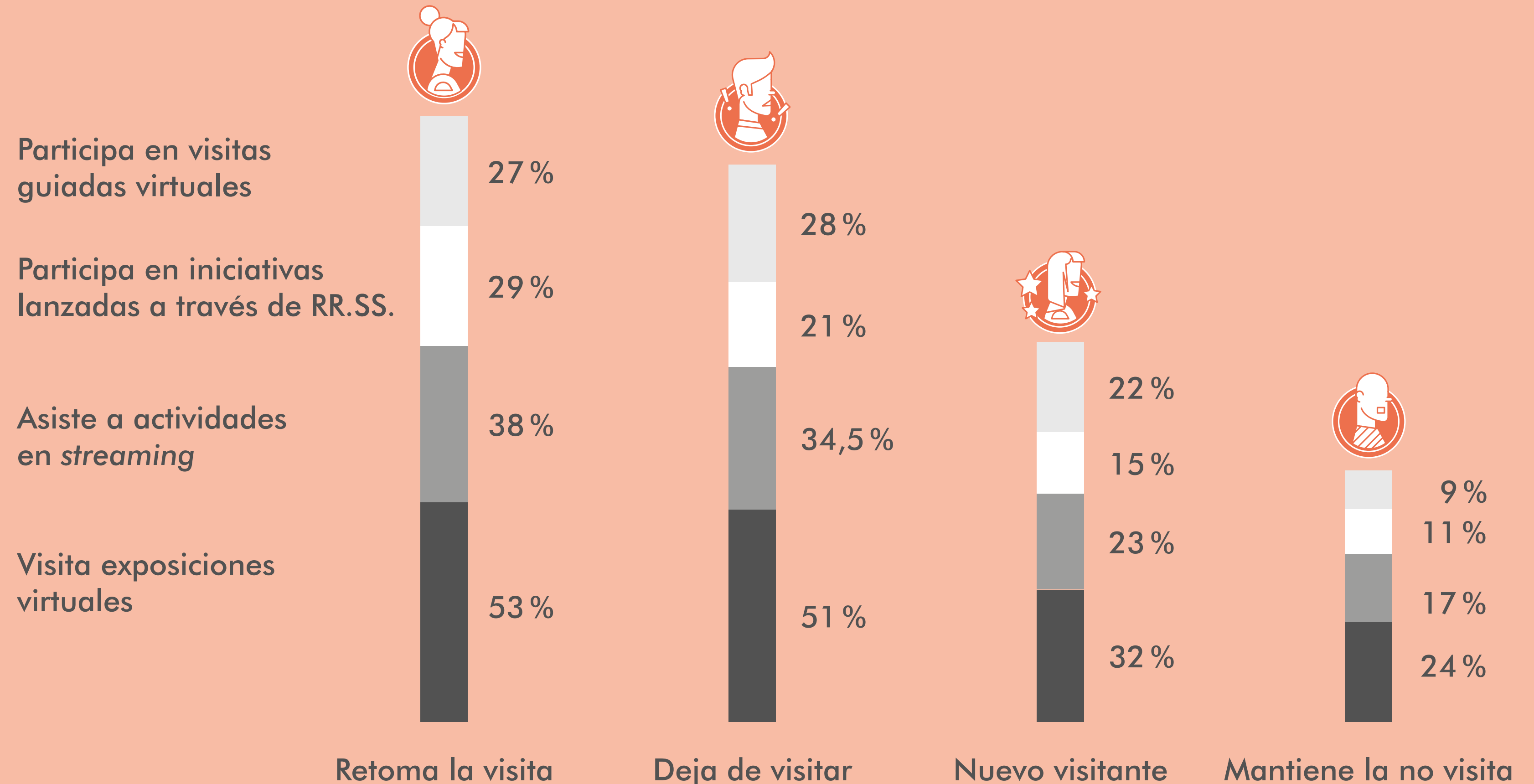
A partir del confinamiento, los museos incrementaron su oferta digital, resultando la visita a exposiciones virtuales la actividad con mayor índice de participación, seguida por la asistencia a actividades en *streaming* y escuchar *podcasts*.



Confinamiento y museo virtual

Vinculación entre consumo digital y visita presencial

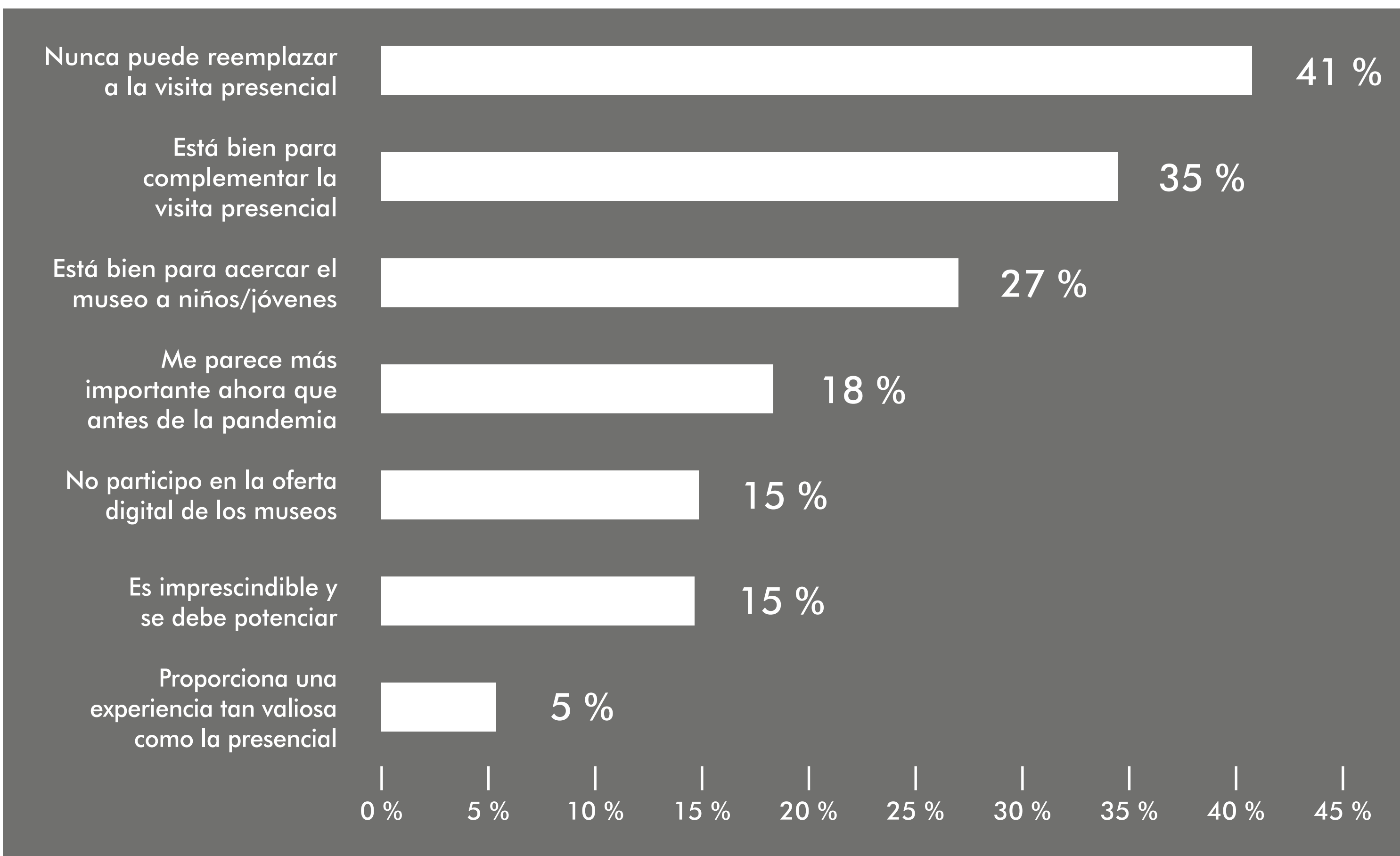
Los datos reflejan que la participación digital durante el confinamiento fue mayor entre los que eran antes visitantes habituales, tanto si han retomado la visita como si han dejado de acudir a los museos. El nuevo visitante que aparece tras la reapertura tuvo niveles más bajos de consumo digital durante el confinamiento.



Confinamiento y museo virtual

Percepción del museo virtual

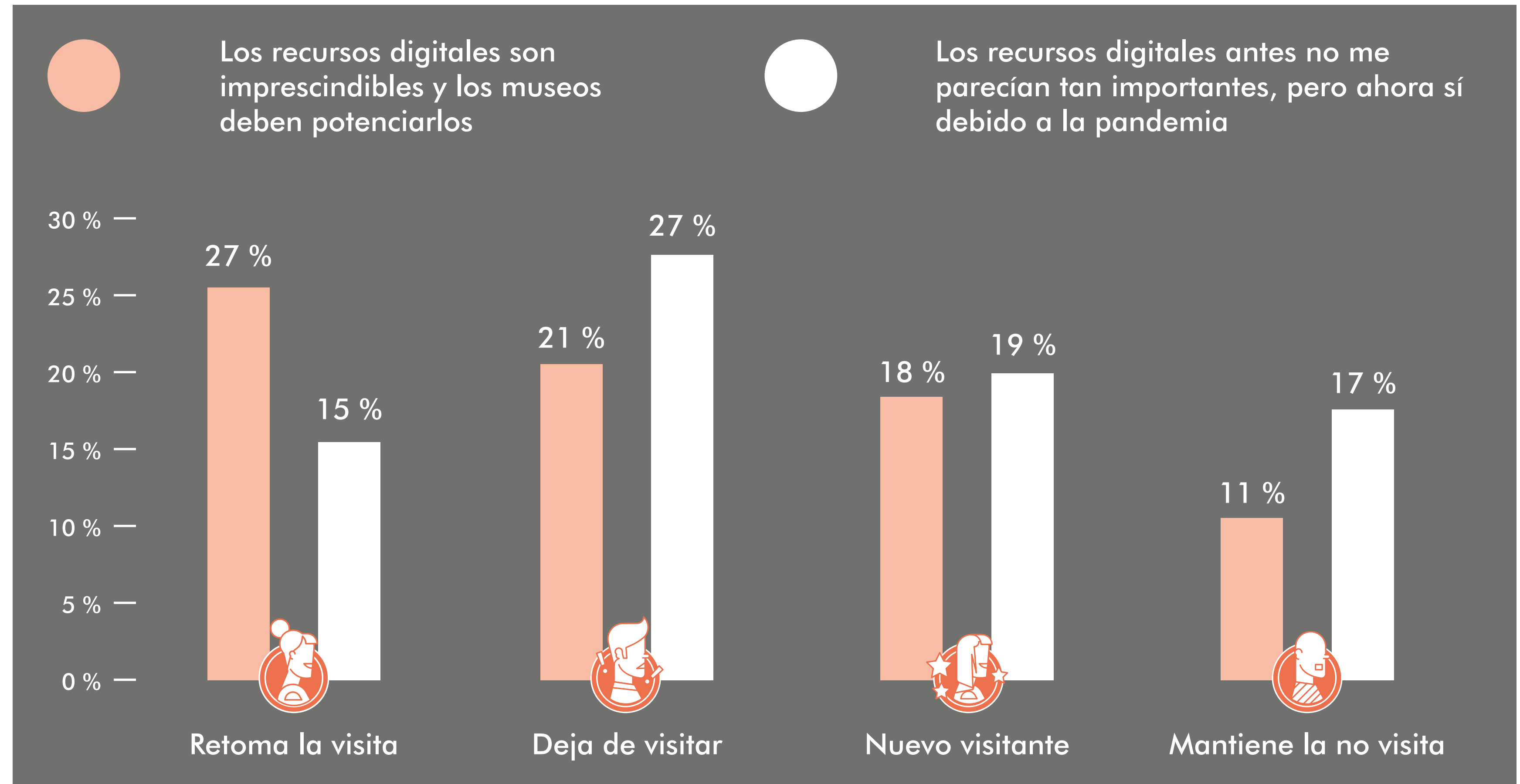
Algo más del 18 % ha modificado su opinión sobre la actividad digital, que le parece más importante ahora que antes del confinamiento.



Confinamiento y museo virtual

Percepción del museo virtual y hábito de visita

La relación que existe entre el hábito consolidado de visita a museos y la participación virtual se manifiesta también en la valoración del museo digital. Los visitantes habituales que han regresado a los museos son también los que, en un porcentaje mayor, opinan que sus recursos digitales son imprescindibles.

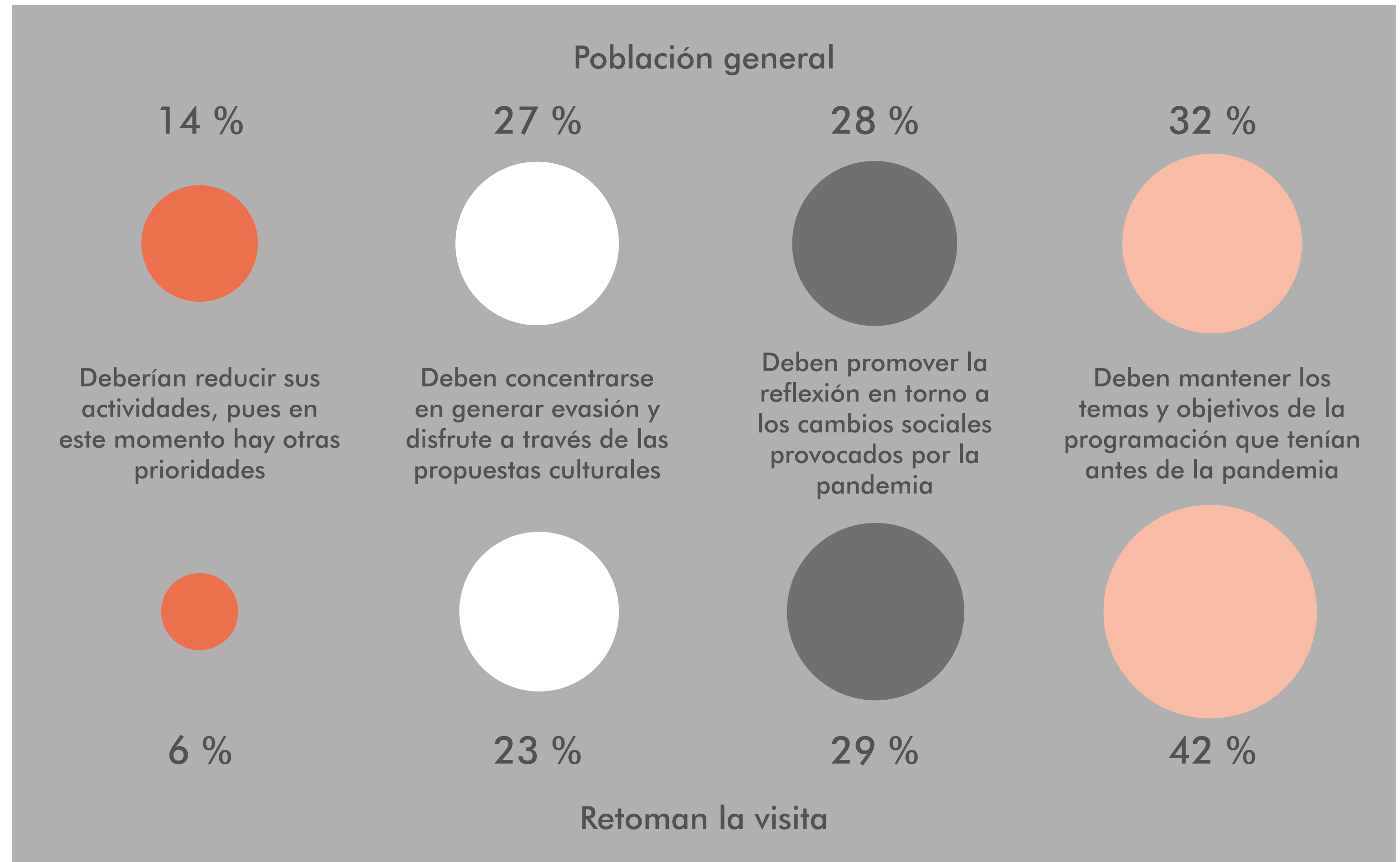
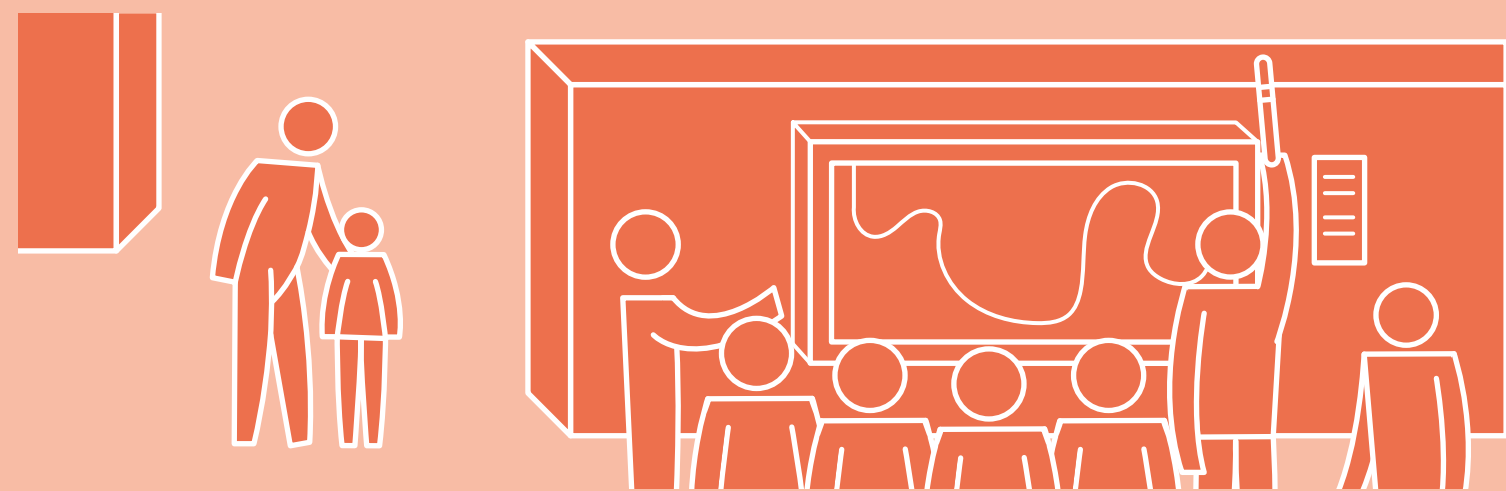


El futuro de los museos

¿Qué deberían hacer los museos ahora, o en un futuro próximo?

Casi un tercio de los encuestados considera que los museos no deben cambiar sustancialmente sus criterios de programación con motivo de la pandemia. Algo menos del 14% opina que deberían reducir sus actividades ante las nuevas prioridades impuestas por la situación.

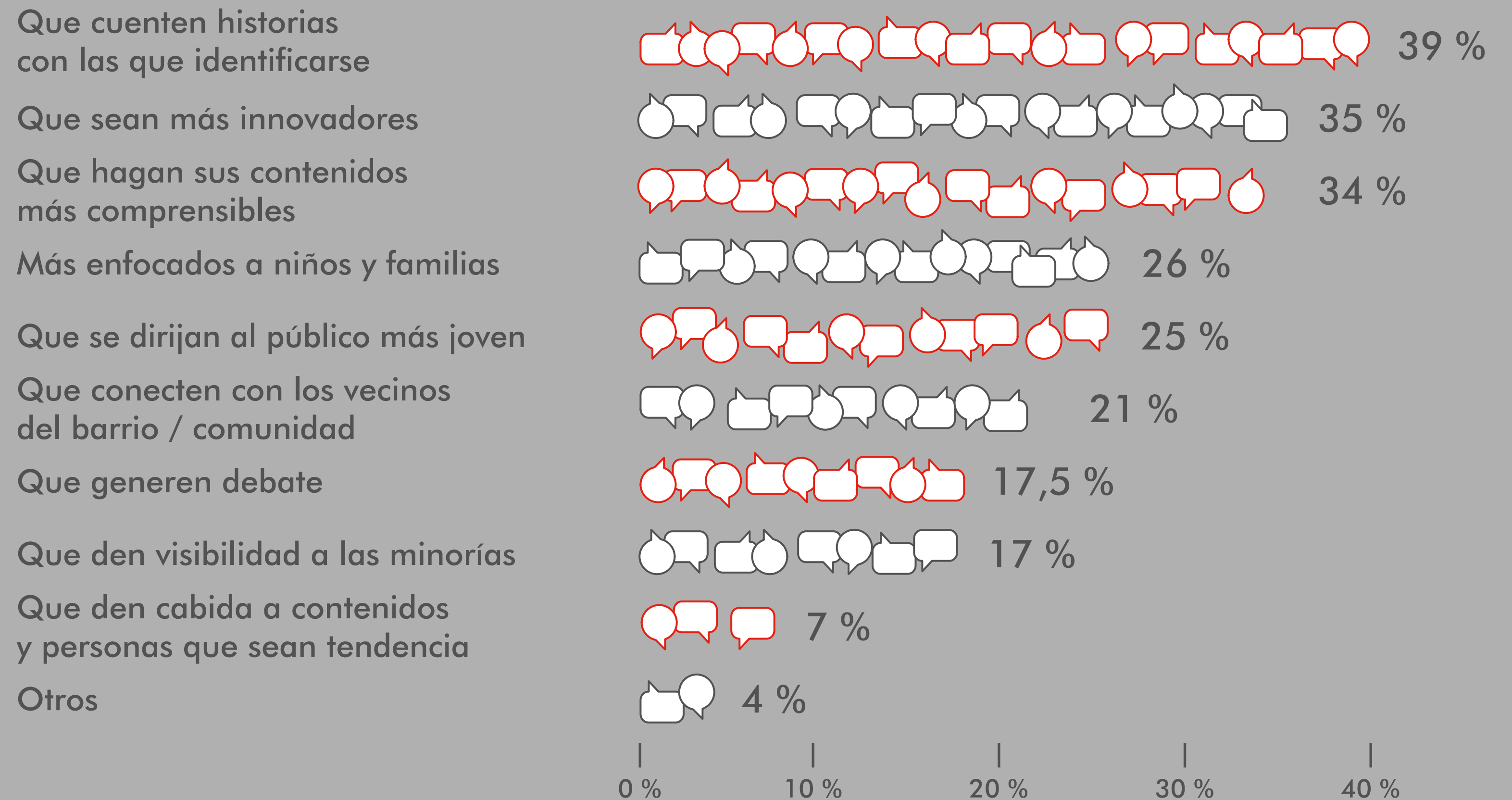
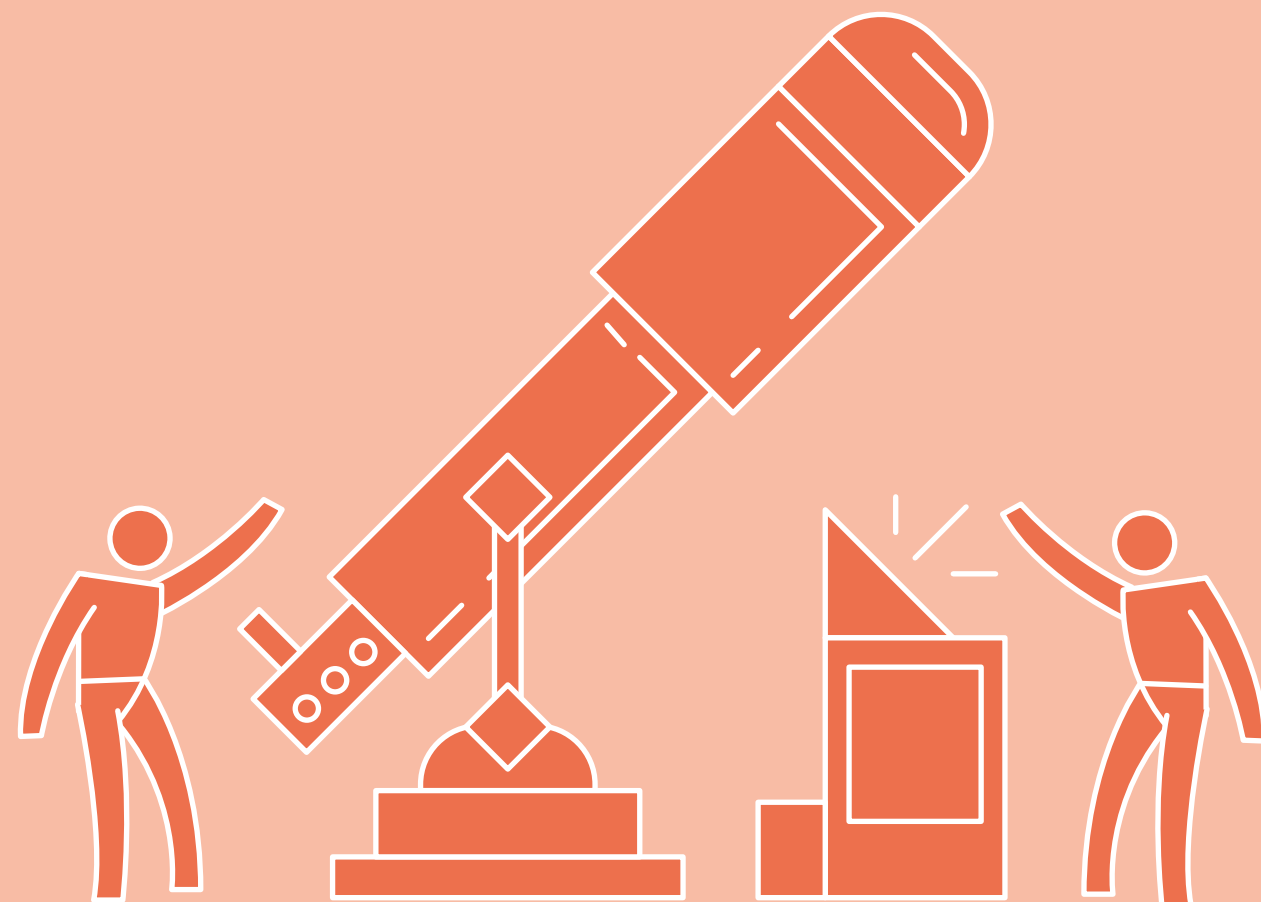
Entre los visitantes asiduos que han retomado el hábito de visita, la apuesta por la continuidad en la programación se eleva hasta el 42%, y disminuye significativamente el número de los que defienden una reducción en la actividad de los museos.



El futuro de los museos

¿Qué cambios deben adoptar los museos en el futuro para llegar a la sociedad?

Las opiniones más generalizadas sobre los cambios que los museos deberían adoptar tienen que ver con la orientación de sus contenidos: los encuestados piden relatos en los que se puedan reconocer, y que sean comprensibles e innovadores.



El futuro de los museos

¿Qué cambios deben adoptar los museos en el futuro para llegar a la sociedad?

Las personas que eran visitantes habituales antes de la pandemia conceden más importancia a la conexión con la comunidad cercana y a la capacidad del museo para generar debate.



31 %



Retoma la visita

24 %



Deja de visitar

20 %



Nuevo visitante

20 %



Mantiene la no visita

27 %



22 %

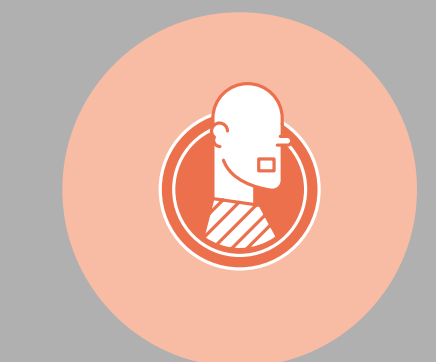


Fomento del debate público

20 %



15 %



Algunas conclusiones

Este estudio constata la relación que existe entre la visita a museos y el turismo. Antes de la pandemia, la gran mayoría de los ciudadanos solía visitar museos cuando viajaba; menos de la cuarta parte lo hacía de forma frecuente o regular.

Un 22 % de los españoles mayores de 16 años ha visitado al menos un museo tras el confinamiento. Entre ellos, algo menos de la mitad eran visitantes habituales; el resto, corresponde al perfil de visitante que vincula la visita a museos con el turismo. Crece el porcentaje de aquellos que realizan la visita en solitario.

Durante el confinamiento, los visitantes habituales son quienes más han participado en la oferta digital de los museos. La opinión más extendida sobre el museo virtual es que nunca podrá reemplazar a la visita presencial. Cerca del 20 % de los encuestados considera la actividad digital más importante ahora que antes de la pandemia.



Algunas conclusiones

La limitación de la movilidad es el principal motivo esgrimido para no visitar museos, pero existen otros factores. Los estados de preocupación o tristeza provocados por la pandemia influyen en la decisión de no regresar a los museos. La vacuna es un factor decisivo en la intención de visita: entre quienes no han visitado museos, ocho de cada diez declaran que no lo harán hasta que estén vacunados.

Existe un apoyo social a la continuidad de la programación de los museos, siendo una minoría los ciudadanos que estiman que su actividad debería reducirse en las actuales circunstancias. Se demandan contenidos más cercanos, comprensibles e innovadores, y por parte de los visitantes habituales, más contacto con el público de proximidad.



Para la realización de este estudio ha sido necesaria la participación de personas que han respondido la encuesta *online*, han compartido sus opiniones y nos han dedicado su tiempo. A todos ellos, muchas gracias.

Elaboración del estudio: ARTImetría, S.L.
Diseño y maquetación: Relajaelcoco, S.L.