

# Atapuerca. Un millón de años: Valoración de una encuesta

BELÉN CASTILLO IGLESIAS  
Directora del Museo de Burgos

El pasado año 2000 se inauguró la Exposición «ATAPUERCA. UN MILLÓN DE AÑOS» en el Museo de Burgos. Esta exposición estuvo precedida de una gran expectación ciudadana debido a la enorme popularidad que los hallazgos arqueológicos de estos yacimientos han tenido a través de los medios de comunicación. Popularidad sustentada en los materiales paleoantropológicos aparecidos en los últimos 10 años, que están considerados como el conjunto de fósiles humanos más numeroso y antiguo del continente europeo. Su singularidad radica, además, en el hecho de que en estos yacimientos se registran dos especies diferentes dentro de la evolución humana. Por una parte los restos de la especie *Homo Antecesor*, aparecidos en el nivel 6 del yacimiento de Trinchera-Dolina, para los que se calcula una antigüedad de unos 800.000 años, y por otra, los del *Homo Heidelbergensis* procedentes del yacimiento de la Sima de los Huesos, fechados en torno a los 400.000 años. Los contenidos de la exposición estaban orientados a explicar estos dos yacimientos y sus hallazgos en relación con otros fósiles humanos, así como las particularidades propias de la sierra vinculadas al ecosistema dominante de cada periodo –fauna y flora– y el conocimiento tecnológico de cada época.

La Exposición se configuró como un gran evento cultural con la doble finalidad de mostrar los hallazgos en su lugar propio de destino: el Museo de Burgos y a la vez potenciar la presencia de esta Institución en nuestra ciudad. Con la finalidad de facilitar su comprensión, se programó la atención al público con una dotación especial de guías-azafatas que explicaban su contenido y se elaboró un cuaderno didáctico destinado a estudiantes de Bachillerato. Para evaluar

## Museo

Atapuerca. Un millón de años: Valoración de una encuesta

la realidad de estos objetivos creímos oportuno poner a disposición del público una encuesta que nos permitiera conocer la posición del Museo dentro de la sociedad de su entorno y la incidencia de la Exposición en su difusión. Ambas ofertas culturales: Museo y Exposición han sido valoradas por los visitantes, que, además, han manifestado su opinión sobre sus preferencias culturales a la hora de planificar el tiempo libre, los viajes e, incluso, sus compras.

La Exposición «ATAPUERCA. UN MILLÓN DE AÑOS» ha estado abierta al público durante 22 meses, del 19 de julio de 2000 al 30 de abril de 2002, espacio de tiempo en el ha contabilizado un total de 148.657 visitantes. Los meses de mayor afluencia han sido los estivales –agosto de 2000 y 2001 con 12.250 y 12.541 visitantes, respectivamente–, seguidos por períodos cortos de vacaciones y «puentes», caso de la Semana Santa, el puente de la Constitución o el del Pilar. Como dato curioso diremos que los días de mayor afluencia fueron el sábado 14 de abril de 2002, con 1.096 personas; el sábado 9 de diciembre de 2001, con 958 personas, y el sábado 13 de octubre de 2001, con 870 personas. En general, el sábado ha sido el día de la semana que más público ha registrado el Museo, por lo se puede deducir han sido los fines de semana los períodos elegidos por la mayoría de las personas para desplazarse a ver la Exposición.

Del cómputo total de visitantes, un 28,87% (41.807) lo hicieron formando parte de un grupo; de ellos, el 18,54% (26.721), fueron grupos de estudiantes, y el 10,33% (14.886), grupos culturales. La procedencia mayoritaria fue de la Comunidad de Castilla y León, en orden descendente de: Burgos, León, Ávila, Palencia,

Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora. Una tendencia similar hemos observado en los grupos culturales siendo más numerosos los de Burgos y la Comunidad, seguidos por los de Madrid, Cantabria, País Vasco, Asturias, Navarra y Aragón. La presencia de visitantes de otras Comunidades distintas a las indicadas fue menos numerosa.

La encuesta se realizó en los meses de agosto a octubre, ambos inclusive, de 2000 y en el mes de abril de 2002. Se eligieron estos períodos de tiempo por considerar que son representativos de un amplio sector de público que visita los Museos, ya sea en el período estival de vacaciones, en fines de semana o dentro del período lectivo docente y laboral. El total de personas encuestadas asciende a 1.096, lo que supone un 7'4% del total de 148.657 visitantes, cifra que consideramos suficientemente representativa para formalizar resultados cuya interpretación se ajuste a la realidad. La encuesta consta de 15 preguntas, algunas de ellas de contestación múltiple, que hemos agrupado en 4 categorías:

- a) Datos personales y formación académica.
- b) Valoración del Museo.
- c) Valoración de la Exposición.
- d) Hábitos culturales.

El formulario se planteó de forma sencilla, con enunciados claros y pocas preguntas, para facilitar la respuesta del público. Nuestra intención es que fuese contestado por todo tipo de visitantes, ya que consideramos que de esta manera el resultado obtenido del análisis estadístico de los datos sería más acorde con la realidad. Los objetivos generales que buscábamos fueron:

el perfil del visitante del Museo, los motivos que le inducen a visitarlo, las preferencias culturales y los hábitos de ocupación de su tiempo libre. En definitiva, intentamos aproximarnos a la valoración de las tendencias actuales de la sociedad, en las que el deseo por conocer, el disfrute de la cultura y la ocupación del tiempo libre tienen cada vez mayor demanda. Supuestos que a nuestro juicio tienen un gran interés para el Museo, pues en gran medida de ellos depende su futura planificación cultural.

### a) Datos personales y formación académica

A este epígrafe pertenecen las preguntas incluidas entre el núm. 1 y 6. Su finalidad es la de constatar la realidad social en la que se desenvuelve el Museo teniendo en cuenta aspectos como el sexo, la edad, procedencia geográfica, formación académica, etc. Creemos que este primer apartado es importante a la hora de plantear posibles hipótesis sobre las tendencias futuras de la sociedad en todo lo relacionado con los actos culturales.

### b) Valoración del Museo

En él se evalúan las preguntas núm. 7 a 9, dirigidas a conocer los motivos de su visita. En la pregunta núm. 7 se ofrece una respuesta múltiple con 14 posibilidades. Los datos obtenidos se han englobado en tres aspectos generales: cultural, formativo y de ocio. Las preguntas núm. 8 y núm. 9 son específicas para el Museo de Burgos. Su intención es saber si el encuestado lo había visitado ya con antelación y en cuántas ocasiones, y la opinión que le merece. En este último caso se ha propuesto una calificación de 1 a 5, indicando que el 1 significa «nada satisfactorio» y el 5 «muy satisfactorio».

### c) Valoración de la Exposición

Le corresponde la pregunta núm. 10. En ella se valora su opinión siguiendo el mismo modelo de calificación de 1 a 5 propuesto para el Museo.

### d) Hábitos culturales

Bajo este epígrafe se engloban las preguntas núm. 12 a 14 destinadas a determinar las preferencias de público ante la diversidad de la oferta cultural, sus inclinaciones hacia la adquisición de productos culturales e incluso la importancia que tiene la cultura a la hora de programar sus viajes.

La pregunta núm. 12 (la pregunta 11 se considera incorporada en ésta) tiene respuesta múltiple. En este caso las respuestas se han evaluado de manera independiente por considerar que cada una de ellas tiene entidad suficiente para motivar las preferencias del público.

La pregunta núm. 13 se refiere a la disposición del público para adquirir productos. Se proponen 8 opciones que hemos englobado en tres conceptos: libros y material gráfico; artesanía y productos típicos, y nada. Los datos que aporta pueden ser de interés a la hora de planificar la oferta de venta de productos en el Museo.

La pregunta núm. 14 evalúa la importancia de los eventos culturales a la hora de programar los viajes. Los valores propuestos son de 1 a 5. La calificación de 1 y 2, se considera «nada importante»; la 3, «importante», y la 4 y 5, «muy importante».

Complementaria es la pregunta núm. 15. En ella se han querido conocer las preferencias del

## Museo

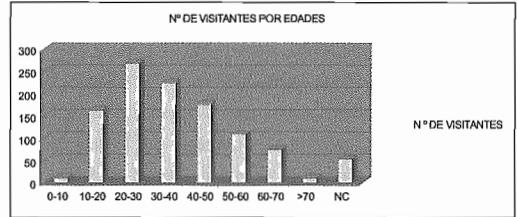
Atapuerca. Un millón de años: Valoración de una encuesta

público por la oferta cultural y turística de la Comunidad de Castilla y León. La respuesta era abierta, lo que entraña gran dificultad a la hora de cuantificarla; sin embargo, la opinión de los encuestados se ha manifestado casi unánime a favor de las Catedrales, el recorrido del Camino de Santiago y las Edades del Hombre.

Antes de proceder a la descripción de los resultados debemos tener presentes dos aspectos importantes: el primero, que esta encuesta parte de la premisa de que el público que ha acudido al Museo en este tiempo lo ha hecho fundamentalmente atraído por la Exposición, premisa que creemos está confirmada con el número de visitantes; el segundo, que el sondeo se ha realizado en períodos de tiempo concretos y continuados, lo que condiciona su estudio a un análisis estadístico descriptivo.

### – Perfil del visitante:

De las respuestas personales de los 1.096 encuestados se deduce que el perfil del visitante, al menos para el Museo de Burgos, es el de una persona de edad comprendida entre los 20 y los 50 años; edad media de 36 años. En nuestro caso no existe una diferencia por sexos, pues del total de encuestados 559 fueron hombres y 529 mujeres, únicamente 8 no contestaron. Su nivel de formación es, en general, de grado medio-alto, un 46,29% ha cursado estudios superiores de diplomatura o licenciatura, siendo la dedicación laboral predominante la relacionada con el sector de los servicios, la administración y el ejercicio libre profesional. En cuanto a la procedencia geográfica de los encuestados, los más numerosos son los burgaleses (482), seguidos en número mucho menor por madrileños (81), barceloneses (51), vallisoletanos (43), etc.



### – Valoración del Museo:

Uno de los supuestos que queríamos constatar era la presencia real que el Museo de Burgos tiene en la sociedad de su entorno. Por esta razón se preguntaba a los encuestados si lo habían visitado anteriormente. Los resultados obtenidos nos indican que poco más de la mitad de los encuestados (622) no lo habían visitado nunca, mientras que casi la mitad (467) sí lo habían hecho con anterioridad. Esta pregunta contiene además una opción complementaria a la contestación afirmativa, que es la de indicar el número de ocasiones en que ha repetido la visita. El análisis de este dato ha dado una media de visitas, por parte de los conocedores del Museo, de un 2,44%. Valor que, a nuestro juicio, es muy positivo, pues no debemos olvidar que estamos cuantificando el interés del público por la Exposición Permanente, oferta cultural estable a la que acude con cierta regularidad.

La valoración del Museo ha sido así mismo muy buena. Las respuestas han dado como resultado los siguientes porcentajes: «muy satisfactoria», un 35'82%; «bastante satisfactoria», un 37'76%; «satisfactoria», para un 21'34%; «poco satisfactoria», para un 3'58%, y «nada satisfactoria», para un 1'49%. Señalar que las calificaciones más bajas provienen, en general, de encuestas realizadas por jóvenes de ambos sexos en visita de estudios.

Los motivos por los que se ha realizado la visita ha tenido una respuesta casi unánime. Para el 50,32% fueron los motivos culturales y dentro de ellos ha sido muy señalado el referido al atractivo histórico. Muy por debajo se sitúan los motivos relacionados con la educación y la mejora de los conocimientos que sólo alcanzan el 21,83%, mientras que el ocio y el descanso suponen el 27,85%. En este último registro, el ocio, las preferencias del público se han inclinado por las relaciones sociales, la visita a familiares o amigos, seguidas por el interés de la gastronomía del lugar.

– *Valoración de la Exposición:*

La acogida de la Exposición por el público ha sido extraordinaria, como así lo demuestran los siguientes resultados. La mitad de los visitantes, un 51,86%, la ha calificado de «muy satisfactoria» mientras que un número menor, un 35,68%, la consideran «bastante satisfactoria». Muy por debajo de éstas cifras se encuentran las calificaciones de «satisfactoria», un 9,61%; de «poco satisfactoria», por un 2,38%, y de «nada satisfactoria», por un 0,48%. Como podemos comprobar, sobre una puntuación de 5, la Exposición de Atapuerca ha obtenido un 4,18. En consecuencia, creo que podemos afirmar que la Exposición ha alcanzado con suficiencia las expectativas que sobre ella tenía el público.

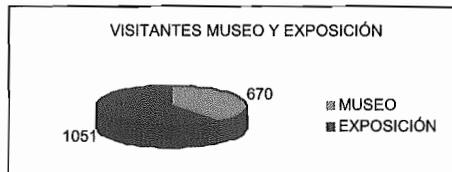
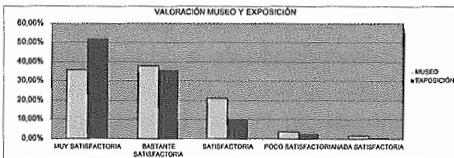
Por su parte, el Museo ha obtenido una calificación del 4,03, valoración igualmente muy positiva que nos indica que esta Institución y sus

colecciones tienen un gran interés para el visitante.

La realización de la encuesta tuvo también la finalidad de poder evaluar la incidencia de la Exposición en la difusión del Museo. En primer lugar, debemos señalar que la Exposición de Atapuerca sí ha cumplido una premisa básica: la de atraer al público, como demuestra la cifra récord de 148.657 visitantes. Partiendo de los datos obtenidos en nuestro muestreo sabemos que 622 personas no habían entrado nunca el Museo. De ellas 208 emitieron su juicio de valor sobre el Centro, de lo que se deduce que al menos el 33,44% de las personas que acudieron a visitar la Exposición también visitaron el Museo. Pensamos que este porcentaje puede hacerse extensivo al total de los visitantes que han entrado en el Museo durante los 22 meses que ha permanecido abierta la Exposición, lo que nos indicaría que al menos un tercio del público que acudió por vez primera al Museo de Burgos conoció la Exposición sobre Atapuerca y las Colecciones del Centro.

– *Hábitos culturales:*

Bajo este epígrafe incluimos los resultados del resto de preguntas destinadas a conocer las preferencias de los encuestados ante la diversidad de la oferta cultural.



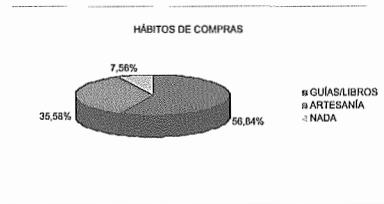
## Museo

Atapuerca. Un millón de años: Valoración de una encuesta

Así la pregunta núm. 12, plantea distintas opciones sobre lugares que se visitan en un viaje cultural. De todas ellas la que ha gozado de mayor favor por parte del público (41,76%) ha sido la concerniente al Patrimonio Monumental, ya fuese por edificios singulares o por conjuntos históricos. Le siguen en preferencia los Museos (30%) y las Exposiciones (17,70%). En un lugar menos destacado se encuentran las actividades relativas a la Música y Artes Escénicas (8,22%) y otras opciones (2,32%).

En estas respuestas nos ha llamado la atención que las Exposiciones se hayan valorado por detrás del Patrimonio Monumental y los Museos, cuando los encuestados han acudido al Museo a ver una exposición temporal. En este sentido queremos señalar la coincidencia de respuestas existente entre las personas que han valorado el Museo (670) y los que han manifestado su preferencia por visitar Museos (661). Asimismo es curioso observar el escaso interés manifestado hacia la Música y las Artes Escénicas. La respuesta abierta de «Otros» sólo se ha tenido en cuenta cuando el encuestado ha enunciado sus preferencias, que, en general, son: los parques naturales, los itinerarios de patrimonio histórico y la gastronomía.

En cuanto a los hábitos de compra los productos culturales, caso de guías, catálogos de exposición, libros y material gráfico son los más demandados. Le siguen en preferencia la artesanía y productos típicos locales. El público que ha mostrado interés en la adquisición de algún tipo de productos está dentro de una edad comprendida entre los 30 y 50 años. Por el contrario, este hábito es mucho menor entre la población joven con edades comprendidas entre los 16 y 30 años, que manifiestan una intención nula.



El viaje cultural ha sido valorado por los encuestados como uno de los motivos principales para planificar sus desplazamientos. Si tenemos en cuenta la afluencia de visitas al Museo de Burgos comprobamos que los desplazamientos de fines de semana o puentes están adquiriendo una enorme preponderancia en la organización de viajes culturales. En ellos, además, se tiende a incorporar la visita a los Museos dentro de sus itinerarios.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos en la encuesta creemos posible plantear las siguientes conclusiones:

1ª La Exposición sobre Atapuerca ha sido un éxito de público que ha acudido de forma masiva a visitarla. Por los resultados de la encuesta podemos calcular que del total de visitantes, al menos un 34% también ha conocido el Museo. Cifra que supone un incremento de casi el doble anual con respecto a los años anteriores.

2ª La presencia de dos tipos de público de comportamiento bien diferente. Uno, que responde de manera masiva y casi exclusiva a las ofertas culturales de carácter temporal, que valora muy positivamente el apoyo de las visitas guiadas; y otro, más minoritario, que tiende hacia el disfrute individualizado de la cultura y elige, además de las opciones temporales, la oferta permanente de un Museo. En este último caso tiende a repetir su visita.

3ª En términos generales, podemos definir el perfil del visitante del Museo como el de una persona de edad media de unos 36 años, que habita en un entorno geográfico relativamente cercano. Su formación académica es media/alta y está en situación laboral activa. Valora con gran interés la cultura, a la que dedica una parte de su tiempo libre y asume con naturalidad los gastos derivados de su disfrute.

En resumen, los resultados de la encuesta nos plantean que, al menos para un futuro cercano, el público demandará a los Museos una oferta cultural ambivalente donde esté presente la exposición temporal y sus propias Colecciones. Ambas ofertas deben estar concebidas con independencia, sin que en ningún caso se supediten una sobre otra, pues a pesar de que lo temporal sea hoy en día más mayoritario no se puede olvidar que una parte importante de esa mayoría se está convirtiendo en asiduo visitante de Museos. A nuestro juicio, esta tendencia se sustenta, sobre todo, en el interés del público por las colecciones de los Museos que le permiten conocer la singularidad de los objetos dentro de su etapa histórica y comprender la cultura a la que pertenecen. Ambos aspectos los valora de manera muy positiva y le predisponen a considerar la visita de un Museo como un motivo importante a la hora de planificar sus preferencias culturales.

BELÉN CASTILLO IGLESIAS  
Museo de Burgos

\* El tratamiento estadístico de los datos ha sido realizado por el Dr. D. Alberto de la Peña. Profesor Asociado de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Burgos.