

An abstract painting by Roberto Matta, featuring a complex composition of overlapping shapes and lines. The color palette is dominated by warm tones of orange, red, and brown, with a prominent dark blue or black area in the upper left. The brushwork is visible, creating a textured and layered effect. The overall mood is dramatic and expressive.

Roda, su poesía visual

HOMENAJE NACIONAL

Museo Nacional de Colombia

INTRODUCCIÓN

Esta presentación tiene como objetivo mostrar los resultados obtenidos durante el Estudio de Públicos de la Exposición “*Roda, su poesía visual*”.

La presentación se ha dividido en 4 partes:

- A. Ficha Técnica.
- B. Variables analizadas.
- C. Fuentes de información adicional.
- D. Recomendaciones y conclusiones.

A. Ficha Técnica



Fecha de recolección de los datos

11 de abril al 3 de agosto del 2014.
Entre semana y fines de semana en
horarios de mañana y tarde.



Objetivo General

Conocer las percepciones de los visitantes respecto a la exposición, partiendo de su experiencia dentro de la sala de exhibición de la muestra.

Población Objetivo

Población civil de todas las edades que asistió al Museo Nacional y completó el recorrido en la sala de la exposición temporal Roda, su poesía visual.



Tamaño de la muestra: 400.

Total de visitantes: 55.345 .

Meta (Visitantes esperados): xxxxxx



Diseño muestral

Muestreo simple no probabilístico accidental .

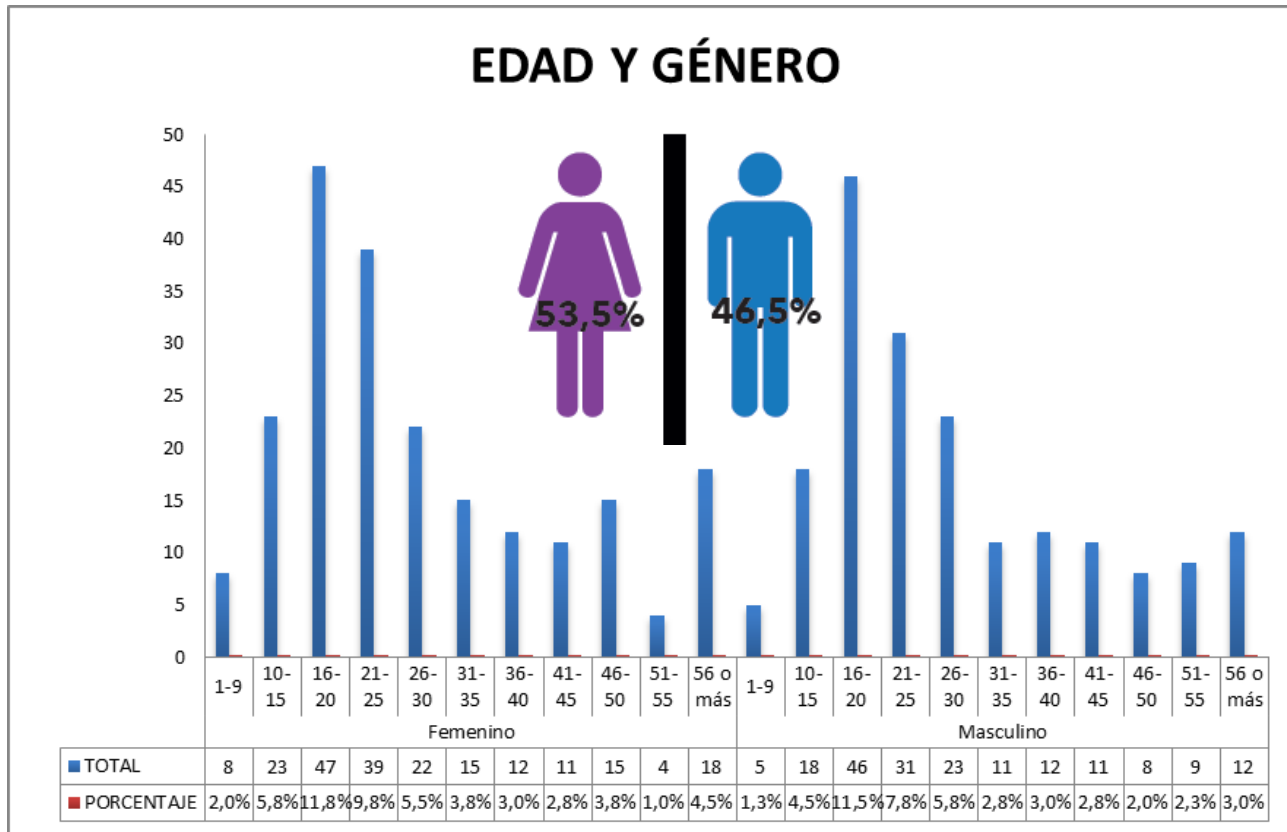
Instrumentos

- Cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.
- Observación directa del investigador.
- Comentarios en libro de visitas (físico).
- Informes de los guías de la exposición.



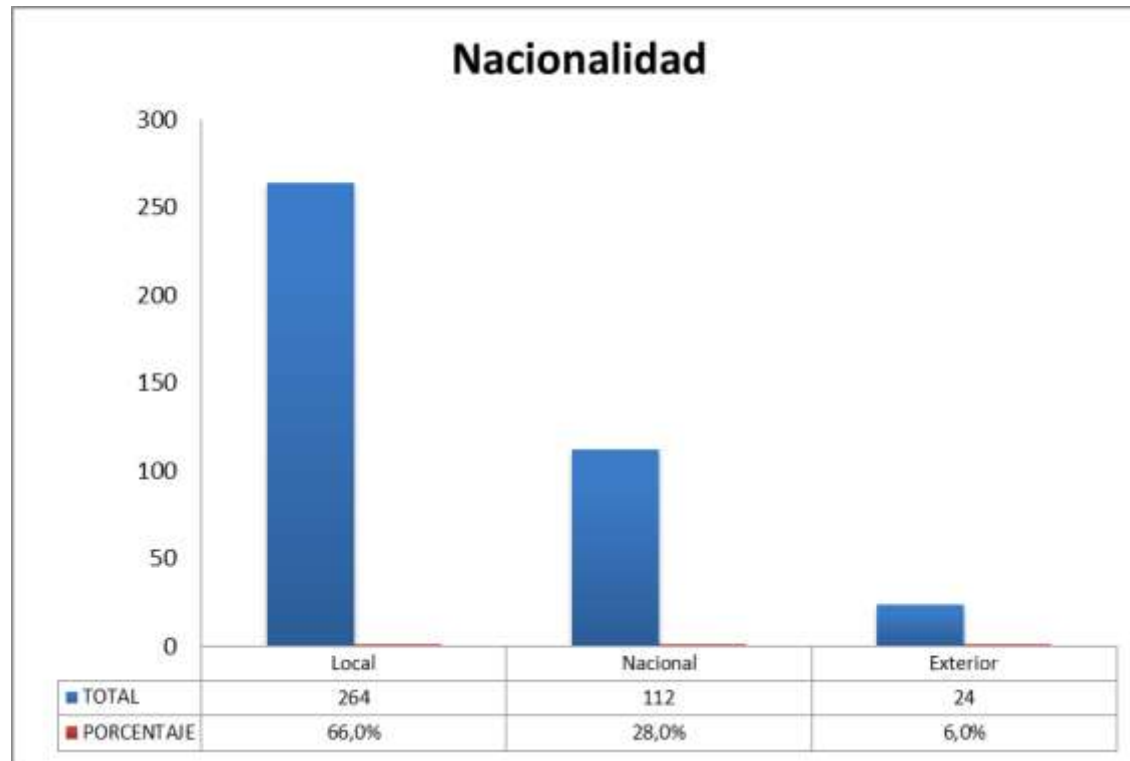
1. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

GENERO Y EDAD



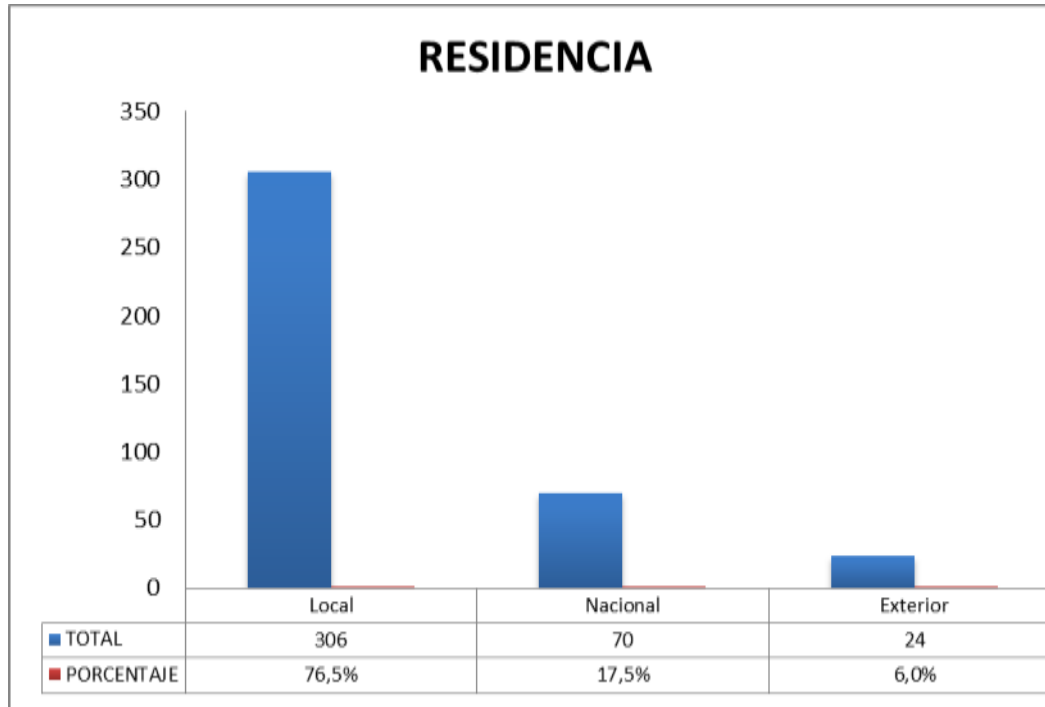
- La población que visitó mayoritariamente la exhibición fueron los jóvenes y adultos entre los 16 y los 30 años de edad, con un total del 52.1% de la muestra.

LUGAR DE NACIMIENTO



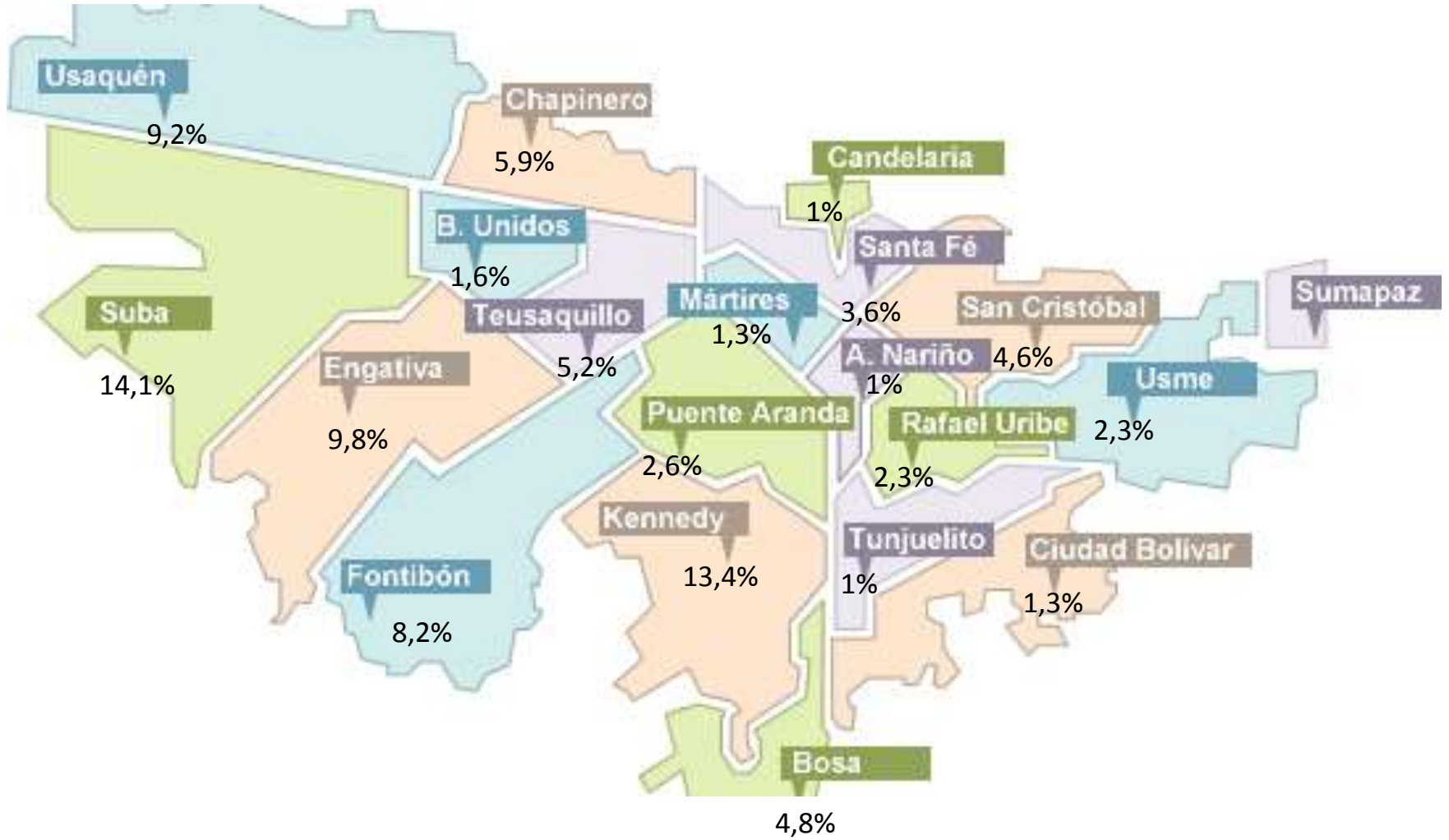
- Nacional: Antioquia (6%), Boyacá (3%) Santander (2,8%), Caldas (2,3%) y Cundinamarca y Nariño (2% cada uno)
- Exterior: Venezuela (2%), Argentina (0,8%) y Alemania, México, Estados Unidos y Brasil (0,5% cada uno)

LUGAR DE RESIDENCIA

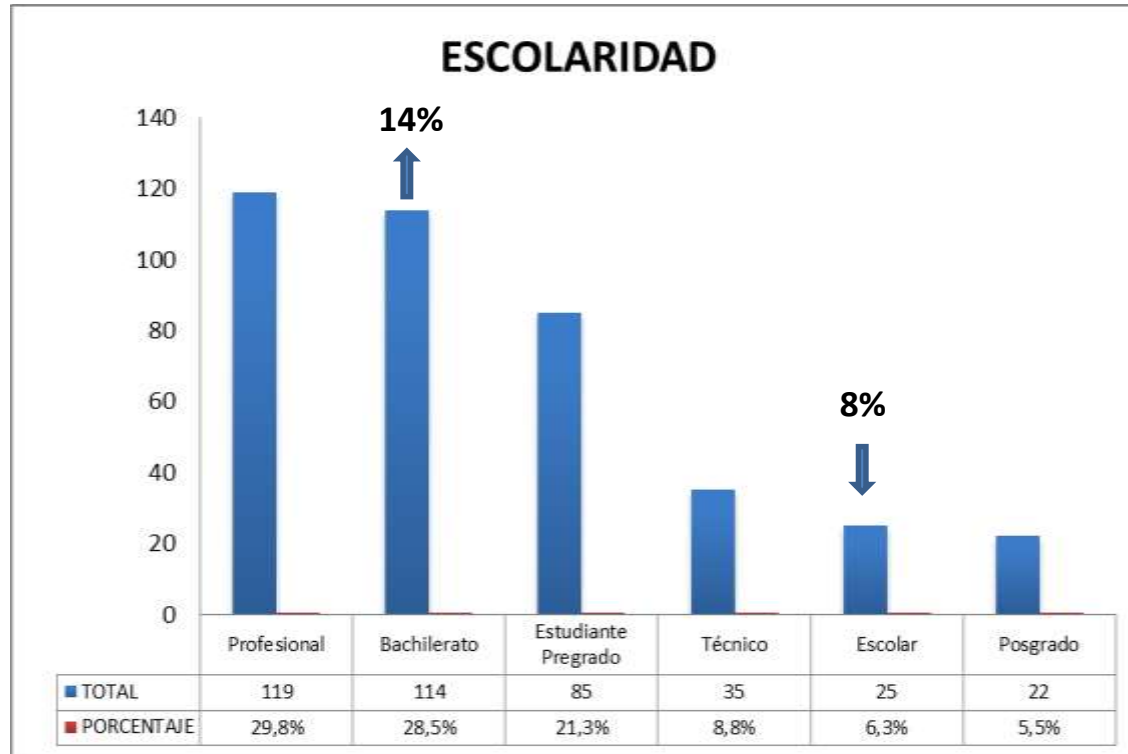


- Residentes nacionales: Cundinamarca: Soacha y Chía (20 individuos; 5%); Antioquia: Medellín (17 individuos; 4,3%); Santander: Bucaramanga y Girón (8 individuos; 2%). Motivación: conocer el Museo, motivos culturales y de ocio.
- Residentes en el extranjero: Venezuela (1,8%) y España (0,8%). Motivación: cultural, conocer el Museo, temática de la exposición Temporal.

RESIDENCIA

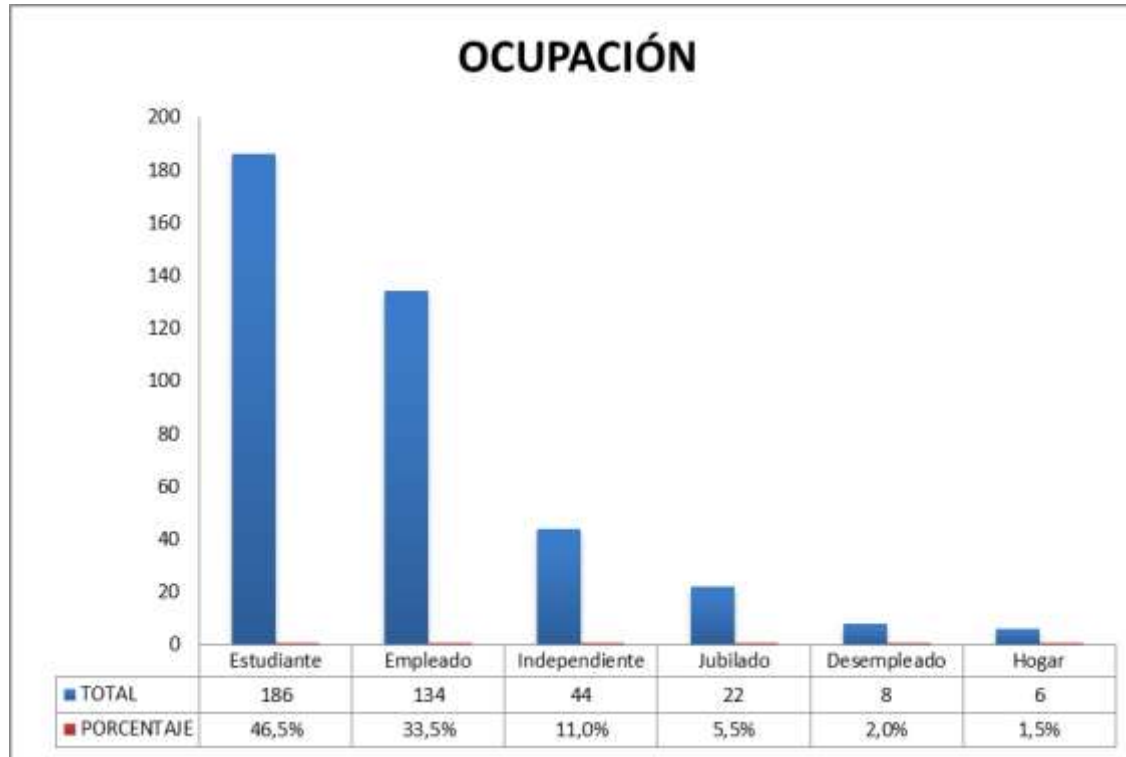


ESCOLARIDAD



- Estudiantes de pregrado :disminuyó en las dos últimas exposiciones: época de vacaciones.

OCUPACIÓN

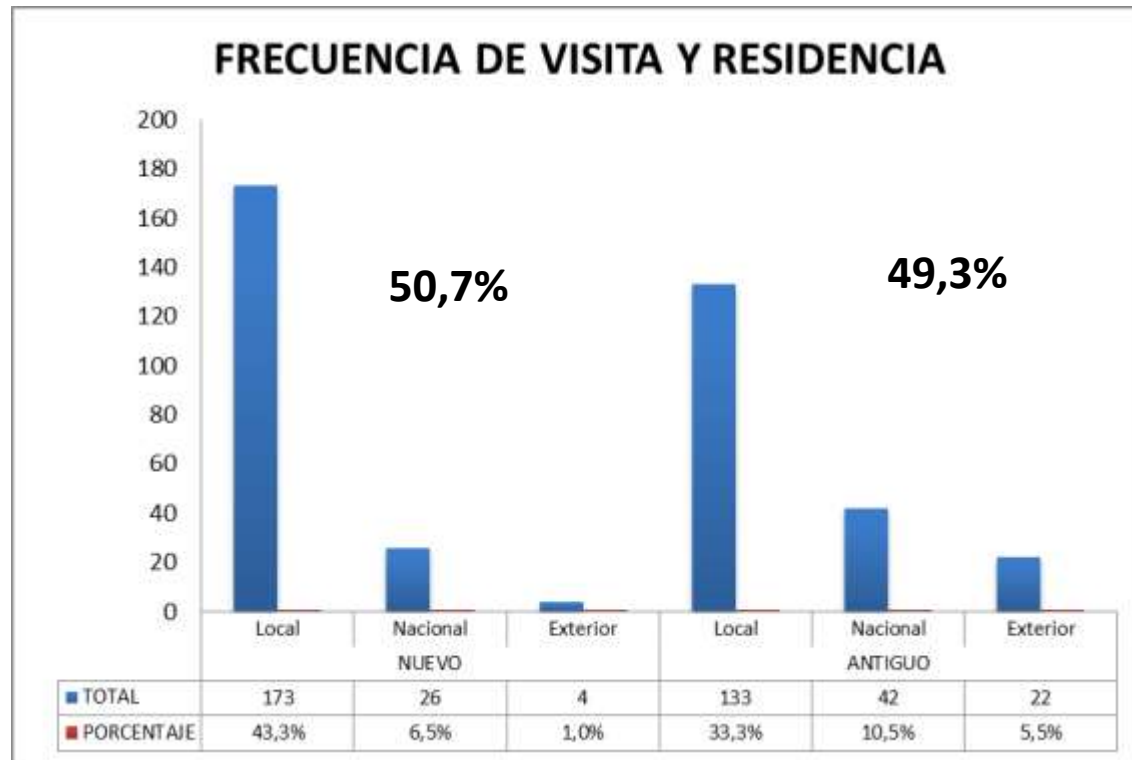


- Estudiantes: Motivación cultural (15,5%); académica (9,5%); conocer el Museo (6,8%) y ocio (6,3%).
- Motivación académica: visitar museos de Bogotá.



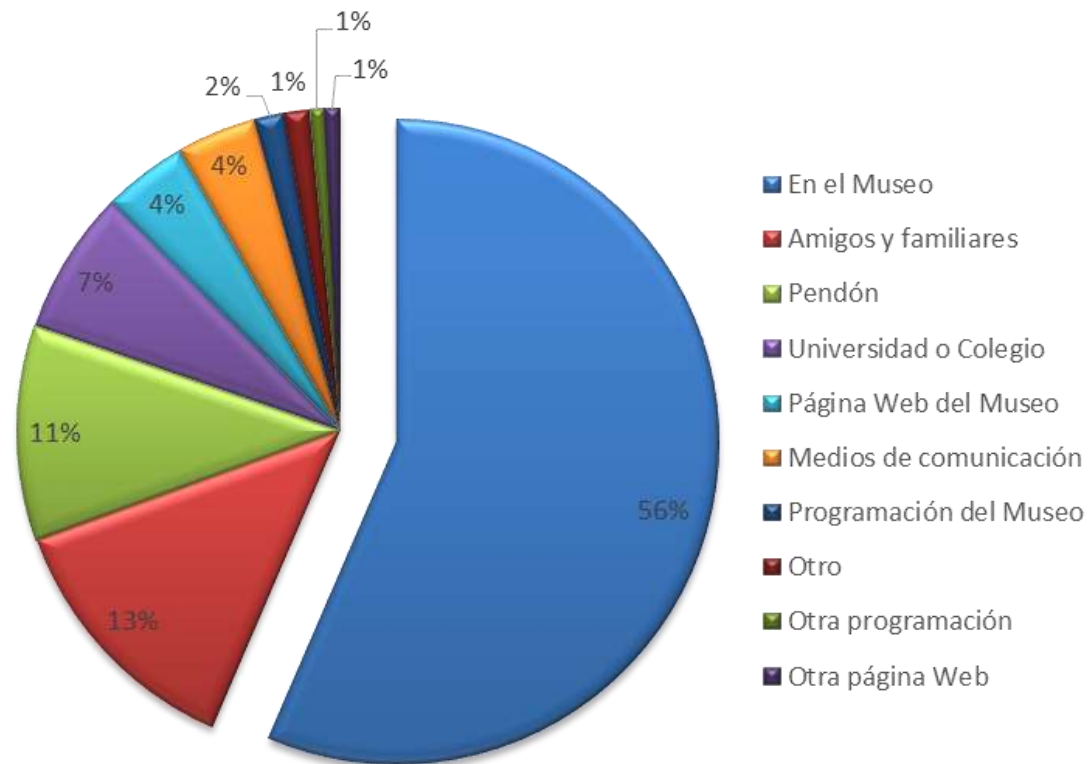
2. DIVULGACIÓN Y VISITA

FRECUENCIA DE VISITA



- Motivación antiguos: exposición permanente: cultural y ocio (27,8%); Roda (21,5%).
- Motivación nuevos visitantes: exposición permanente 43,5% (conocer el museo, cultural, académica, ocio); Roda (5,3%)

DIVULGACIÓN



Medio de comunicación principales: El Tiempo 1,3%; El Espectador 1%.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 125 comunicaciones en diferentes medios.
- 18,5% del público se enteró a través de medios de comunicación.

Dioses mitos y religión de la antigua Grecia



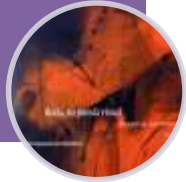
- 148 comunicaciones en diferentes medios.
- Memorias de prensa: 82 notas informativas; 39 a favor; 26 en contra; 1 comunicado oficial.
- 6,2% del público se enteró a través de medios de comunicación.

El silencio de los ídolos



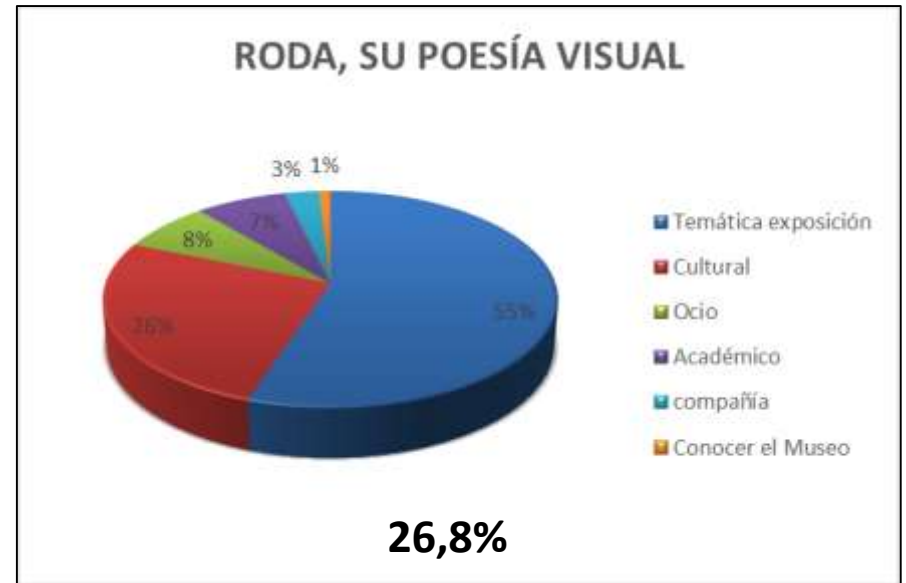
- 130 comunicaciones en diferentes medios.
- 4% del público se enteró a través de medios de comunicación.

Roda, su poesía visual



- La eficacia de los medios de comunicación para que las personas visiten las exposiciones temporales puede estar determinada por la temática de las exposiciones temporales y no por el número de publicaciones que se hagan de la misma.
- La divulgación a través de amigos y familiares puede ser más efectiva y significativa: opinión de primera mano respecto a una exposición y su contenido.

MOTIVACIÓN



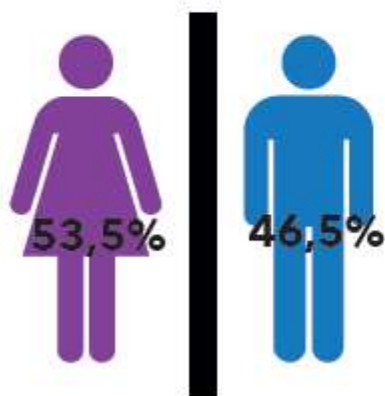
Exposición permanente.

- Motivos culturales: retomar la historia del país, enriquecer su cultura, curiosidad y turismo.
- Ocio: plan de vacaciones, diversión, pasatiempo o “desparche”.
- Motivos académicos: trabajos relacionados con las exposiciones que alberga el Museo, tarea de visitar Museos en vacaciones.
- Compañía: acompañar a algún familiar o amigo; padres que acompañaban a sus hijos, quienes venían por motivos académicos.

Exposición temporal Roda, su poesía visual:

- Temática de la exposición: ampliar o retomar su conocimiento acerca de Roda, conocer la obra del artista.

Nuestros Visitantes



ESTUDIANTES

PROFESIONALES

PADRES DE FAMILIA

ADULTOS MAYORES

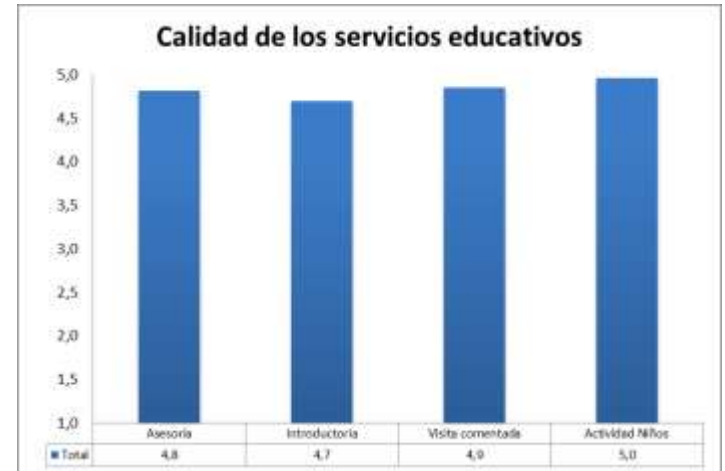
Motivación del público	
Académico	11,3%
Compañía	6,3%
Cultural	38%
Conocer el Museo	16,3%
Interés en Roda	14,8%
Ocio	12,5%



3. SERVICIOS DEL MUSEO



SERVICIOS EDUCATIVOS



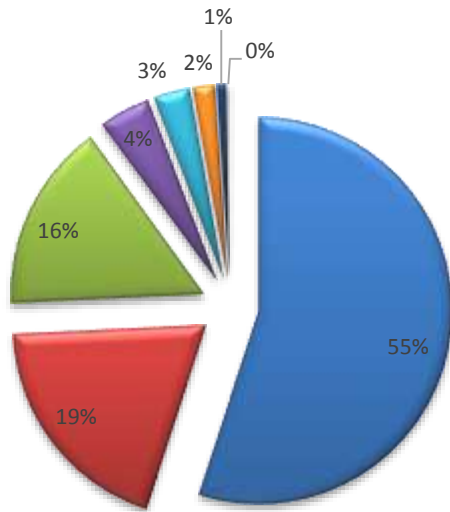
¡Guías más activos!

Pueden significar un mayor número de público beneficiado por los servicios educativos y una experiencia cultural más satisfactoria!

4. PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN



ELEMENTOS IMPACTANTES



■ Pieza exposición

■ Vida y obra artista

■ Técnica artista

■ Curaduría

■ Servicios educativos

■ No impactó

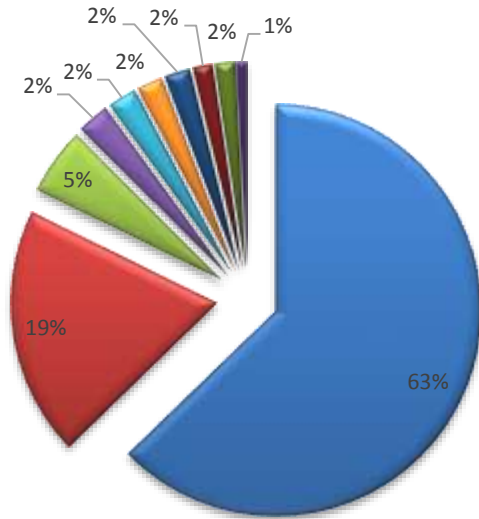
■ Museografía

■ Experiencia sala

- Los retratos y autorretratos que realizó Roda, los grabados, los cuadros abstractos.
- Vida de Roda, relatos y sentimientos a través de las obras, evolución de su pensamiento y obra como artista y su relación con Colombia.
- Los colores y trazos en los cuadros, técnica de grabado, evolución de la técnica.
- Organización de la exposición, entrevista a Roda, las fichas técnicas de las pinturas, la división por momentos artísticos, la selección de los cuadros, la línea del tiempo, el guion de la exposición en inglés y español,
- Talleres y kit didáctico para los niños, explicación de los guías.
- Montaje y distribución de los cuadros.
- Aspecto siniestro de la sala.



ELEMENTOS DE MENOS AGRADO



■ NO APLICA

■ Pieza de la exposición

■ Técnica del artista

■ Curaduría

■ experiencia en la sala

■ Museografía

■ Servicios educativos

■ Otro

■ Vida y obra del artista

■ Organización del museo

- La vajilla, las pinturas no-figurativas y el cuadro: "La tumba de Felipe IV".

- El manejo del color en las pinturas y el concepto no-figurativo.

- Más obras de Roda y otros momentos de su desarrollo como artista, menos retratos, una explicación más profunda de sus obras no-figurativas
- El espacio de la sala es pequeño.

- Luz empleada para la iluminación de la sala, sala dispuesta para el video y ubicación de las cerámicas.

- Pocos guías o no disponibilidad de guías.

- Salas de la exposición permanente cerradas.



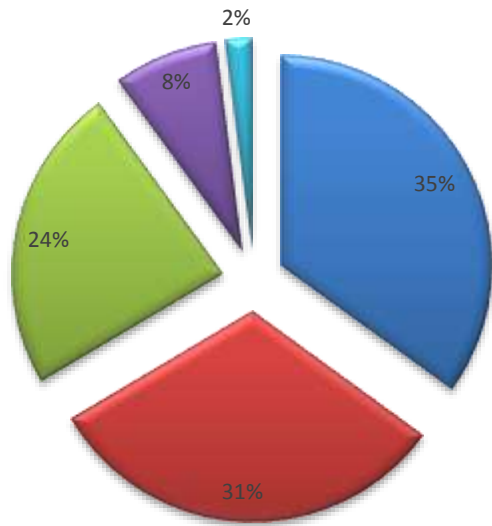
SUGERENCIAS O MODIFICACIONES



- Experiencia en la sala
 - Audio del video: se solucionó incluyendo subtítulos al video; delimitación del espacio entre las obras y el público.
- Museografía
 - Mejorar la iluminación de la sala para apreciar mejor las obras; Implementar un mapa del sitio.
- Curaduría
 - Biografía del artista en inglés e incluir un resumen de cada pieza para entender mejor las obras y la intención del artista.
- Recursos del Museo
 - implementar un sistema de aire acondicionado en la sala; mayor espacio para nuevas obras.
- Servicios Educativos
 - Más guías.
- Otro
 - Mayor divulgación de las exposiciones.



APRENDIZAJE O REFLEXIÓN

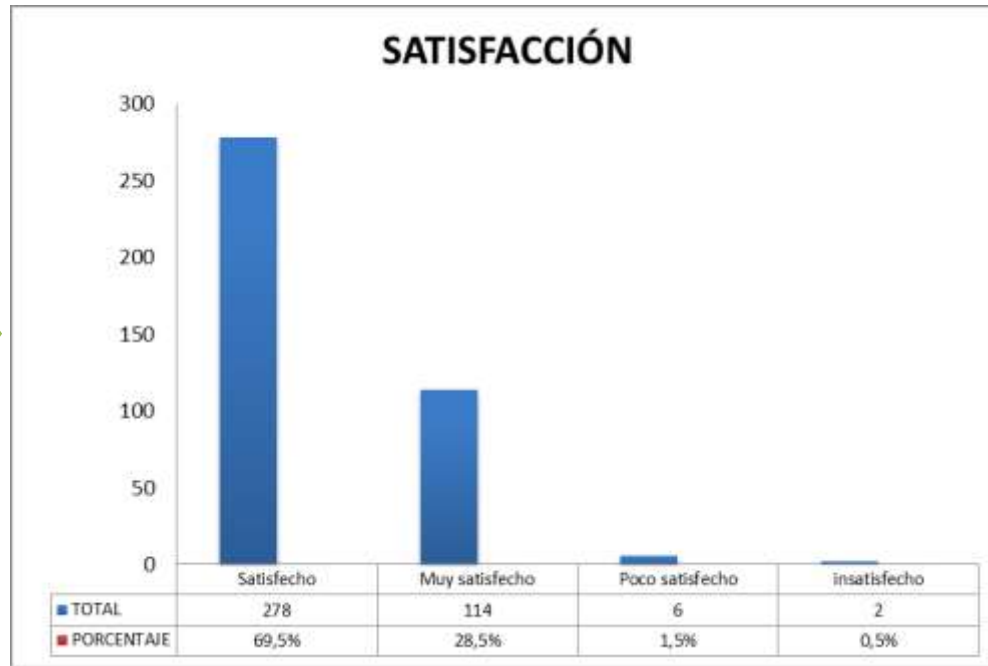


- Reflexión personal
 - Reflexión personal, basada en la vida y obra del artista y experiencia propia con el arte, significados del arte dependiendo de su autor y observador; importancia de las exposiciones en la cultura del país.
- Vida y obra del artista
 - Influencia de Roda en el arte colombiano.
- NO APLICA
- Técnica del artista
 - Reflexión y aprendizaje sobre las técnicas que empleaba Roda.
- Otro



SATISFACCIÓN

Poco satisfechos: Una persona no entendió el concepto no-figurativo y otra señala a Roda de robar el trabajo de artistas colombianos.



Insatisfechos: No aprendió nada nuevo; usar la sala temporal para temas de arte pre-hispánico.

5. FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL

LIBRO DE VISITAS



INFORMES DE LOS GUÍAS

Curaduría

- La organización cronológica y la selección de las piezas fue acertada: permitió al público entender de manera clara la evolución de la vida y obra del artista.

Museografía

- Importancia de ofrecer los textos en español y en inglés para el público extranjero.
- Sugieren información completa del artista en las fichas técnicas.
- Necesidad de una señalización clara respecto a los límites entre el público y las obras

Material didáctico para los niños.

- Despertó en los niños el interés por conocer la vida y obra del artista de una manera dinámica.
- Las familias querían participar en las actividades del kit, ya que permitían un entendimiento más sencillo de la obra de Roda.

6. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES PARA PRÓXIMAS EXPOSICIONES

- Seguir implementando **recursos en inglés para visitantes extranjeros**, incluyendo los folletos de la exposición.
- Los visitantes sugieren **fichas técnicas con un resumen más detallado de cada pieza**. Esto teniendo en cuenta un público más especializado que desea conocer más a fondo acerca de la obra del artista y su intencionalidad en cada obra.
- Se recomienda ubicar un **mapa de la sala en la entrada**, para que los visitantes conozcan la distribución de la sala y de esta manera preparen su recorrido.
- Utilizar **nuevos medios de divulgación**, para que divulguen información del Museo y las exposiciones temporales y la misma llegué de manera oportuna al público potencialmente interesado en la temática de cada exposición temporal.
- Preparar **programas y actividades especiales para las vacaciones**, ya que un grupo importante de estudiantes asiste al museo, motivado por motivos culturales y académicos.
- Utilizar un **elemento que indique la distancia prudente entre el público y las piezas de la exposición**, para evitar el contacto con las mismas y permitir que varias personas aprecien la muestra al tiempo.
- Se recomienda **divulgar la disposición de guías** a través de los diferentes medios de comunicación de los que dispone el Museo (Página Web, TVwall, letreros, taquilla). Así mismo, se recomienda a los **guías más iniciativa** a la hora de ofrecer sus servicios al público que visita las exposiciones del Museo.
- Implementar **estrategias para que aquellas personas que residen en Bogotá y conocen el Museo sigan asistiendo al Museo**, buscando herramientas que permitan mantenerse en contacto con los visitantes, para que se enteren de las diferentes actividades culturales, exhibiciones y servicios educativos llevados a cabo en el Museo Nacional.
- Continuar con el uso de **actividades dirigidas a los niños y videos**, ya que son herramientas que dinamiza la exposición y permite profundizar en los contenidos.
- Se recomienda hacer una **campaña en donde se informe la gratuidad de la entrada al Museo Nacional**, ya que en algunas ocasiones el público no tiene conocimiento de esto. Teniendo en cuenta que el día de mayor afluencias, penden

RECOMENDACIONES PARA ESTUDIOS DE PÚBLICOS.

- Retomar las actividades en Facebook, generando preguntas que inviten a las personas que ya visitaron la exposición a participar, comentando como fue su experiencia.
- Se recomienda mensualmente realizar una reunión con la persona encargada del estudio de públicos, esto con el fin de observar los resultados obtenidos hasta el momento y mejorar la experiencia de los visitantes basados en los comentarios que se hayan obtenido hasta el momento.
- Invitar al investigador a alguna de las charlas que se hagan antes de inaugurar la exposición, para que tenga un conocimiento más amplio de las exposiciones. Esto le permite tener mayor claridad acerca de los puntos que exponen los visitantes en las encuestas y de igual manera ofrecer información relevante a los encuestados durante la entrevista.
- Definir adecuadamente los aspectos que son de museografía y curaduría creando un cuadro, que permita a cualquier investigador encargado de los estudios saber esta clasificación para mantener uniformidad y claridad en los conceptos en los estudios de públicos.
- Cuando los visitantes indiquen que no les gustó la exposición, se recomienda al entrevistador profundizar en esta respuesta para comprender qué no le gustó al público.
- El manejo de las encuestas en ambas caras dificulta mantener el orden en las encuestas. Buscar una forma de solucionar este tema, ya que dificulta también la tabulación de manera ordenada y sencilla.
- En relación con la pregunta acerca de las actividades culturales que realizan los encuestados, se recomienda eliminarla, ya que la misma no está ofreciendo información relevante para el estudio y el Ministerio de Cultura tiene datos relacionados con este aspecto.

CONCLUSIONES

- En el último año se observa cómo las características sociodemográficas del público que visita las exposiciones temporales se mantienen en cuanto al género, la edad, nacionalidad, lugar de residencia, así como la motivación del público para asistir al Museo.
- Las actividades dirigidas a los niños y las herramientas como el kit utilizado en la exposición, generan una dinámica que no solo involucra a los menores, sino que igualmente involucra a la familia y convierte las visitas al Museo en una actividad que permite descubrir el arte de una forma divertida y facilita la comprensión de las exposiciones a este público.
- Es necesario definir los medios idóneos para divulgar las exposiciones, basados en el contenido de la exposición y el público objetivo, para que la información llegue al público potencialmente interesado.
- El uso de herramientas como el kit didáctico para los niños y el vídeo, permitieron al público tener un contacto directo con la obra del artista y comprender de manera más sencilla su obra. Por lo cual, es importante utilizar diferentes recursos tanto visuales como didácticos, para que el público de diversas edades pueda comprender mejor las exposiciones y de esta manera se acerque a los contenidos del Museo y se interese por volver.