

# INFORME ESTUDIOS DE PÚBLICO

*“Antes de que las cosas  
desaparezcan”*

# INTRODUCCIÓN

Esta presentación tiene como objetivo mostrar los resultados obtenidos durante el Estudio de Públicos de la Exposición “*Antes de que las cosas desaparezcan*”.

La presentación se ha dividido en 5 partes:

- A. Ficha Técnica.
- B. Variables cuantitativas analizadas.
- C. Variables cualitativas analizadas.
- D. Fuentes de información adicional.
- E. Recomendaciones.

# A. Ficha Técnica

## Fecha de recolección de los datos

26 de septiembre al 24 de octubre del 2015. 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 Antes de que las cosas desaparezcan.

**Tamaño de la muestra:** 400 individuos.

**Total de visitantes:** 17.965

**Visitantes esperados:** 15.000

## Diseño muestral

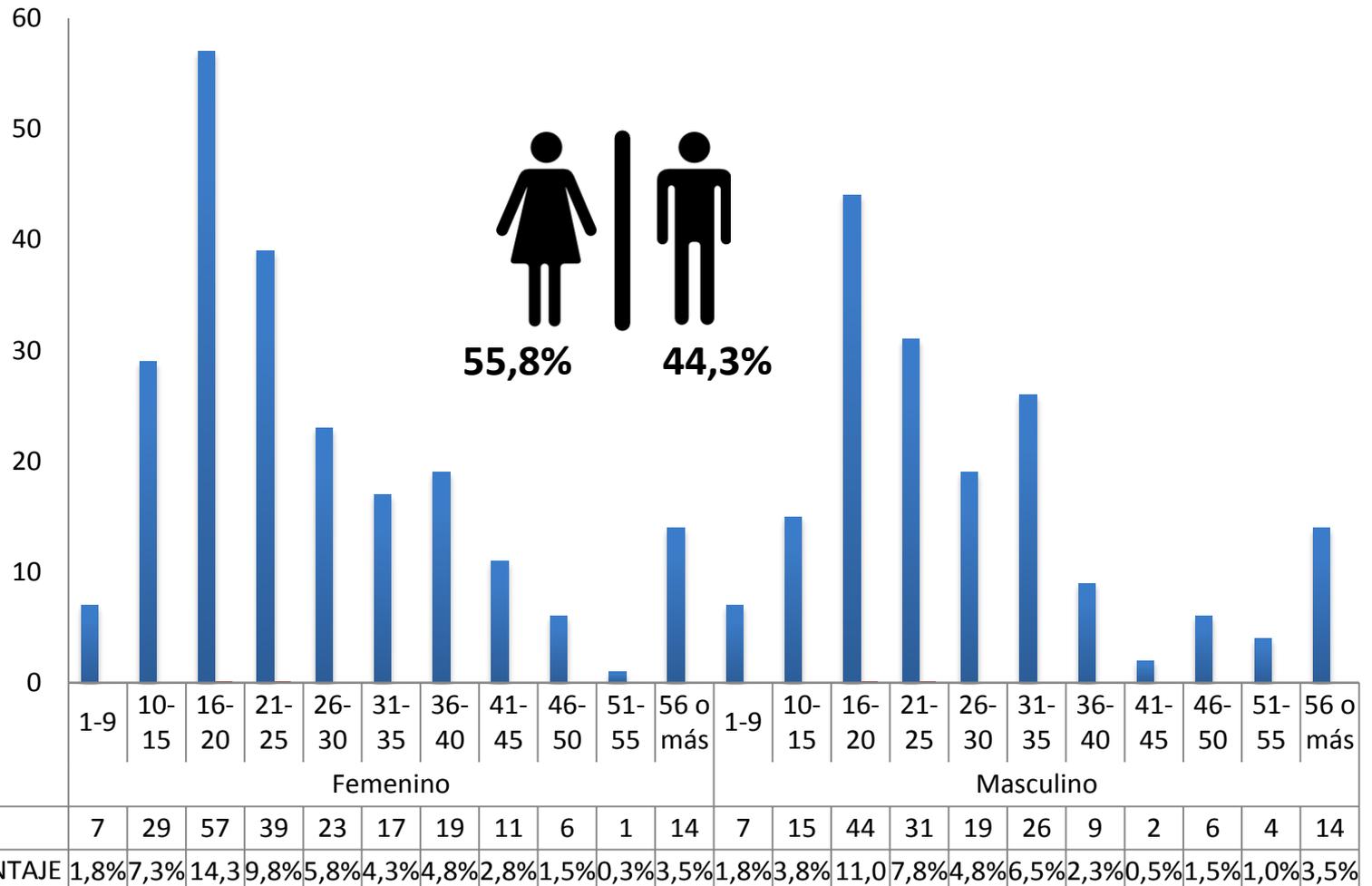
Muestreo simple no probabilístico accidental.

## Instrumentos

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

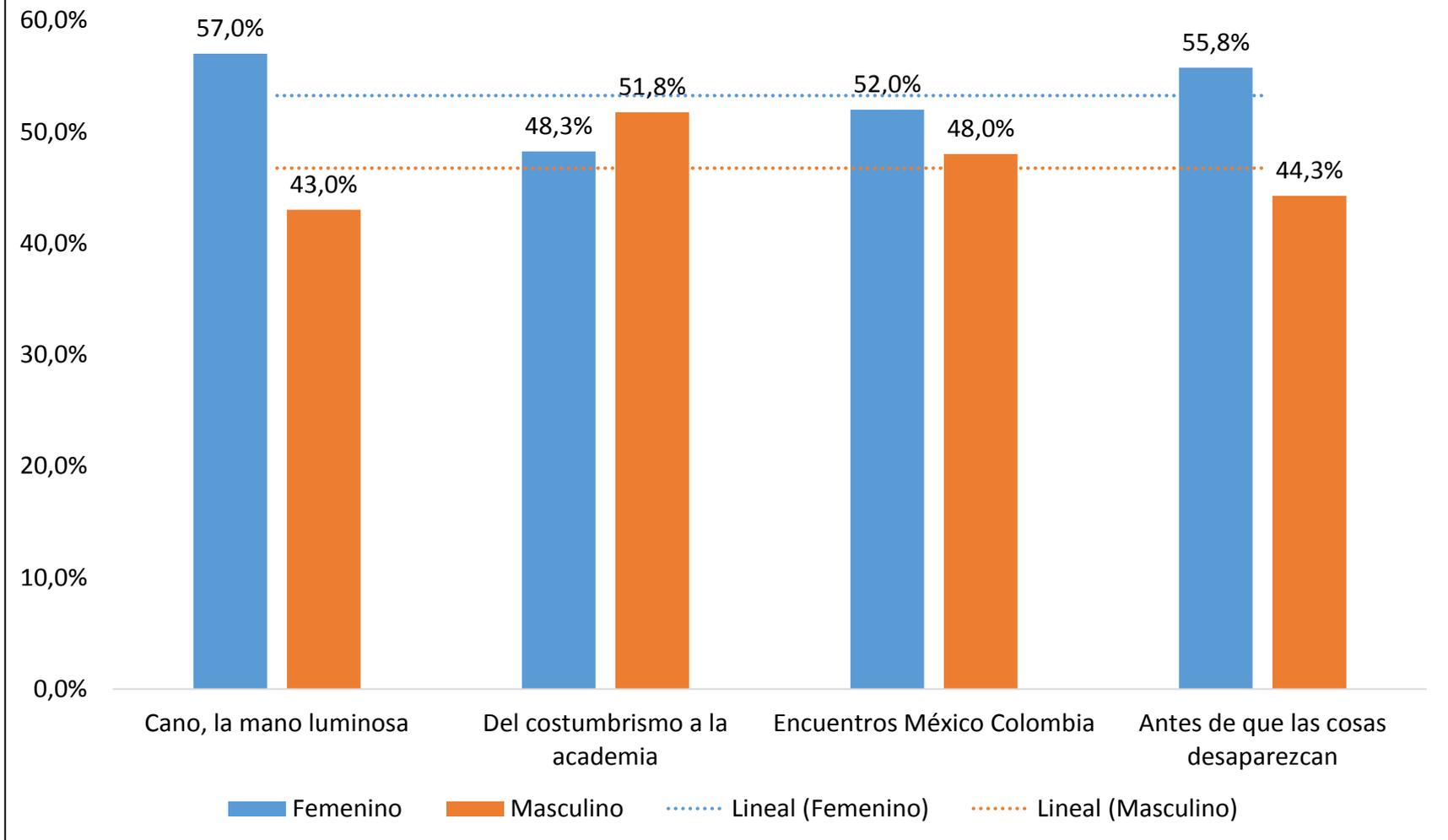
# **B. VARIABLES CUANTITATIVAS ANALIZADAS**

# EDAD Y GÉNERO



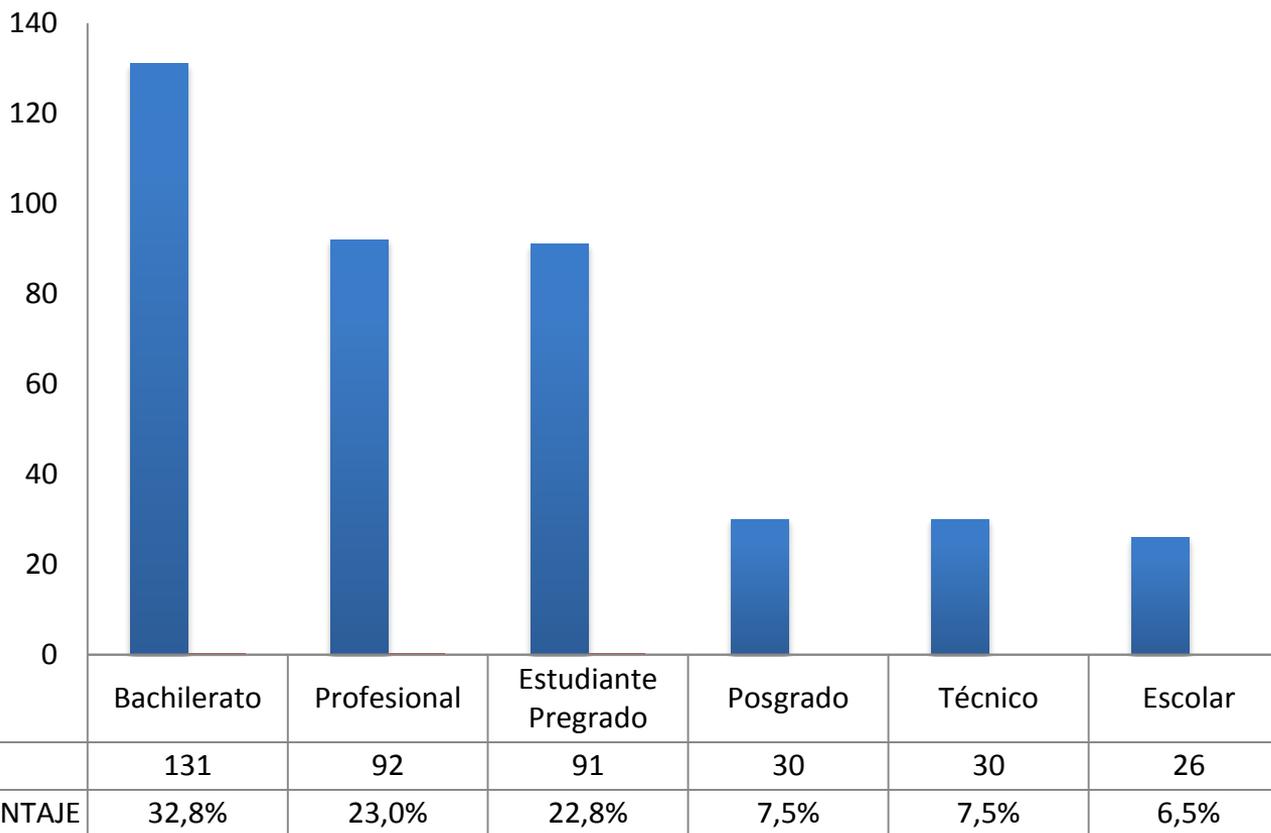
- La población que más frecuentó la exhibición fueron las mujeres entre los 16-25 años (24%). Motivos académicos, culturales y ocio.
- Las mujeres entre los 46-55 años de edad fueron las que menos visitaron el Museo (1,8%).
- Los hombres entre 16-25 años fueron los que más visitaron el Museo (18,8%). Motivos académicos y culturales.
- Los hombres entre los 41-50 años de edad fueron las que menos visitaron el Museo (2%).

# COMPARATIVA GÉNERO



- La tendencia en las exposiciones temporales muestra una distribución por género equitativa, que se rompe en la exposición de Cano y nuevamente en Antes de que las cosas desaparezcan.

# ESCOLARIDAD



## Motivación:

Bachillerato: 11,3% académicos, el 6,8% interés cultural, 6,3% a conocer el Museo;

Profesionales: motivos culturales (9%), turismo (3,8%), a conocer el Museo (3,8%), o a acompañar a alguien (3%)

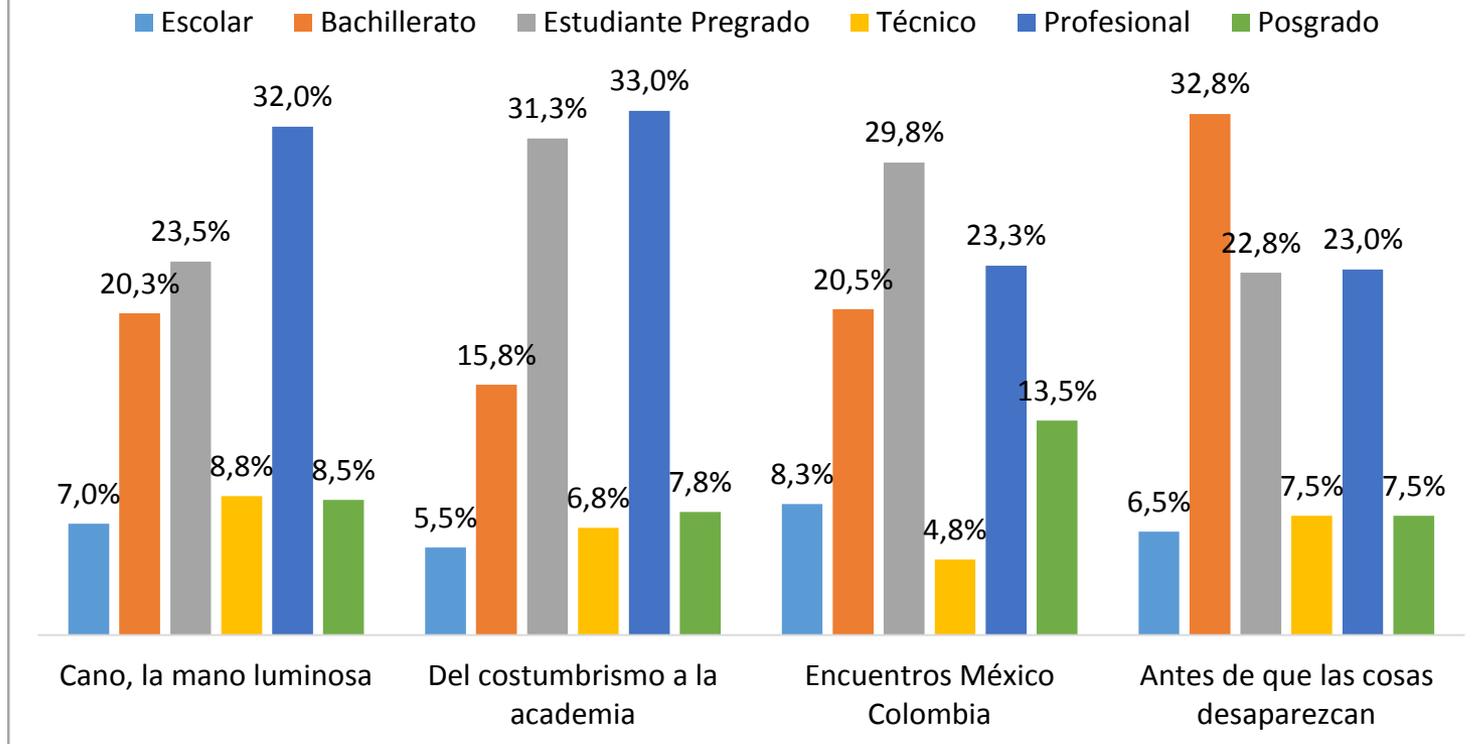
Estudiantes de pregrado: culturales (8,5%);

Profesionales: culturales (2,3%) y turismo (2%);

Técnicos: culturales (2,8%) y a conocer el Museo (1,8%)

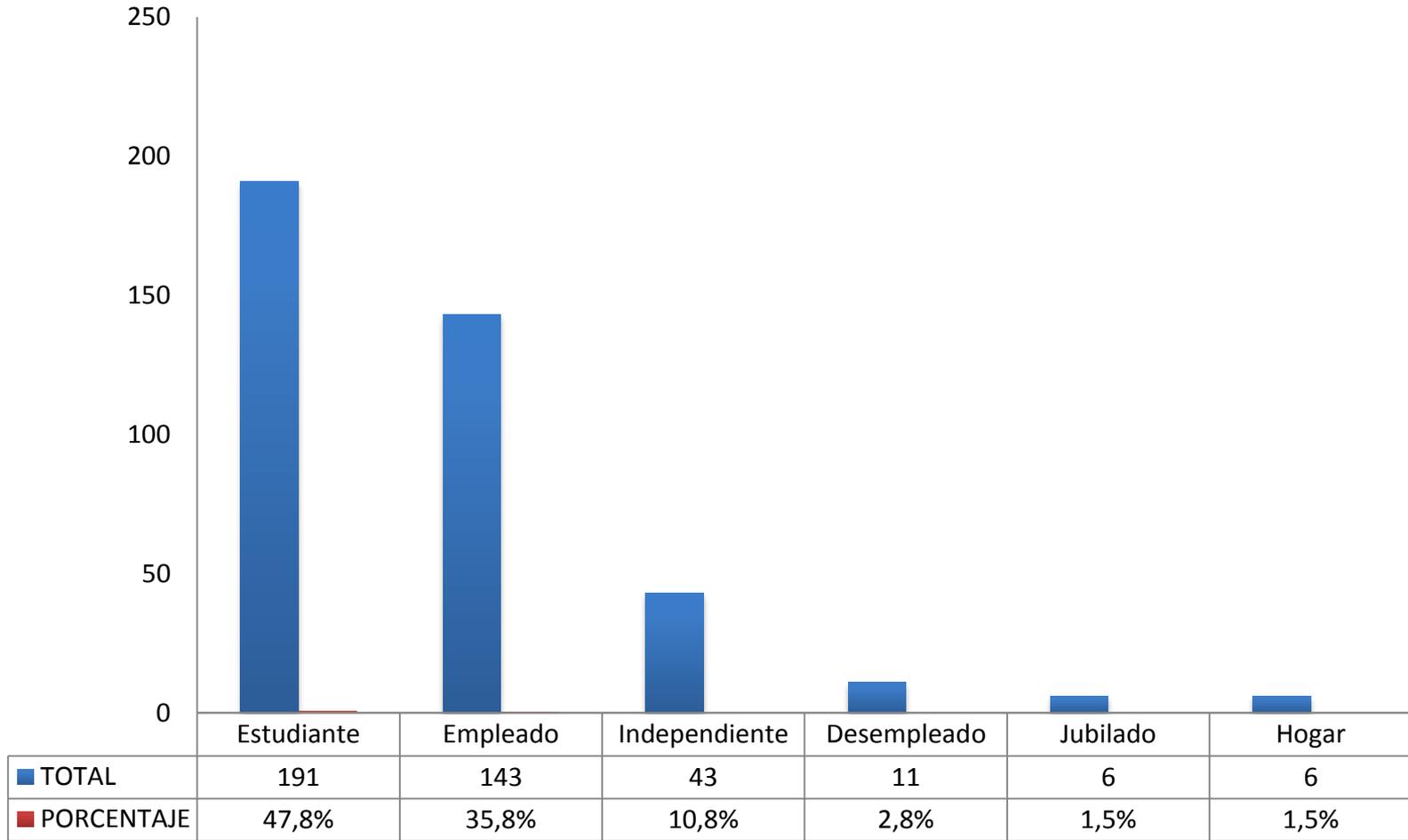
Escolar: principalmente, por motivos académicos (2,3%).

# COMPARATIVA NIVEL DE ESCOLARIDAD



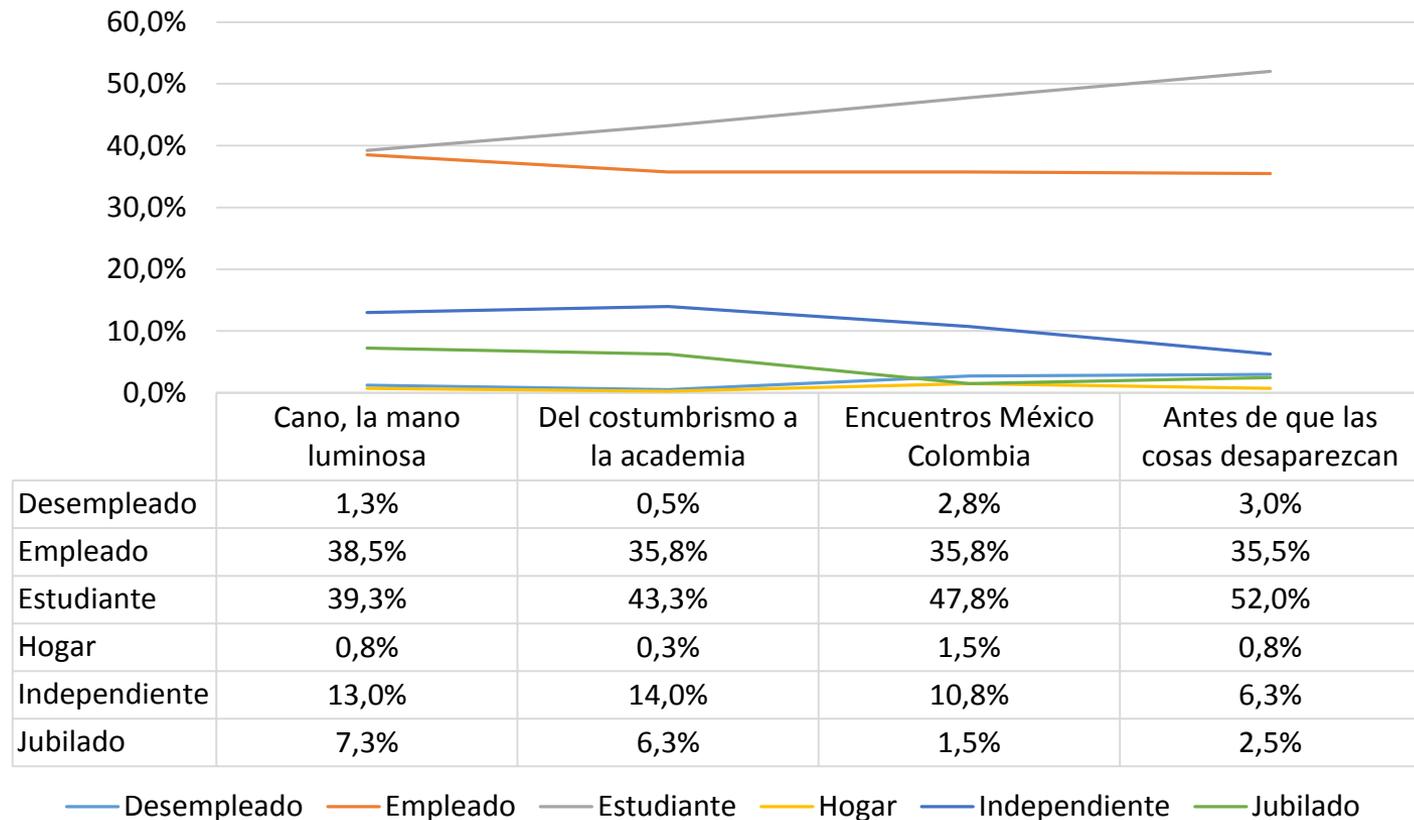
- **Profesionales:** alta representación en Cano (32%) y Del costumbrismo a la academia (33%); disminuido significativamente en las últimas exposiciones, siendo sólo el 23% del total de la muestra.
- **Estudiante de pregrado:** participación se redujo al 22,8% en Antes de que las cosas desaparezcan.
- **Posgrado:** participación en promedio del 7,7%, a excepción de la exposición Encuentros México-Colombia (13,5%).
- **Técnicos:** participación alrededor del 7% en las últimas exposiciones, a excepción de la exposición Encuentros México-Colombia (4,8%).
- **Escolar:** han mantenido su participación por encima del 5,5%.
- **Bachillerato:** aumento del 12,8% en Antes de que las cosas desaparezcan.

# OCUPACIÓN



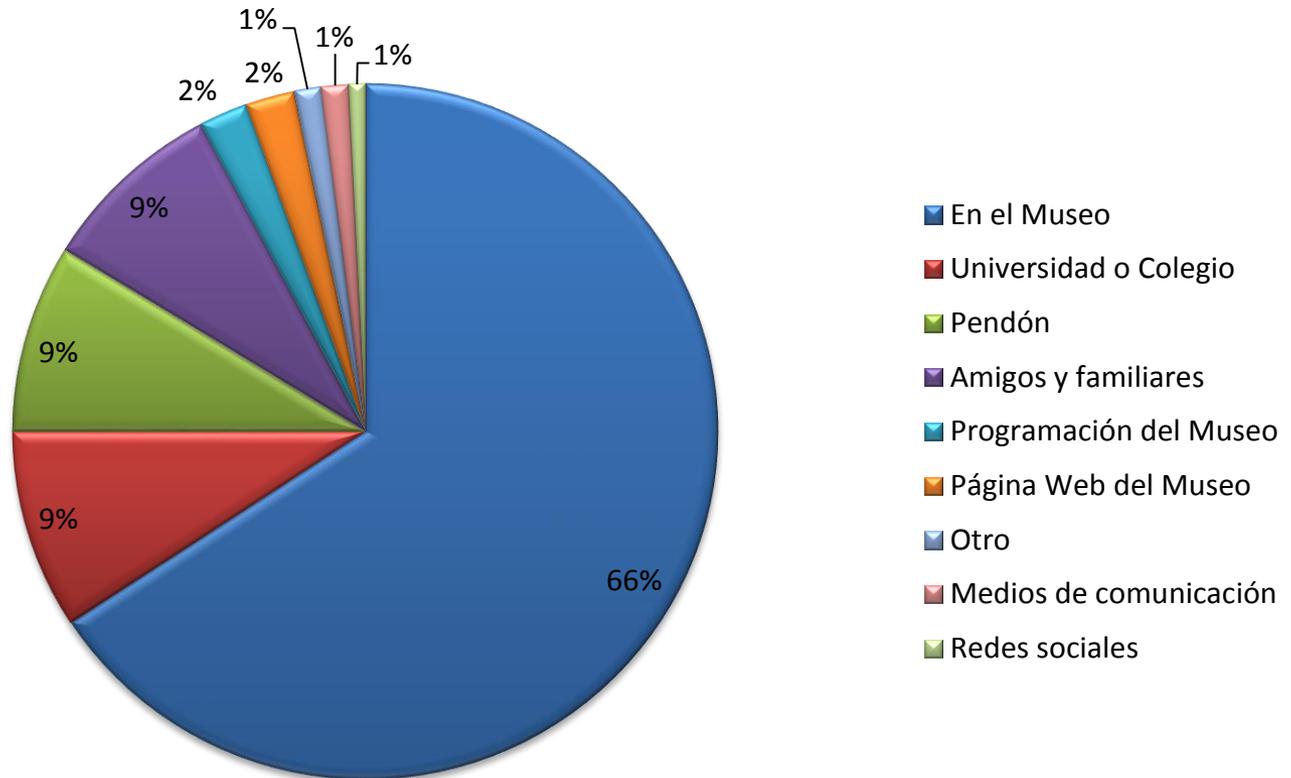
- Estudiantes: motivos académicos (17,3%), motivos culturales (14,5%), conocer el Museo (7,8%), ocio (5%).
- Empleados: motivos culturales (10,3%), conocer el Museo (8%), a acompañar a algún amigo o familiar (5,3%), turismo (4,8%).
- Independientes: motivos culturales (2,3%), acompañar a algún conocido (2%)
- Desempleados: por motivos culturales (2%)
- Jubilados: motivos culturales (1%);
- Hogar: a acompañar a alguien (0,5%).

# COMPARATIVA OCUPACIÓN



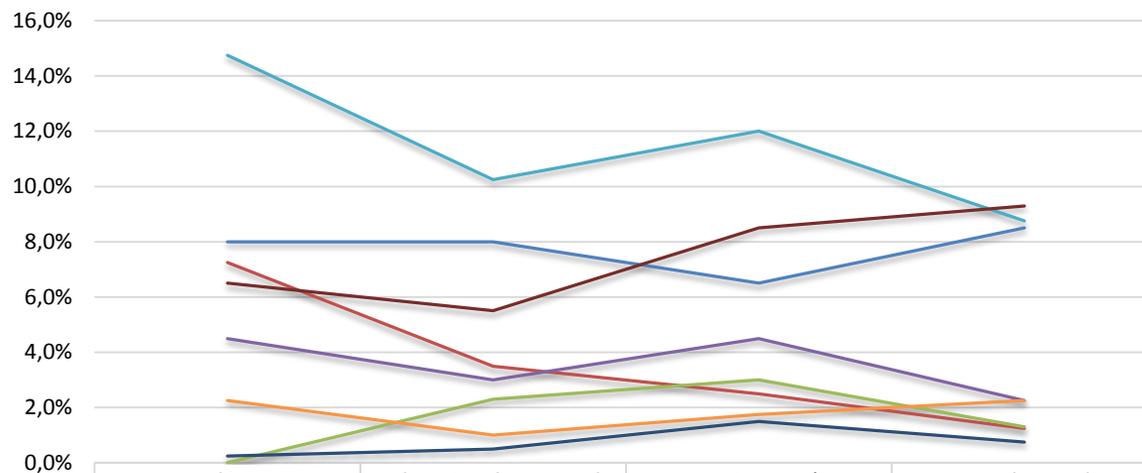
- Los **desempleados** han mantenido una representación alrededor del 2%.
- Las personas dedicadas al **hogar** disminuyeron su participación.
- **Jubilados:** disminuyeron significativamente su representación en la muestra (5% aprox.). *Los datos de los adultos mayores no refleja las cifras de los servicios especializados para adultos mayores: puede ser por la dificultad al momento de encuestar a estos grupos.*
- **Independientes:** han disminuido su participación en un 7,7%.
- **Empleados:** mantuvieron su participación en las tres últimas exposiciones en el 35%.
- **Estudiantes:** grupo más representativo en todas las exposiciones. Han aumentado su participación en las últimas dos exposiciones.

# DIVULGACIÓN



- El 34% de las personas encuestadas tenía conocimiento de la exposición antes de acudir al Museo.
- Los medios de comunicación no tuvieron un impacto importante en la divulgación, según los datos de la muestra.

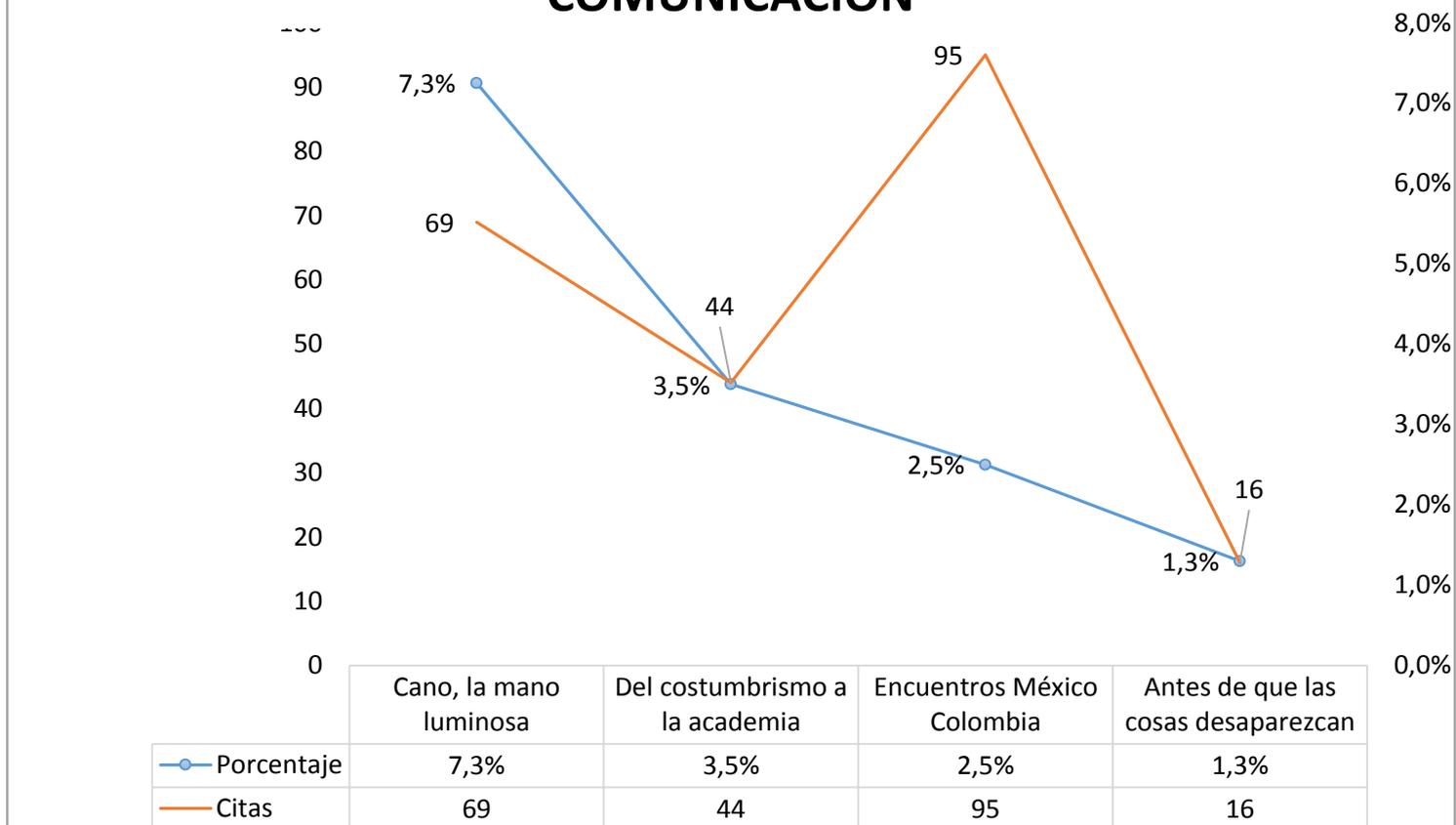
## COMPARATIVA DIVULGACIÓN



	Cano, la mano luminosa	Del costumbrismo a la academia	Encuentros México Colombia	Antes de que las cosas desaparezcan
Amigos y familiares	8,0%	8,0%	6,5%	8,5%
Medios de comunicación	7,3%	3,5%	2,5%	1,3%
Otra programación	0,0%	2,3%	3,0%	1,3%
Página Web del Museo	4,5%	3,0%	4,5%	2,3%
Pendón	14,8%	10,3%	12,0%	8,8%
Programación del Museo	2,3%	1,0%	1,8%	2,3%
Redes sociales	0,3%	0,5%	1,5%	0,8%
Universidad o Colegio	6,5%	5,5%	8,5%	9,3%

- **Amigos y familiares:** se ha mantenido alrededor del 8% en las últimas exposiciones.
- **Pendón:** de gran importancia en exposiciones como Cano (14,8%) y Encuentros México-Colombia (12%), sin embargo, en Antes de que las cosas desaparezcan esta sólo representó el 8,8%.
- **Universidad y colegio y página web:** ha aumentado su importancia en las últimas exposiciones.
- **Medios de comunicación:** ha disminuido considerablemente en las últimas exposiciones, pasando del 7% en Cano al 1,3% en Antes de que las cosas desaparezcan.

## COMPARATIVA DIVULGACIÓN - MEDIOS DE COMUNICACIÓN

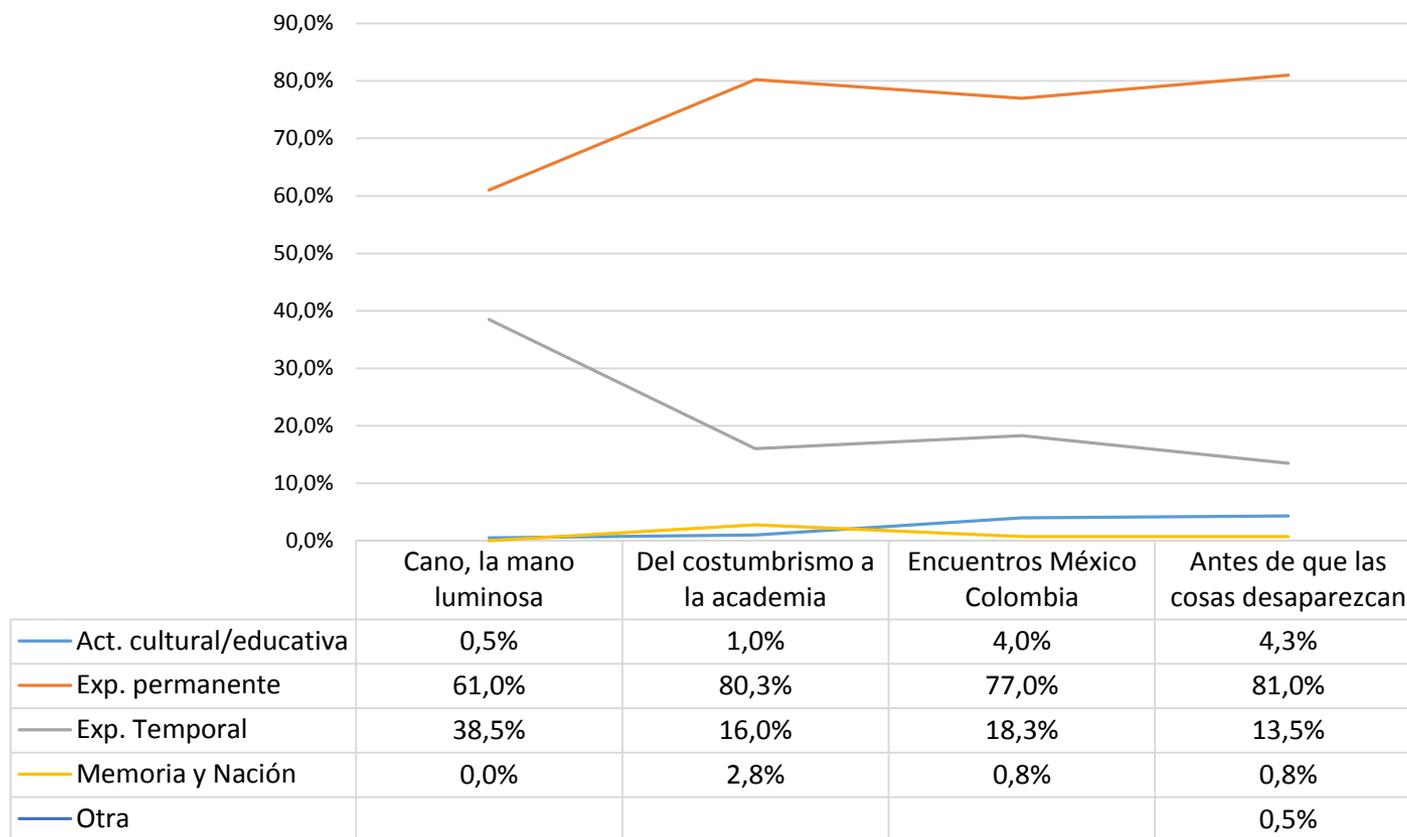


Al realizar un comparativo de la divulgación en los diferentes medios de comunicación, no se observa una relación entre el número de veces que fueron nombradas las exposiciones en los medios de comunicación y el número de personas que indicó enterarse a través de estos medios de la exposición.

### POSIBLES RAZONES:

- Temática de la exposición
- Despliegue de las notas
- Público entrevistado

# COMPARATIVA MOTIVACIÓN

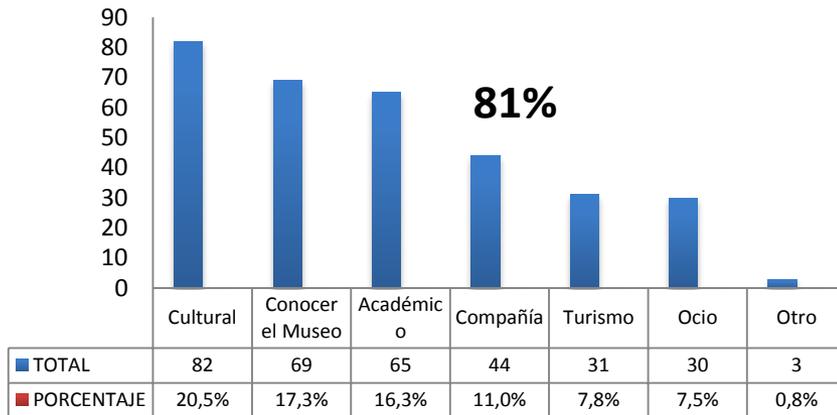


El porcentaje de personas motivado por la exposición en la sala temporal ha tenido un comportamiento que fluctúa según la exposición, pasando del 38,5% en Cano, al 16% en Del costumbrismo a la academia, el 18,3% en Encuentros México-Colombia y el 13,5% en Antes de que las cosas desaparezcan, este último el más bajo de las cuatro exposiciones. Lo anterior refleja una disminución importante respecto a la exposición de Cano (-25%), **sin embargo, puede ser explicado por varios factores, como lo son el tiempo de duración de la exposición (sólo un mes) y el tiempo previo de divulgación de la misma.**

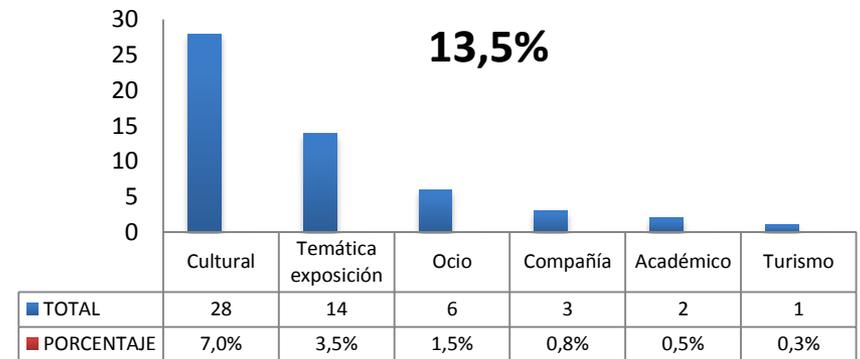
# **C. VARIABLES CUALITATIVAS ANALIZADAS**

# MOTIVACIÓN

## EXPOSICIÓN PERMANENTE



## ANTES DE QUE LAS COSAS DESAPAREZCAN



### Exposición permanente:

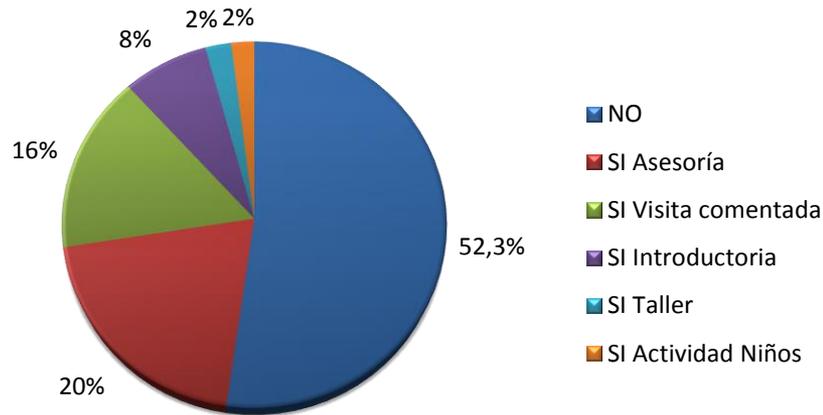
- Cultural: curiosidad por conocer las exposiciones que alberga el Museo, querer aprender más sobre arte e historia de Colombia, esparcimiento cultural, su gusto por el arte y conocer las nuevas exposiciones en el Museo.
- Ocio: asistir para descansar, pasar el tiempo libre o la hora de almuerzo, estar cerca al Museo, pasar esporádicamente y cambiar la rutina..
- Turismo: uno de los lugares recomendados para visitar en Bogotá (Hoteles, guías turísticas, Tripadvisor).
- Compañía: acompañar a algún familiar o amigo; padres que acompañaban a sus hijos, quienes venían por motivos académicos.
- Motivos académicos: trabajos relacionados con las exposiciones que alberga el Museo.
- Otro: solicitar información de los servicios del Museo.

### Exposición temporal:

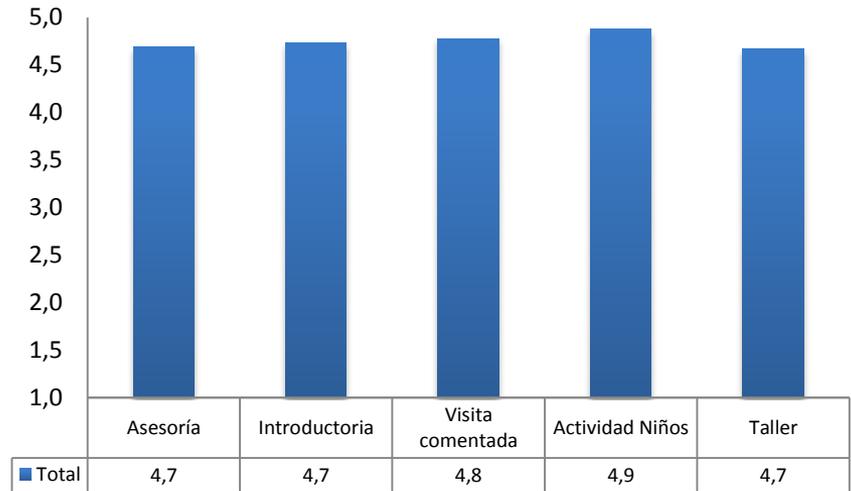
- Temática de la exposición: conocer acerca de la historia del Museo y cómo se han conformado las diferentes exposiciones.
- Cultural: curiosidad por lo que se mostraba en la exposición y buscaban ampliar su conocimiento al respecto.

# SERVICIOS EDUCATIVOS

**TIPO DE SERVICIO EDUCATIVO**

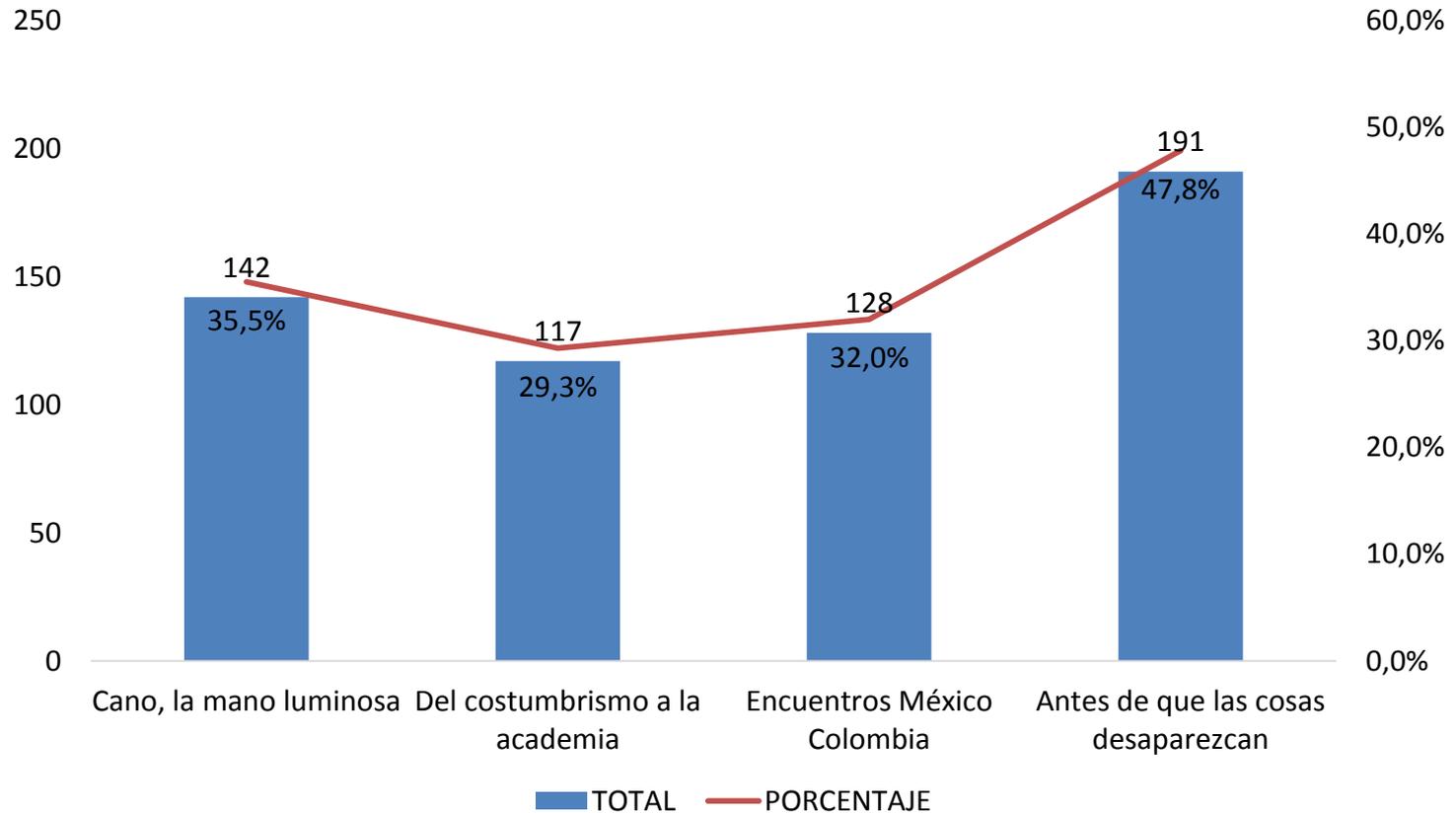


**Calidad de los servicios educativos**



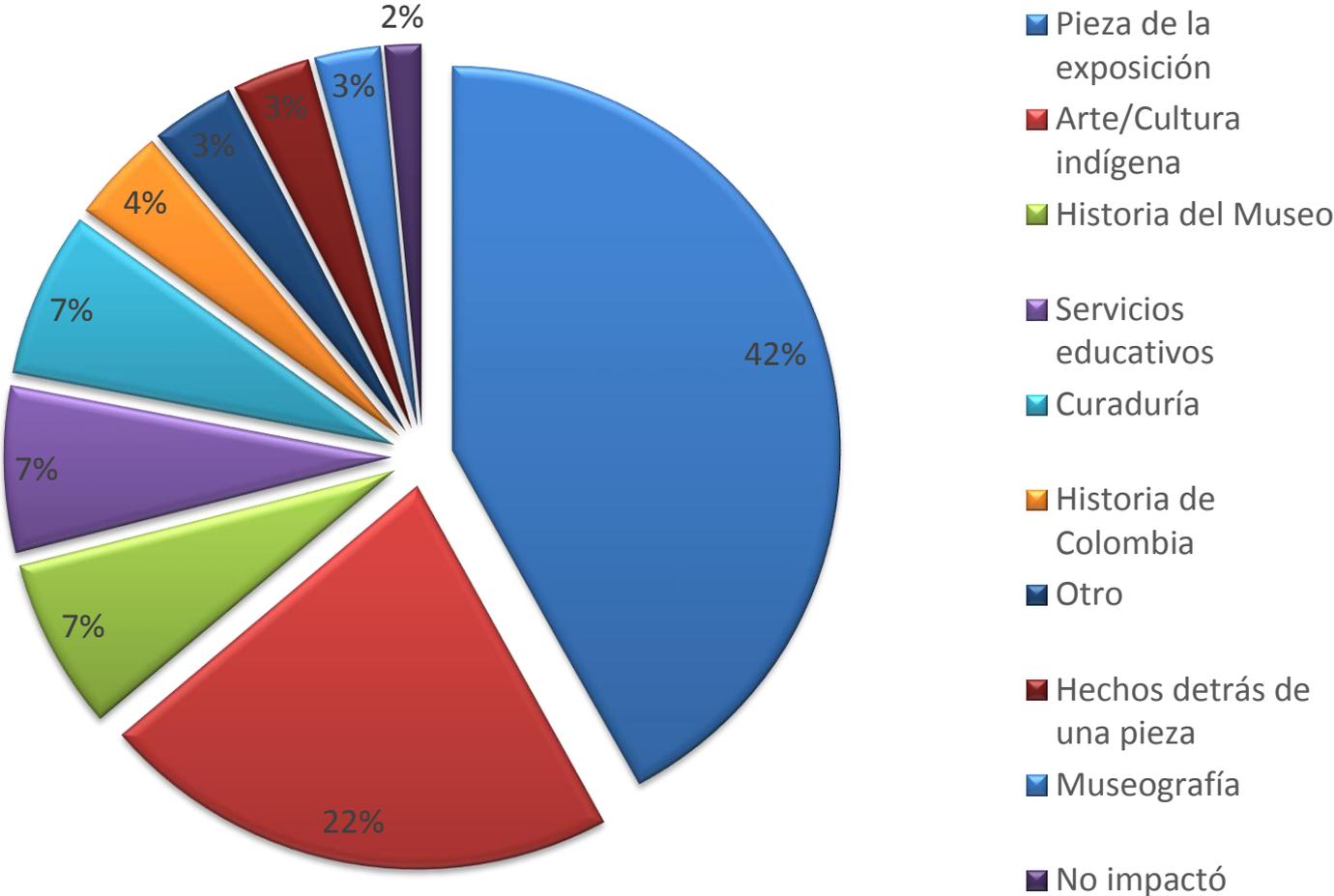
- El 47,8% de las personas encuestadas se benefició de los servicios educativos. El porcentaje más alto en las últimas exposiciones.
- El público señaló la necesidad de contar con un mayor número de monitores para atender al público.
- El material didáctico tuvo gran acogida por parte del público, ya que permitía a los niños acercarse al arte de manera divertida. También fue aprovechado por los mayores.

# COMPARATIVA SERVICIOS EDUCATIVOS



Aumento importante en el número de servicios educativos, pasando de un promedio del 32%, al 47,8%, es decir, casi 16 puntos porcentuales por encima del promedio.

# ELEMENTOS QUE GUSTARON

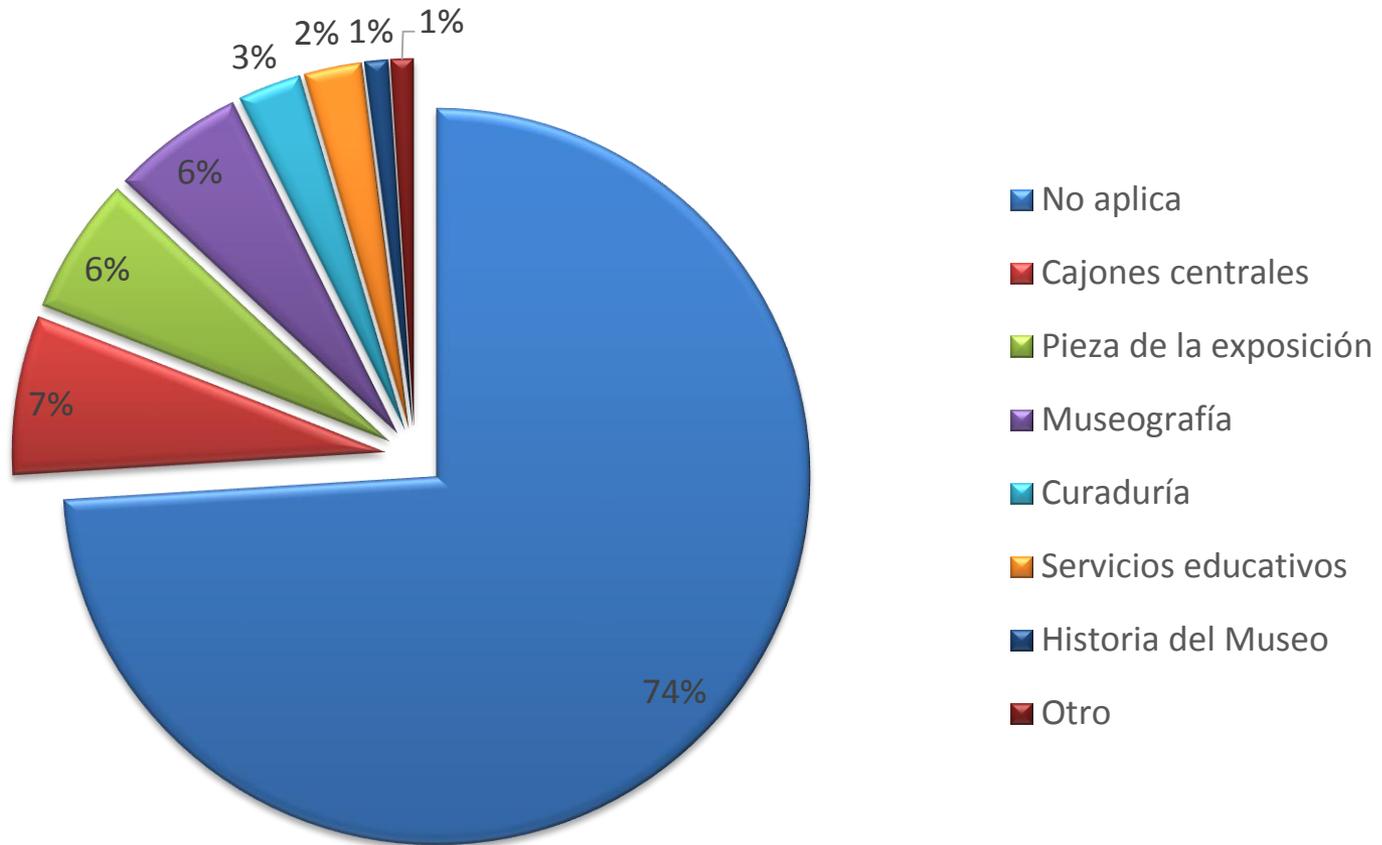


# ELEMENTOS QUE GUSTARON

- **Piezas de la exposición:** retratos de los próceres de la independencia como Simón Bolívar (4,8%), La Estatua de José Ignacio de Márquez (4,8%), la cota de malla de Gonzalo Jiménez de Quesada (2,5%), las cartas que hacían referencia a las diferentes piezas adquiridas por el Museo Nacional (2,5%) y otras obras como Inmaculada Concepción (2%), Alegoría de la Nación (2%), la Muerte de San José (1,3%).
- **Arte/cultura indígena :** costumbres indígenas, tales como sus ritos y los elementos que empleaban en su diario vivir y los elementos de orfebrería, cerámica y demás elaborados por éstos.
- **Historia del Museo:** cómo se han ido conformando las diferentes colecciones del Museo y la repatriación de objetos indígenas y su conservación.
- **Servicios educativos:** satisfechos con la información que recibieron de parte de los monitores, ya que tenían un conocimiento profundo del tema y eso les permitió aprender más sobre el Museo y sus colecciones.
- **Curaduría:** organización de la exposición en los diferentes momentos de coleccionismo del Museo Nacional, la selección de las piezas y cómo fue abordado el tema a través de estas piezas y la información consignada en las fichas gráficas.
- **Museografía:** Organización de la sala; disposición de las piezas.



# ELEMENTOS DE MENOS AGRADO



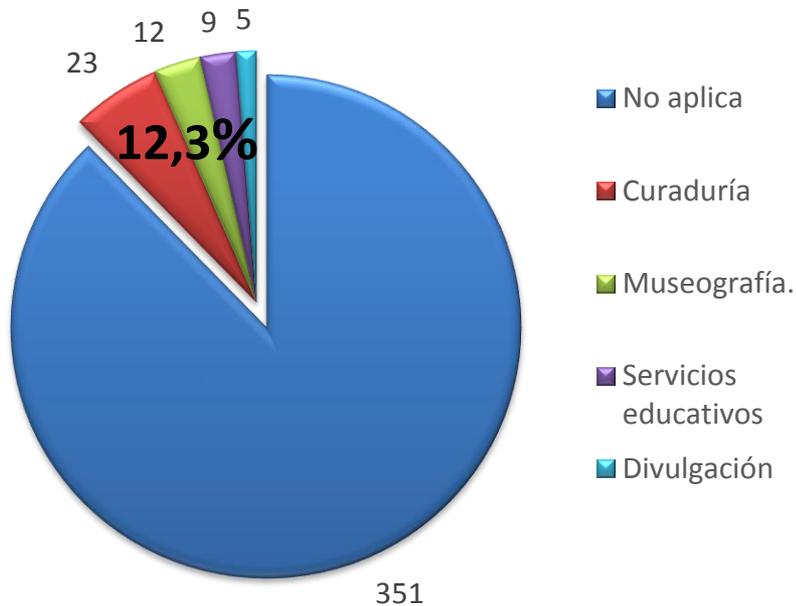
\* Sólo el 26% del público encuestado mencionó un elemento que no le gustó de la exposición.

# ELEMENTOS DE MENOS AGRADO

- **Cajones centrales:** no entendían la lógica de cajones sin piezas de exposición; ocupaban gran parte del espacio de la sala, no tenían una finalidad clara.
- **Piezas de la exposición:** cuadros alusivos a Pablo Escobar, la Estatua de José Ignacio de Márquez y los retratos de políticos colombianos.
- **Museografía:** ubicación de los retratos de los políticos, ya que no se podían apreciar bien por la ubicación; cuadros sin fichas técnicas.
- **Curaduría:** poca información que había acerca de los objetos indígenas y su función en la sociedad, así como la saturación de piezas y la poca información de los retratos.
- **Servicios educativos:** no había un monitor en la sala; la información recibida no fue suficiente.

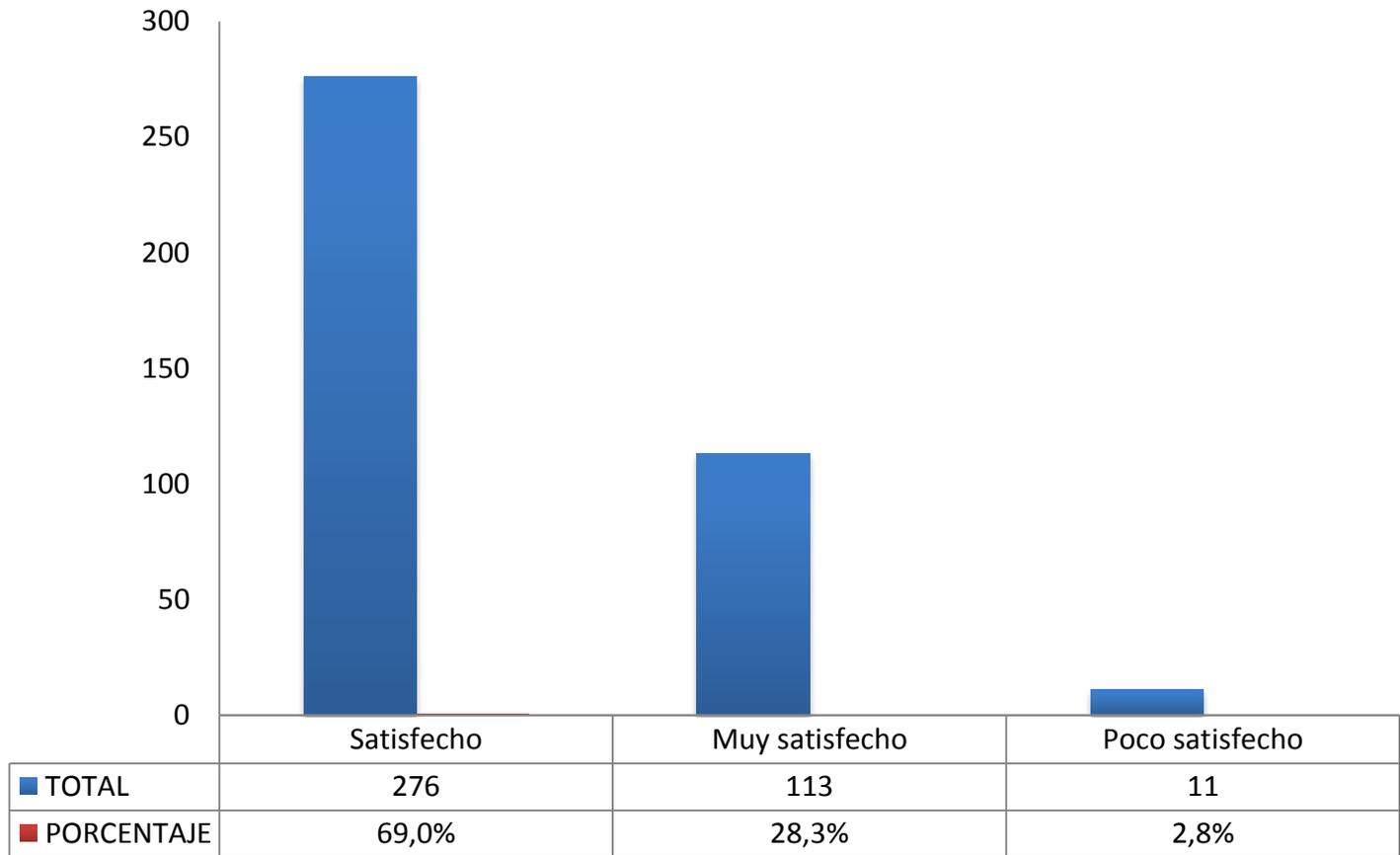


# SUGERENCIAS O MODIFICACIONES



- **Curaduría:** recursos interactivos para ofrecer una exposición más dinámica, incluir información adicional de las piezas, así como más piezas, un folleto informativo, una mejor explicación de las cajas del medio o el uso de estas para ubicar más piezas.
- **Servicios Educativos:** disponibilidad de monitores en la sala, ya que en algunos casos no eran suficientes para el número de visitantes.
- **Museografía:** dar una orientación más clara de la organización de la sala, mayor luz en la sala e iluminación de las piezas en las vitrinas, así como fichas técnicas que permitan identificar fácilmente los cuadros y la utilización de letra más grande en las mismas.
- **Divulgación:** mayor frecuencia en la divulgación de las exposiciones y divulgación de la gratuidad de la entrada.

## SATISFACCIÓN



### Poco satisfecho

- A dos personas no les impactó o les gustó la exposición, ya que no mencionaron algún aspecto de la exposición en este apartado.
- Tres personas se quejaron porque no había un monitor en la sala y otro consideró que un monitor no era suficiente para el número de personas que estaba recibiendo la visita comentada. Así mismo, estas personas consideraron que por la falta de un monitor no entendieron el contenido de la exposición en su totalidad.
- Cinco personas sugirieron más guías en la sala, para el acompañamiento durante el recorrido dentro de la sala.
- Dos personas indicaron no haber aprendido nada después de ver la exposición.

# **D. FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL**

# INFORMES DE LOS MONITORES

## Curaduría

- El guion de la exposición era claro y permitía conectar cada uno de los ejes temáticos.
- La organización de la exposición permitió la creación de espacios de reflexión en torno a las piezas y lo que representan.
- Así como lo manifestó el público en varias ocasiones, un monitor considera que faltó elaboración en las fichas técnicas, ya que hubo muchos objetos que no tenían descripción ni datación.

## Museografía

- El montaje de la sala era llamativo e innovador y respondía adecuadamente al guion curatorial.
- Respecto a las vitrinas centrales, un monitor considera que estas llamaron la atención del público y otro, por el contrario, considera que estas no eran comprensibles para el público sin la mediación de los monitores, aspecto que se ve reflejado en las encuestas.
- Aspectos para mejorar: colocar textos en inglés (al menos el texto de entrada a la sala); establecimiento de guayas y dispositivos de seguridad para las piezas; mejorar la iluminación de los textos.

## Material didáctico para los niños.

- Los monitores calificaron como excelente el material didáctico desarrollado para esta exposición.
- Percibieron la aprobación por parte del público, tanto infantil como adulto, el cual encontró en este recurso la posibilidad de conectarse de manera divertida con el contenido de la exposición.
- Permitía al público más joven acercarse a términos complejos como “etnografía” de una manera sencilla

\* En el libro de visitas sólo se consignaron 3 comentarios relacionados con la exposición. Se recomienda divulgar más esta herramienta para recibir retroalimentación de los visitantes.

## **E. CONCLUSIONES**

# SERVICIOS EDUCATIVOS

- En estudios de públicos pasados se mencionó la necesidad de que los monitores propiciaran más **espacios de interacción con el público**. Esta situación mejoró de manera positiva en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan, lo cual se evidencia en el número de servicios educativos ofrecidos y la disminución de las quejas respecto a la disponibilidad y disposición de los guías.
- Ahora bien, es necesario contar con un número suficiente de monitores en sala, ya que el público se quejó por la **falta de monitores o por el número de personas que debía ser atendida por un solo monitor**.
- Respecto al **material didáctico**, éste ha mostrado su efectividad en todas las exposiciones, ya que permite a los niños aprender en las exposiciones de manera divertida. Teniendo en cuenta que el público adulto también disfruta este material, **sería interesante desarrollar actividades dentro del material que inviten a niños y adultos a desarrollar una actividad en conjunto**, lo cual propicia el aprendizaje en familia.

# CURADURÍA

- En esta exposición surgieron varios **comentarios relacionados con la información de las fichas técnicas, ya que algunas piezas no tenían la reseña correspondiente**. Por lo anterior, se recomienda ofrecer siempre esta información al público, ya que esto les permite conocer acerca de la pieza observada y si lo desean investigar sobre la misma.
- De igual manera, se evidencia que **una gran parte del público no comprendió el marco de la exposición, que era dar a conocer la historia del Museo Nacional y cómo se han conformado algunas de sus colecciones**, sino que relacionaron el contenido con una exposición sobre la historia de Colombia, lo cual dificultó a su vez entender algunos elementos dentro de la sala, como los cajones ubicados en el centro de la misma. Por lo anterior, sería interesante invitar a un grupo de personas antes de la inauguración de las exposiciones, para saber cómo responden a las exposiciones y si entienden el tema que trata la misma.
- Se recomienda **diseñar un folleto de la exposición**, el cual ayuda al público a comprender el contenido de la misma y realizar el recorrido por su cuenta. Este folleto puede ser sencillo e incluir los aspectos básicos de la exposición, desde los diferentes ejes temáticos que la componen, como los aspectos característicos de cada eje e información adicional de las piezas más representativas.
- Es importante **seguir ofreciendo información de las exposiciones en inglés al público extranjero**, como lo son folletos y textos curatoriales, ya que este público sigue en aumento y este material les facilita la comprensión de las exposiciones, especialmente cuando tratan temas ajenos a su realidad.
- Así mismo, el público continúa solicitando **herramientas como las audio-guías, las cuales también facilitan la realización del recorrido de manera autónoma**. Hoy en día museos como El Museo Arqueológico de España, han desarrollado herramientas tecnológicas que permiten al público descargar las audio-guías en su celular y escoger diferentes recorridos dentro del Museo, según sea su interés cultural.

# MUSEOGRAFÍA

- Para facilitar el recorrido del público dentro de la sala, se sugiere **hacer una apuesta iconográfica de la ruta en la sala**, que se ubique junto al texto introductorio y permita al público conocer la distribución del espacio y la cronología de las temáticas expuestas.
- También se sugiere **hacer uso de herramientas interactivas**, para que el público tenga pausas dinámicas dentro de la sala de exposición.
- Finalmente, se sugiere **tener en cuenta la ubicación de las piezas**, ya que en esta exposición el público se quejó por la ubicación de algunos retratos, los cuales no podían ser apreciados en su totalidad, ya que estaban ubicados a una **altura no conveniente**.

# DIVULGACIÓN

- **Aún es muy pequeño el grupo de personas que se entera de las exposiciones a través de las redes sociales**, por tal motivo, es necesario **revisar si la estrategia empleada es la adecuada** y revisar que la información llegué de manera efectiva al público potencialmente interesado en las actividades y exposiciones que alberga el Museo.
- Así mismo, se puede llevar a cabo una encuesta que permita saber de primera mano **¿por qué las personas no se acercan al Museo? y que las motivaría a asistir.**
- Igualmente, se pueden **realizar actividades interactivas en las redes sociales, que inviten al público a publicar la información del Museo en sus perfiles**, lo cual da mayor visibilidad al Museo y sus actividades.
- **Teniendo en cuenta la dimensión del territorio en la ciudad de Bogotá, un factor que en términos de desplazamiento puede influir en la decisión del público de visitar el Museo es la movilidad hacia el centro de la ciudad, puede ser interesante llevar el Museo a diferentes zonas de la ciudad, es decir acercar el contenido al público que permanece en zonas diferentes al Museo.**

# OTRAS RECOMENDACIONES

- Uso de herramientas interactivas dentro de las diferentes áreas del Museo; una de estas herramientas es el **video mapping**, el cual consiste en proyectar una animación o imágenes sobre superficies reales, para conseguir un efecto fuera de lo común, basado en los movimientos que crea la animación sobre dicha superficie, lo cual a su vez permite la interacción de público con lo que se está proyectando. Este tipo de herramientas se podrían emplear en la zona exterior del Museo, con el fin de atraer a transeúntes e invitarlos a visitar el Museo.
- Pensando en el público extranjero, el Museo realiza algunas visitas guiadas en inglés, sin embargo, la afluencia de público a las mismas es bajo. Teniendo en cuenta lo anterior se pueden **buscar estrategias con hoteles, hostales y empresas de turismo, para que difundan la información de las visitas comentadas al público extranjero** potencialmente interesado, de manera tal que este servicio sea aprovechado oportunamente.

# RESIDENCIA BARRIO



# RESIDENCIA BARRIO ENCUENTROS MÉXICO-COLOMBIA



# RESIDENCIA LOCAL

