

INFORME ESTUDIOS DE PÚBLICO

*“Encuentro México-Colombia.
Colección Sura”*



INTRODUCCIÓN

Esta presentación tiene como objetivo mostrar los resultados obtenidos durante el Estudio de Públicos de la Exposición “*Encuentros México-Colombia*”.

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

12 de marzo al 7 de junio 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 Roda, su poesía visual.

Tamaño de la muestra: 400
individuos.

Total de visitantes: 43.494

Visitantes esperados: 35.000

Diseño muestral

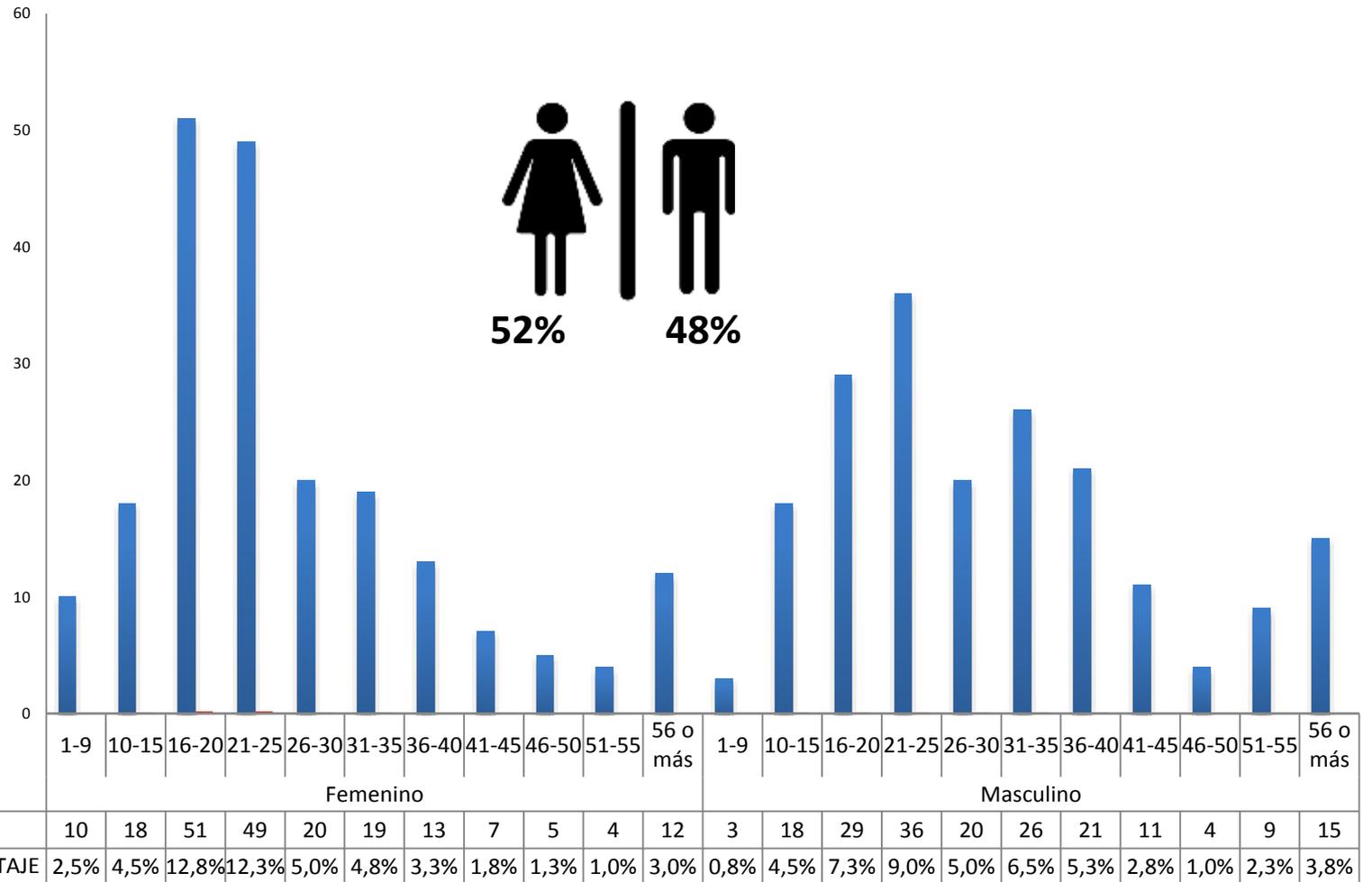
Muestreo simple no probabilístico accidental.

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.

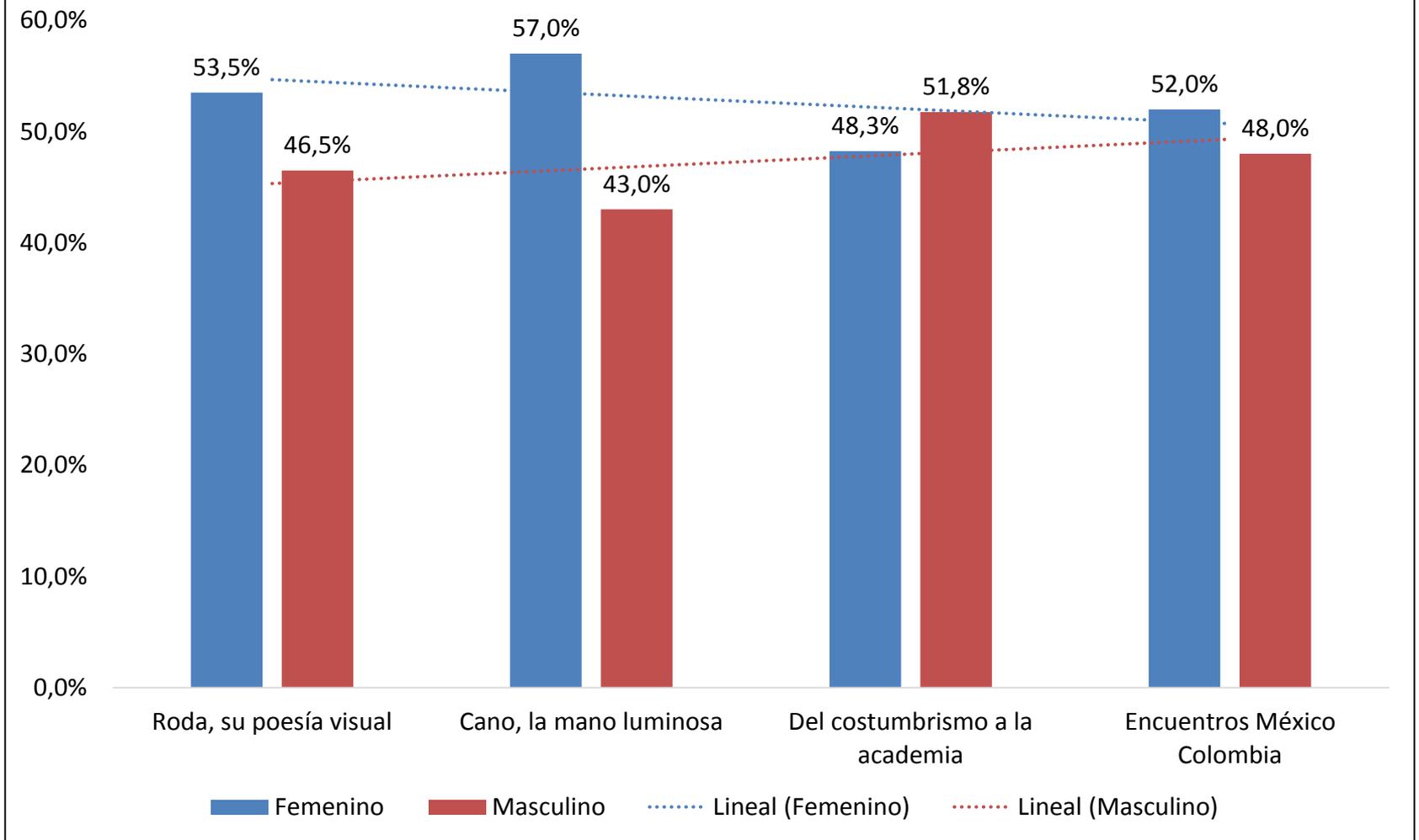
B. VARIABLES CUANTITATIVAS ANALIZADAS

EDAD Y GÉNERO

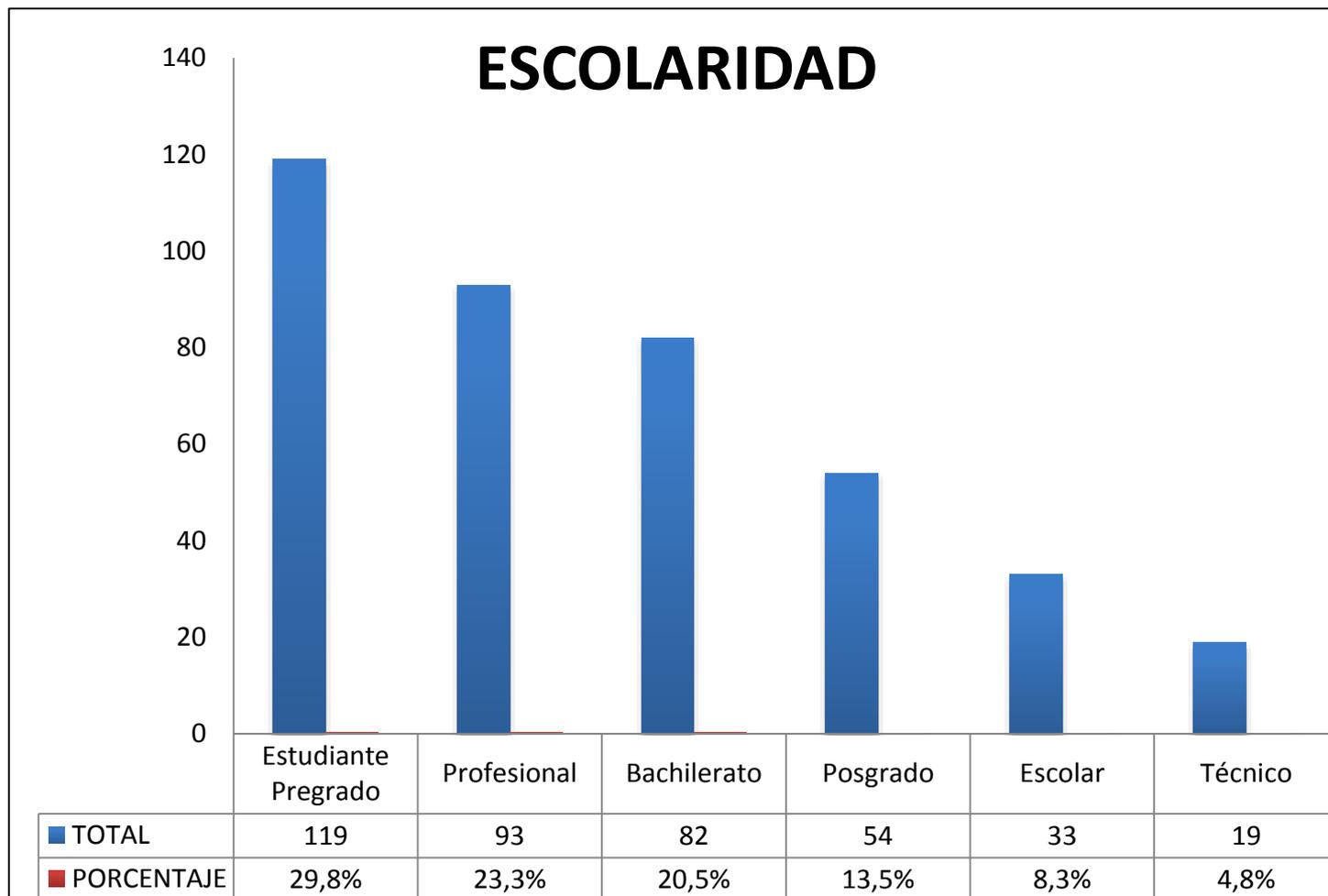


- Las mujeres entre 16-25 años fueron las que más visitaron el Museo (25%). Motivos académicos, culturales y ocio.
- Los hombres entre 16-25 años fueron los que más visitaron el Museo (16,3%). Motivos académicos y culturales.

COMPARATIVA GÉNERO



- La tendencia en las exposiciones temporales muestra una distribución por género equitativa.



Motivación:

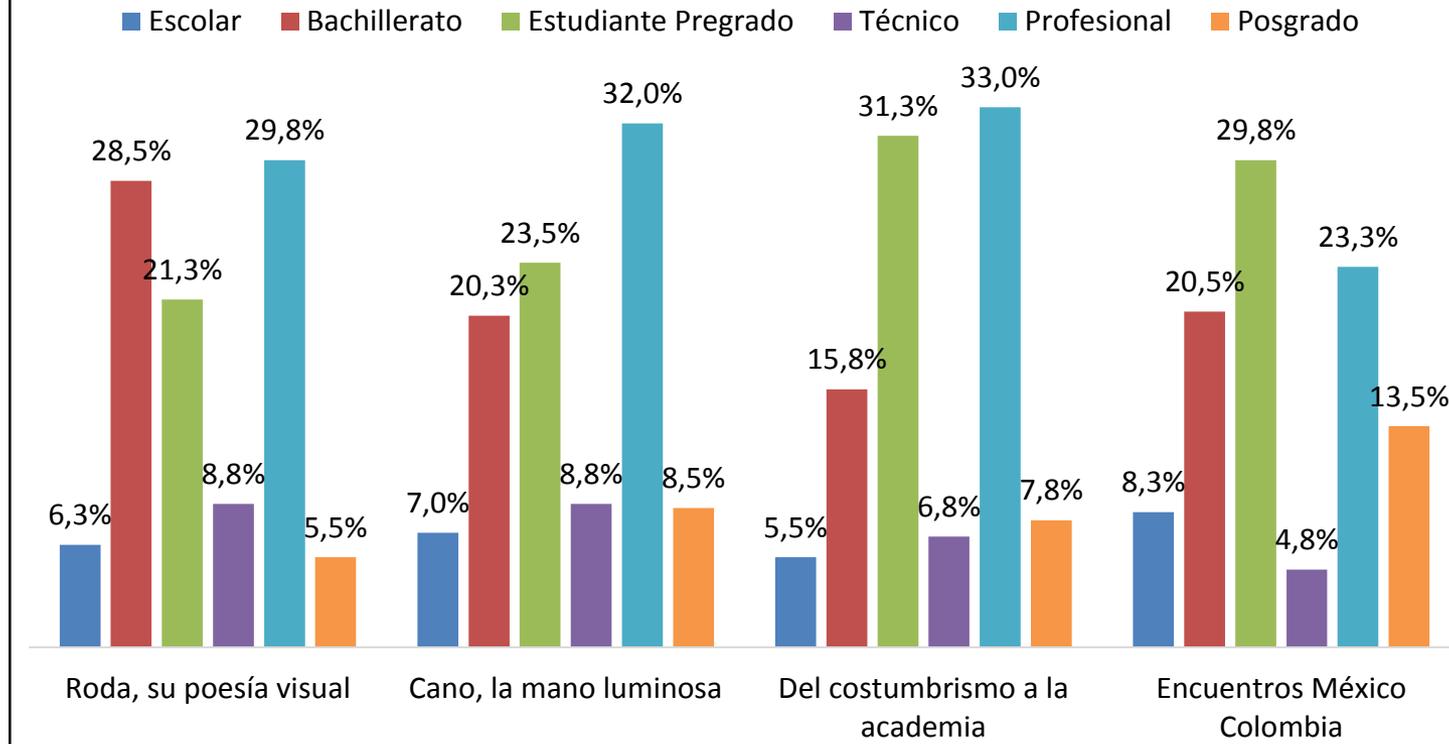
Estudiantes pregrado: académica (10%); cultural (7,8%), ocio (3,8%)

Profesional: cultural (8,8%); conocer el Museo (4,8%); turismo (3,3%)

Bachillerato: cultural (6%); académico (4,5%), conocer el Museo (4,3%)

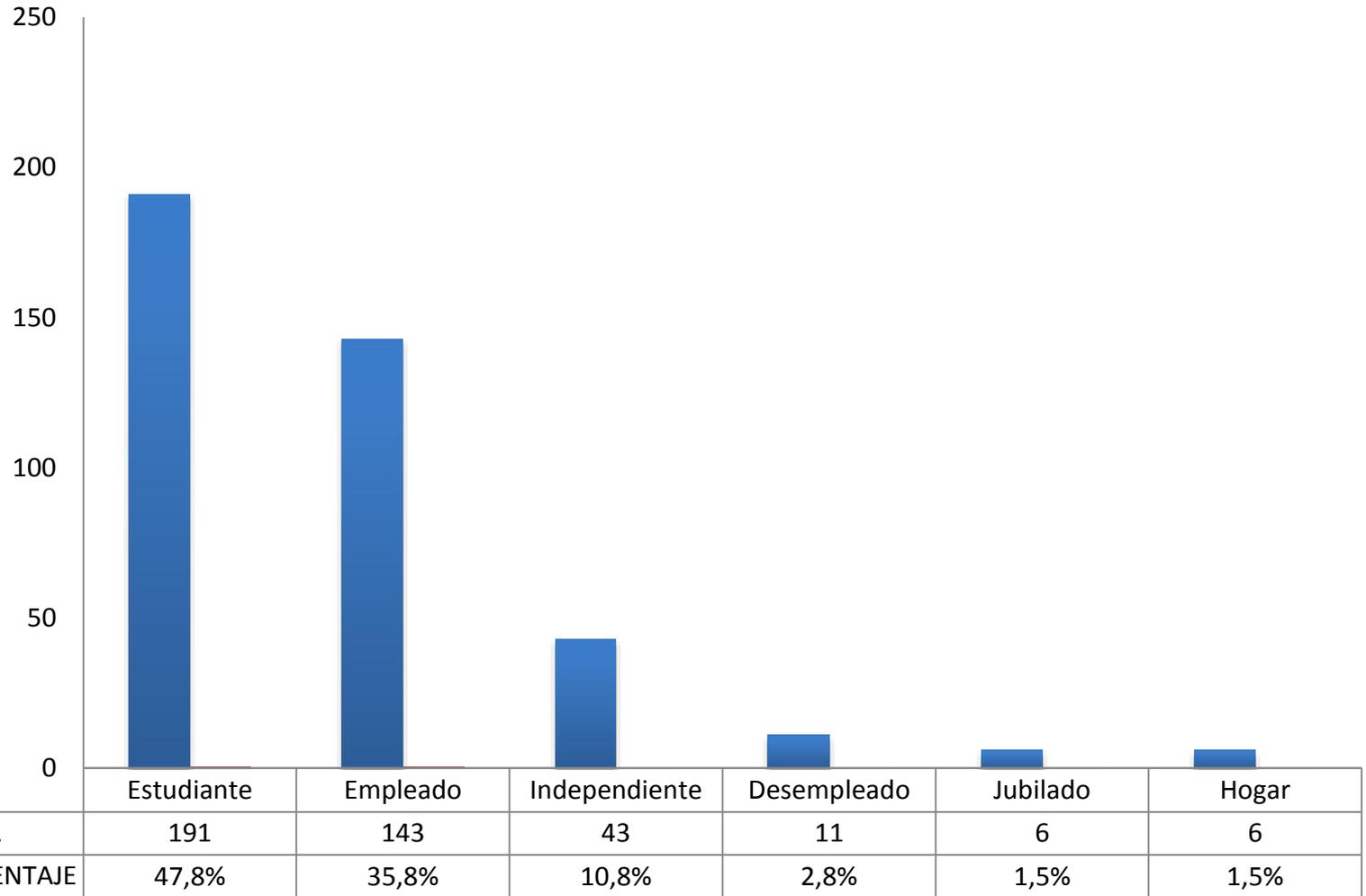
Posgrado: turismo (3,5%); cultural (3,5%)

COMPARATIVA NIVEL DE ESCOLARIDAD



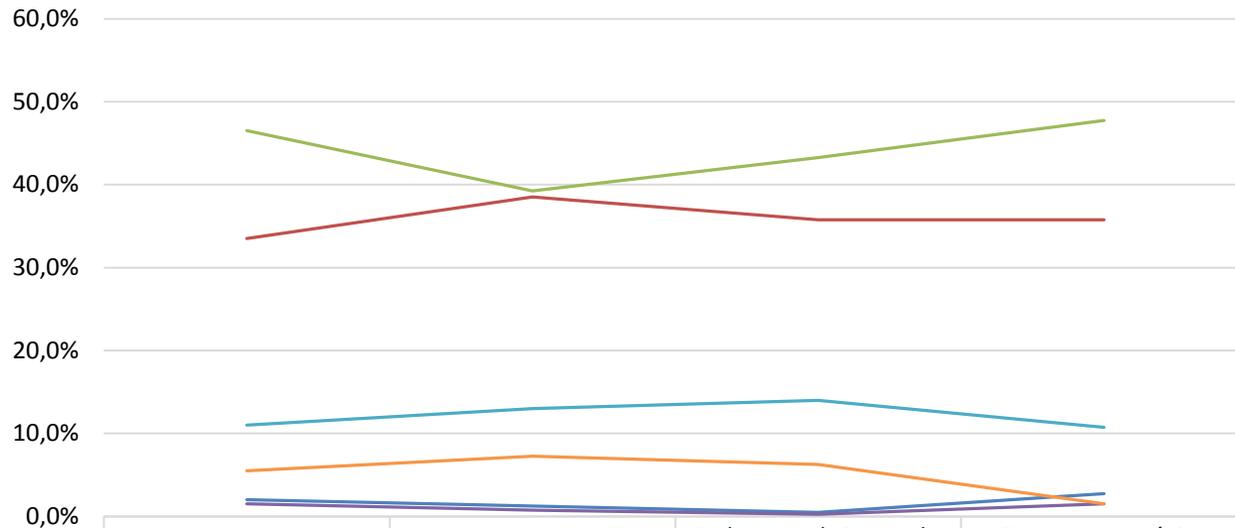
- **Profesionales:** por encima del 29% en Roda, Cano y Del costumbrismo a la academia; Encuentros México-Colombia fue superado por los estudiantes de pregrado; Respecto a la exposición Del costumbrismo a la academia: profesionales - 9,7%; posgrado +5,7%.
- **Estudiante de pregrado:** Aumentaron su participación en las dos últimas exposiciones más del 8%.
- **Posgrado:** Representación más importante en el último año.
- **Técnicos:** han disminuido su representación progresivamente.
- **Escolar:** Mantiene su representación entre el 5% y el 8%.
- **Bachillerato:** En Roda tuvieron la representación más importante.

OCUPACIÓN



- Estudiantes: Motivación cultural (15%); ocio (8%); conocer el Museo (7,5%) y académico (5,5%).

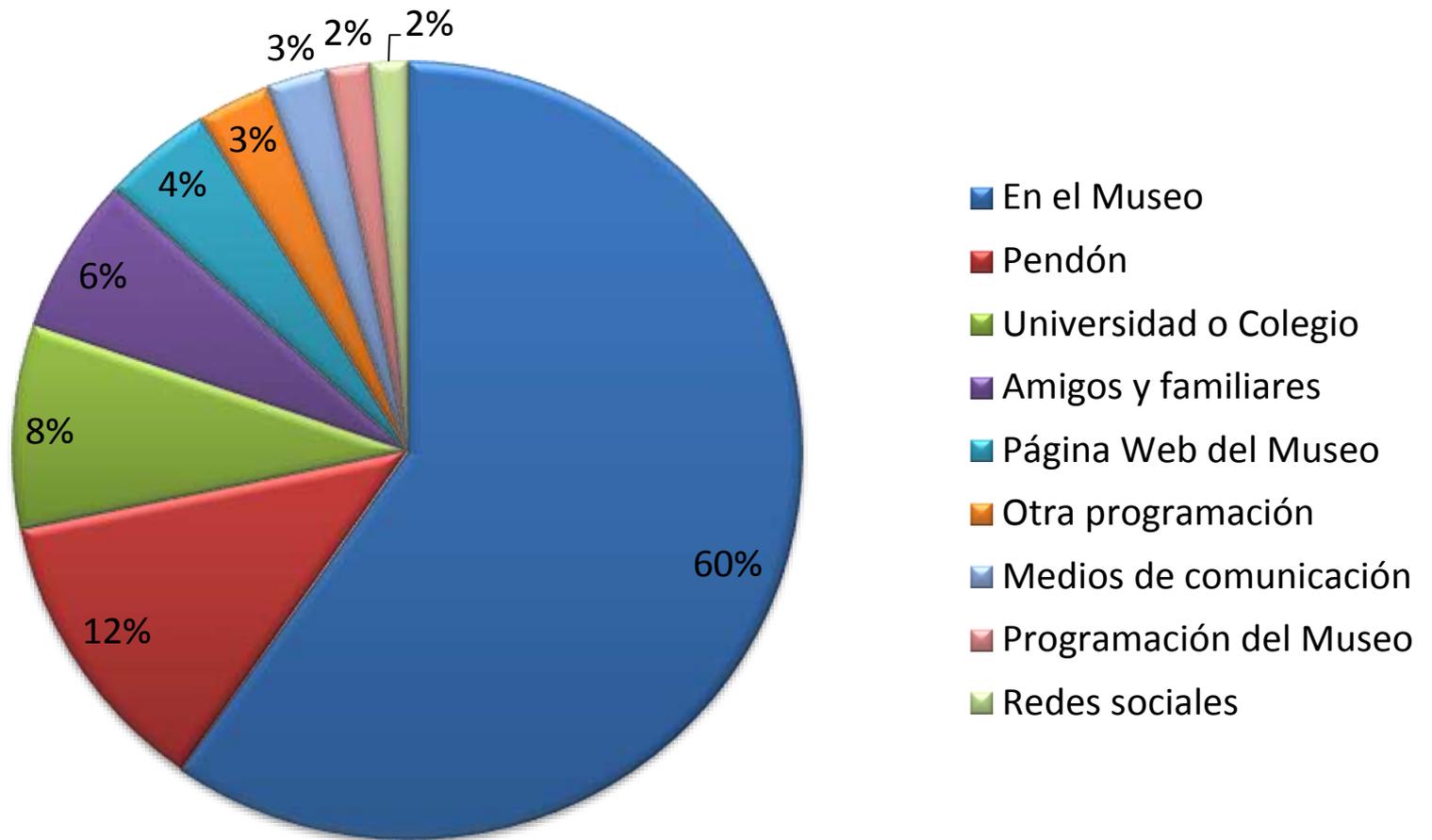
COMPARATIVA OCUPACIÓN



	Roda, su poesía visual	Cano, la mano luminosa	Del costumbrismo a la academia	Encuentros México Colombia
Desempleado	2,0%	1,3%	0,5%	2,8%
Empleado	33,5%	38,5%	35,8%	35,8%
Estudiante	46,5%	39,3%	43,3%	47,8%
Hogar	1,5%	0,8%	0,3%	1,5%
Independiente	11,0%	13,0%	14,0%	10,8%
Jubilado	5,5%	7,3%	6,3%	1,5%

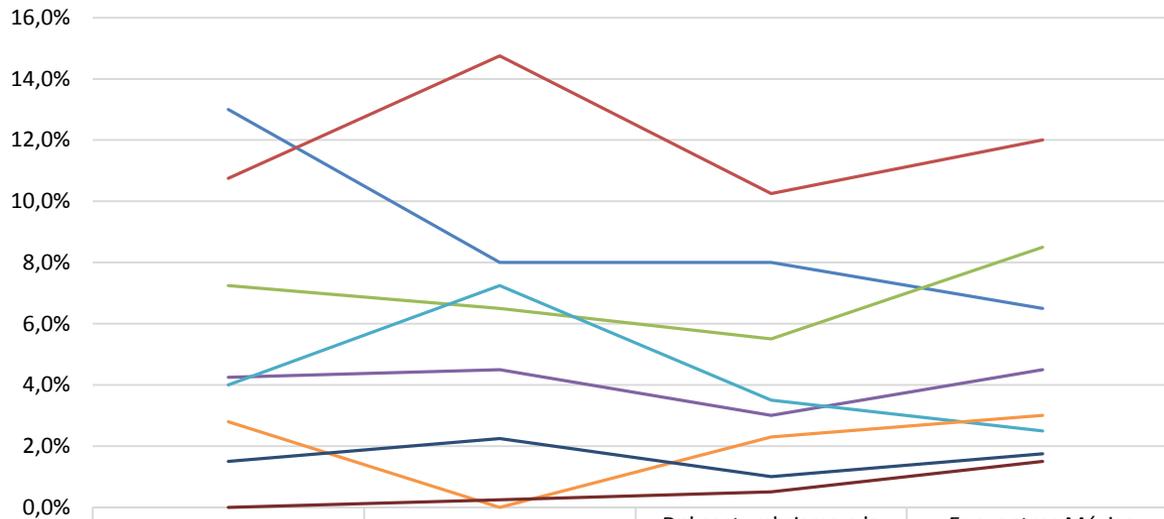
- Las personas dedicadas al **hogar** y los **desempleados** han mantenido una representación entre el 0,3% y el 2%.
- **Jubilados:** disminuyeron significativamente su representación en la muestra (5% aprox.). *Los datos de los adultos mayores no refleja las cifras de los servicios especializados para adultos mayores: puede ser por la dificultad al momento de encuestar a estos grupos.*
- **Independientes:** han mantenido su representación por encima del 11%.
- **Empleados:** mantuvieron su participación en las dos últimas exposiciones en el 35,8%.
- **Estudiantes:** han aumentado su participación en las últimas dos exposiciones.

DIVULGACIÓN



- El 40% 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.

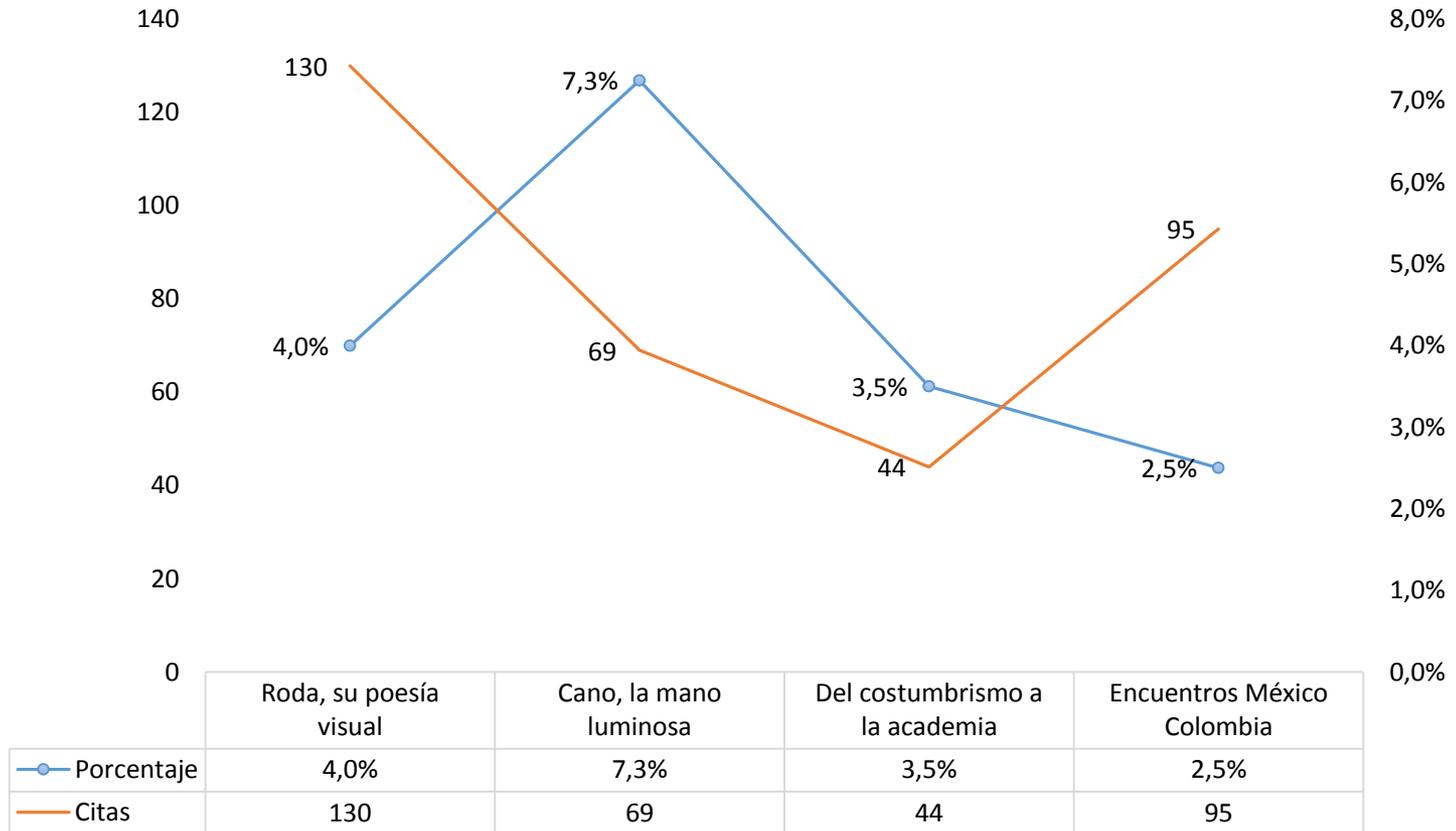
COMPARATIVA DIVULGACIÓN



	Roda, su poesía visual	Cano, la mano luminosa	Del costumbrismo a la academia	Encuentros México Colombia
Amigos y familiares	13,0%	8,0%	8,0%	6,5%
Pendón	10,8%	14,8%	10,3%	12,0%
Universidad o Colegio	7,3%	6,5%	5,5%	8,5%
Página Web del Museo	4,3%	4,5%	3,0%	4,5%
Medios de comunicación	4,0%	7,3%	3,5%	2,5%
Otra programación	2,8%	0,0%	2,3%	3,0%
Programación del Museo	1,5%	2,3%	1,0%	1,8%
Redes sociales	0,0%	0,3%	0,5%	1,5%

- **Amigos y familiares:** ha perdido importancia en las últimas exposiciones; redujo a la mitad su impacto en la divulgación de las exposiciones (-6,5%).
- **Pendón:** ha sido de gran importancia en las 4 exposiciones (sobre el 10%).
- **Universidad y colegio y página web:** mantienen una participación constante en todas las exposiciones.
- **Medios de comunicación:** mayor impacto en la exposición de Cano (7,3%); Encuentros México-Colombia sólo el 2,5%.

COMPARATIVA DIVULGACIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

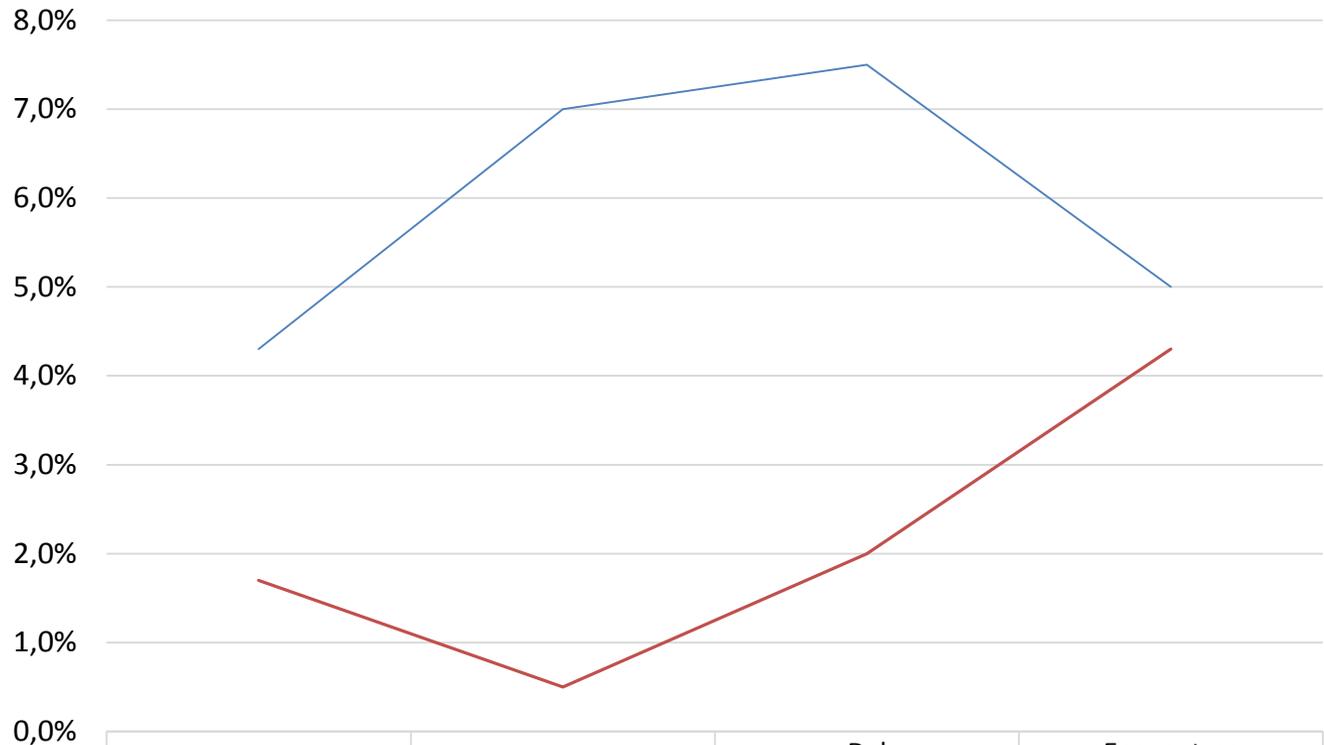


Al realizar un comparativo de la divulgación en los diferentes medios de comunicación, no se observa una relación entre el número de veces que fueron nombradas las exposiciones en los medios de comunicación y el número de personas que indicó enterarse a través de estos medios de la exposición.

POSIBLES RAZONES:

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

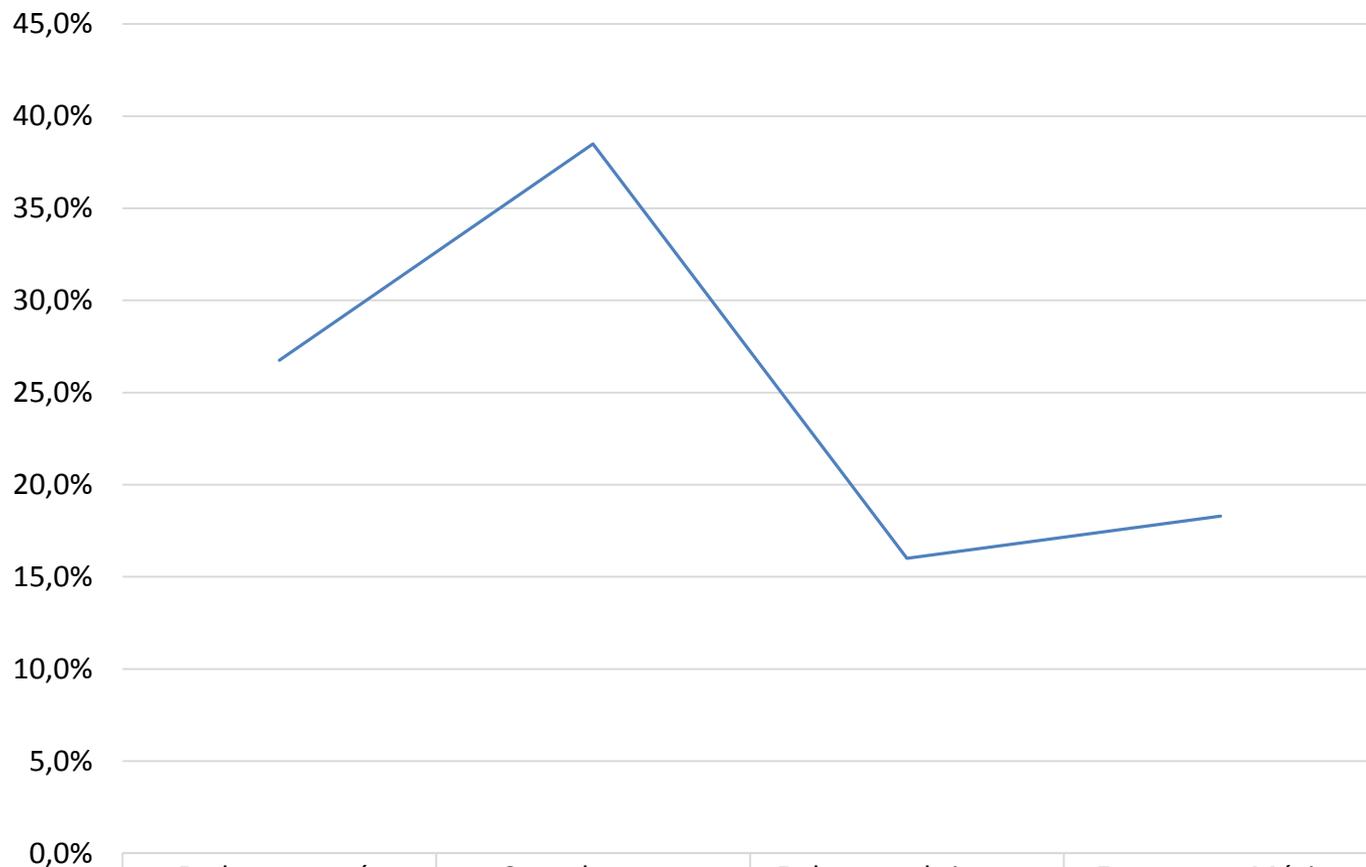
IDIOMA VISITANTES EXTRANJEROS



	Roda, su poesía visual	Cano, la mano luminosa	Del costumbrismo a la academia	Encuentros México Colombia
HISPANOPARLANTE	4,3%	7,0%	7,5%	5,0%
NO HISPANOPARLANTE	1,7%	0,5%	2,0%	4,3%

- El porcentaje de visitantes no-hispanoparlantes ha aumentado
- Importante ofrecer recursos en inglés a este segmento de la población que visita el Museo Nacional (esta necesidad se ve reflejada en las encuestas).

COMPARATIVA MOTIVACIÓN



— Exposición Temporal

Roda, su poesía
visual

Cano, la mano
luminosa

Del costumbrismo a
la academia

Encuentros México
Colombia

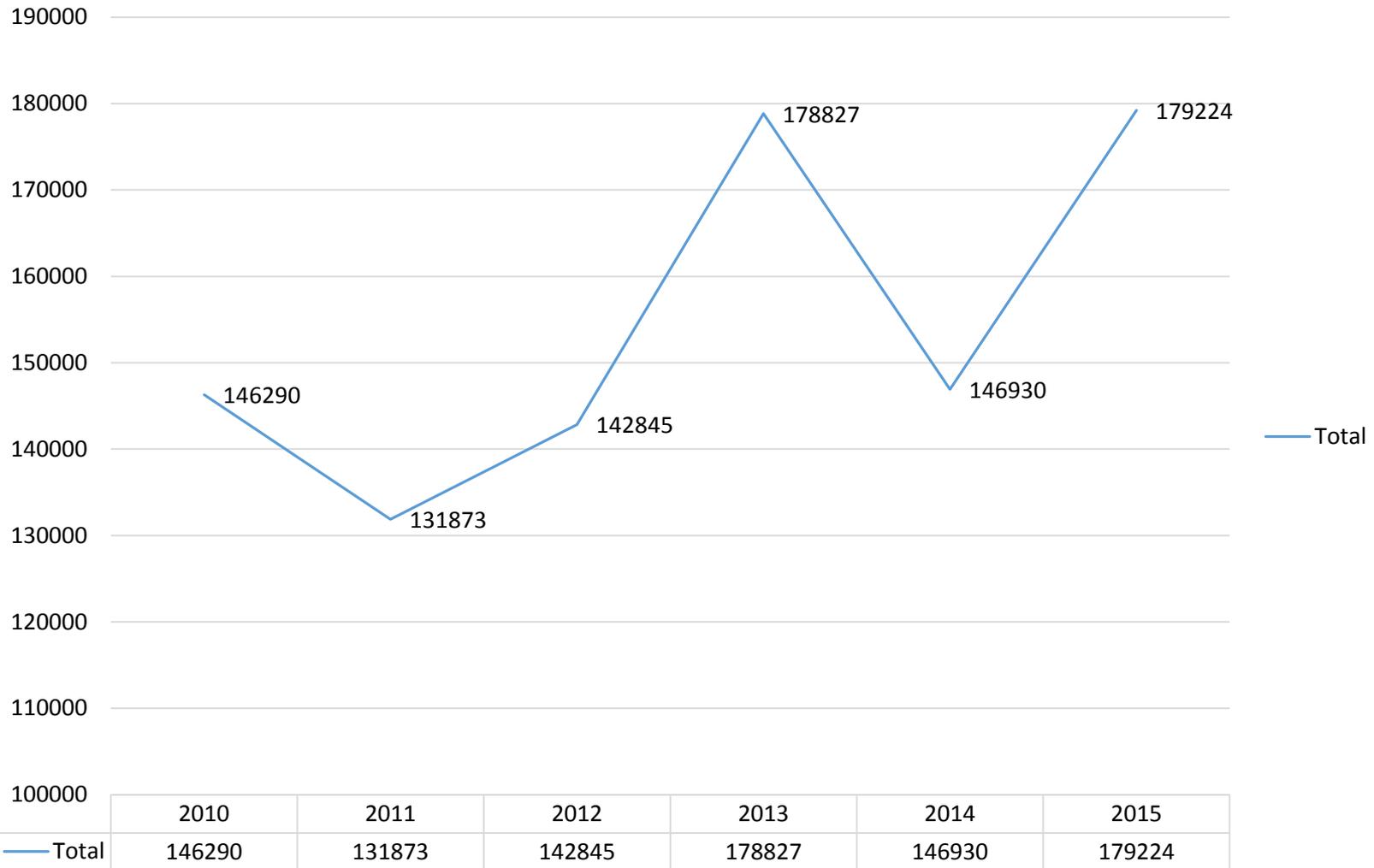
26,8%

38,5%

16,0%

18,3%

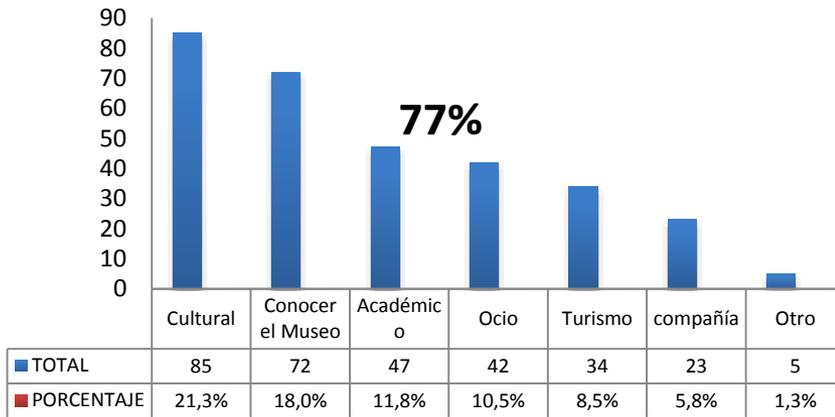
VISITANTES AL MUSEO NACIONAL A JUNIO 2010-2015



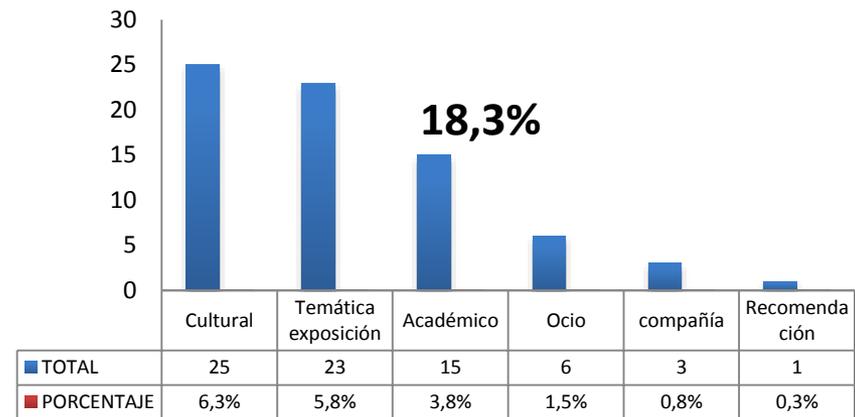
C. VARIABLES CUALITATIVAS ANALIZADAS

MOTIVACIÓN

EXPOSICIÓN PERMANENTE



ENCUENTROS MÉXICO-COLOMBIA



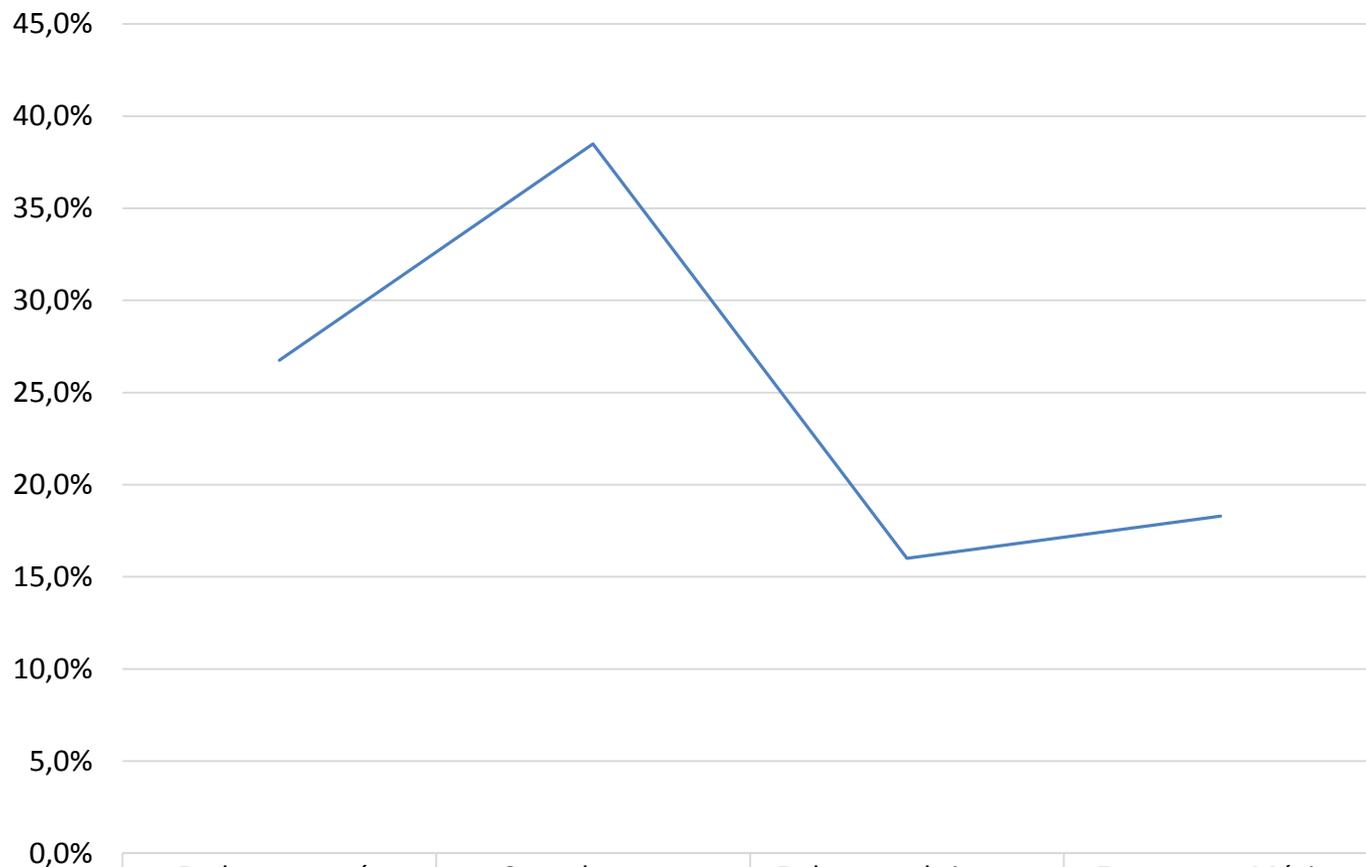
Exposición permanente:

- Cultural: estas personas señalaron estar interesadas en el arte, visitar Museos, aprender de Colombia, avanzar culturalmente y curiosidad por las exposiciones que alberga el Museo Nacional
- Ocio: descansar, pasar el tiempo libre, hobby, 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, tarea de visitar Museos en vacaciones.
- Otro: entrada gratuita.

Exposición temporal:

- Temática de la exposición: conocer sobre el arte colombiano y mexicano, ver obras de los muralistas e interés personal en este arte.
- Cultural: gusto por el arte, buscar nuevos espacios de conocimiento y esparcimiento cultural y ver que contenido nuevo se exhibía en la sala temporal.

COMPARATIVA MOTIVACIÓN



— Exposición Temporal

Roda, su poesía
visual

Cano, la mano
luminosa

Del costumbrismo a
la academia

Encuentros México
Colombia

26,8%

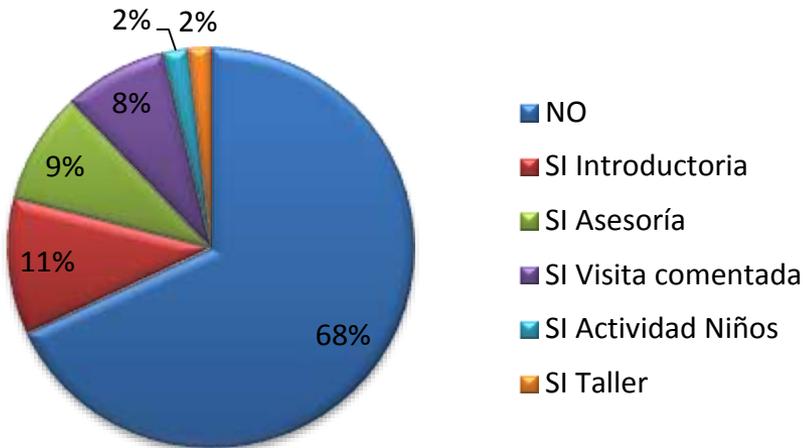
38,5%

16,0%

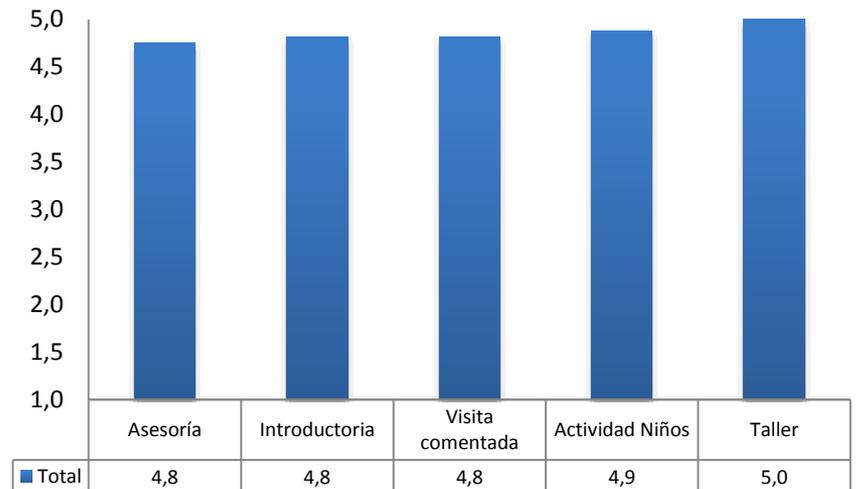
18,3%

SERVICIOS EDUCATIVOS

TIPO DE SERVICIO EDUCATIVO

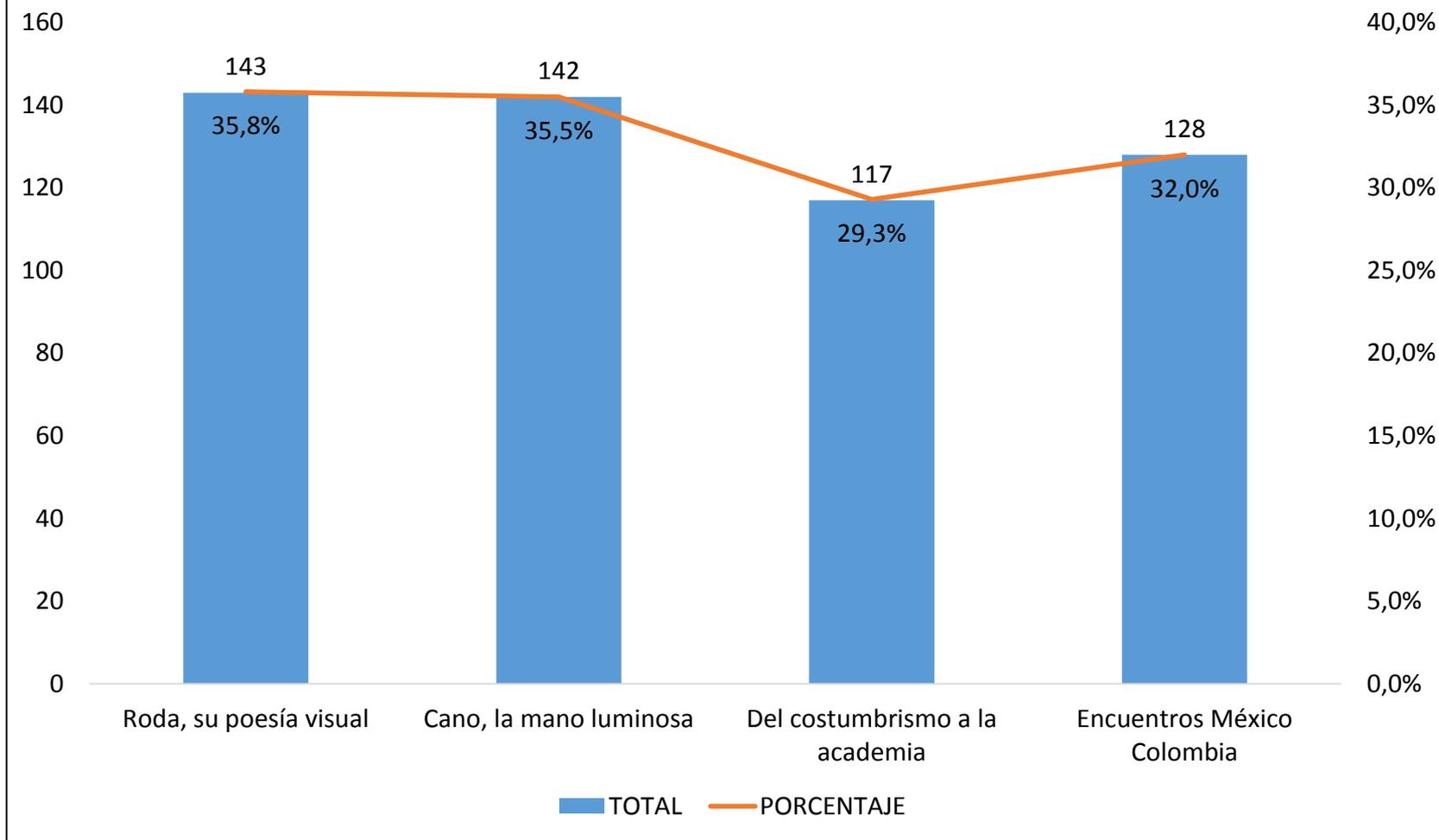


CALIDAD



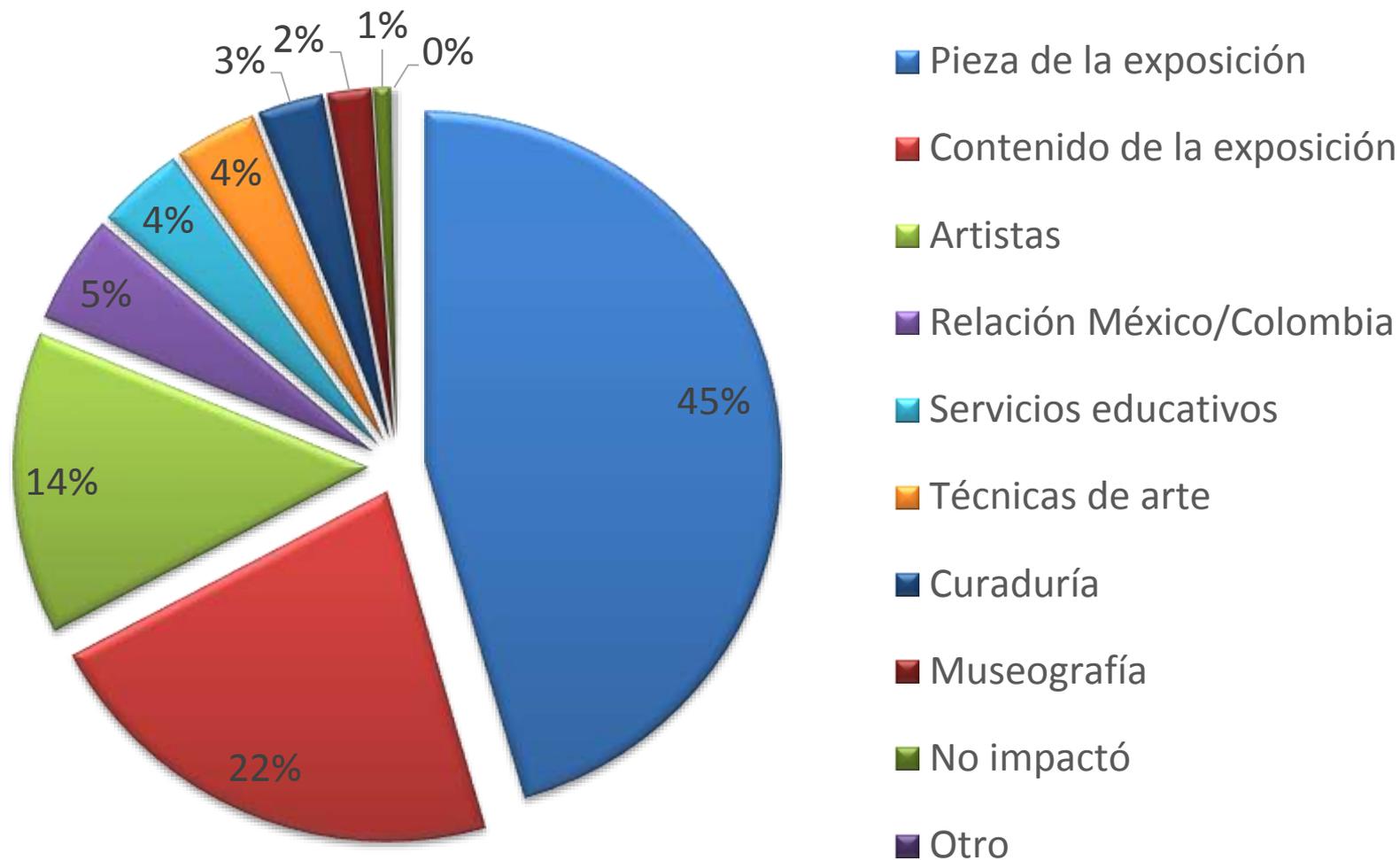
- El 32% de las personas encuestadas se benefició de los servicios educativos.
- Algunos visitantes indicaron no estar enterados de la presencia de monitores en la sala.
- Otros señalaron la necesidad de los monitores de ofrecer sus servicios al público.
- El material didáctico tuvo gran acogida por parte del público, ya que permitía a los niños acercarse al arte de manera divertida.

COMPARATIVA SERVICIOS EDUCATIVOS



- Del costumbrismo a la academia: se contaba con un menor número de monitores.

ELEMENTOS QUE GUSTARON

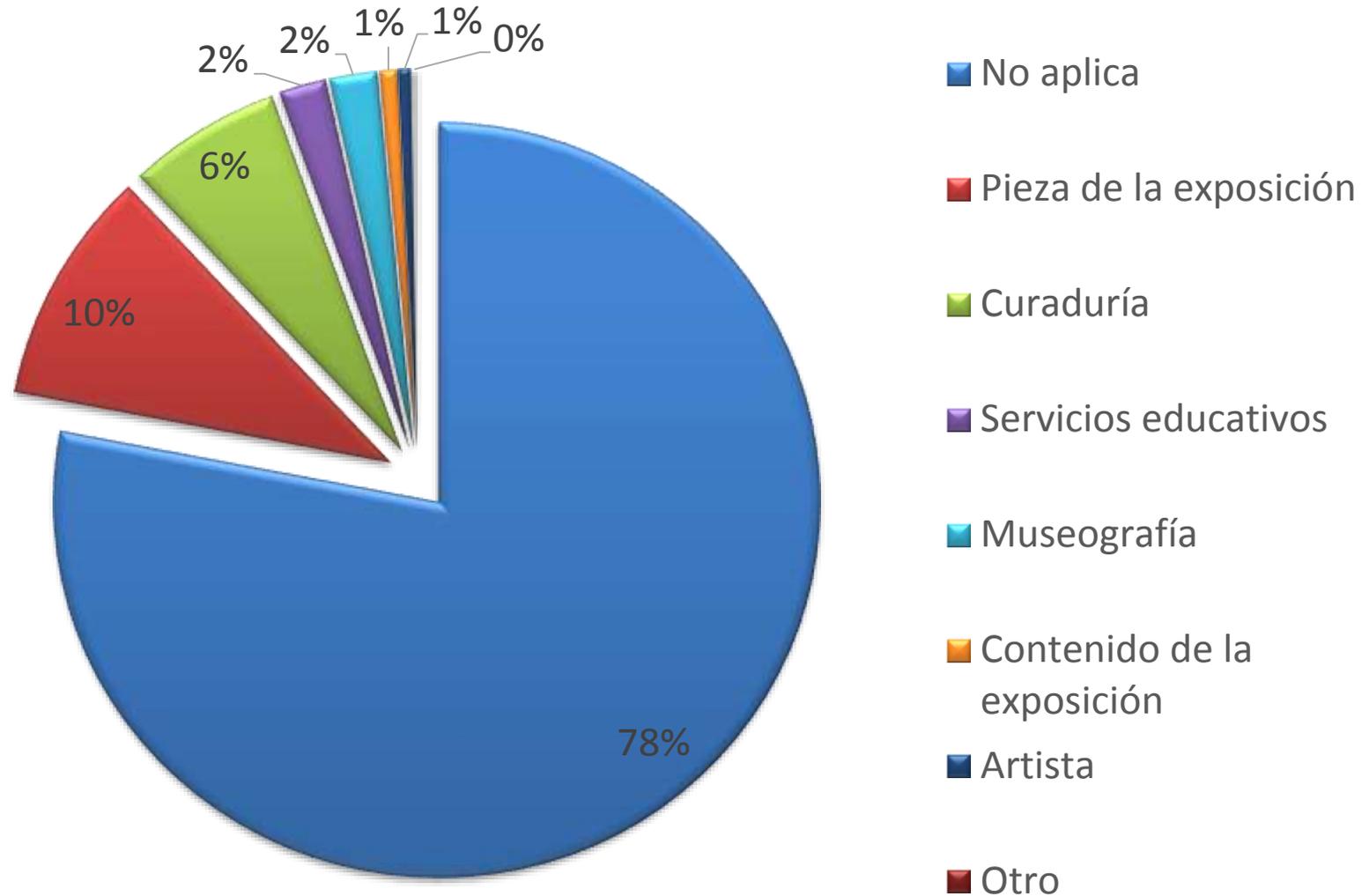


ELEMENTOS QUE GUSTARON

- **Piezas de la exposición:** Paisaje, barrancas y peñas (2,5%), Entrega de juguetes (2%), Criminales de guerra (1,8%), Variaciones sobre Cézanne (1,5%) y el Retrato de Isolda Pinedo Kahlo (1,5%).
- **Contenido de la exposición:** temática onírica; cultura mexicana; posibilidad de conocer de historia y la cultura de los países a través del arte; relación cultural y artística entre México y Colombia (5%), técnicas artísticas (3,8%).
- **Servicios educativos:** explicación detallada que dio el monitor; material didáctico para los niños; los talleres.
- **Curaduría:** cronología dispuesta para la exposición; división por temáticas; selección de las piezas y artistas; el hilo conductor de la exposición.
- **Museografía:** Organización de las piezas; distribución e iluminación de la sala.



ELEMENTOS DE MENOS AGRADO

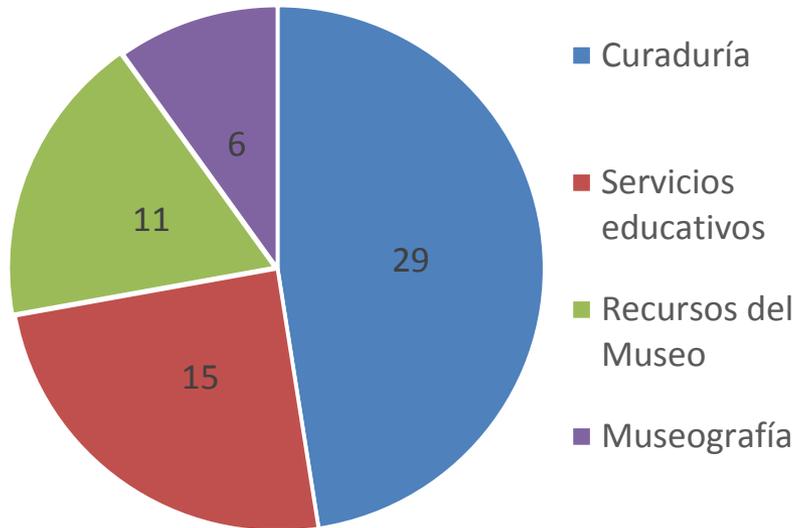


ELEMENTOS DE MENOS AGRADO

- **Piezas de la exposición:** encontramos Variaciones sobre Cézanne (4%), El remero (0,8%), Criminales de Guerra (0,5%) y Entrega de Juguetes (0,5%).
- **Curaduría:** tamaño de la muestra (pequeña); dificultad para entender la exposición si no existe un conocimiento previo del tema; poca claridad entre la conexión entre México y Colombia; falta material en inglés y un folleto de la exposición; una sola obra de Frida Kahlo.
- **Servicios educativos:** no había un monitor en la sala; el monitor no ofreció su servicio al público.
- **Museografía:** iluminación de la sala; espacio entre los cuadros (saturación de las piezas en el espacio dispuesto); *ficha técnica de la obra Campesina (Campecina)*.



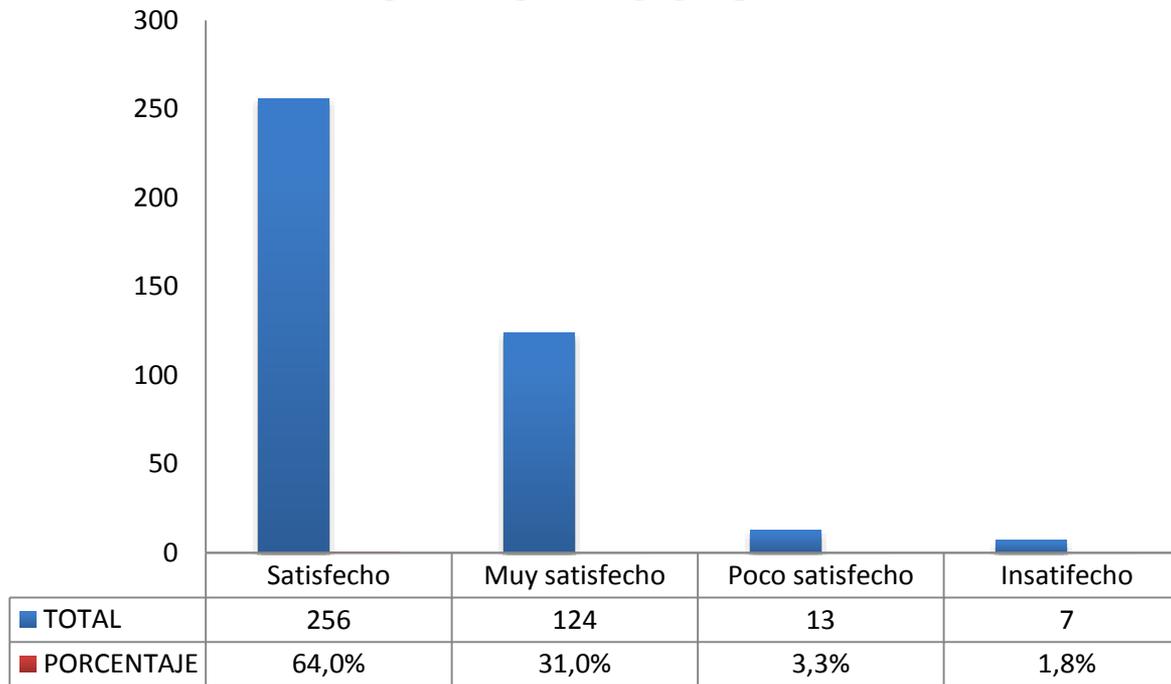
SUGERENCIAS O MODIFICACIONES



- **Curaduría:** recursos interactivos para ofrecer una exposición más dinámica; incluir información adicional en las fichas técnicas; más piezas y expositores; abarcar otros ejes temáticos; descripciones en inglés para los visitantes extranjeros; folletos y audio-guías.
- **Servicios Educativos:** monitores más atentos y dispuestos a ofrecer sus servicios al público; espacio para el desarrollo de las actividades del material didáctico y disponibilidad de este recurso a través de la página web del Museo.
- **Museografía:** ambientación de la sala con música; mayor iluminación; barrera visible entre el público y las piezas.



SATISFACCIÓN



Poco satisfecho

- No gustó como fue abordado el tema.
- Los cuadros no reflejaban de manera extensa las dos culturas.
- No hay un lineamiento claro entre las temáticas.
- Sólo había un cuadro de Frida Kahlo (4 personas).
- Los textos de apoyo no son buenos.
- Gran cantidad de artistas para apreciarlos en una sola exposición.

Insatisfecho

- Esperaban más obras de Frida (2 personas).
- Falta la presencia de un monitor en la sala.
- Más visitas comentadas.

D. FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL

INFORMES DE LOS MONITORES

Curaduría

- No era clara la conexión entre los cuatro ejes temáticos
- Faltaron apoyos para el público que realizó la visita de manera autónoma.
- Falta de textos informativos para abarcar el contexto de las obras
- Ausencia de información primordial en las fichas técnicas.
- Muchas veces el público no entendía la exposición y era necesario que recurriera a la guía de los monitores.

Museografía

- Inconsistencias en la información presentada en las fichas técnicas, situación que se corrigió en el transcurso de la exposición.
- La disposición de la sala facilitó la circulación del público que visitó la exposición.
- Las sillas ubicadas en la sala proporcionaron estaciones de descanso desde las cuales se podían contemplar las obras.

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.
- Se puede usar un vocabulario más sencillo y acorde al público al cual está destinado el material, en este caso los niños.

E. RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES PARA PRÓXIMAS EXPOSICIONES I

Servicios educativos:

- Es importante que los **monitores propicien espacios de interacción** con el público, ofreciendo sus servicios para que los visitantes amplíen la información respecto a las temáticas expuestas.
- Ofrecer **visitas comentadas en inglés** (solo dos servicios por demanda). Divulgación a través de aliados como hostales, agencias de turismo y empresas dedicadas a realizar tours por Bogotá.
- Pensar en un lugar dentro de la sala para que los niños desarrollen las actividades que el material didáctico sugiere.

Curaduría:

- Disponer de **fichas técnicas que contengan mayor información**, sin saturar al visitante.
- Hacer uso de **recursos visuales e interactivos**, que creen una dinámica diferente dentro de la sala y contribuyan al mejor entendimiento de los contenidos de la exposición.
- Facilitar al público **material didáctico e interactivo a través del micro-sitio** de las exposiciones.
- **Audio-guías descargables** (en español e inglés), las cuales pueden ser de gran utilidad para el público extranjero.
- **Un mayor número de elementos en inglés**, como lo son folletos, audio-guías, textos curatoriales en las exposiciones y fichas técnicas.

RECOMENDACIONES PARA PRÓXIMAS EXPOSICIONES II

Museografía:

- Asignar a un **encargado de revisar diariamente los textos de las exposiciones**, para que informe acerca de cualquier cambio o arreglo que sea oportuno.
- **Apuesta iconográfica de la ruta en la sala**, que se ubique junto al texto introductorio y permita al público conocer la distribución del espacio.

Divulgación:

- Formato para que los visitantes, nuevos y asiduos, dejen sus datos de contacto y reciban la programación del Museo en su correo electrónico.

- **Invertir en publicidad a través de Facebook**, cuya herramienta permite crear anuncios segmentados para llegar a diferentes públicos y cumplir con los objetivos de comunicación de las actividades y exposiciones que realiza el Museo.
- Entregar la **programación del Museo en el corredor vial de la séptima** o la **estación de Transmilenio** ubicada frente al Museo, para que el público que transita y hace uso de estos espacios tenga conocimiento de las actividades y exposiciones que realiza el Museo.

RECOMENDACIONES ESTUDIOS DE PÚBLICO I

- Diseñar una metodología para que las personas que participan en las actividades orientadas a la **población con alguna discapacidad, ya sea auditiva o visual, den a conocer su opinión** acerca de las exposiciones y su experiencia. Ya que representan un segmento de la población que no está siendo encuestado. Tener en cuenta esto también para los grupos de personas de la tercera edad.
- Indagar más acerca de los **motivos por los cuales las personas recuerdan más ciertas exposiciones, actividades o servicios que han recibido en el Museo**, para entender que les impactó de las mismas y conocer más sobre los preferencias de los visitantes.
- Incluir un apartado en la encuesta en dónde se pregunte al público acerca de la **experiencia en otros museos** y cómo se podrían implementar herramientas o acciones que estos llevan a cabo para mejorar su experiencia en el Museo Nacional. (qué museos visita, que acciones llevan a cabo estos que se podrían llevar a cabo en el Museo Nacional para mejorar su experiencia).
- **Realizar visitas a los diferentes Museos de la ciudad**, con el fin de conocer que estrategias, herramientas y demás, están implementando estos museos para interactuar con el público.
- Se recomienda **continuar con el análisis comparativo** de los datos recolectados en los diferentes estudios de públicos, con el fin de conocer la evolución de los visitantes.

RECOMENDACIONES ESTUDIOS DE PÚBLICO II

- De acuerdo a los hallazgos de la OIM (Organización Iberoamericana de Museos), se recomienda **crear un cuadro que permita evaluar hasta qué punto se han utilizado los resultados obtenidos en los estudios de públicos**, y cuáles han sido sus posteriores aplicaciones, bien a la mejora o reorientación de la gestión de los museos, bien al diseño o a la planificación de políticas generales del Museo Nacional.
- Incluir elementos como el **Perfil del Público Virtual**, uno de los elementos evaluados en España.
- **Revisar los estudios de públicos realizados en países como España**, para ver la metodología que emplean, cómo se recolectan los datos y cómo hacen uso de este recurso para las políticas, planificación y mejora de la gestión museográfica.
- **Realizar una revisión exhaustiva del material de todos los estudios de públicos realizados hasta el momento**, para verificar que las cifras que contienen sean las correctas y realizar las correcciones formales (redacción, estilo), para que estas fuentes de información puedan ser consultadas de manera pública y cumplan con los estándares de la OIM.