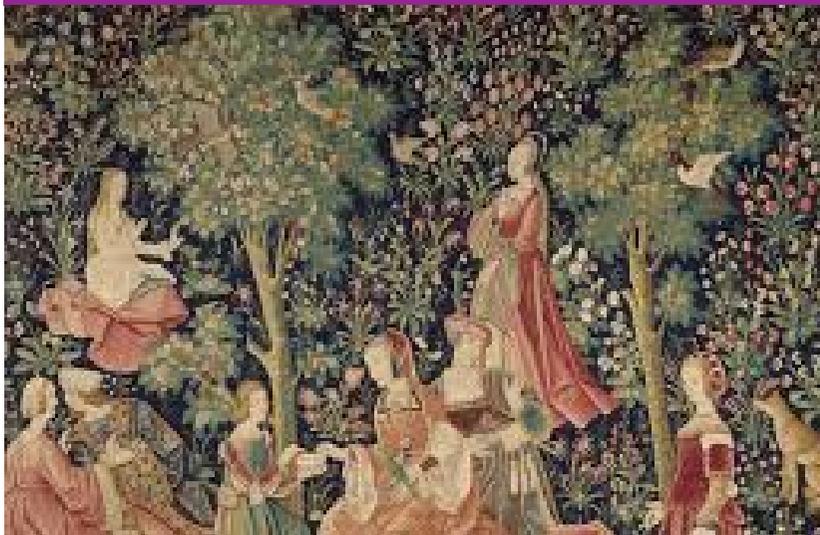


Estudio de Públicos

Arte y naturaleza en la Edad Media. Obras del Museo de Cluny, París



Realizado de Abril 28 a Julio 30 de 2017
Presentación Informe: Octubre de 2017

Diseño y análisis: Mayali Tafur Sequera
Encuestas/digitación: Lorena Fonseca

Contenido



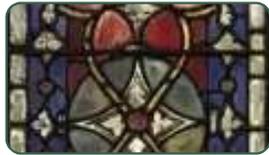
Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Objetivos

Desde el Observatorio de Públicos del Museo Nacional de Colombia, se diseñó un estudio de públicos para conocer de cerca la experiencia del visitante. Los objetivos del estudio fueron:

1. Determinar el perfil general de nuestros visitantes que asistieron entre el 29 de abril y el 30 de julio de 2017
2. Medir el grado de satisfacción de la experiencia de visita en el MNC
3. Conocer las percepciones de los visitantes acerca del objetivo de la experiencia planteado para la Exposición Temporal Arte y Naturaleza, obras del Museo de Cluny, París.

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Metodología

En esta investigación se utilizan elementos propios de **dos tipos de estudios** que permiten un acercamiento al perfil de nuestros visitantes, así como a las características de su experiencia en el MNC.

Estos estudios son: Estudio de satisfacción y Estudio de hábitos y usos.

Estudio de Satisfacción. Este estudio permite conocer la calificación que el visitante le asigna a su visita, a la vez que nos permite identificar cómo califican las diferentes características (atributos) que queremos resaltar en los elementos que componen la experiencia de visita: mediación de los monitores, talleres, exposiciones (contenidos y museografía), entre otros. El conocimiento de cómo perciben nuestros visitantes las características de la experiencia, permite que podamos fortalecer aquellas que se convierten en nuestro diferencial.

Estudio de hábitos y usos. Permite profundizar en la comprensión de actitudes y motivaciones de los públicos con relación a su asistencia y su experiencia de visita, lo que permitirá ser más asertivos al momento de diseñar estrategias de comunicación (convocatoria) y de educomunicación.

El estudio se organiza de la siguiente manera:

- *Variables demográficas (perfil de nuestros visitantes)
- *Variables de hábitos y usos
- *Variables de satisfacción
- *Variables de percepción

Contenido



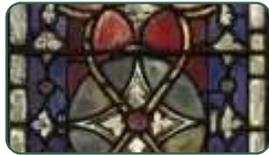
Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Ficha Técnica

Población Objetivo	Personas mayores de edad que hayan asistido a la exposición <i>Arte y naturaleza en la Edad Media. Obras del Museo de Cluny, París</i> , que llevaran al menos la mitad del recorrido en sala.
Universo	51.118 visitantes
Diseño	Cuantitativo - Descriptivo
Técnica	Encuesta cara a cara
Muestra	342 Encuestas
Diseño Muestral	Aleatorio
Error Muestral	5,4%
Nivel de confianza	95%
Aspectos a Evaluar	Sociodemográficos, hábitos y consumo, Experiencia, objetivos de la experiencia de visita

Contenido



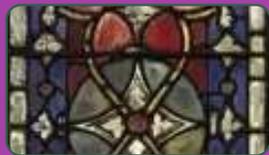
Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados

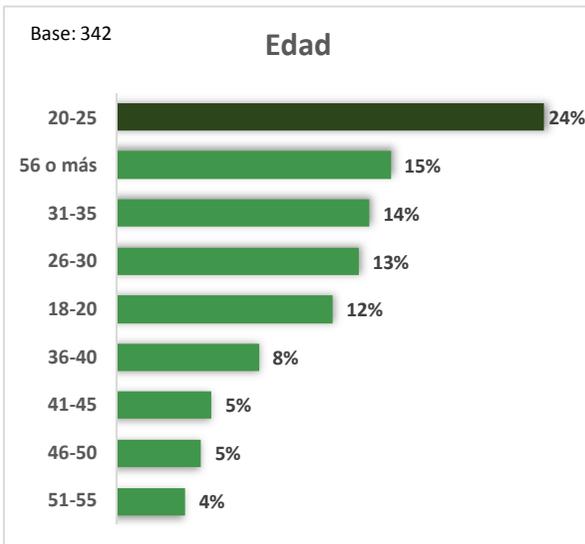
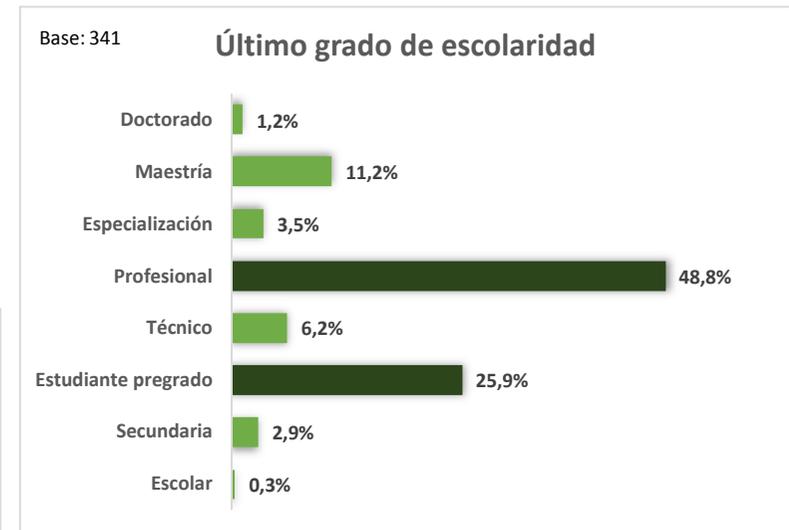
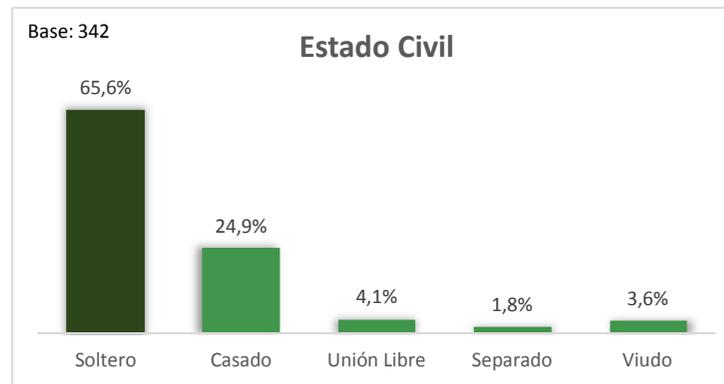
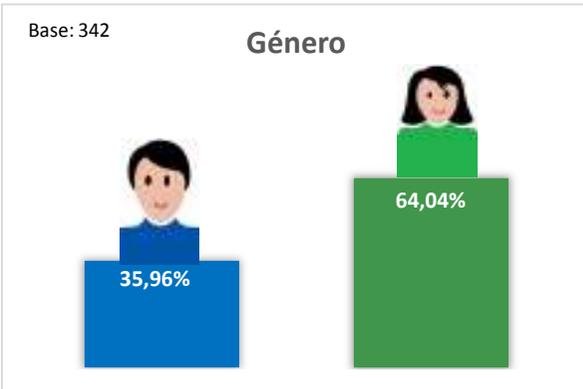


Conclusiones

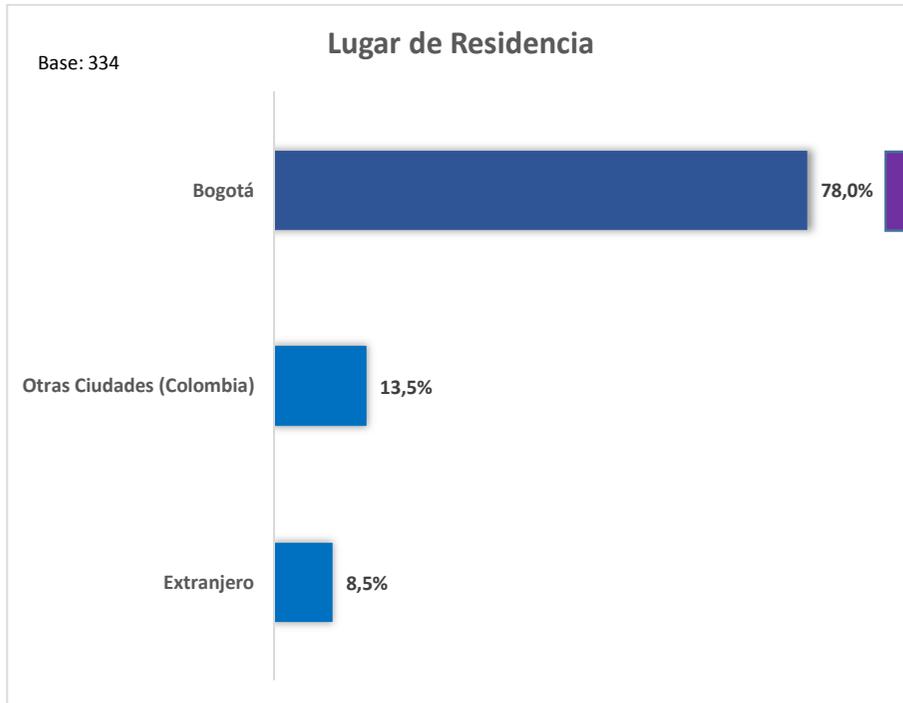
Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas

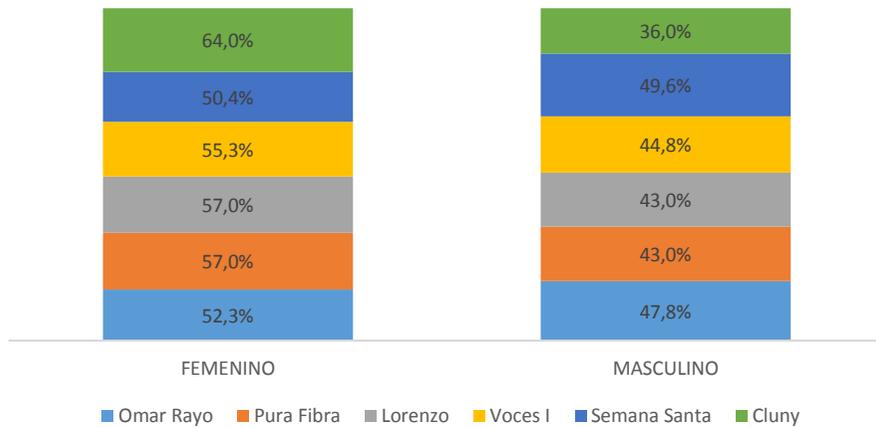


LOCALIDAD	% de visitantes	% de habitantes de Bogotá por localidad
USAQUÉN	8,3%	5,9%
CHAPINERO	7,9%	1,6%
SANTA FE	2,6%	1,2%
SAN CRISTÓBAL	2,6%	4,9%
USME	2,3%	4,2%
TUNJUELITO	2,6%	2,3%
BOSA	5,7%	9,0%
KENNEDY	19,2%	15,0%
FONTIBÓN	4,9%	5,1%
ENGATIVÁ	14,3%	10,9%
SUBA	11,3%	15,9%
BARRIOS UNIDOS	4,2%	3,3%
TEUSAQUILLO	4,5%	1,7%
LOS MÁRTIRES	0,8%	1,2%
ANTONIO NARIÑO	2,3%	1,4%
PUENTE ARANDA	4,2%	2,7%
LA CANDELARIA	1,1%	0,3%
RAFAEL URIBE URIBE	0,8%	4,3%
CIUDAD BOLÍVAR	0,4%	9,1%
SUMAPAZ	0%	0,1%

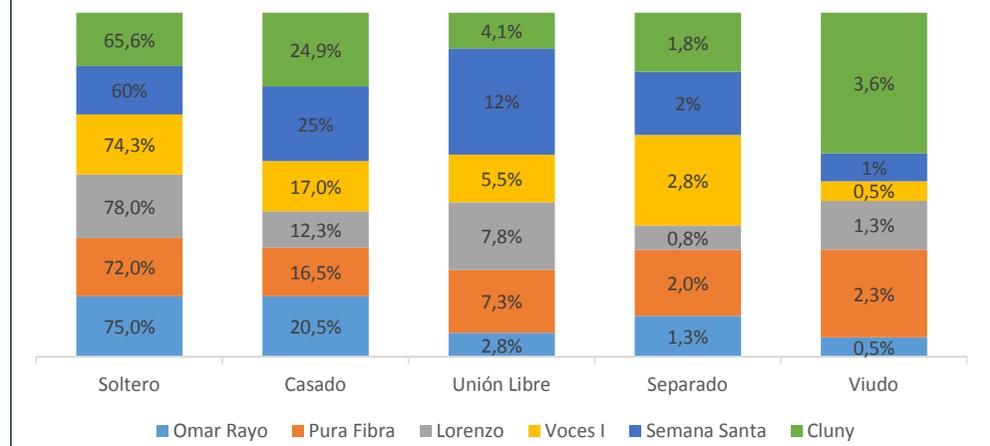
Las 5 localidades con más población de Bogotá son: Kennedy, Suba, Engativá, Ciudad Bolívar y Bosa

Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

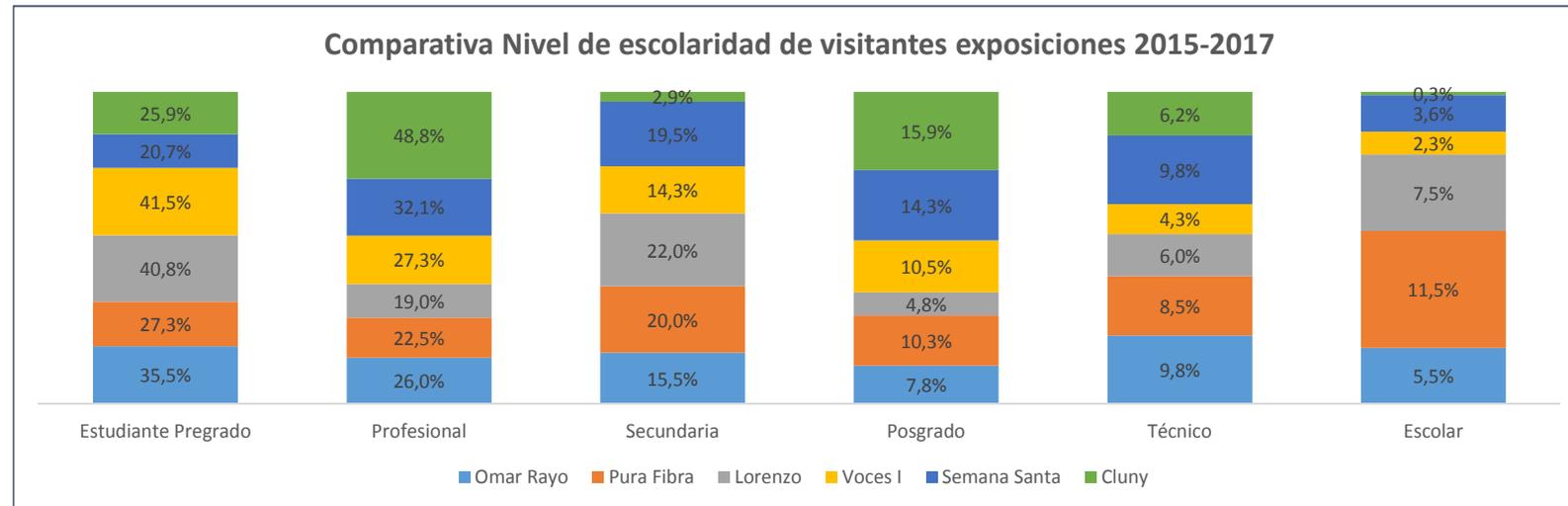
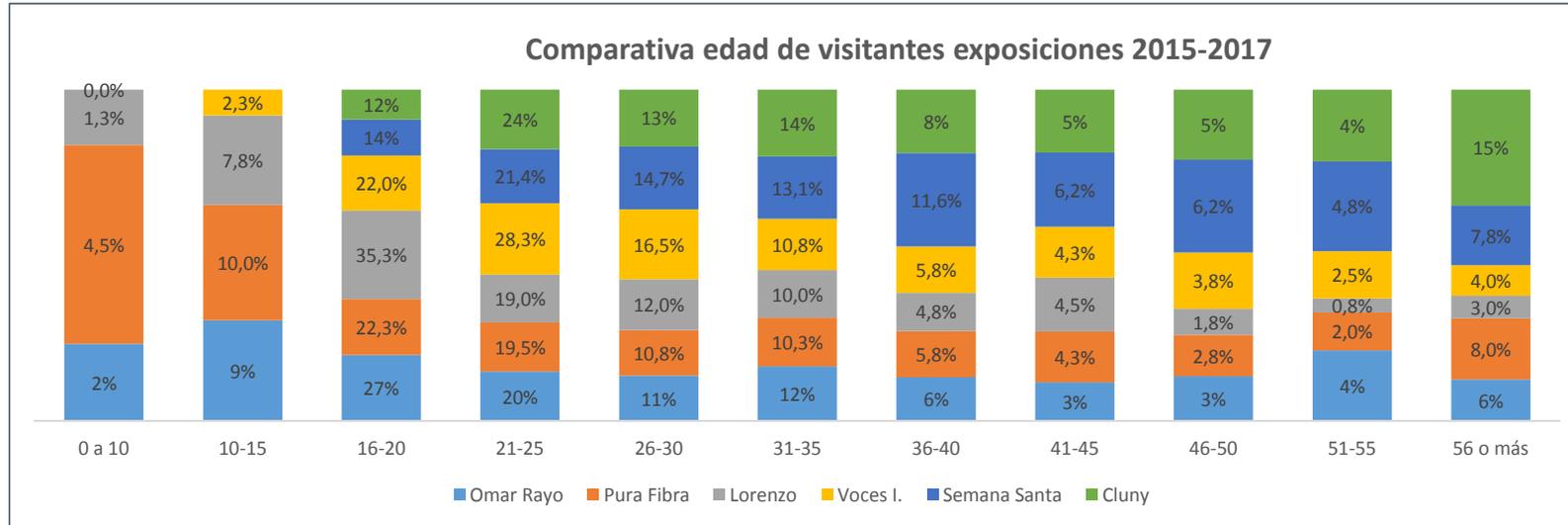
**Comparativa Género de visitantes exposiciones
2015-2017**



**Comparativa Estado Civil de visitantes exposiciones
2015-2017**

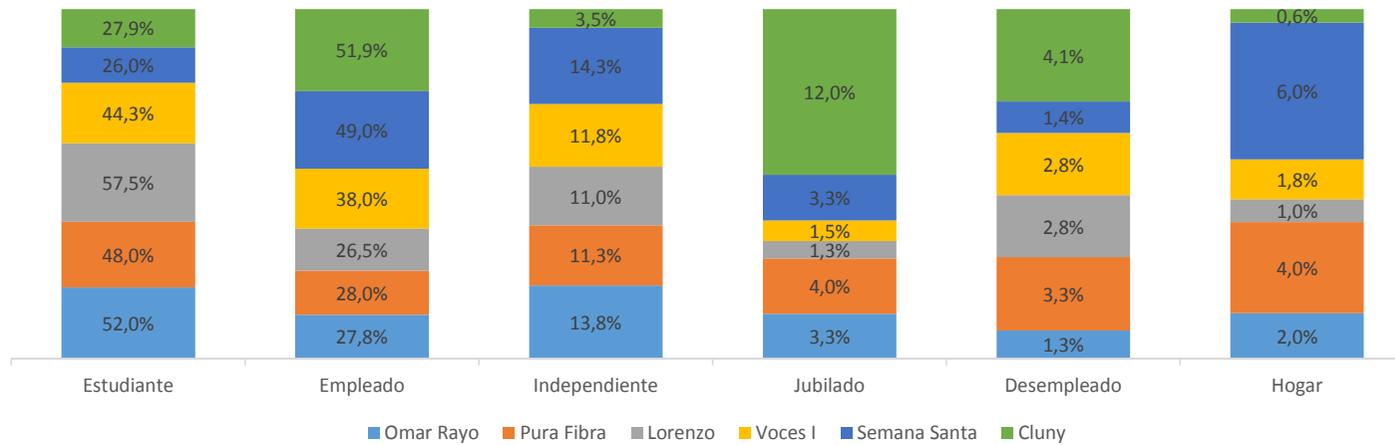


Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

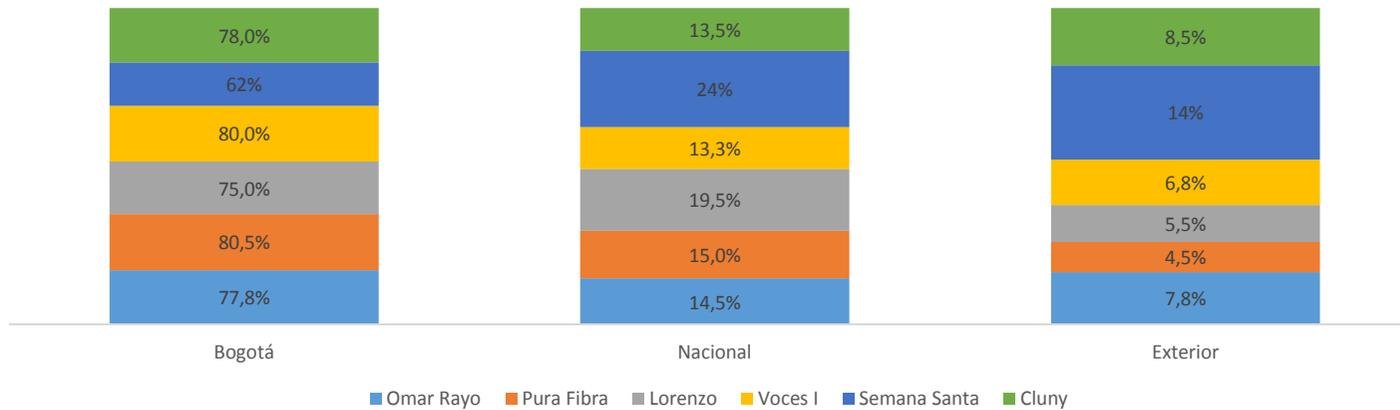


Comparativa sociodemográfica con otras temporadas del año

Comparativa Ocupación de visitantes exposiciones 2015-2017



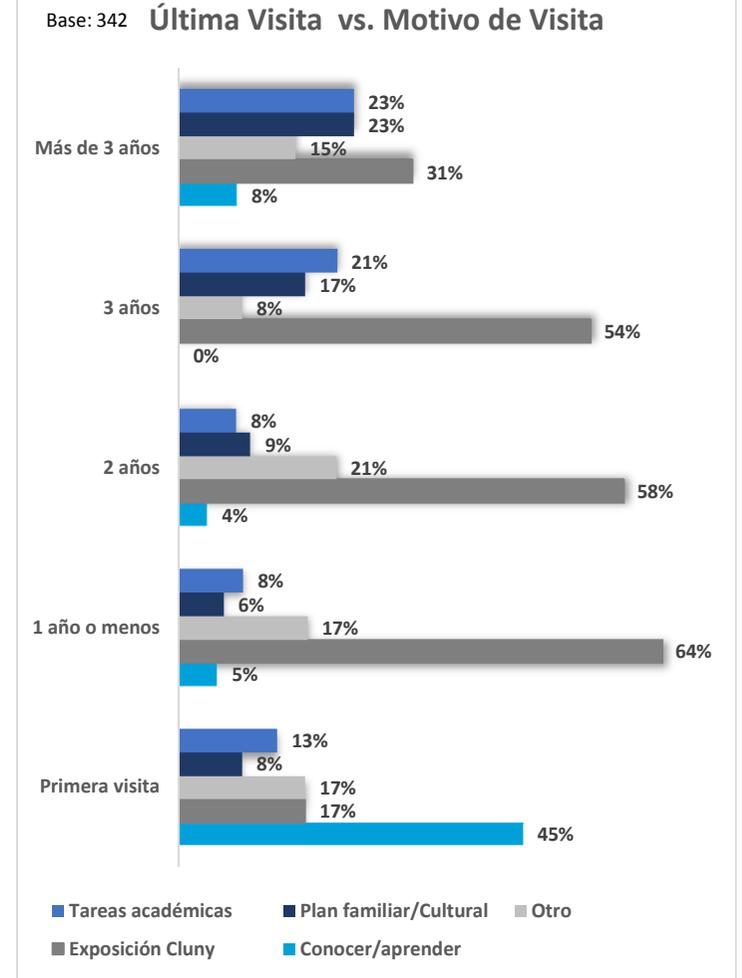
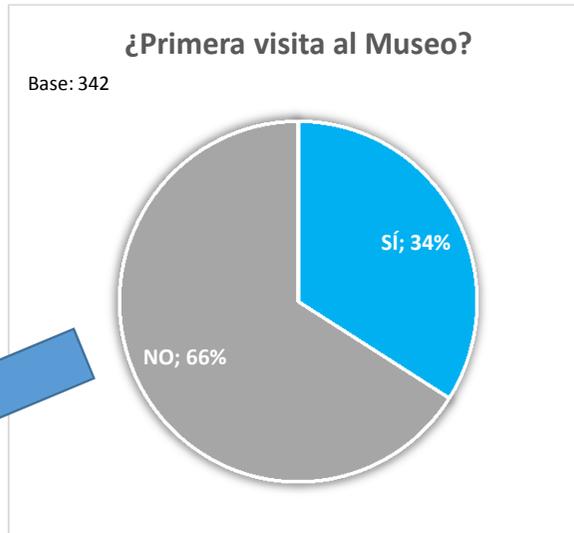
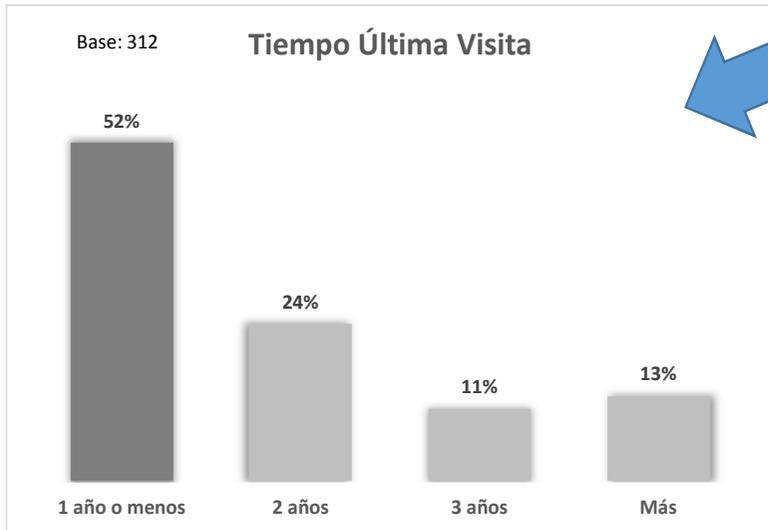
Comparativa Lugar de residencia de visitantes exposiciones 2015-2017



Hábitos y Usos

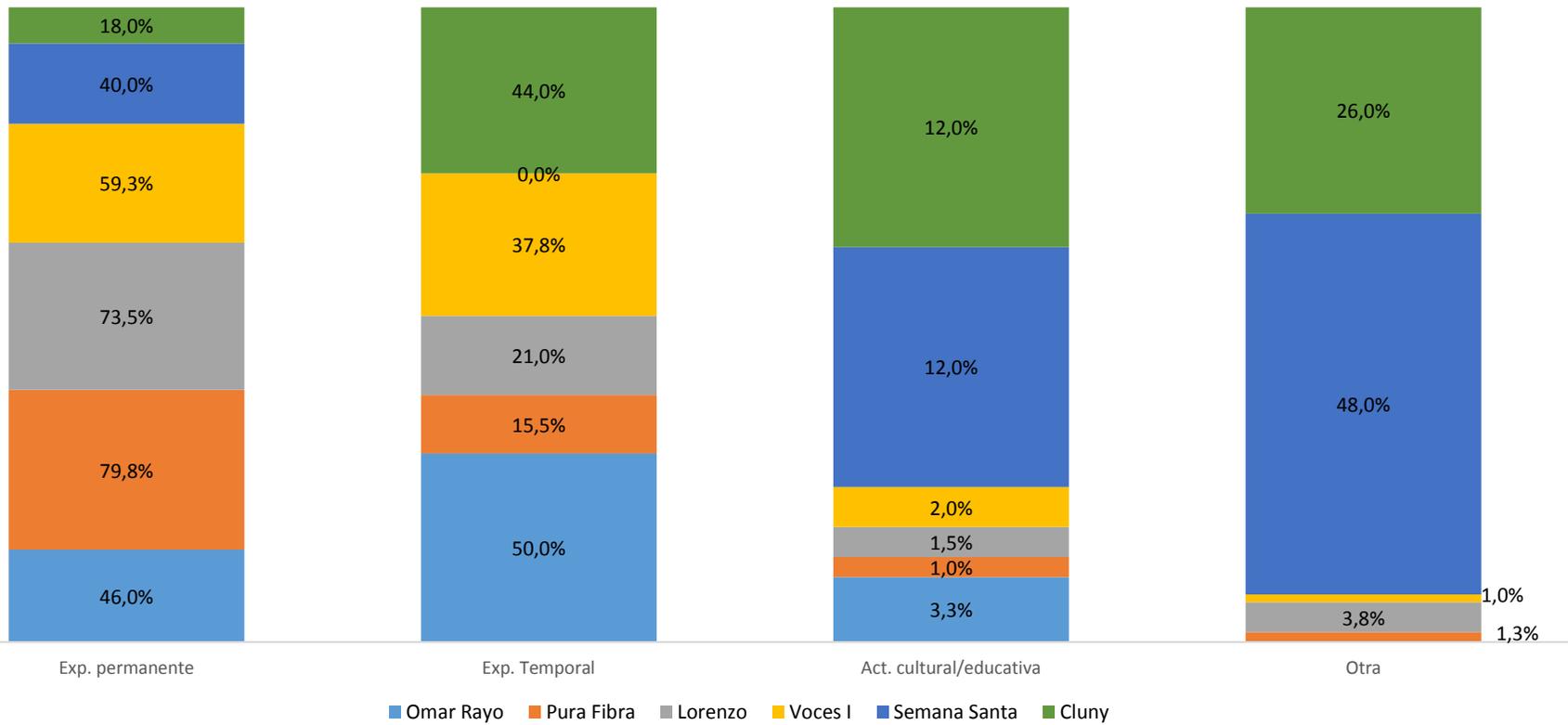


Hábitos y Usos – Frecuencia de visita y motivación

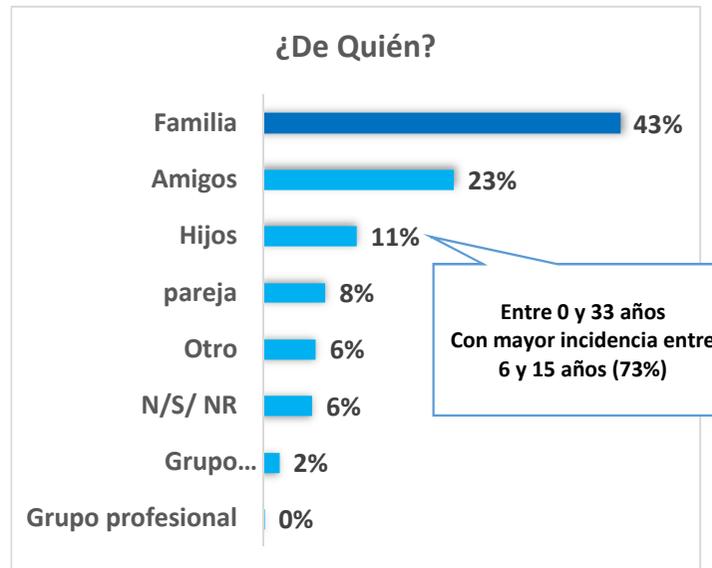
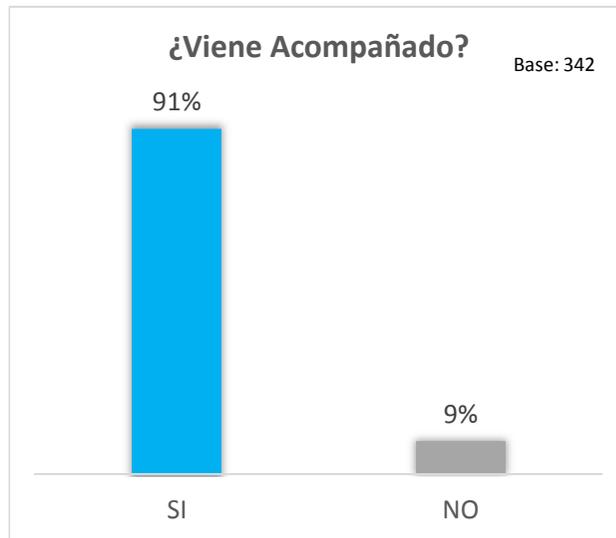


Hábitos y Usos – Comparativa motivación

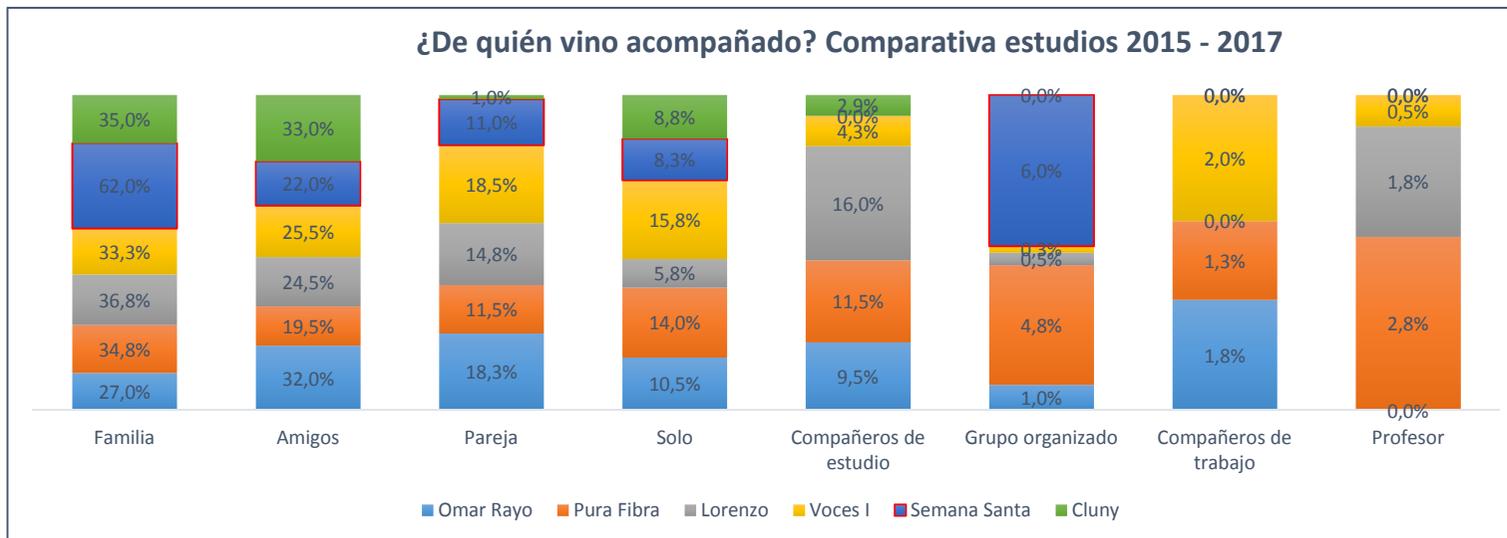
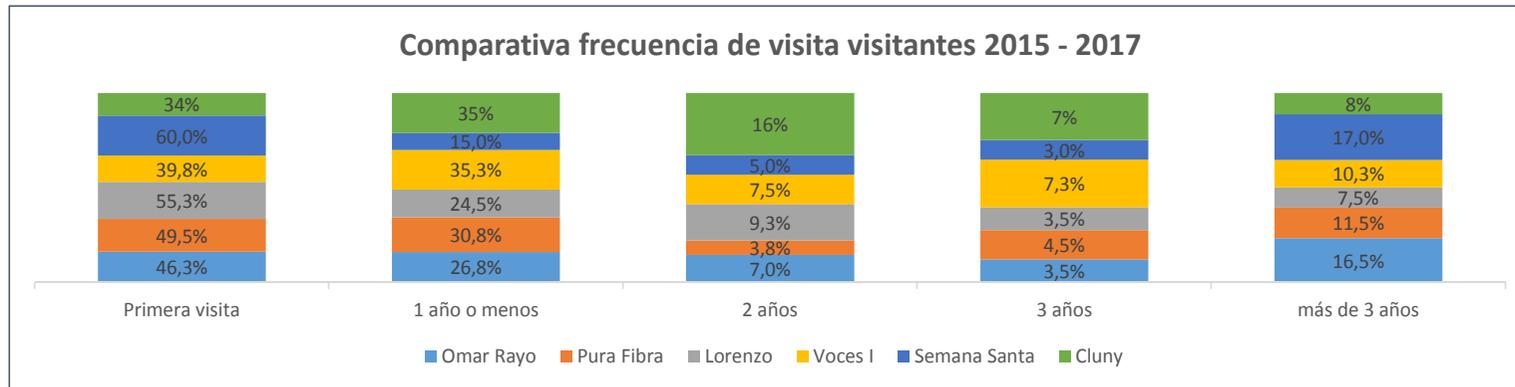
Comparativa motivación visitantes exposiciones 2015-2017



Hábitos y Usos – Compañía

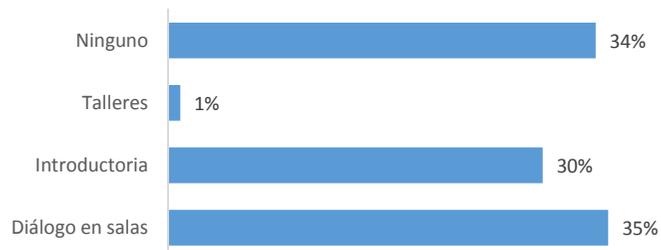


Hábitos y Usos - Comparativa frecuencia de visita y compañía

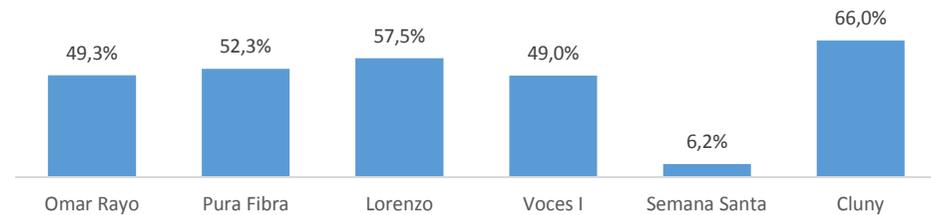


Hábitos y Usos. Servicios educativos recibidos

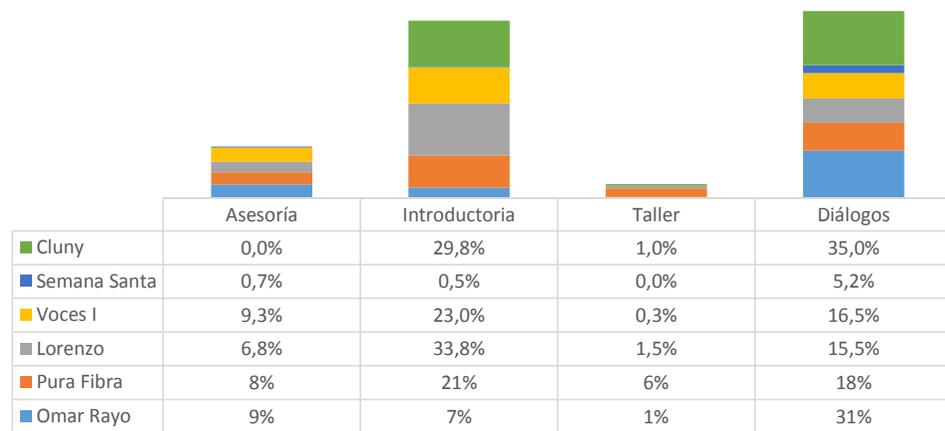
**¿Cuál servicio educativo recibió?
Exposición Cluny**



Comparativa visitantes que recibieron servicios educativos 2015-2017



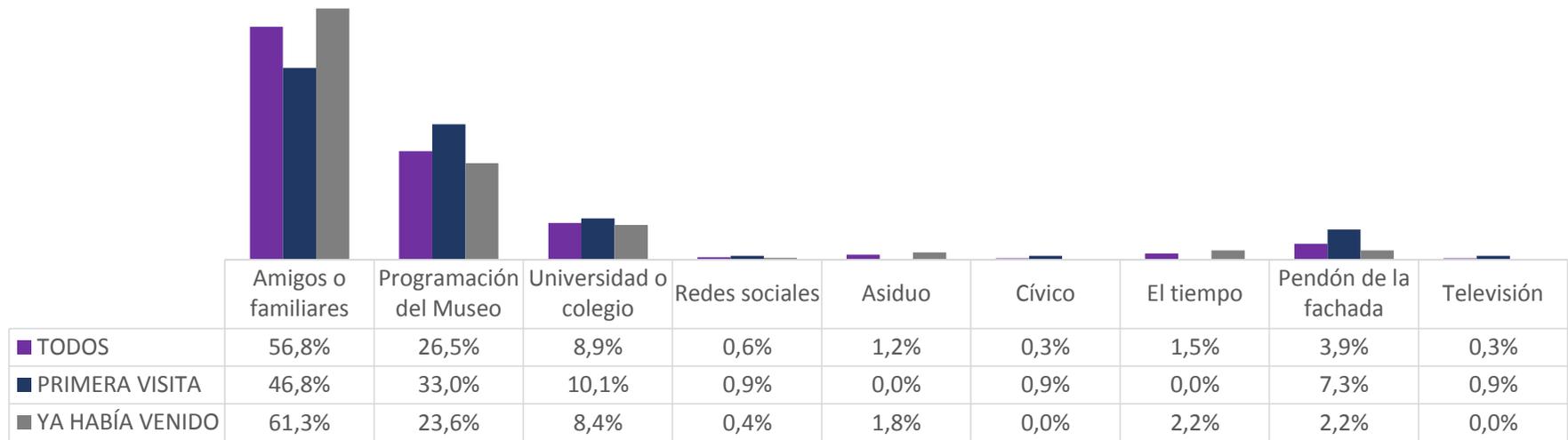
Comparativa % Servicios Educativos visitantes 2015-2017



Hábitos y Usos. Divulgación

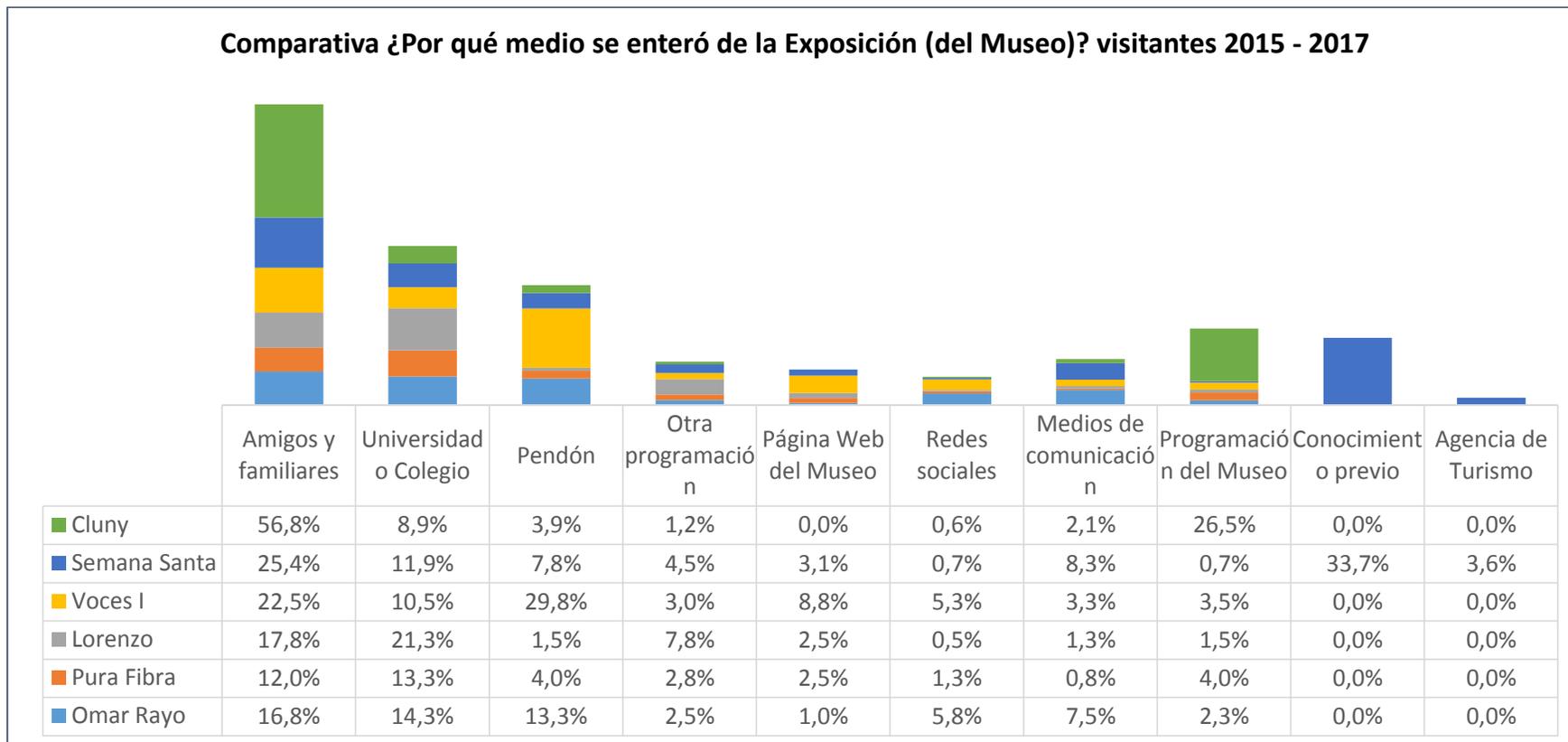
Base:
342

Medio vs. frecuencia de visita. Exposición de Cluny



Hábitos y Usos – Comparativa divulgación

Comparativa ¿Por qué medio se enteró de la Exposición (del Museo)? visitantes 2015 - 2017



Hábitos y Usos – ¿A quién recomendaría el Museo?

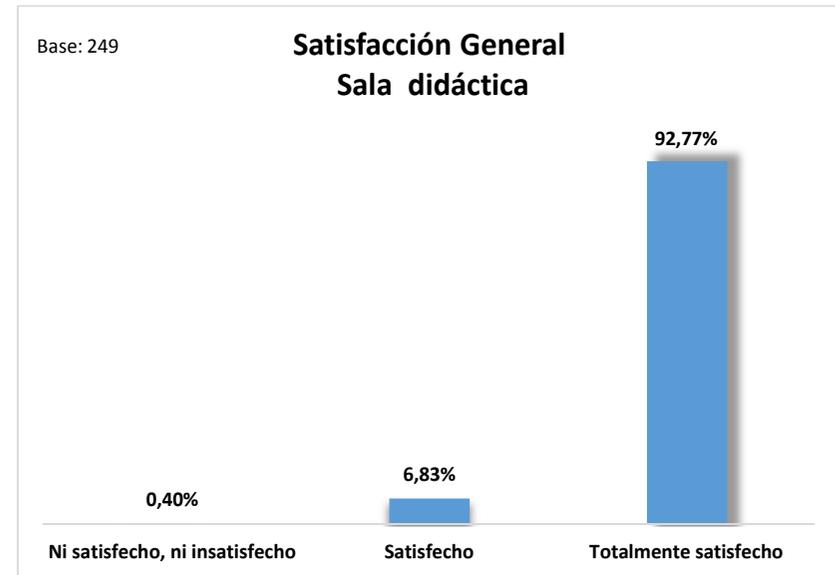
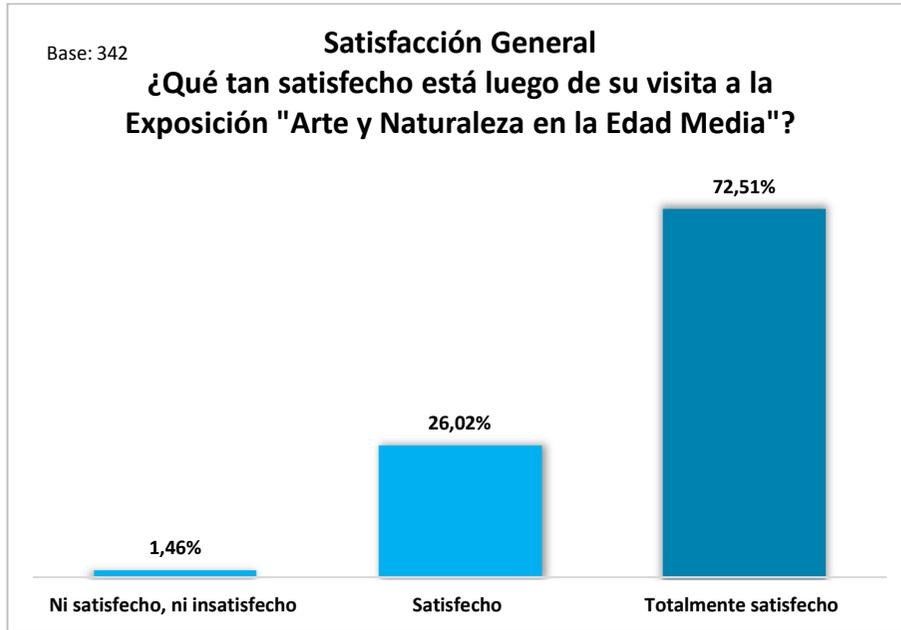
¿A Quién Recomendaría venir al Museo?	No de Menciones
A todos	250
Amigos	57
Familia	38
A compañeros	9
Estudiantes y jóvenes	4
Total Menciones	358



Satisfacción



Satisfacción Arte y Naturaleza



Satisfacción Arte y Naturaleza

MOTIVOS DE SATISFACCIÓN

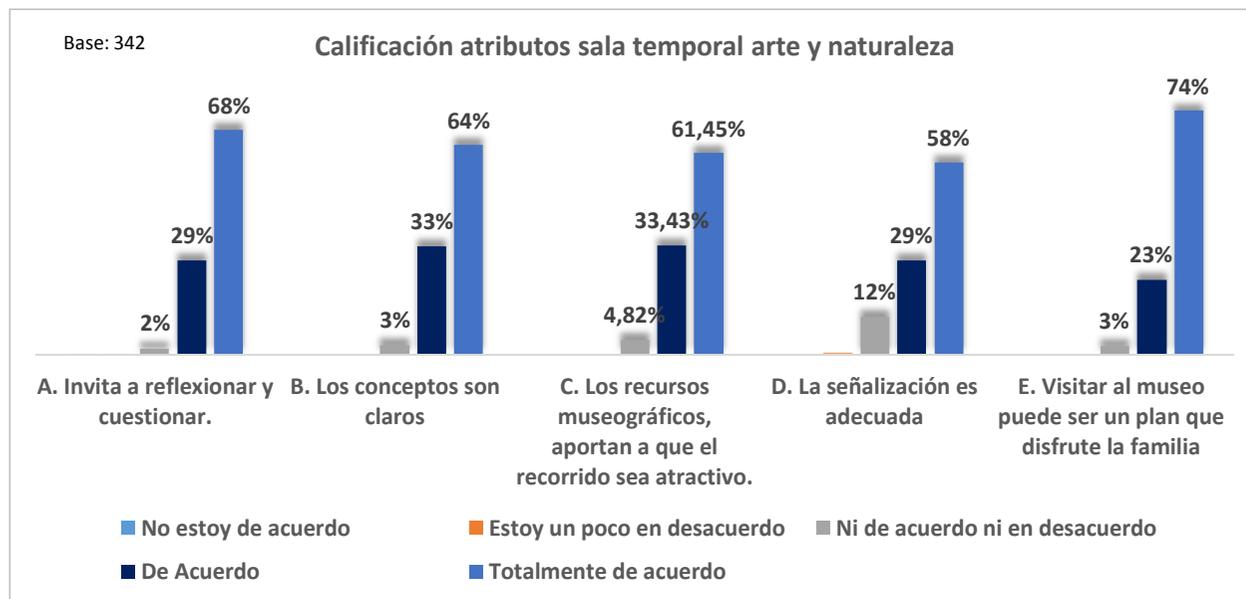
- Es llamativa
- Cambia percepción sobre el arte de la época
- Piezas
- Agradable
- Interesante
- Buena información
- Buena museografía
- Cansa la lectura de las fichas
- valor histórico
- permite aprender cultura
- Los guías son atentos
- La información es clara
- Sorprendente
- Se aprende
- Ambientado acorde a la Edad Media
- Guías muy atentos
- Bien organizado,
- Bonito e interesante, muy dinámico
- Buen ambiente, piezas con una historia importante
- Es amplia
- Generó conocimiento
- El arte en vivo da un conocimiento más amplio
- Las obras son muy buenas
- Se logra conectar con uno mismo
- Impactante

MOTIVOS DE INSATISFACCIÓN

- No hay nada del castillo de Cluny
- Tiene vacíos artísticos
- Es tediosa
- A los niños no les gustó (1 mención)
- Está más enfocada en adultos que niños
- Falta braille para personas con discapacidad y audios.
- Falta informar más de la curaduría, no dan muchos detalles
- Faltan más piezas que fortalezcan la exposición
- Fue muy rápido el recorrido
- Falta Luz
- Mala distribución
- Es frío
- Mucho texto en las fichas – Cansa la lectura de las fichas
- Falta más apoyo de guías

Satisfacción – atributos de la experiencia

Califique su nivel de acuerdo, siendo 5 “Estoy totalmente de acuerdo” y 1 “No estoy de acuerdo” con las siguientes características de la sala



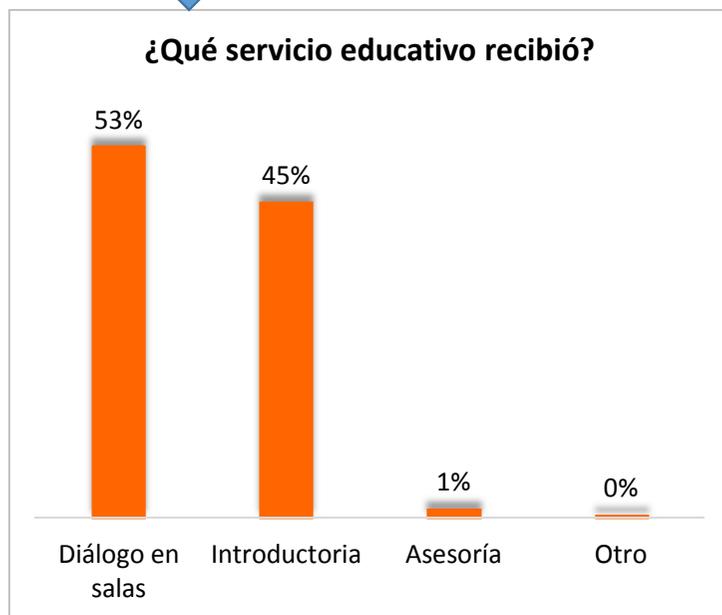
Satisfacción atributos de la experiencia –Servicio Educativo

El 66% de los visitantes recibió algún Servicio educativo.



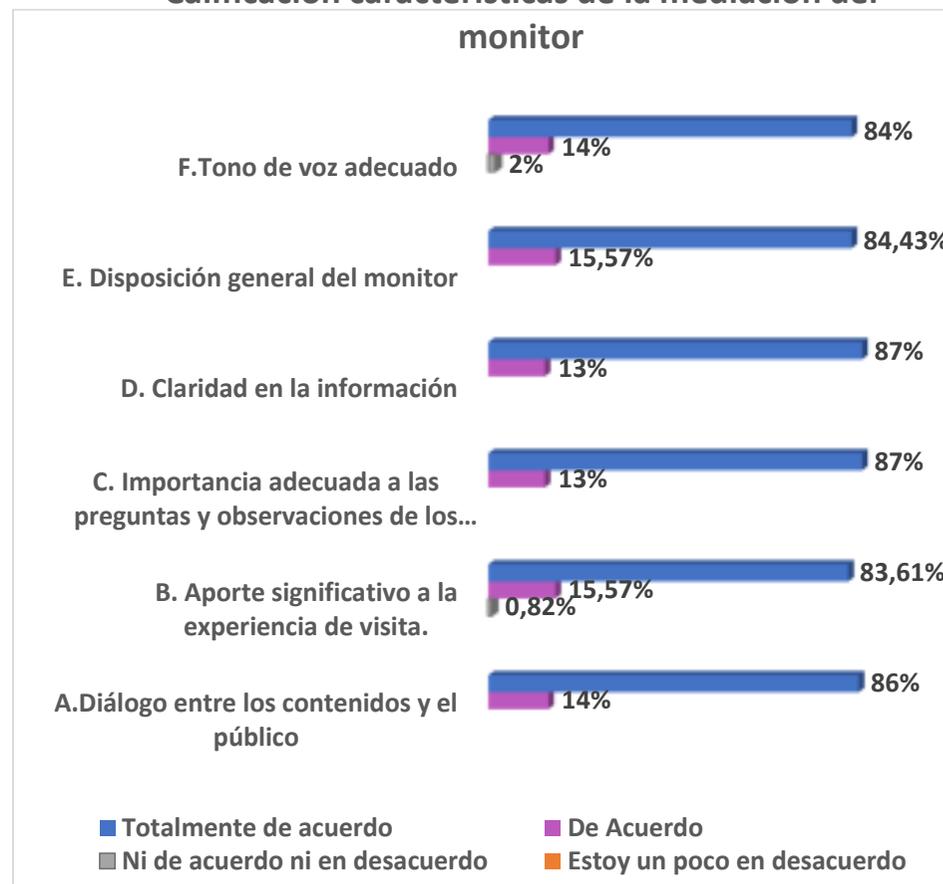
¿Qué servicio educativo recibió?

Base: 226

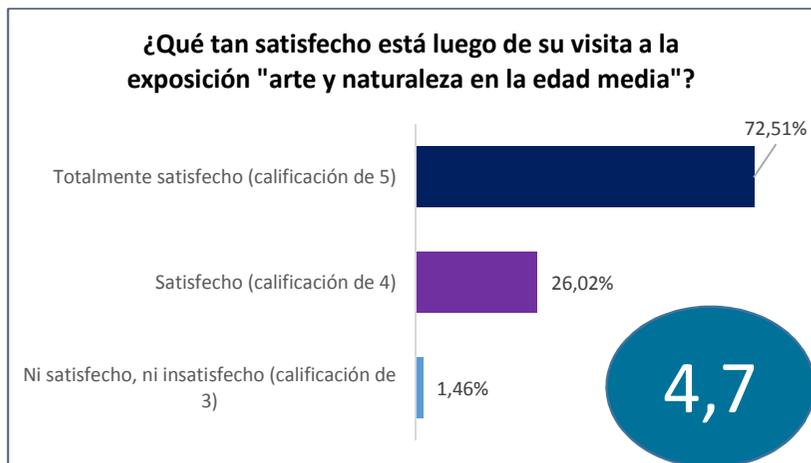


Califique su nivel de acuerdo, siendo 5 "Estoy totalmente de acuerdo" y 1 "No estoy de acuerdo" con las siguientes características de la sala

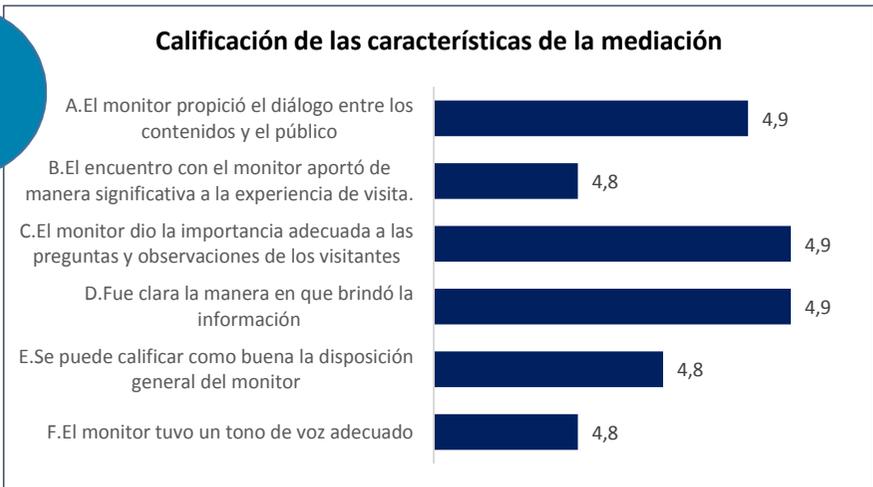
Calificación características de la mediación del monitor



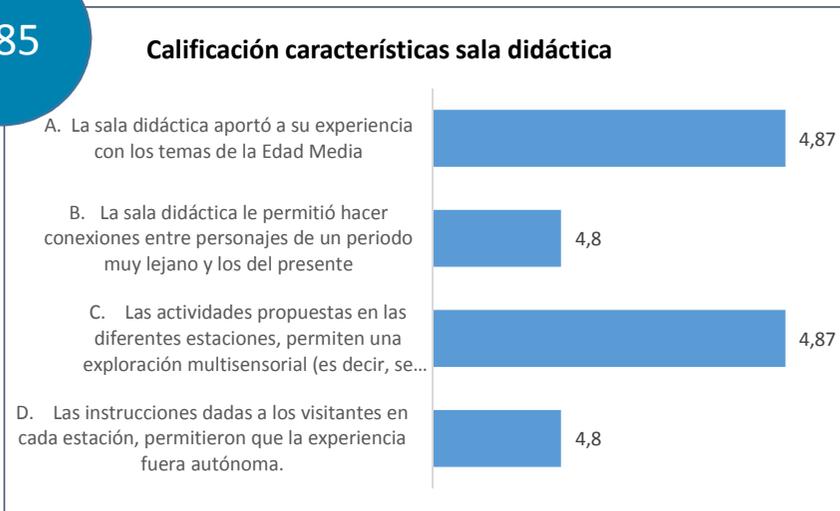
Calificación: Satisfacción General y atributos de la experiencia



4,85



4,85



4,57



Percepción



Objetivo de la experiencia del visitante

El objetivo planteado para la experiencia del visitante de la Exposición, era:

Relacionar la Edad Media europea con un periodo histórico de grandes descubrimientos, de profunda espiritualidad, de estructuras sociales claramente definidas y de refinados procesos artísticos que reflejan un rico vínculo del hombre con la naturaleza, elementos que van más allá de las ideas de atraso, oscuridad, fanatismos y sociedades poco desarrolladas, con las que comúnmente se tiende a identificar esa época. Es Así como se plantearon las siguientes preguntas:

Sobre la Sala “Arte y Naturaleza en la Edad Media” ” ¿Cuál era su idea de este periodo histórico antes de entrar a la exposición?

- **Renacimiento**
- **Guerras, batallas y caballeros**
- **Religión**
- **Reyes**
- **Feudalismo**
- **Caída del imperio Romano**
- **Cantar de Mío Cid.**
- **Carlo Magno**
- **oscurantismo**
- **castigos**
- **Castillos**
- **La inquisición**

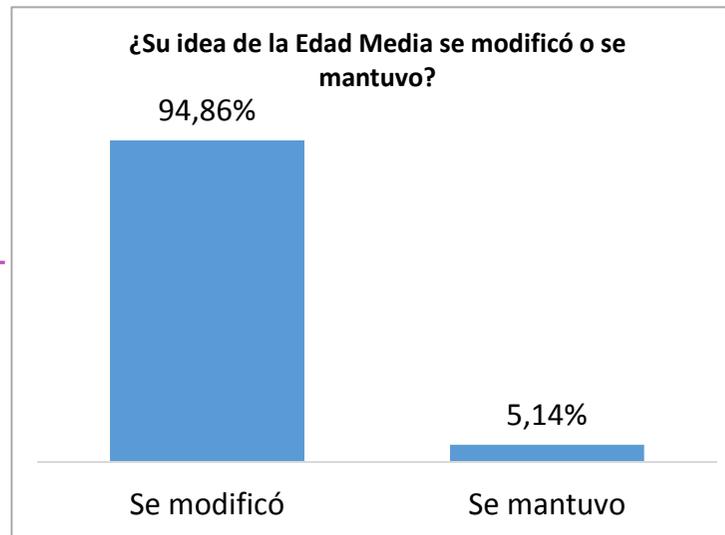
- **Imperios**
- **Pestes**
- **Princesas y magos**
- **Costumbres de la edad media**
- **Cristianismo**
- **Arte como forma de expresión**
- **Iglesias - diseño y construcción**
- **Manuscritos**
- **Esclavos**
- **Matrimonios arreglados**
- **Descubrimiento de américa**
- **Roma**

Objetivo de la experiencia del visitante

Luego de asistir a la exposición...

¿POR QUÉ?
Adquirí conocimiento sobre símbolos, técnicas, significado animal.
Amplíé información.
Aprendí sobre arte.
Aprendí sobre edad media.
Cambié mi percepción frente a la Edad Media.
Conocí sobre el rol de la mujer y la organización social.
Relacioné la experiencia con la vida cotidiana.
Era mas amplio.
Es más complejo.
Es más que una época oscura.
Comprendí la relación animales y arte.
Comprendí la importancia social.
Comprendí la importancia de la naturaleza.
La información es más clara.
Pensaba que era muy religiosa, y no.

Base: 314



¿POR QUÉ?
Tengo la misma idea, pero cambió la experiencia de tener las obras y apreciarlas uno
La iglesia sigue igual .
No se mencionan muchas cosas mas amplias, falta el área científica... la edad media es mucho mas.
Porque es lo que vi en el arte, la religión en todo
Sabía muchos más aspectos formales, iconográfico y formar de las piezas.
Se refleja eso mismo en la exposición, la riqueza vs. la pobreza, dos lados.
Sigo pensando igual, reafirme que esa época era igual a lo que pensaba.
Sólo me llevo de diferente la experiencia en las piezas, pero de resto ya sabía.
Sólo profundice cosas que ya sabía.
Ya lo sabía

Experiencia del visitante: Aportes de la exposición

¿Qué es lo que más recuerda de la exposición?

Las 303 menciones se organizaron en las siguientes categorías:

Categoría	Número de menciones
Los tapices	156
Los vitrales	52
La sala didáctica	40
Los capiteles	34
Libros de horas	13
Misericordias	8

Experiencia del visitante: Aportes de la exposición

¿Qué cosas nuevas se lleva de la exposición?

Las 262 menciones se organizaron en las siguientes categorías:

Categoría	Número de menciones
La Simbología	46
Relación arte y naturaleza	39
Cercanía a piezas tan antiguas – Detalles	30
Tapices	17
Técnicas	19
Todo	25
La experiencia didáctica	15
Fue una época de mucho arte-Belleza del Arte - Importancia del Arte	14
La importancia de la Luz (color, iluminación)	10

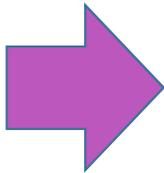
Ejemplos de menciones: ¿QUÉ COSAS NUEVAS SE LLEVA DE LA EXPOSICIÓN DEL CLUNY?

Herramientas
Armaduras
Joyas
Árbol de Jesé
Sala didáctica (Colorear imágenes, letras)
Juegos: vitral, campesino, texturas, tapices, frases, arcos
Obras/cuadros
Fabricación de esmaltes y tapiz
Función de los reyes y nobles en la sala didáctica.
Historia y tecnología
Mapas
Mantel con unicornios azules
Marta
Animales (paloma- perros)
Reliquia de San Francisco de Asís
Tapices
Zorro de misericordia
Vitrales
Capiteles

Experiencia del visitante: ¿Qué no le agradó?

¿ALGO DE SU VISITA NO LE AGRADÓ?

EL 80% de los visitantes manifestaron que todo les agradó. El 20% nombró aquello que no fue de su agrado:



Logística (mucha fila)	5%
Sugerencias temáticas*	3%
Museografía (fichas con mucho texto y muy pequeño el tamaño de la letra)	2%
Museografía (baja iluminación)	3%
Museografía (piezas)	1%
Didáctica (dado pesado, capas dañadas o sucias)	2%
Falta información en otros idiomas	1%
Mediación (Necesidad de más explicación)	2%
Accesibilidad	1%

*"Faltan más piezas de la EM en la exposición", "No me gusta el arte religioso"

Contenido



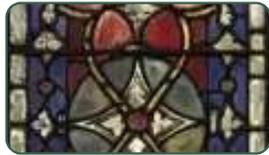
Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Conclusiones

Perfil sociodemográfico

Los resultados comparativos de las variables sociodemográficas, permiten concluir que la exposición de *Cluny* fue visitada por jóvenes estudiantes de pregrado y personas adultas, profesionales y con posgrado. Puede ser que su carácter internacional y su título asociado a una temática concreta generaron una invitación concreta a estos públicos.

Frecuencia de visita

Comparando en varias exposiciones temporales la motivación para venir al Museo, vemos que la exposición temporal como mayor motivante para ir al Museo ha sido Omar Rayo (50%) seguida por *Cluny* (44%).

Con relación a frecuencia de visita y motivación, a continuación algunos resultados y reflexiones.

El 52% ya habían venido al Museo y en su mayoría vinieron por la exposición de *Cluny*; este porcentaje disminuye a medida que es más lejana su última visita al Museo (quienes vinieron hace 1 año o menos en un 64% lo hicieron por *Cluny*, en un 54% los que vinieron hace menos de 3 años y en un 31% los que vinieron hace más de 3 años o más); al contrario de esto, las tareas académicas aumentan como motivación para aquellos que no han venido hace 3 años o más (21% y 23% respectivamente).

Quienes vienen por primera vez al Museo (33%) vinieron interesados más por conocer/aprender que por la exposición temporal (45% vs. 17%).

Las tareas académicas son un “gancho” para que las personas vengan por primera vez al museo (13% de visitantes manifestaron venir por este motivo), esto supone que las universidades y colegios son un medio de comunicación interesante para dar a conocer las exposiciones temporales. Las tareas académicas son un factor importante para retomar públicos que no vienen hace 3 años o más de tres años. Es un reto para el Museo buscar estrategias que permitan que la experiencia que tienen en la visita vaya más allá de recolectar respuestas académicas.

Conclusiones

Satisfacción

La exposición de *Cluny* generó un nivel de satisfacción alto, cuando más del 95% de los asistentes se consideraron satisfechos o muy satisfechos con la exposición; resaltan aspectos por mejorar relacionados con museografía y ambiente, para hacer su experiencia completamente satisfactoria.

A lo anterior se suma la buena calificación recibida por el monitor de servicios educativos, con un promedio por encima de 4,5 y todos los atributos calificados de manera positiva por más del 90% de los visitantes que contaron con sus servicios.

Finalmente, la sala didáctica fue calificada muy positivamente una vez el 99% de la población que participó en este espacio se mostró satisfecha con esta experiencia.

Percepción

El cumplimiento del objetivo está asociado con la percepción de cambio en el imaginario que los visitantes tenían antes de entrar a la exposición. El 91,81% de los visitantes manifestó que su idea de la Edad Media se modificó y nombraron algunos aspectos como la gran cantidad de técnicas (antes pensaban que no estaban tan desarrolladas) y la importancia del color frente a la idea más monocromática de ese periodo.

La mención explícita a la relación “arte y naturaleza” como lo nuevo, unido a temas como la simbología, permiten concluir que el público percibió la idea de la organización curatorial, los ejes y la importancia que se quería dar a aspectos como lo simbólico.

Conclusiones

Sugerencias y aportes

Dentro de las sugerencias y aportes, hay muchas felicitaciones por el esfuerzo al haber traído la Exposición de *Cluny* y por acercar este tipo de objetos a la ciudadanía colombiana. Piden que se realicen más exposiciones internacionales y que se expongan temas de arte contemporáneo colombiano con nuevas voces.

Dan bastantes sugerencias e ideas referidas a más herramientas educomunicativas que permitan aprovechar de manera autónoma la visita: mapas con recorridos propuestos, aplicaciones para celulares con plano guías, información complementaria, lugares informativos a lo largo del recorrido, etc. La información en inglés es frecuente.

Si bien no piden más “guías” para el recorrido, si proponen que realicen más introductorias y no solo en la exposición temporal sino en cada piso del Museo.

Aunque el canal de difusión es el referido (voz a voz), sugieren más publicidad y divulgación.