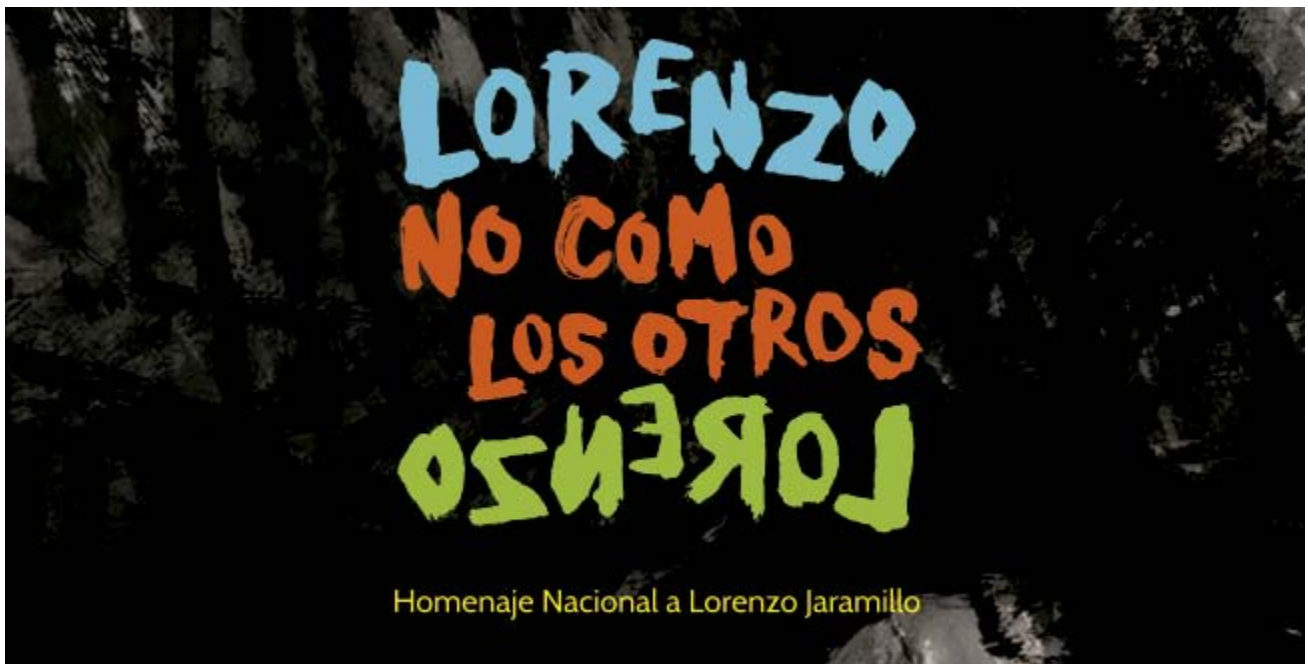


Estudio de públicos



*Lorenzo, no como los otros*

Diana Riveros Palacios

Bogotá, diciembre de 2016

## Contenido

<b>FICHA TÉCNICA</b> .....	<b>3</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>4</b>
Antecedentes .....	4
La exhibición.....	5
Sistematización.....	9
Análisis de los resultados .....	10
<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS VISITANTES</b> .....	<b>12</b>
Edad .....	12
Género.....	14
Género y edad.....	16
Estado civil .....	17
Lugar de nacimiento .....	18
Visitantes hispanoparlantes .....	22
Lugar de Residencia .....	23
Lugar de Residencia Local .....	24
Lugar de Residencia Nacional .....	28
Lugar de Residencia Exterior .....	30
Escolaridad.....	30
Ocupación .....	33
<b>DIVULGACIÓN Y VISITA</b> .....	<b>36</b>
Frecuencia de la visita.....	36
Divulgación .....	40
Divulgación en los medios de comunicación .....	43
Medio de transporte .....	44
Compañía .....	45
Motivo de visita al Museo.....	47
<b>SERVICIOS DEL MUSEO</b> .....	<b>50</b>
Servicios educativos.....	50
Importancia de ofrecer servicios interactivos.....	54
Interacción entre el público y la exposición .....	55
<b>PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN</b> .....	<b>57</b>
Nuevo Conocimiento.....	57
Elementos que mayor curiosidad generaron .....	59
Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición .....	60
Mensaje de la exhibición .....	61
Sugerencias hechas por el público de la exhibición .....	63
<b>ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL</b> .....	<b>64</b>
Comentarios en el libro de visitas.....	64
Informes de los monitores de la exposición. ....	65
<b>RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES</b> .....	<b>67</b>
Recomendaciones para los próximos estudios.....	68
Conclusiones .....	69
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>70</b>

## FICHA TÉCNICA

<b>Observatorio de Públicos Museo Nacional de Colombia.</b>	
<b>Ficha técnica estudio de público exposición temporal <i>Lorenzo, no como los otros</i></b>	
<b>Investigadora:</b> Diana Paola Riveros Palacios.	
<b>Lugar de ejecución del estudio:</b> Museo Nacional de Colombia, Sala de Exposiciones Temporales Gas Natural Fenosa. Primer piso.	
<b>Fecha de la exposición:</b> Del 29 de junio al 25 de septiembre de 2016	<b>Fecha de recolección de los datos:</b> del 1 de julio al 25 de septiembre de 2016. Entre semana y fines de semana en horarios de mañana y tarde.
<b>Total de visitantes</b> 47.945 <sup>1</sup> . <b>Meta (Visitantes esperados):</b> xxxxx	<b>Tamaño de la muestra:</b> 400.
<b>Diseño muestral:</b> Muestreo simple no probabilístico accidental <sup>2</sup> .	
<b>Población Objetivo:</b> Población civil de todas las edades que asistió al Museo Nacional y completó el recorrido en la sala de la exposición temporal <i>Lorenzo, no como los otros</i> .	
<b>Objetivo General:</b> Conocer las percepciones de los visitantes respecto a la exposición, partiendo de su experiencia dentro de la sala de exhibición de la muestra. <b>Objetivos Específicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar el perfil del público que acudió a la exposición y conocer sus preferencias en el ámbito cultural.</li><li>• Identificar la percepción global del público frente a la exposición: Qué les gustó, qué no les gustó, posibles sugerencias y aprendizajes y reflexiones después de visitar la exposición. Todo esto a partir de la propia experiencia dentro de la sala de exhibición.</li><li>• Identificar qué servicios ofrecidos por el Museo Nacional de Colombia han tenido un mayor impacto en el público.</li><li>• Producir información que permita a las directivas del Museo tomar decisiones pertinentes, que permitan mejorar los servicios que brinda y ofrecer actividades y demás, acorde a las preferencias del público y sus necesidades.</li></ul>	
<b>Tipo de muestreo:</b> Modalidad Mixta cualitativa-cuantitativa de tipo descriptivo analítico.	
<b>Instrumentos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Encuesta por medio de cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.</li><li>• Observación directa del investigador en la sala de exhibición.</li><li>• Análisis de los informes entregados por los monitores de la exposición.</li></ul>	

<sup>1</sup> Así culminó la exposición temporal *Lorenzo, no como los otros*. Museo Nacional de Colombia: Comunicado oficina de Comunicaciones. Bogotá, noviembre de 2016.

<sup>2</sup> Briones, Guillermo (2003). "Distribución de muestreo", "Diseños muestrales" y técnicas de investigación para las ciencias sociales. México – Buenos Aires: Editorial Trillas. Pp. 127 – 136, 137 - 152

# PRESENTACIÓN

## Antecedentes

En los últimos 25 años, los estudios de público en los museos alrededor del mundo se han convertido en una herramienta fundamental en la gestión de políticas culturales, ya que permiten conocer y fomentar las visitas en los diferentes museos<sup>3</sup>. Estos estudios, generalmente, indagan temas como los antecedentes de visita, las motivaciones de la misma, el nivel de satisfacción, expectativas, características sociodemográficas del público, etc., reflejando los cambios y evoluciones que tienen efecto en el museo como en sus visitantes.

Esta información también permite a los museos planificar mejor las actividades que ofrece al público, teniendo en cuentas sus características y necesidades: los estudios de públicos pretenden ocuparse de toda la gama de comportamientos y actitudes, hábitos culturales y construcciones imaginarias ligados al modo en que la gente utiliza su tiempo libre en los espacios concebidos para la recreación y la información<sup>4</sup>.

Desde el año 2001, el Museo Nacional de Colombia ha prestado gran interés en conocer la percepción del público frente a los diferentes servicios, actividades y exposiciones que ofrece. A través de los diferentes estudios de público llevados a cabo en el Museo ha sido posible proyectar servicios y actividades, conocer quiénes son los visitantes reales y potenciales que se interesan o utilizan los servicios del Museo Nacional, cómo conciben su experiencia en las exposiciones y cuál es su opinión sobre las mismas, así como su opinión acerca de los eventos y actividades que se llevan a cabo en el Museo.

Igualmente, en los últimos años, los diferentes estudios han permitido ofrecer servicios acordes a las sugerencias del público, como lo han sido guías interactivas, herramientas para el público extranjero, museografías con espacios para descansar durante el recorrido en la sala, mayor divulgación de los servicios educativos, e incluso, se han tomado decisiones durante el desarrollo de las exposiciones, ya que los estudios permiten conocer de primera mano la experiencia del público y tomar decisiones inmediatas para mejorar la experiencia del público en las exposiciones.

En lo que se refiere al estudio de públicos de la exposición temporal *Omar Rayo: geometría vibrante*, éste se enmarca dentro de la política del Museo que busca conocer la experiencia del público en las exhibiciones temporales. Siguiendo la motivación de los estudios de públicos realizados anteriormente, este estudio permite al Museo mantenerse en contacto con las

---

<sup>3</sup> *Los visitantes de museos*. Un estudio de público en cuatro museos. Ministerio de Educación y Cultura, Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales. España, 1999.

<sup>4</sup> Venturas y desventuras de los estudios de público. Schmilchuki, Graciela. En Cuicuilco, México, nueva época, v. 3, núm. 7, mayo-agosto, p. 31- 57.

necesidades del público y la experiencia personal de los visitantes; convirtiéndose en una herramienta esencial para responder a estas preguntas, de manera que el Museo pueda orientar sus acciones a la satisfacción del público, a la vez que le permita atraer un público potencial con las políticas de comunicación acertadas.

Este estudio de público ha permitido conocer el perfil de los visitantes que acudieron a la exhibición *Lorenzo, no como los otros*, la motivación de su visita, los elementos que les gustaron, al igual que aquellos que fueron de su menor agrado, las sugerencias o modificaciones que los visitantes propusieron y su aprendizaje y reflexión acerca del artista colombiano Lorenzo Jaramillo. El estudio también permitió conocer la percepción de los visitantes frente a los servicios, actividades y exposiciones que presta y ha prestado el Museo anteriormente; todos estos datos son una fuente de información para mejorar y brindar un servicio de excelente calidad al público acorde a su experiencia, expectativas y necesidades.

El estudio utilizó como herramienta de recolección de los datos una encuesta con preguntas abiertas y cerradas. En total se encuestaron 400 personas, teniendo en cuenta los estudios realizados anteriormente y la sugerencia de estadísticos, los cuales señalan que, para el manejo de universos finitos y la disminución del margen de error, la muestra representativa debe ser de mínimo 400 visitantes, con lo cual se obtiene un margen de error del 5%.

Por último, se utilizaron como fuente de información los informes entregados por los monitores y las Memorias de Prensa; todos estos elementos permitieron profundizar en el análisis de los resultados y rescatar información relevante que no se evidenció en las encuestas (esta modalidad mixta de investigación facilitó la triangulación de los datos y garantizó la validez y fiabilidad de los resultados).

## **La exhibición**

Un total de 47.945 visitantes asistieron a la exposición *Lorenzo, no como los otros*, en el Museo Nacional de Colombia.

La muestra, resultado de la alianza entre la Universidad Jorge Tadeo Lozano y el Museo Nacional de Colombia, del Ministerio de Cultura; estuvo a disposición de los públicos a partir de 29 de junio en dos espacios culturales vecinos del centro de Bogotá. El objetivo de la muestra fue que los ciudadanos entraran en contacto con la obra del artista Lorenzo Jaramillo, olvidado temporalmente de la escena local después de su muerte, en 1992.

Los visitantes de esta muestra pudieron acercarse a distintas facetas de la obra de Lorenzo, e identificar aspectos que hicieron su vida y su obra tan singulares: no como las otras.

En las dos salas de exposición se presentaron más de doscientas piezas, entre grabados, pinturas, dibujos y objetos personales del artista, organizadas en cinco secciones: “Cuerpo femenino”, “Ciclo vida-muerte”, “Celebración de la tragedia”, “Los pájaros del alma” y “Contemplación”. Los cuatro primeros grupos se exhibieron en el Museo Nacional y el quinto, en el Museo de Artes Visuales (MAV).

Con la propuesta museográfica que se hizo en el Museo Nacional se buscó internar al espectador en el mundo intrincado –algunas veces oscuro, y otras veces luminoso y colorido– de las décadas de los setenta y ochenta, para lanzarlo tras las bambalinas de un escenario o encerrarlo entre andamios y rejas, en un recorrido laberíntico y no lineal.

En el Museo de Artes Visuales el espectador estuvo en un ambiente de silencio, con el que se buscaba invitar a observar meditativamente la serie de los yacentes.

Durante la exposición se ofrecieron un total de 3.662 servicios educativos y culturales, los cuales beneficiaron a 21.710 visitantes. Entre las actividades, se realizaron talleres para familias, personas en situación de discapacidad y adultos mayores; visitas especializadas, conciertos y presentaciones de artes escénicas. Además, Rosario Jaramillo, hermana de Lorenzo, presentó dos performances en homenaje a su hermano.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de conocer las características del público que visitó la exposición *Lorenzo, no como los otros*, al igual que su opinión acerca de la muestra, se llevó a cabo una encuesta entre el 1 de julio y el 25 de septiembre de 2016, en el horario de la mañana, mediodía y tarde.

La selección de los elementos de la muestra se realizó de forma aleatoria a la salida de la exhibición: el cuestionario fue suministrado por el investigador de manera directa y, en algunos casos el cuestionario fue auto-diligenciado, es decir, se le entregó a los encuestados para que ellos mismos lo completaran.

Para el estudio de públicos se utilizó el formato de encuesta diseñado a partir de la exposición Pura Fibra<sup>5</sup>, el cual pretende responder a las necesidades específicas de la exposición, es decir, a los objetivos planteados desde la curaduría de la misma<sup>6</sup>. Las variables que componían el cuestionario eran sociodemográficas, de visita, percepción de la exposición y servicios del Museo: la variable sociodemográfica indaga acerca del sexo, edad, lugar de nacimiento, lugar de residencia, nivel de escolaridad y ocupación de los visitantes; la variable de visita al Museo estaba relacionada con la regularidad de visitas al Museo, el medio a través del cual se enteraron de la exhibición, el medio de transporte, la compañía y la motivación de la visita al Museo. Por otra parte, se incluyeron las variables de percepción de la exposición y servicios del Museo: la variable de percepción indagó acerca de los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición; respecto a la variable relacionada con los servicios del Museo, se incluyeron tres preguntas para conocer el grado de participación que los servicios propiciaron y la interacción que se generó entre el público y la exposición en su conjunto (obras, personal de apoyo, espacio, información ofrecida, servicios especializados).

La recolección de los datos, como se mencionó anteriormente, se realizó entre el 1 de julio y el 25 de septiembre de 2016. Las encuestas se realizaron de martes a domingo, en diferentes horarios, según la disponibilidad de tiempo del investigador.

La distribución de la realización de las encuestas, según el día de la semana, se puede evidenciar en la Tabla 1.1, en donde el 3,3% de las encuestas se realizó el martes, el 15,3% el miércoles, el 22,3% el jueves, el 20,5% el viernes, el 21% el sábado y el 17,8% el domingo.

---

<sup>5</sup> Anexo 1. Cuestionario.

<sup>6</sup> El contenido de estos cuestionarios fue consensuado entre la Directiva, la división de Comunicaciones, la división Educativa y Cultural del Museo y el investigador encargado del estudio de público.

**Tabla 1.1. Distribución recolección de ratos según el día.**

<b>Día</b>	<b>Total encuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Martes	13	3,3%
Miércoles	61	15,3%
Jueves	89	22,3%
Viernes	82	20,5%
Sábado	84	21,0%
Domingo	71	17,8%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

En lo que se refiere a los horarios entre los cuales se realizaron las encuestas, estos dependieron de la disponibilidad de tiempo del investigador y en gran medida en la concurrencia de público; el día martes debido a la baja presencia de público y disponibilidad de los encuestadores, se evidencia un bajo porcentaje de encuestas, sin embargo los días restantes de la semana tienen una representación por encima del 15% del total de encuestados.

Se pueden identificar cuatro horarios de visita y realización de encuestas: mañana de 10:00h a 12:00h, mediodía de 12:00h a 14:00h, media tarde de 14:00h a 16:00h y tarde de 16:00h a 18:00h. En el horario de la mañana se realizaron 99 encuestas, es decir, se recolectó el 24,8% de la información, siendo el viernes el día en que más encuestas se realizaron (9,5%). En el horario del mediodía se realizaron 156 encuestas correspondientes al 39%, siendo el sábado el día en que más encuestas se realizaron durante este horario (11,8%). En el horario de la media tarde se realizaron un total de 76 encuestas, correspondientes al 19% de los datos, siendo el miércoles el día en que se realizaron el mayor número de encuestas (6%). Finalmente, en el horario de la tarde se realizaron un total de 69 encuestas correspondientes al 17,3% de los datos, siendo los días miércoles y jueves en los que mayor información se obtuvo en este horario (4,8% cada día de la semana).

**Tabla 1.2. Distribución Recolección de datos según la hora y día.**

<b>Hora</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Día</b>	<b>Total día</b>	<b>Porcentaje</b>
Mañana	99	24,8%	MARTES	6	1,5%
			MIÉRCOLES	6	1,5%
			JUEVES	35	8,8%
			VIERNES	38	9,5%
			SÁBADO	7	1,8%
			DOMINGO	7	1,8%
Mediodía	156	39%	MARTES	4	1,0%
			MIÉRCOLES	12	3,0%
			JUEVES	34	8,5%
			VIERNES	14	3,5%



			SÁBADO	47	11,8%
			DOMINGO	45	11,3%
Media tarde	76	19%	MARTES	3	0,8%
			MIÉRCOLES	24	6,0%
			JUEVES	1	0,3%
			VIERNES	13	3,3%
			SÁBADO	23	5,8%
			DOMINGO	12	3,0%
Tarde	69	17,3%	MIÉRCOLES	19	4,8%
			JUEVES	19	4,8%
			VIERNES	17	4,3%
			SÁBADO	7	1,8%
			DOMINGO	7	1,8%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

### Sistematización

Para el análisis de la información suministrada por los visitantes en los apartados de preguntas abiertas, se clasificaron las respuestas del tercer capítulo *Percepción de la exposición*, según la información suministrada: En el apartado de *Nuevos Conocimientos*, se clasificaron las respuestas en 4 categorías: *Vida y Obra Artista, Arte, Reflexión y Otro*.

En lo que se refiere a la pregunta acerca del elemento de la exposición que mayor curiosidad les generó, después de visitar la exposición, las respuestas se clasificaron en cinco categorías: *Pieza de la exposición, Vida y Obra Artista, Estilo, Elementos Museográficos y Otro*.

En el apartado que se refiere a los elementos que menos gustaron al público, las respuestas se clasificaron en siete categorías: *Pieza de la exposición, Museografía, Curaduría, Vida y Obra Artista, Experiencia en la sala, Monitores y Otro*.

En el apartado Mensaje de la Exposición, se clasificaron las respuestas en 6 categorías: *Conciencia sobre el yo, Conocer a Lorenzo, Patrimonio Artístico, Corporeidad, Representación Femenina y Otro*.

En el apartado en el que se le pedía a los encuestados sus Sugerencias para mejorar la labor del Museo, las respuestas se clasificaron en cinco categorías: *Curaduría, Monitores, Museografía, Divulgación y Otro*.

Para finalizar, se pidió a los encuestados calificar su nivel de satisfacción respecto a la experiencia en la exposición, de acuerdo a las siguientes categorías: Muy satisfecho, Satisfecho, Poco satisfecho e Insatisfecho.

## **Análisis de los resultados**

La descripción y el análisis de los resultados de la encuesta se hicieron siguiendo la línea temática de la encuesta. En esa medida, se agruparon los tipos de variable en los diferentes capítulos en los que se dividió el documento. En el primer capítulo, *Características generales de los visitantes*, se describen las características sociodemográficas de los visitantes del Museo.

En el capítulo dos, *Divulgación y visita*, se observan las características de la visita al Museo: Frecuencia de visita, medio de divulgación, medio de transporte, compañía y motivación de la visita. Así mismo, se le pidió a las personas que ya habían visitado con anterioridad el Museo describir cómo había sido la experiencia previa.

En estos dos capítulos se hizo una comparación con los últimos cuatro estudios de públicos llevados a cabo el Museo Nacional (Pura Fibra -estudio más reciente-, *Omar Rayo* y *Antes de que las cosas desaparezcan*); lo anterior, con el fin de analizar cómo ha cambiado el perfil del público que visita el Museo Nacional en las últimas exposiciones temporales.

En el tercer capítulo, *Servicios del Museo*, se preguntó a los visitantes que servicio educativo recibieron y en caso de haber recibido un servicio, se les pidió clasificarlo según el nivel de participación que propicio y la importancia de generar esta interacción.

El cuarto capítulo, *Percepción de la exposición*, se analizan los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición. Así mismo, se incluyeron las Sugerencias que surgieron después de visitar la sala de exposiciones temporales y el nivel de satisfacción de los encuestados respecto a la muestra.

En el quinto capítulo, *Análisis de las fuentes de información adicional*, se revisan los informes de los guías de la exhibición y los comentarios en el *Libro de visitas* del Museo.

Finalmente, el estudio presenta una serie de recomendaciones para las próximas exposiciones, así como para la realización de los estudios de públicos y las conclusiones de la información recolectada y analizada.

---

**Universo de la investigación:** Población de todas las edades, visitantes individuales o grupales (nacionales o extranjeros) que visitaron la exposición temporal *Loreno, no como los otros*.

---

**Marco del diseño muestral:** personas que visitaron la exposición durante las diez semanas en las que se exhibió la muestra, es decir, del 1 de julio al 25 de septiembre de 2016.

---

**Tipo de Muestreo:** Muestreo simple no probabilístico accidental. El investigador seleccionó intencionalmente los individuos que participaron en el estudio, de acuerdo a las posibilidades de acceso a los mismos.

---

**Tamaño de la muestra:** 400 encuestas individuales.

---

**Selección de la muestra:** Aleatoria a la salida de la sala de la exhibición, mediante el muestreo simple no probabilístico accidental.

---

**Método de entrevista:** Entrevista personal: el entrevistador se encargó de preguntar al visitante y complementar el formulario con las respuestas que este dio.

---

## CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS VISITANTES



En este capítulo se hace una descripción detallada de las características socio-demográficas de los visitantes a la exhibición. De acuerdo a los datos obtenidos durante el estudio, se puede concluir que la muestra está compuesta por un grupo heterogéneo de visitantes, vinculando en un mismo espacio personas de todas las edades y sexo, al igual que personas procedentes de diferentes regiones del país e incluso visitantes extranjeros, siendo Bogotá la ciudad con mayor número de visitantes (64,75%), todos estos de diferentes niveles educativos, ocupaciones e intereses culturales.

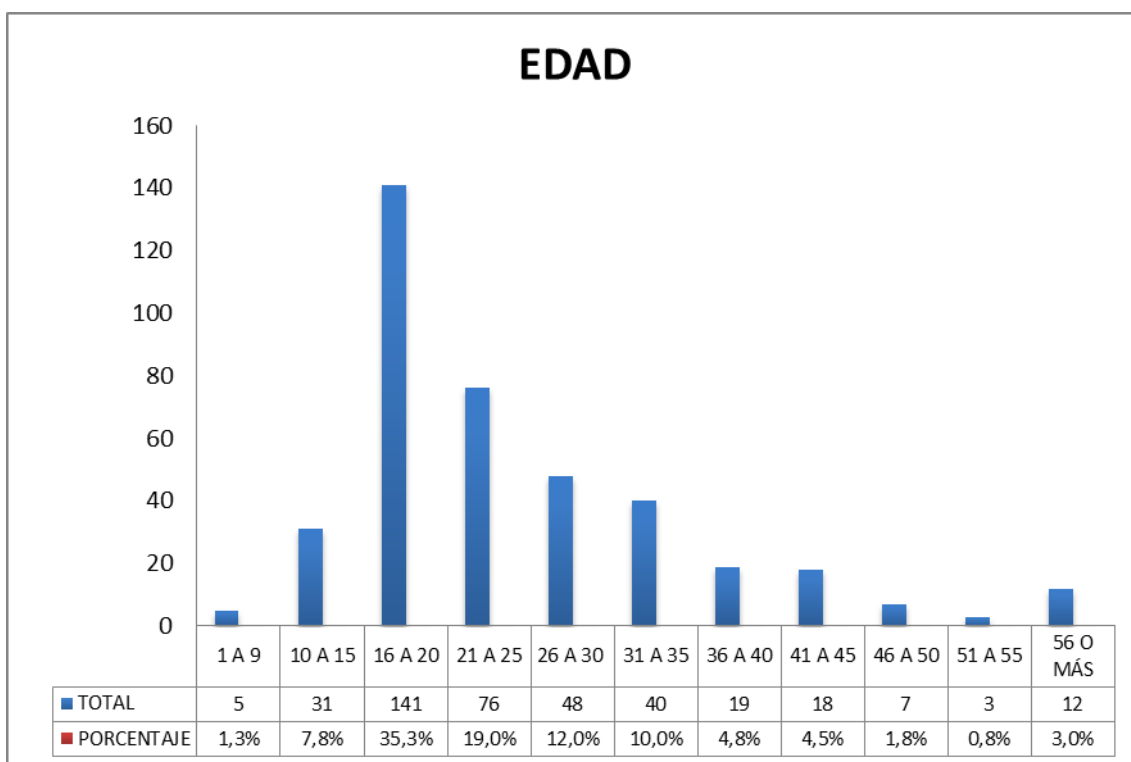
### **Edad**

La distribución de los visitantes de la exhibición *Lorenzo, no como los otros*, por tramos de edad se puede observar en la Gráfica 1; la gráfica muestra que el grupo más grande de visitantes está entre los 16-20 años (141 individuos correspondientes al 35,3%), a este rango de edad le sigue el de 21-25 años (76 individuos correspondientes al 19%), las personas entre los 26-30 años (48 individuos

correspondientes al 12%), 31-35 años (40 individuos correspondientes al 10%) y el rango entre 10-15 años (31 individuos correspondiente al 7,8%).

La Gráfica 1 refleja que la población que más visitó la exhibición fueron los jóvenes entre los 16 y los 25 años de edad, quienes conforman el 54,3% del total de la muestra, es decir más de la mitad de la población encuestada. Al comprar este resultado con los obtenidos en el estudio de la exposición *Pura Fibra*, observamos que el porcentaje aumentó el 12,5%, ya que en esta exposición las personas entre los 16 y 25 años representaron el 41,8% del total de la muestra; en la exposición *Omar Rayo* este rango representó el 46% de la población encuestada y en *Antes de que las cosas desaparezcan* el 43% de los visitantes encuestados; en conclusión, en la exposición de Lorenzo se obtuvo el porcentaje más alto de los visitantes en el rango de edad entre los 16 y los 25 años, este resultado puede deberse a varios factores: trabajos académicos relacionados con la exposición, artista que debido a la naturaleza de su obra despierta interés entre los jóvenes.

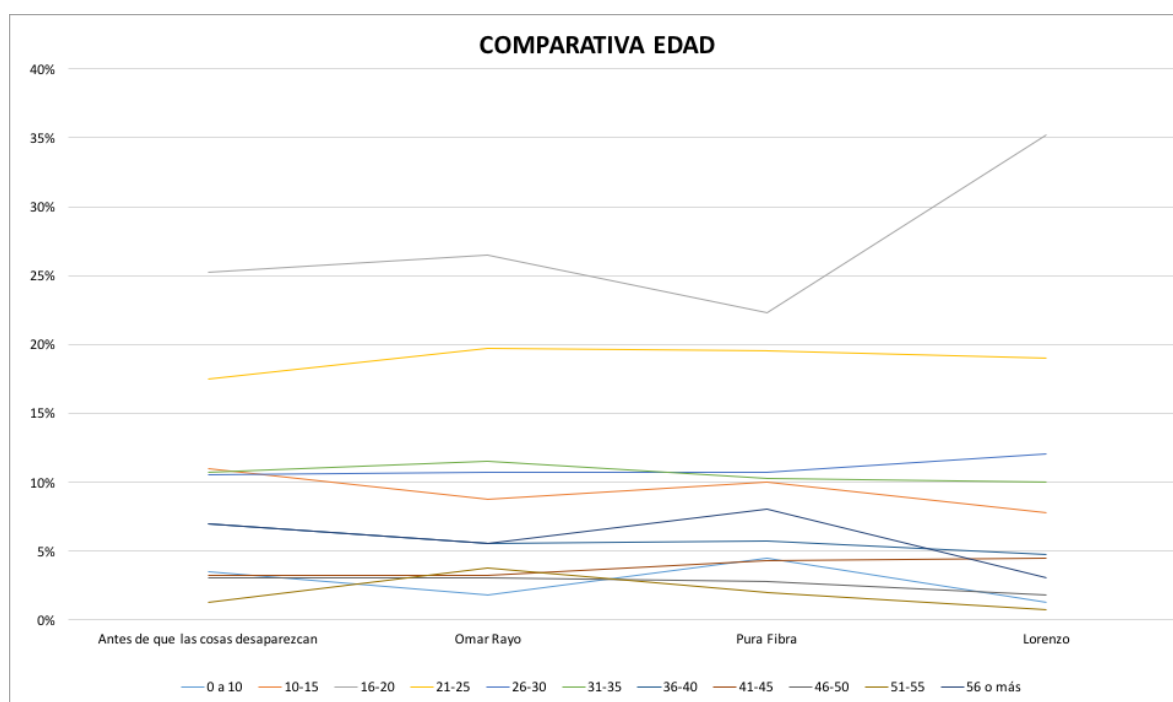
**Gráfica 1. Edad**



Al comprar los resultados con los últimos tres estudios realizados (*Antes de que las cosas desaparezcan*, *Omar Rayo*, *Pura Fibra*), observamos en la Gráfica 1.2, que en la mayoría de los rangos de edad la participación en la muestra se mantiene, sin embargo, se observan los siguientes cambios:

- Los niños entre los 10-15 años disminuyeron su participación en la exposición Lorenzo, no como los otros (7,8%) en comparación con las exposiciones Pura fibra (10%) y Antes de que las cosas desaparezcán (11%).
- Las personas entre los 16-20 años aumentaron su participación en un 10% en comparación con la exposición Antes de que las cosas desaparezcán, representando el grupo de edad con mayor participación (35,3%)
- Los jóvenes entre los 21 y 25 años también tienen una representación importante con un 19%, el cual se mantiene relativamente estable con respecto a las últimas 3 exposiciones, oscilando entre 18% y 20%.
- Los intervalos de edad a partir de los 36 años, mantuvieron una representación en la exposición de Lorenzo por debajo del 5%.
- Los adultos mayores de 56 años tuvieron la participación más baja en las últimas exposiciones, pasando del 8% en *Pura Fibra*, al 7% en *Antes de que las cosas desaparezcán* y el 6% en *Omar Rayo*, es decir, 4 puntos porcentuales por debajo del promedio en estas tres exposiciones (7% promedio)

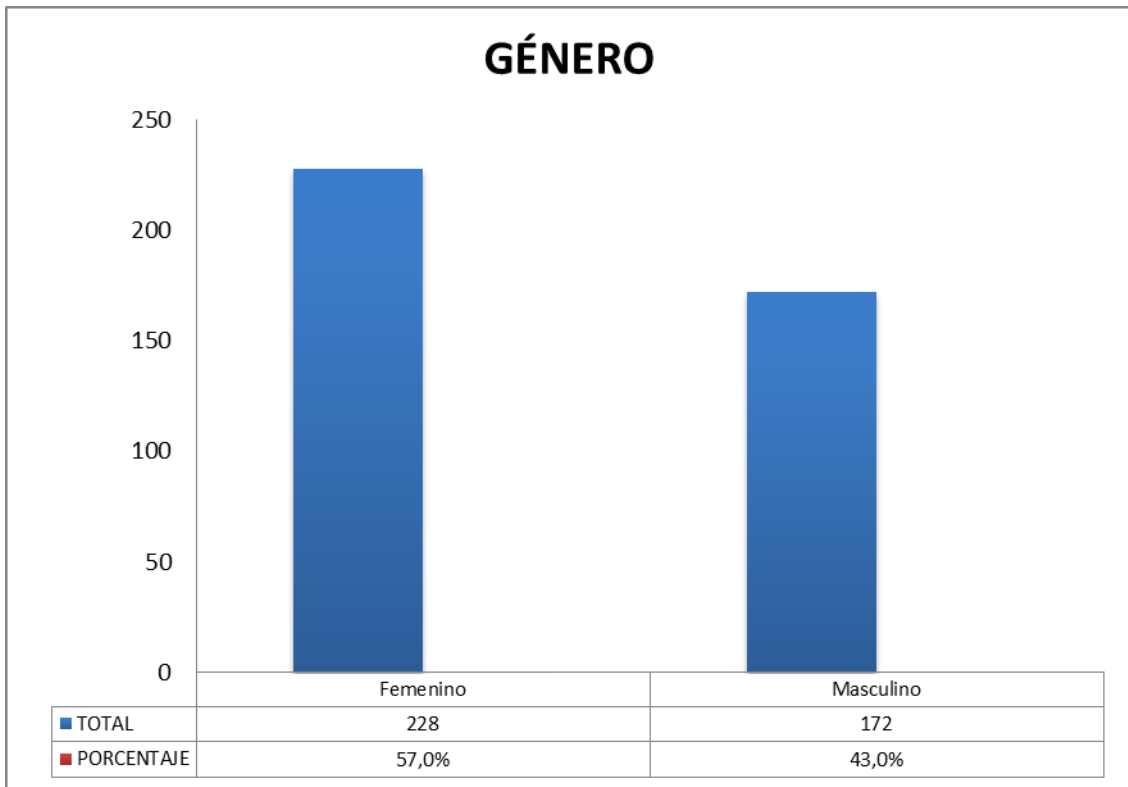
**Gráfica 1.2 Comparativa edad**



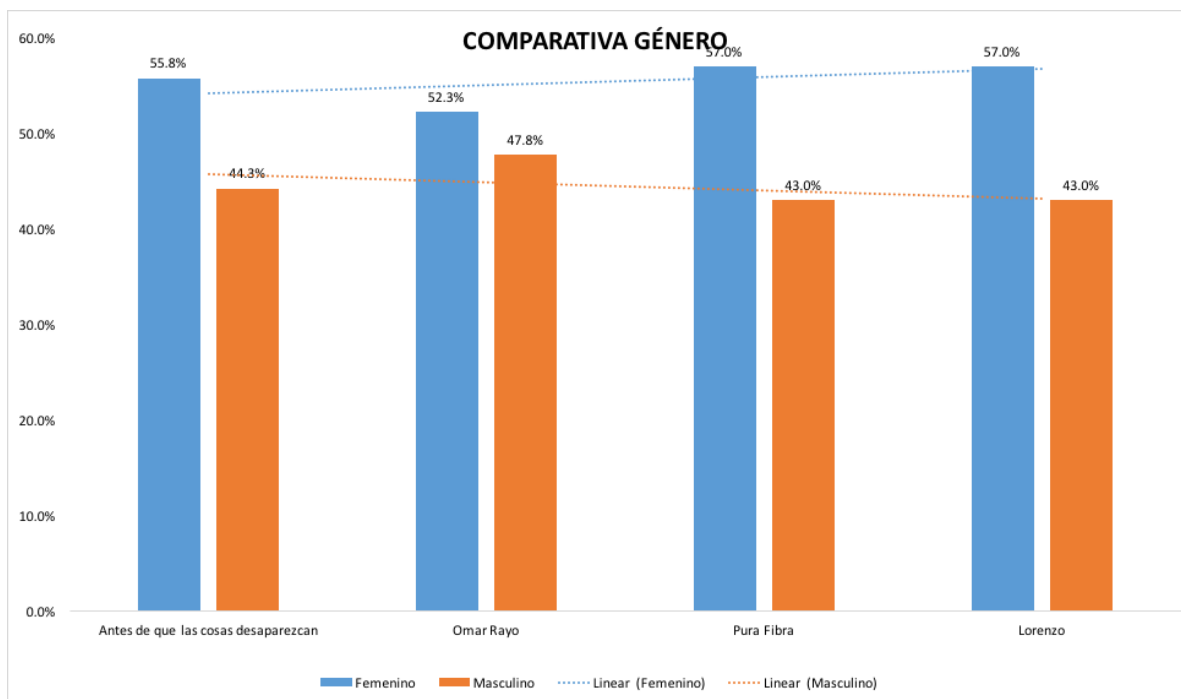
## Género

Respecto al género, podemos observar en la Gráfica 2, que la distribución de los visitantes de la muestra según el sexo es mayoritaria para las mujeres, quienes representan el 57% de la población encuestada y los hombres representan el 43%.

**Gráfica 2. Género**



**Gráfica 2.2 Comparativa género**



En comparación con las últimas exposiciones, podemos observar en la Gráfica 2.2, la comparativa entre las últimas cuatro exposiciones temporales realizadas en el Museo. A partir de la gráfica podemos concluir lo siguiente:

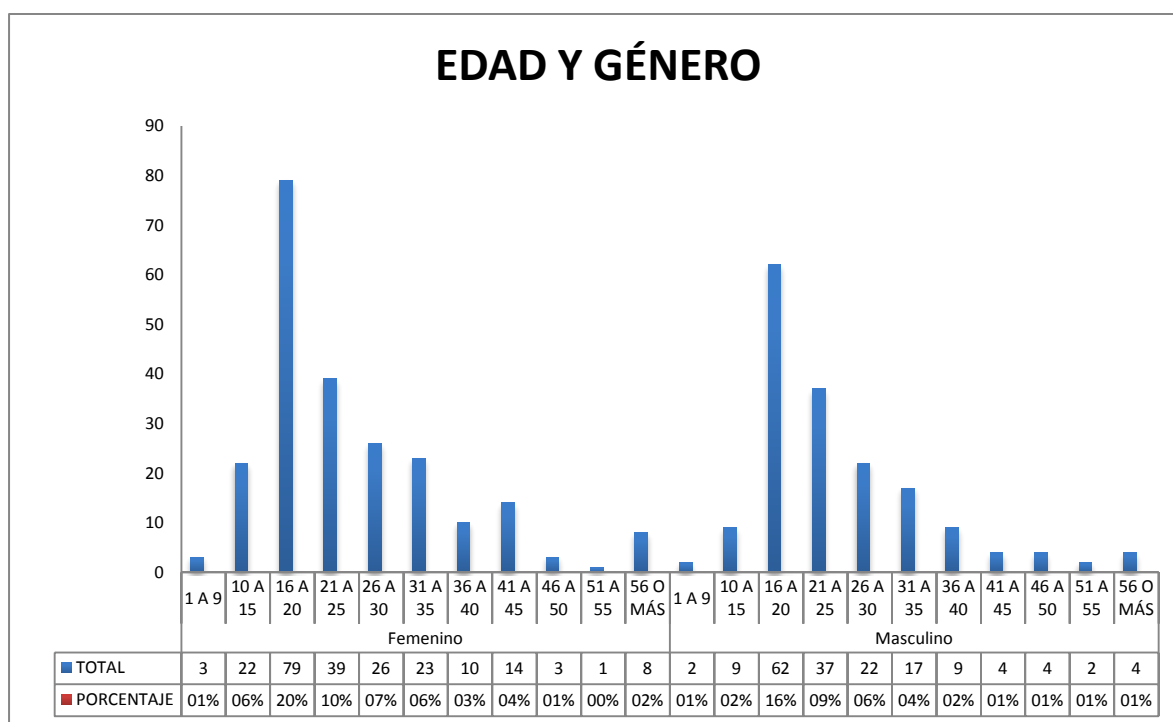
- La representación de las mujeres ha sido mayoritaria en todas las exposiciones.
- En la exposición *Lorenzo, no como los otros* los hombres mantienen una representación baja al igual que en la exposición de Pura Fibra, siendo el 43% del total de la muestra y las mujeres 57% para ambas exposiciones.

### Género y edad

Al relacionar el rango de edad con el género, se puede observar en la Gráfica 3, que la población que más frecuentó la exhibición fueron las mujeres entre los 16-20 años de edad (79 individuos correspondientes al 19,8%), seguidas por los hombres entre los 16-20 años (62 individuos correspondientes al 15,5%).

También se observa, que las mujeres entre los 51-55 años de edad fueron las que menos visitaron el Museo (1 individuo correspondiente al 0,3%) y los hombres entre los 51-55 años de edad (2 individuos correspondientes al 0,5%).

Gráfica 3. Género y edad

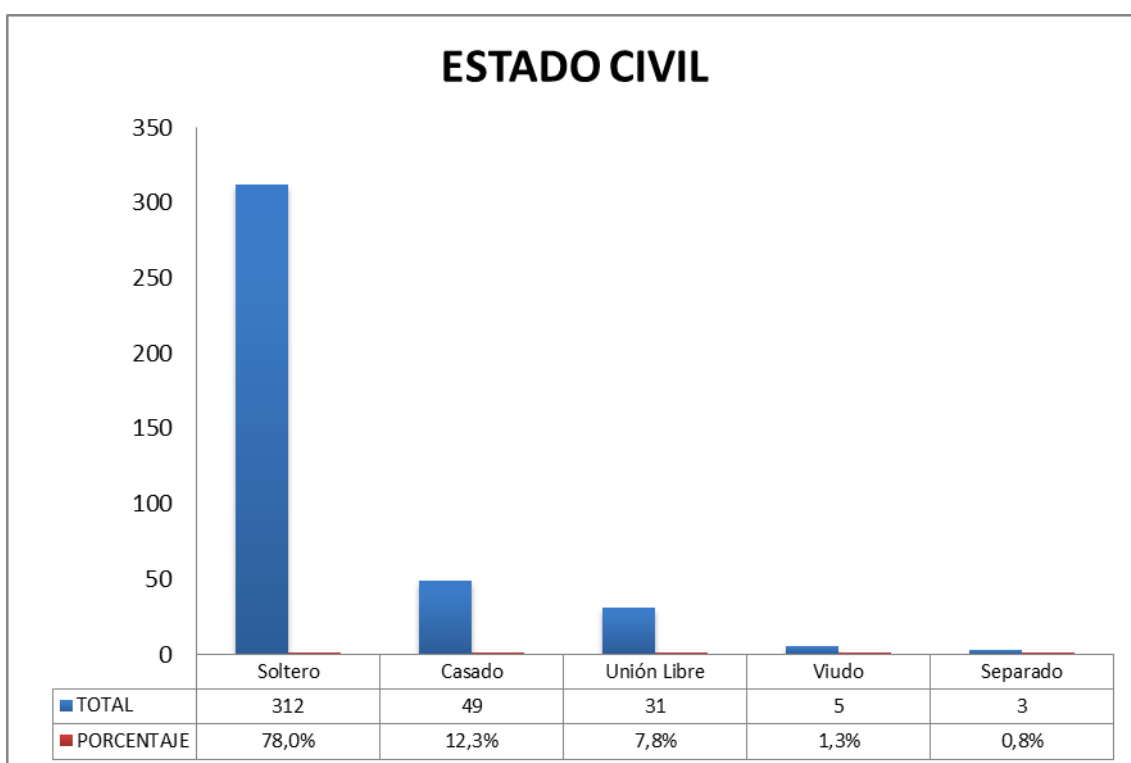




## Estado civil

Según el estado civil, el resultado de los datos de la Gráfica 4 muestra que el 78% de los encuestados indicó ser soltero, el 12,3% casado, el 7,8% tener una relación en unión libre, el 1,3% viudo y el 0,8% separado.

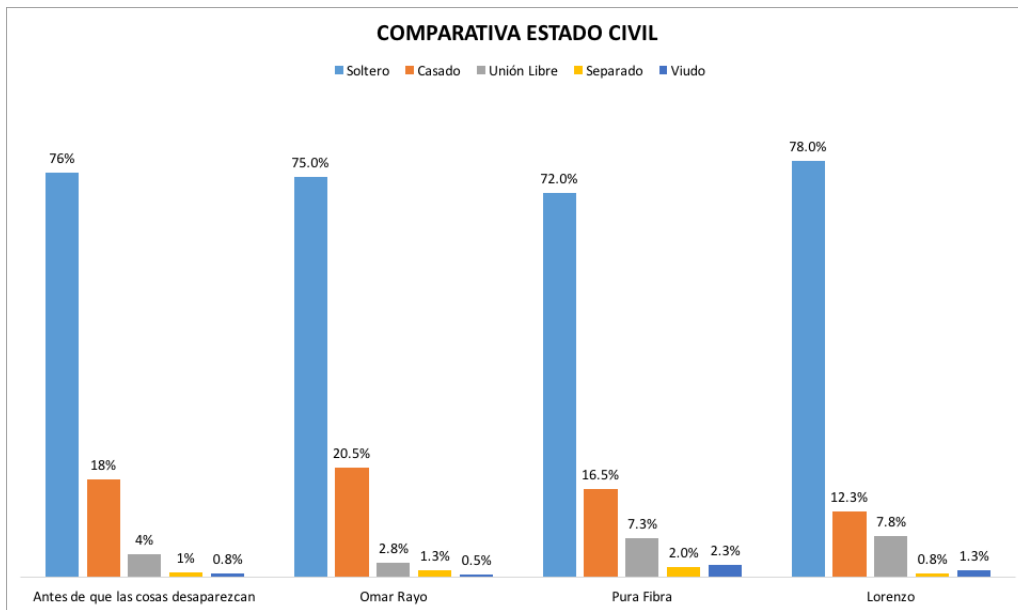
Gráfica 4. Estado civil



En la Gráfica 4.2 podemos observar los datos comparativos del estado civil de los visitantes en las últimas cuatro exposiciones (Antes de que las cosas desaparezcán, Omar Rayo y Pura Fibra):

- Las personas que indicaron estar solteras fueron las más representativas en las cuatro exposiciones, seguidas por las personas que indicaron estar casadas.
- La representación de las personas solteras es la más alta en comparación con las últimas cuatro, ubicándose 4 puntos porcentuales por encima del promedio (75%).
- Los individuos casados, aunque representan el segundo grupo más importante dentro de la muestra, han disminuido su participación paulatinamente y representan la participación más baja con respecto a las últimas cuatro exposiciones con un 12,3%.
- La representación de las personas que viven en unión libre es la más alta con respecto a las últimas cuatro exposiciones con un 7,8%.

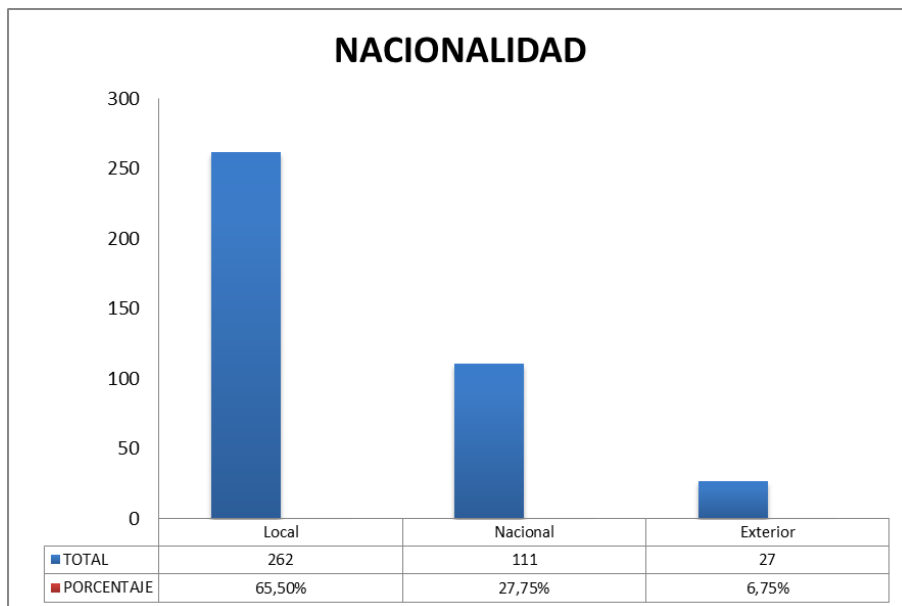
**Gráfica 4.2 Comparativa estado civil**



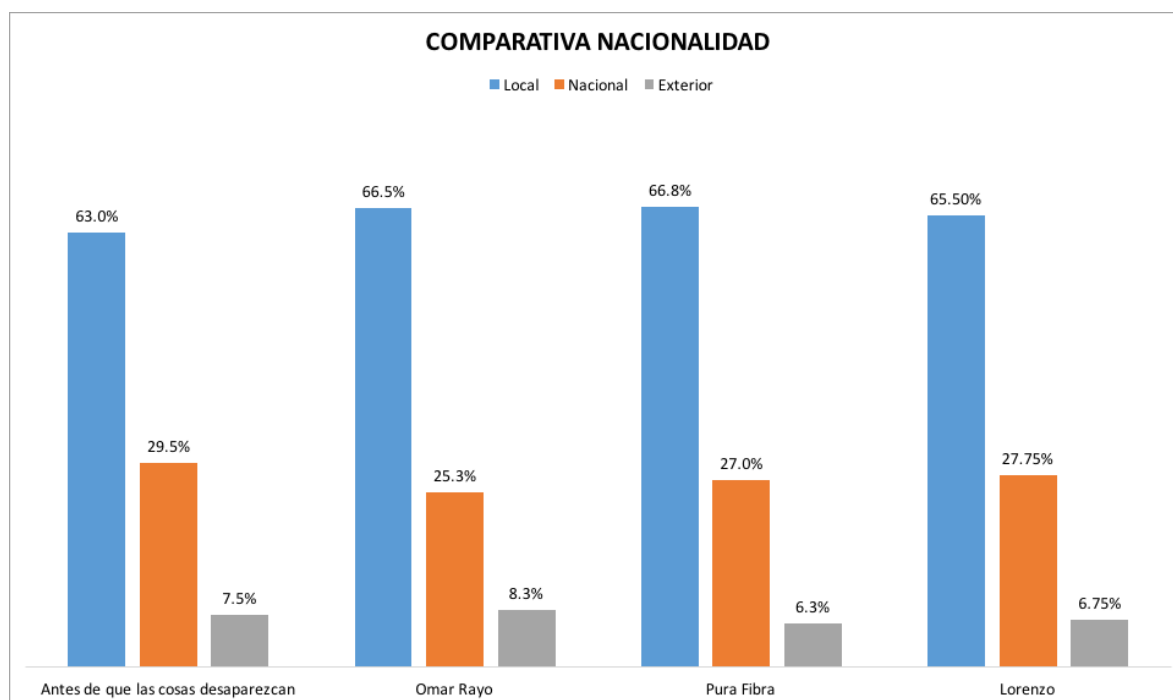
### Lugar de nacimiento

Según el lugar de nacimiento, en la Gráfica 5 podemos observar que la mayoría de los encuestados nacieron en la ciudad de Bogotá, es decir, fueron los capitalinos los que más visitaron la exhibición con un porcentaje del 65,5% del total de la muestra, seguidos por las personas que nacieron en otras ciudades del país (27,75%), y por último los visitantes de origen extranjero con un total del 6,75%.

**Gráfica 5. Nacionalidad**



**Gráfica 5.2 Comparativa Nacionalidad**



En la Gráfica 5.2 podemos comparar los resultados obtenidos en los últimos estudios de públicos. Al respecto, se observa lo siguiente:

- Las personas de Bogotá mantienen su representación en las exposiciones Omar Rayo y Pura Fibra y Lorenzo, no como los otros, la cual representa el 65.5% de los participantes y disminuyó un 1,2% con respecto a la exposición Pura Fibra.
- Las personas provenientes de diferentes regiones del país mantienen su representación por encima del 25%, siendo en promedio el 27,4% en las últimas cuatro exposiciones.
- Finalmente, las personas de nacionalidades diferentes a la colombiana mantienen su participación alrededor del 6%, comparado con la exposición Pura fibra; sin embargo, ha disminuido en comparación con las exposiciones de Omar Rayo y Antes de que las cosas desaparezcan.

En la tabla 2.1 podemos observar que según el lugar de nacimiento a nivel nacional, la mayoría de los encuestados provienen del departamento de Cundinamarca (3,75%), Valle del Cauca (3,50%), Boyacá (3%), Antioquia (3%), Tolima (2,25%), Santander (2,25%) y Atlántico (1,50%).

En las últimas cuatro exposiciones se ha observado que el departamento con la participación más alta es Cundinamarca (3,2% en promedio), lo cual puede ser explicado por la cercanía de sus municipios con la ciudad de Bogotá. En segundo lugar, está Boyacá, el cual mantiene un promedio de participación de 2,9%. La participación del departamento de Valle del Cauca aumentó en la

exposición Lorenzo, no como los otros con respecto a las últimas tres exposiciones, ya que mantenía un promedio de participación de 2,26% y aumentó a 3,5%. La participación del departamento de Tolima ha sido la tercera más significativa en las últimas cuatro exposiciones: Antes de que las cosas desaparezcan (4,3%), Omar Rayo (1,5%), Pura Fibra (3,5%) y Lorenzo, no como los otros (2,25%). El departamento de Antioquia ha aumentado su participación con respecto a la exposición Antes de que las cosas desaparezcan en un 1,2%.

**Tabla 2.1. Lugar de Nacimiento Nacional**

<b>Lugar de nacimiento</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Cundinamarca	15	3.75%
Valle del Cauca	14	3.50%
Boyacá	12	3.00%
Antioquia	12	3.00%
Tolima	9	2.25%
Santander	9	2.25%
Atlántico	6	1.50%
Nariño	5	1.25%
Huila	5	1.25%
Caldas	4	1.00%
Norte de Santander	4	1.00%
Caquetá	3	0.75%
Bolívar	2	0.50%
Cesar	2	0.50%
Risaralda	2	0.50%
Cauca	2	0.50%
Quindío	1	0.25%
Guainía	1	0.25%
NR	1	0.25%
Sucre	1	0.25%
Meta	1	0.25%
<b>Total General</b>	<b>111</b>	<b>28%</b>

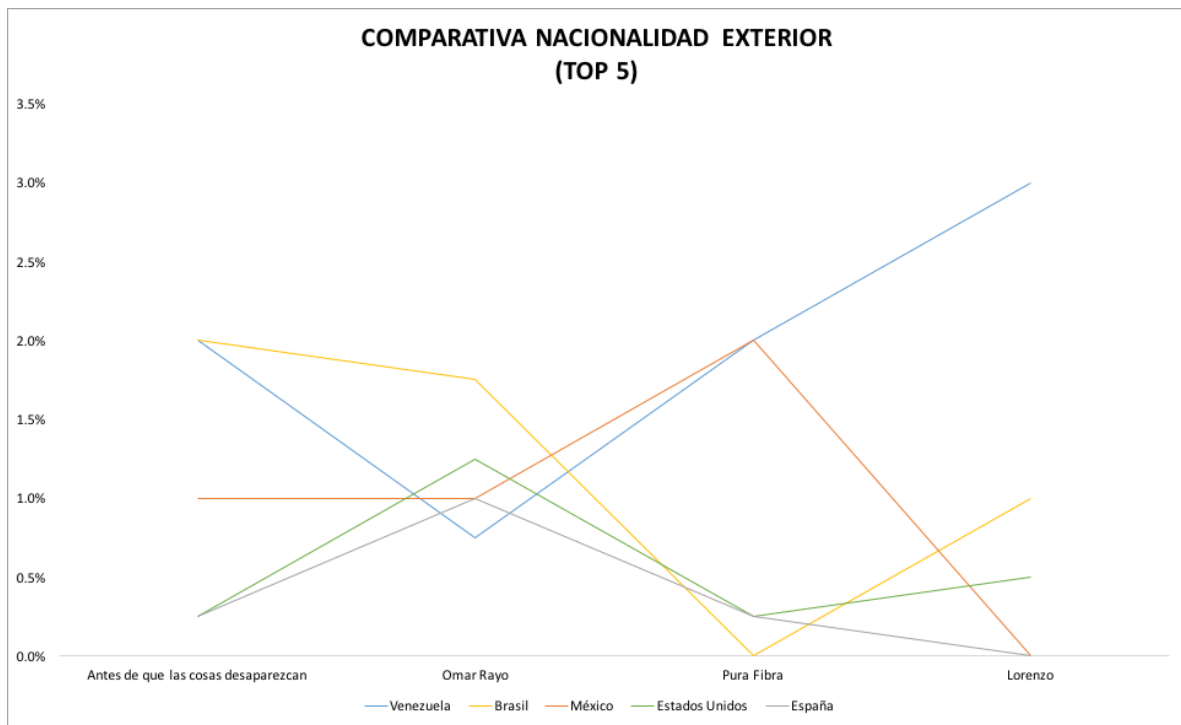
Por otra parte, el número de visitantes de origen extranjero que visitaron la exposición y participaron en la encuesta disminuyó respecto a las exposiciones Antes de que las cosas desaparezcan y Omar Rayo (7,5% y 8,3% respectivamente) y se mantuvo respecto a Pura Fibra alrededor del 6%; los países con el mayor número de representantes fueron Venezuela (12 individuos correspondientes al 3%) y Brasil (4 individuos correspondientes al 1%); seguido por Francia, Estados Unidos y España (2 individuos correspondientes al 0,5% cada uno); finalmente, Bolivia, Holanda, Argentina, Panamá y Perú tuvieron un (1) representante cada uno; el total de representantes de origen extranjero es de 27 individuos correspondientes al 6,75% del total de los encuestados.

**Tabla 2.2. Nacimiento en el exterior**

País	Total	Porcentaje
Venezuela	12	3.00%
Brasil	4	1.00%
Francia	2	0.50%
EE.UU	2	0.50%
España	2	0.50%
Bolivia	1	0.25%
Holanda	1	0.25%
Argentina	1	0.25%
Panamá	1	0.25%
Perú	1	0.25%
<b>Total General</b>	<b>27</b>	<b>6.75%</b>

Al comparar los resultados con otras exposiciones, observamos en la Grafica 5.3, que los países que aparecen en las cuatro últimas exposiciones son: Venezuela, México, Brasil, España y Estados Unidos; de los cinco países se puede observar que la participación de Venezuela ha aumentado su presencia siendo la más significativa en la exposición Lorenzo, no como los otros, con un 3%. Por otro lado, podemos observar que la participación de Estados Unidos ha disminuido paulatinamente durante las últimas tres exposiciones, siendo esta la más baja con un 0,5%.

**Gráfica 5.3 Comparativa Nacionalidad exterior**



## Visitantes hispanoparlantes

Según el lugar de nacimiento en el exterior fue posible identificar qué porcentaje de público extranjero era hispanoparlante. Del 6,3% de la muestra correspondiente a los 27 visitantes extranjeros, el 4,8% era hispanoparlante y el 1,5% restante no lo era.

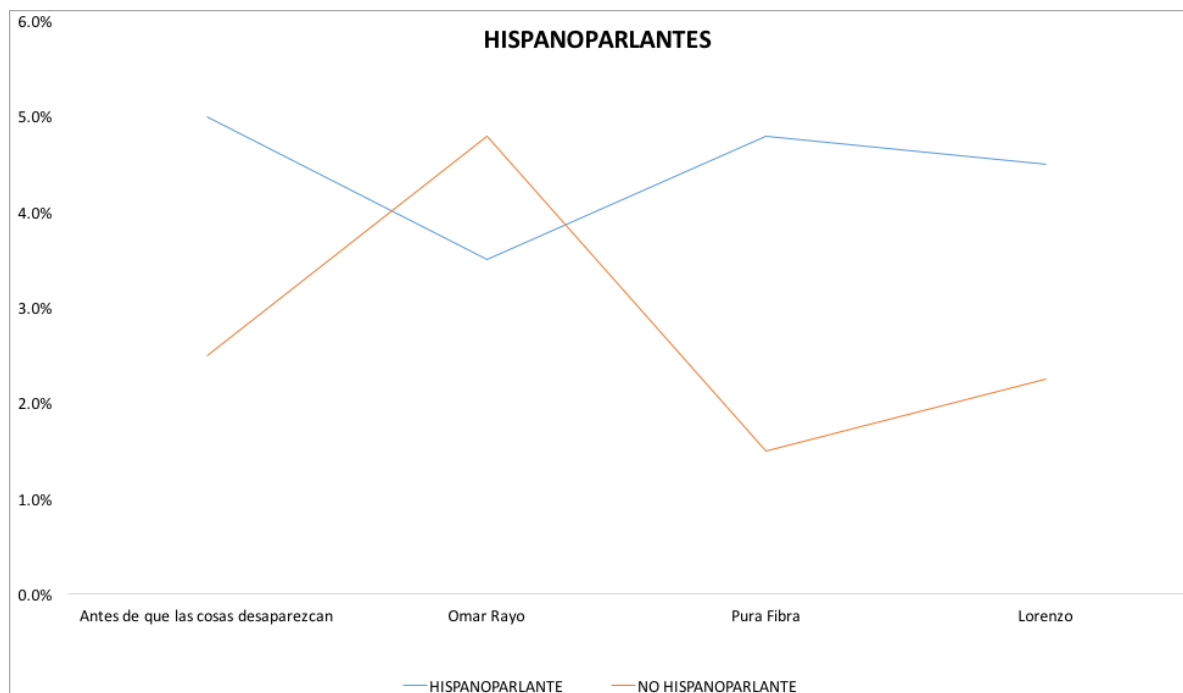
**Tabla 2.3. Visitantes Hispanoparlantes.**

Hispanoparlante	Total	Porcentaje
No	9	4,8%
Sí	18	1,5%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>6,3%</b>

En la Gráfica 5.4, podemos observar cómo ha sido la evolución de los visitantes no hispanoparlantes en las últimas cuatro exposiciones. La gráfica refleja que en la exposición Lorenzo, no como los otros se encuentra el porcentaje de visitantes no-hispanoparlantes más bajo entre las últimas cuatro exposiciones con un 1,5%.

Es importante que se continúen implementando herramientas que permitan a los visitantes provenientes de otros lugares del mundo y que no dominan el español, recorrer las exposiciones con ayudas en el idioma inglés, ya que esto les permite comprender el contenido de las exposiciones y tener una experiencia más completa y satisfactoria en el Museo.

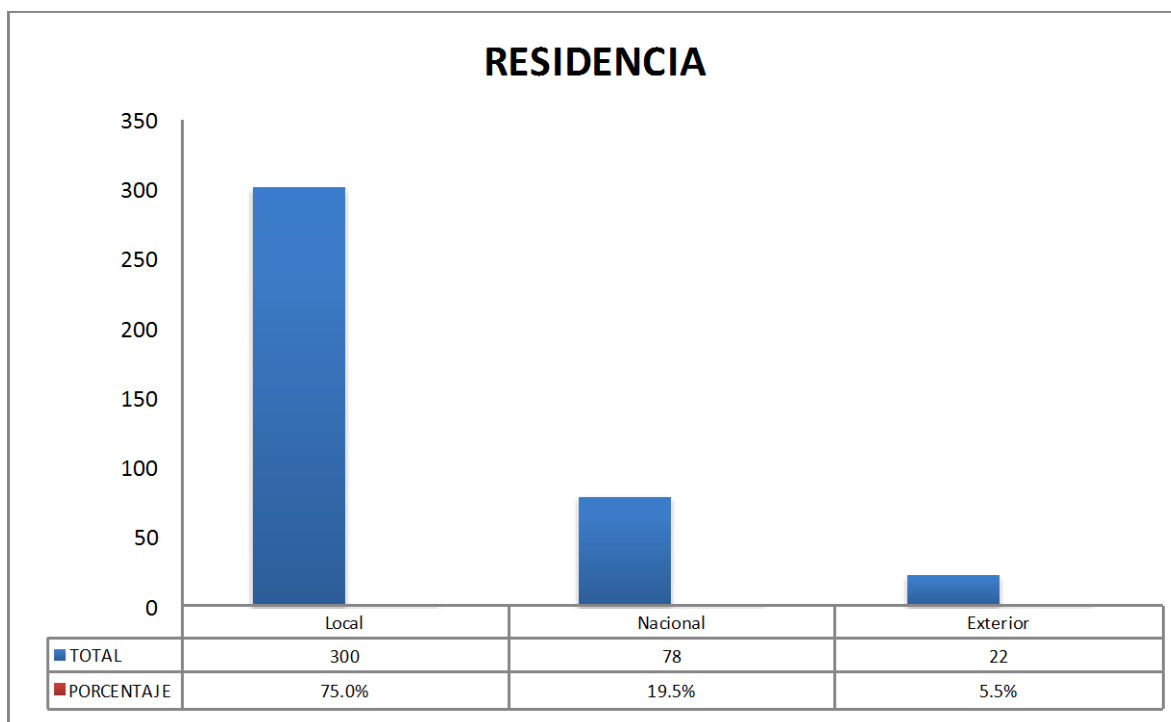
**Gráfica 5.4 Comparativa hispanoparlantes**



## Lugar de Residencia

Según el lugar de residencia, la mayoría de los encuestados indicó vivir en la ciudad de Bogotá (300 individuos; 75%), seguidos por las personas que residen en diferentes lugares del país (78 personas; 19,5%) y quienes residen en el exterior (22 individuos; 5,5%).

Gráfica 6.1 Lugar de residencia

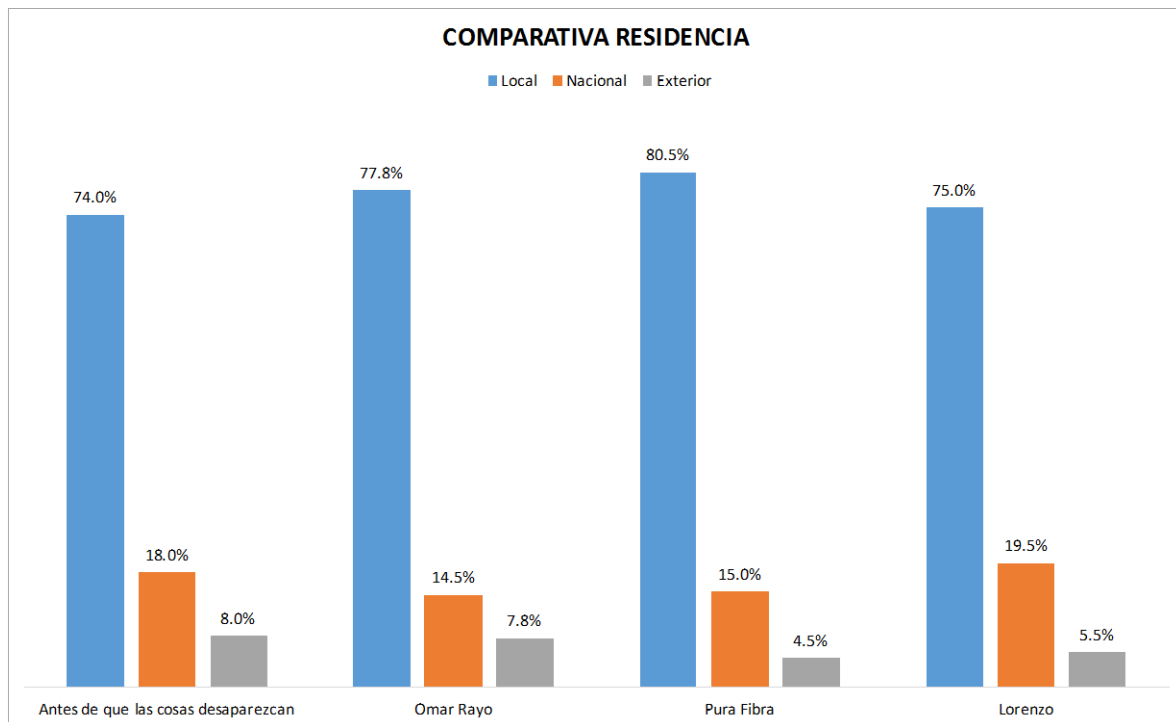


En la Gráfica 6.2, podemos observar la comparativa del lugar de residencia entre los resultados de los estudios de público de las últimas cuatros exposiciones temporales. En la gráfica podemos ver que:

- La tendencia respecto al lugar de residencia se mantiene en todas las exposiciones, es decir, Bogotá es la ciudad en donde residen la mayoría de los visitantes a las exposiciones, estando siempre por encima del 74% del total de la muestra.
- Respecto a las personas residentes en otras regiones del país, observamos que representan, en promedio, el 16,75% de la muestra, siendo la exposición Lorenzo, no como los otros la que reflejó más visitantes residentes en diferentes regiones del país (19,5%) y Omar Rayo la exposición con el porcentaje más bajo (14,5%).
- Las personas residentes en el exterior han mantenido una representación promedio del 6,4% en las cuatro últimas exposiciones (Antes de que las cosas desaparezcan, Omar Rayo, Pura Fibra y Lorenzo, no como los otros), siendo la exposición Antes de que las

cosas desaparezcan la que albergó más visitantes residentes en el exterior (8%) y Pura Fibra la que menos (4,5%).

**Gráfica 6.2 Lugar de residencia**



### Lugar de Residencia Local

Según el barrio de residencia de los visitantes que viven en la ciudad de Bogotá, podemos observar en la Tabla 3.1 que la mayoría de encuestados reside en Bosa (19 individuos; 4,8%), Suba y Chapinero (13 individuos; 3,3% cada uno), Salitre, Kennedy y Fontibón (7 individuos; 1,8% cada uno), Restrepo y Venecia, (5 individuos; 1,3%), Engativá, Candelaria, Villa Alsacia, Castilla, Prado Veraniego, Cedritos, santa Ana, Chicó, y Usme (4 individuos; 1% cada barrio).

**Tabla 3.1. Residentes en Bogotá**

RESIDENCIA(BARRIO/CIUDAD)	TOTAL	PORCENTAJE
Bosa	19	4,8%
Chapinero	13	3,3%
Suba	13	3,3%
Kennedy	7	1,8%
Fontibón	7	1,8%
Salitre	7	1,8%
Venecia	5	1,3%
Restrepo	5	1,3%
Engativá	4	1,0%
Usme	4	1,0%

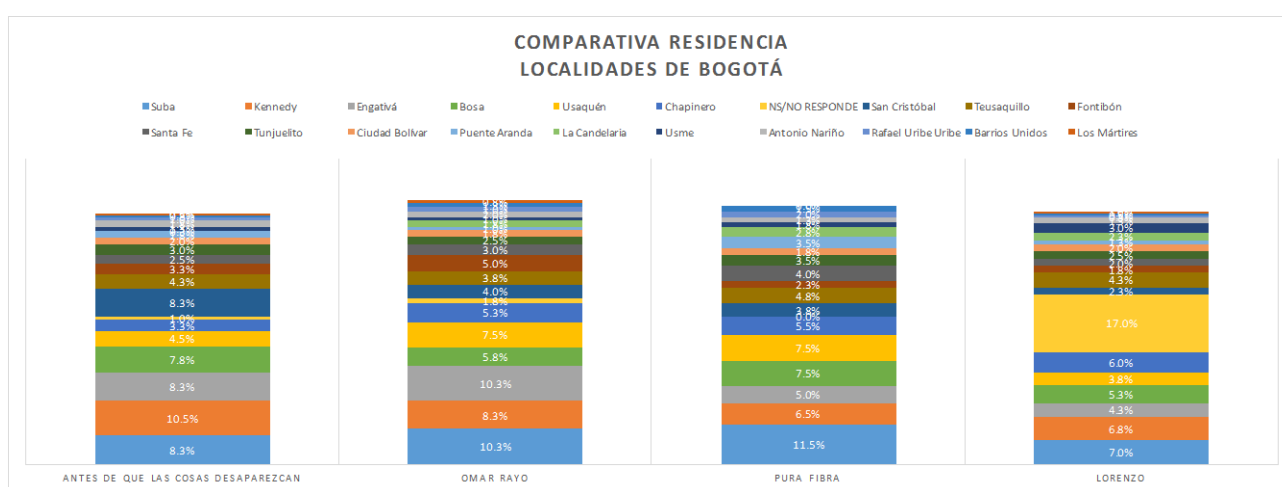


Chicó	4	1,0%
Santa Ana	4	1,0%
Cedritos	4	1,0%
Castilla	4	1,0%
Prado Veraniego	4	1,0%
Villa Alsacia	4	1,0%
Centro	3	0,8%
Candelaria	3	0,8%
Santa Librada	3	0,8%
Mazuren	3	0,8%
NR	3	0,8%
Mandalay	3	0,8%
Tintal	2	0,5%
Primavera	2	0,5%
Altamira	2	0,5%
La Candelaria	2	0,5%
Cedro Golf	2	0,5%
La Cabrera	2	0,5%
San Cristóbal Nte	2	0,5%
Villa Javier	2	0,5%
Álamos	2	0,5%
Jazmín	2	0,5%
Santa Isabel	2	0,5%
Rocío	2	0,5%
Nueva Marsella	2	0,5%
Fátima	2	0,5%
Cantón	2	0,5%
Tunal	2	0,5%
Belén	2	0,5%
El Cortijo	2	0,5%
Bochica	2	0,5%
Ciudad Bolívar	2	0,5%
Rafael Núñez	2	0,5%
Alta Blanca	2	0,5%
La Victoria	2	0,5%
La Soledad	2	0,5%
Macarena	2	0,5%
Rincón Suba	1	0,3%
Veinte de julio	1	0,3%
Ciudad Alsacia	1	0,3%
Meissen	1	0,3%
Belalcázar	1	0,3%
Villa Luz	1	0,3%
Colina	1	0,3%
Marly	1	0,3%

Centro Internacional	1	0,3%
San Vicente	1	0,3%
Pasadena	1	0,3%
11 de Noviembre	1	0,3%
Molinos	1	0,3%
Villa Maria	1	0,3%
Country	1	0,3%
Las Nieves	1	0,3%
Ciudad Salitre	1	0,3%
Las Aguas	1	0,3%
Chicalá	1	0,3%
San Joaquín	1	0,3%
Quinta Paredes	1	0,3%
San Helena	1	0,3%
Perdomo	1	0,3%
La Pradera	1	0,3%
Bella Vista Alta	1	0,3%
La Mari chuela	1	0,3%
Santa Cecilia	1	0,3%
La Macarena	1	0,3%
El Retiro	1	0,3%
La Fortaleza	1	0,3%
Eduardo Santos	1	0,3%
La Estancia	1	0,3%
Colina Campestre	1	0,3%
La Española	1	0,3%
Ciudadela Colsubsidio	1	0,3%
La Concordia	1	0,3%
Sosiego	1	0,3%
San Francisco	1	0,3%
Soledad	1	0,3%
La Calera	1	0,3%
Quiroga	1	0,3%
San Diego	1	0,3%
Quirigua	1	0,3%
La Aurora	1	0,3%
Santa Rita	1	0,3%
Villa Magdala	1	0,3%
Portal Américas	1	0,3%
San Bernardo	1	0,3%
Patio Bonito	1	0,3%
J. Vargas	1	0,3%
Pablo VI	1	0,3%
Galicia	1	0,3%
Villa del Mar	1	0,3%

Samper Mendoza	1	0,3%
Barrios Unidos	1	0,3%
Teusaquillo	1	0,3%
Niza	1	0,3%
Velódromo	1	0,3%
Milenta	1	0,3%
El Rosal	1	0,3%
Las Villas	1	0,3%
<b>Total general</b>	<b>300</b>	<b>75%</b>

**Gráfica 6.3 Comparativa residencia local**



En la Gráfica 6.3 se analizan los datos obtenidos según la localidad de residencia de los visitantes que viven en la ciudad de Bogotá:

- Suba mantiene una participación muy importante en todas las exposiciones, siendo la de Lorenzo, no como los otros la más baja (7%) y Pura Fibra las más alta (11,5%).
- Kennedy tiene la segunda participación más importante entre las últimas cuatro exposiciones. En la exposición Antes de que las cosas desaparezcan tuvo la participación más alta (10,5%) y en la exposición Pura Fibra la más baja (6,5%).
- Engativá tuvo una representación alta en la exposición Omar Rayo (10,3%), sin embargo, ha disminuido en las exposiciones Pura Fibra (5%) y Lorenzo (4,3%).
- Bosa mantiene un promedio de participación en las últimas cuatro exposiciones del 6,6%.

- Chapinero ha aumentado su participación paulatinamente con una participación de: 3,3% en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan, 5,3% en Omar Rayo, 5,5,% en Pura Fibra y 6 % en Lorenzo.
- Usaquén disminuyó su participación en la exposición Lorenzo, no como los otros (3,8%), ya que en las exposiciones Pura Fibra y Omar Rayo su participación era de 7,5%.
- Respecto a la localidad de San Cristóbal, esta tuvo una participación significativa en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan (8,3%), sin embargo ésta ha ido disminuyendo y fue sólo del 2,3% en Lorenzo, no como los otros.

### Lugar de Residencia Nacional

En la Tabla 3.3 podemos observar la distribución de residentes a nivel nacional: la mayoría de los visitantes residen en diferentes municipios de Cundinamarca (89%), principalmente en Soacha (15 individuos; 3,8) y Fusagasugá (9 individuos; 2,3%). Igualmente, visitaron el Museo personas provenientes de Valle del Cauca (2,5%), Antioquia (2%), Huila (1,3%), Atlántico, Tolima y Santander (0,5% cada departamento).

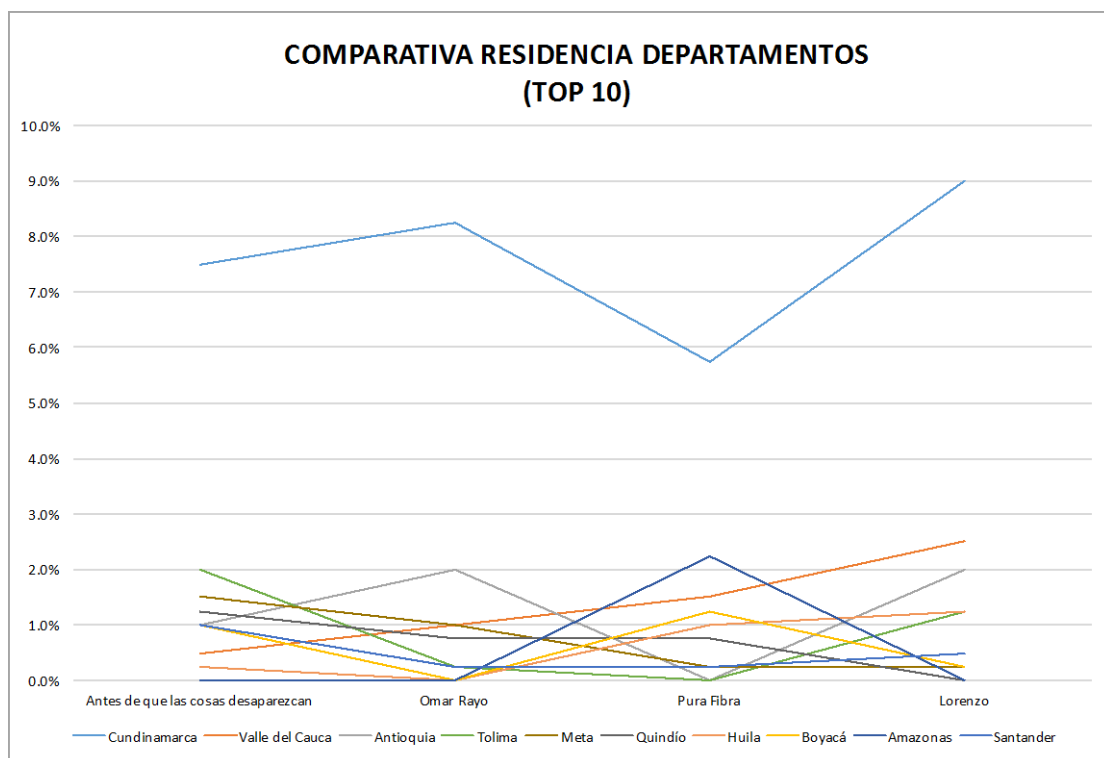
**Tabla 3.3. Residentes nacionales.**

Departamento	RESIDENCIA(BARRIO/CIUDAD)	TOTAL	PORCENTAJE
Cundinamarca	Soacha	15	3,8%
Cundinamarca	Fusagasugá	9	2,3%
Valle del Cauca	Cali	9	2,3%
Antioquia	Medellín	6	1,5%
Huila	Neiva	4	1,0%
Cundinamarca	Funza	3	0,8%
Atlántico	Barranquilla	2	0,5%
Tolima	Tolima	2	0,5%
Santander	San Gil	2	0,5%
Cundinamarca	Tocancipá	2	0,5%
Tolima	Ibagué	2	0,5%
Cundinamarca	Madrid	2	0,5%
Cundinamarca	Chía	2	0,5%
Meta	Villavicencio	1	0,3%
Huila	Huila	1	0,3%
Bolívar	Cartagena	1	0,3%
Tolima	Mariquita	1	0,3%
Cundinamarca	Ubaté	1	0,3%
Cundinamarca	Cundinamarca	1	0,3%

Antioquia	Rio Negro	1	0,3%
Antioquia	Nariño Antioquia	1	0,3%
Cundinamarca	Sopó	1	0,3%
Norte de Santander	Cúcuta	1	0,3%
Boyacá	Duitama	1	0,3%
NR	NR	1	0,3%
Cesar	Valledupar	1	0,3%
Norte de Santander	Ocaña	1	0,3%
<b>Total general</b>		<b>78</b>	<b>100%</b>

En la Gráfica 6.5 se muestra la participación de los 5 departamentos con los porcentajes más altos en las últimas exposiciones. En la gráfica observamos lo siguiente:

**Gráfica 6.5 Comparativa residencia departamentos**



- En las últimas exposiciones, Cundinamarca es el departamento con el mayor número de visitantes residentes en diferentes municipios del país, como Soacha, Fusagasugá, Funza, Tocancipá, Madrid, Chía, Ubaté y Sopó. La participación promedio de Cundinamarca es del 7,64% del total de la muestra.
- En segundo lugar está Valle del Cauca, el cual ha ido aumentando paulatinamente su participación en las últimas cuatro exposiciones: Antes de que las cosas desaparezcan con el 0,5%, Omar Rayo con el 1%, Pura Fibra con el 1,5% y Lorenzo, no como los otros con 2,5%.

- El departamento de Antioquia aumentó su participación en la exposición Lorenzo, no como los otros con respecto a la exposición Pura Fibra en un 2%.
- En las últimas exposiciones, Tolima ha ido disminuyendo su participación la cual era de 2% para la exposición Antes de que las cosas desaparezcan y disminuyo al 1,3% en la exposición Lorenzo, no como los otros.
- El departamento del Meta también ha disminuido su participación en las últimas cuatro exposiciones la cual era de 1,5% para la exposición Antes de que las cosas desaparezcan y para las exposiciones Pura Fibra y Lorenzo ha sido de 0,3%.

### Lugar de Residencia Exterior

Por último, en la tabla 3.4, se presentan los datos de los participantes en la encuesta que reportaron residir en el exterior: Venezuela fue el país con el mayor número de representantes (8 individuos correspondientes al 2%), seguido por Argentina, Francia, Bolivia, Estados Unidos y España todos con la misma cantidad de representantes (2 individuos correspondientes al 0,5%). También hubo asistentes provenientes de Brasil, Panamá, México y Nueva Zelanda.

**Tabla 3.4. Residentes en el exterior.**

País	Total	Porcentaje
Venezuela	8	2,0%
Argentina	2	0,5%
Francia	2	0,5%
Bolivia	2	0,5%
Estados Unidos	2	0,5%
España	2	0,5%
Brasil	1	0,3%
Panamá	1	0,3%
México	1	0,3%
Nueva Zelanda	1	0,3%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>5,5%</b>

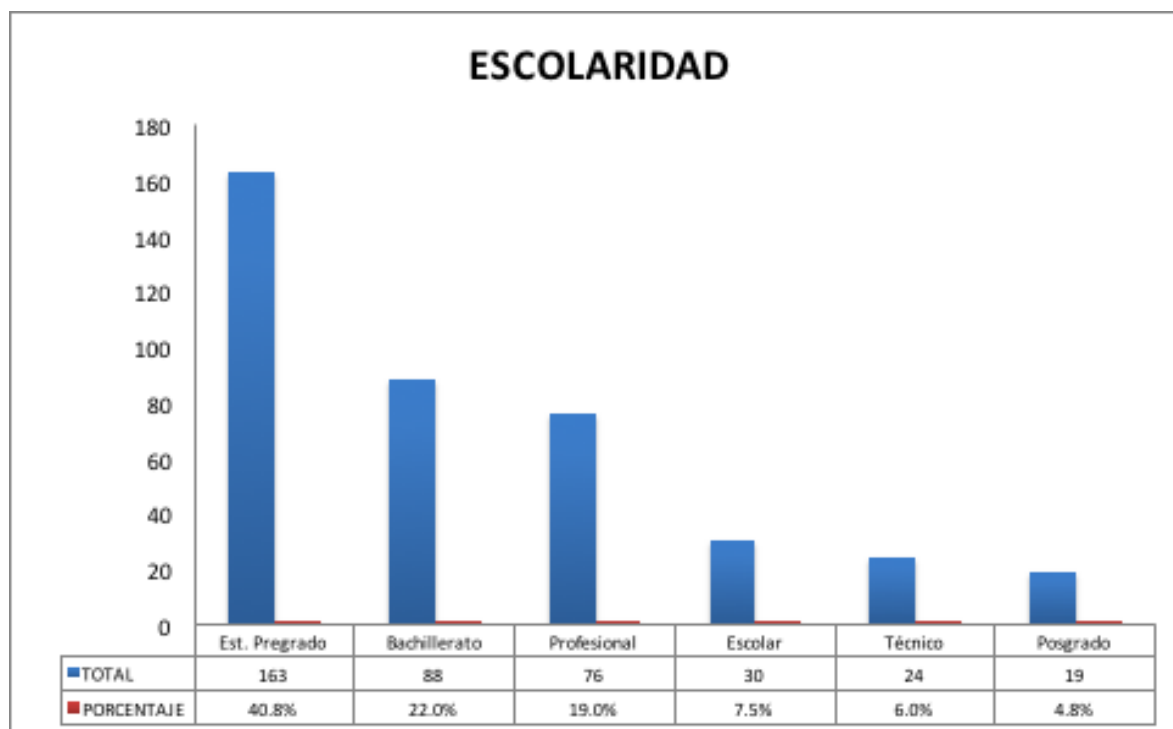
### Escolaridad

En lo que se refiere al nivel de escolaridad de los encuestados, podemos observar en la Gráfica 7.1 que el 40,8% son estudiantes de pregrado, el 22% tiene estudios de bachillerato, el 19% son profesionales, el 7,5% tiene estudios hasta escolar, el 6% de los encuestados tiene estudios técnicos y finalmente, 4,8% tiene estudios de posgrado.

Al indagar las motivaciones de visita de las personas, encontramos que para todos los niveles de escolaridad, la mayor motivación para asistir al museo es conocer el museo (estudiantes de

pregrado con 13,75%, bachillerato el 10,50%, en los profesionales el 7, 8%, en escolar el 3%, y finalmente en técnico y posgrado el 1,8%). El segundo motivo por el cual la mayoría de los asistentes visitó el museo en aprendizaje cultural estudiantes de pregrado con 8,5%, bachillerato el 3,5%, en los profesionales el 3%, en escolar el 1,8%, y finalmente en técnico 1,3% y posgrado el 1%). Otros motivos para visitar el museo fueron aprendizaje académico ( 5% de los estudiantes de pregrado y 2,75% de los asistente que tienen estudios hasta bachillerato)

**Gráfica 7.1. Escolaridad**

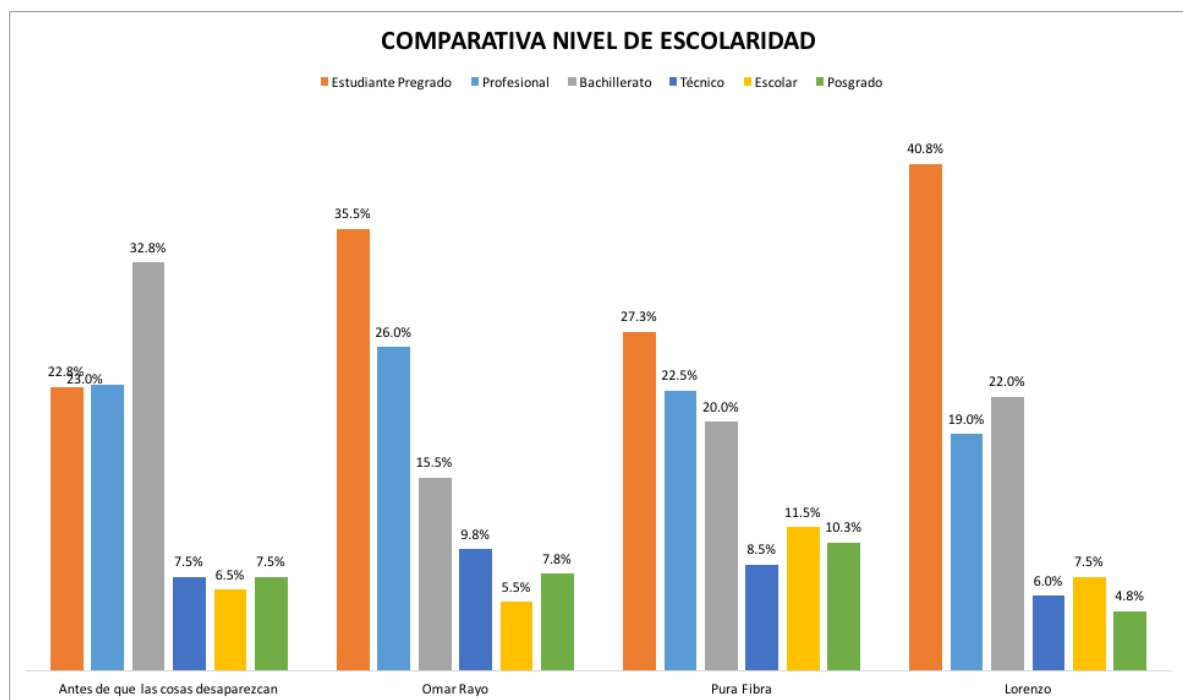


En la Gráfica 7.2, podemos observar la comparativa en los niveles de escolaridad en las últimas exposiciones. Al comparar estos datos con los estudios de público pasados encontramos lo siguiente:

- Los estudiantes de pregrado tienen la participación mas alta en las exposiciones de Lorenzo (40,8%), Pura Fibra (27,3%) y Omar Rayo (35,5%), mientras que en la exposiciones Antes de que las cosas desaparezcan son el tercer grupo con participación mas alta (22,8%).
- Los profesionales tuvieron la segunda representación mas alta en las exposiciones de Omar Rayo (26%), Antes de que las cosas desaparezcan (23%) y Pura Fibra (22,5%), sin embargo, esta disminuyo en la exposición Lorenzo, no como los otros (19%).
- Las personas con estudios de bachillerato han aumentado su participación en las ultimas tres exposiciones, después de haber tenido su participación mas alta en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan son un 32,8%.

- Las personas con estudios hasta escolar han tenido una participación alrededor del 6,5% en las últimas exposiciones, a excepción de la exposición Pura Fibra, en donde aumentó al 11,5%.
- Las personas con estudios técnicos han mantenido su participación alrededor del 8%, sin embargo, en la última exposición (Lorenzo, no como los otros) disminuyó con respecto a la exposición que la antecede en un 2,5%.
- Las personas con estudios de posgrado mantenían una participación en promedio del 7,7% Antes de que las cosas desaparezcán y Omar rayo, para la exposición Pura Fibra su participación aumento hasta un 10,3% mientras que en la exposición Lorenzo, no como los otros disminuyó a 4,8%.

**Gráfica 7.2 Comparativa escolaridad**

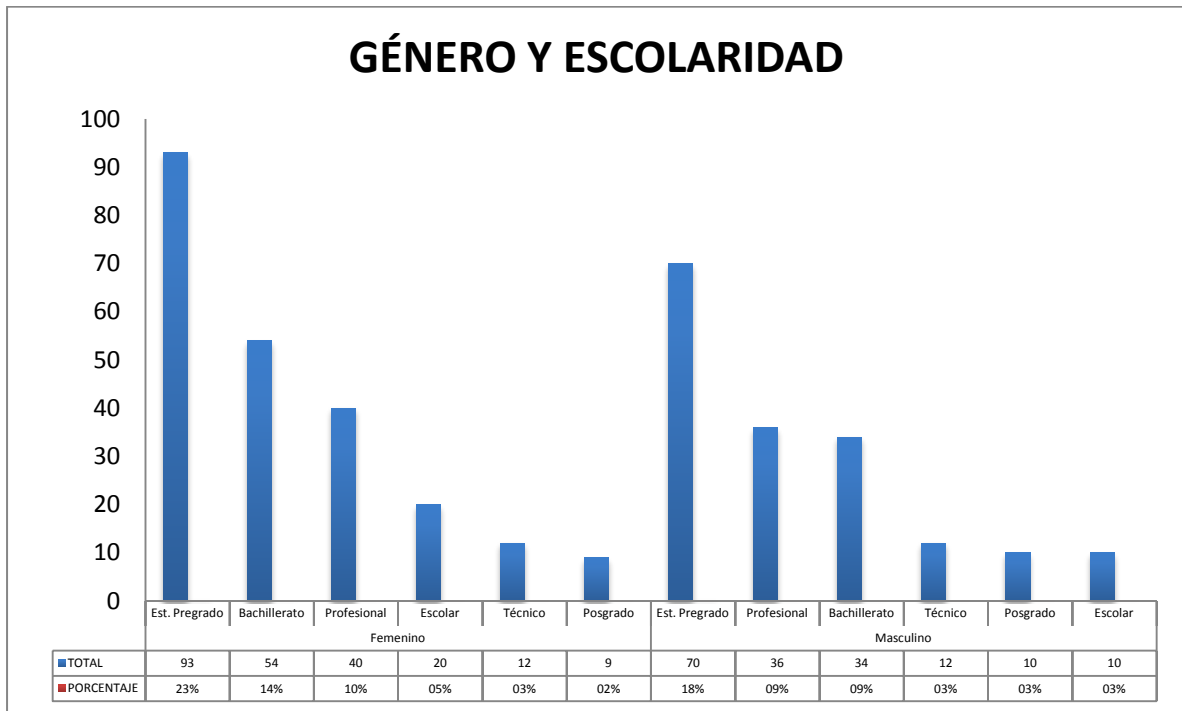


Ahora bien, si cruzamos el nivel de escolaridad con el género, como se muestra en la Gráfica 7.3, observamos que las mujeres son, en su mayoría, estudiantes de pregrado (93 individuos; 23,3%), seguidas por las que tienen estudios de bachillerato (54 individuos; 13,5%) y las profesionales (40 individuos; 10%).

Al igual que las mujeres, los hombres indicaron ser, en su mayoría, estudiantes de pregrado (70 individuos; 17,5%). Sin embargo, en el caso de los hombres, son los profesionales (36 individuos; 9%) el segundo grupo con mayor participación, seguidos por los que tienen estudios de bachillerato (34 individuos; 8,5%).

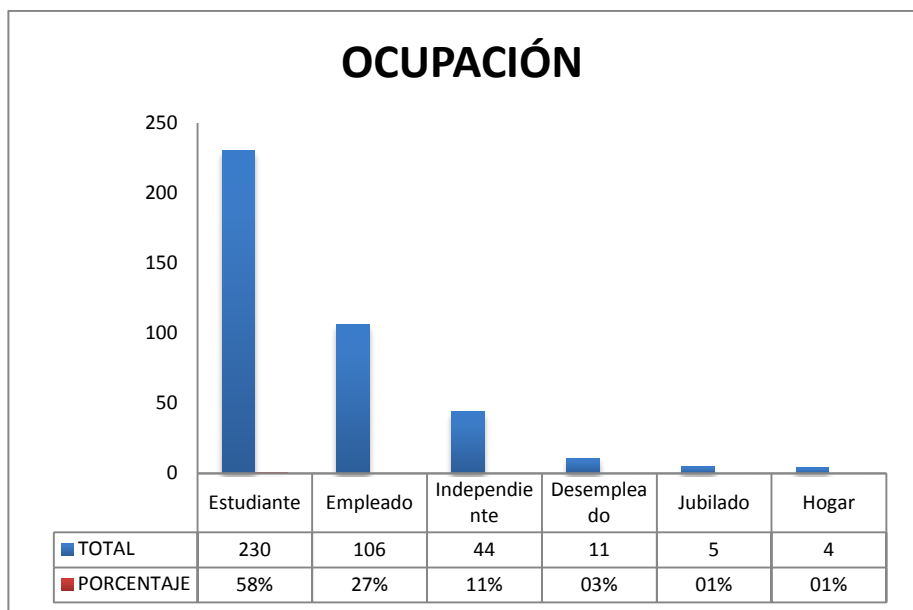


**Gráfica 7.3. Género y Escolaridad**



### Ocupación

En cuanto a la ocupación de las personas que visitaron la exhibición, podemos observar en la Gráfica 8.1, que los visitantes a la exposición *Lorenzo, no como los otros*, indicaron, en su mayoría, ser estudiantes (230 individuos; 57,5%), seguidos por los empleados (106 individuos; 26,5%), las independientes (44 individuos; 11%), las personas desempleadas (11 individuos; 2,8%), los mayores jubilados (5 individuos; 1,3%) y las personas dedicadas al hogar (4 individuo; 1%).

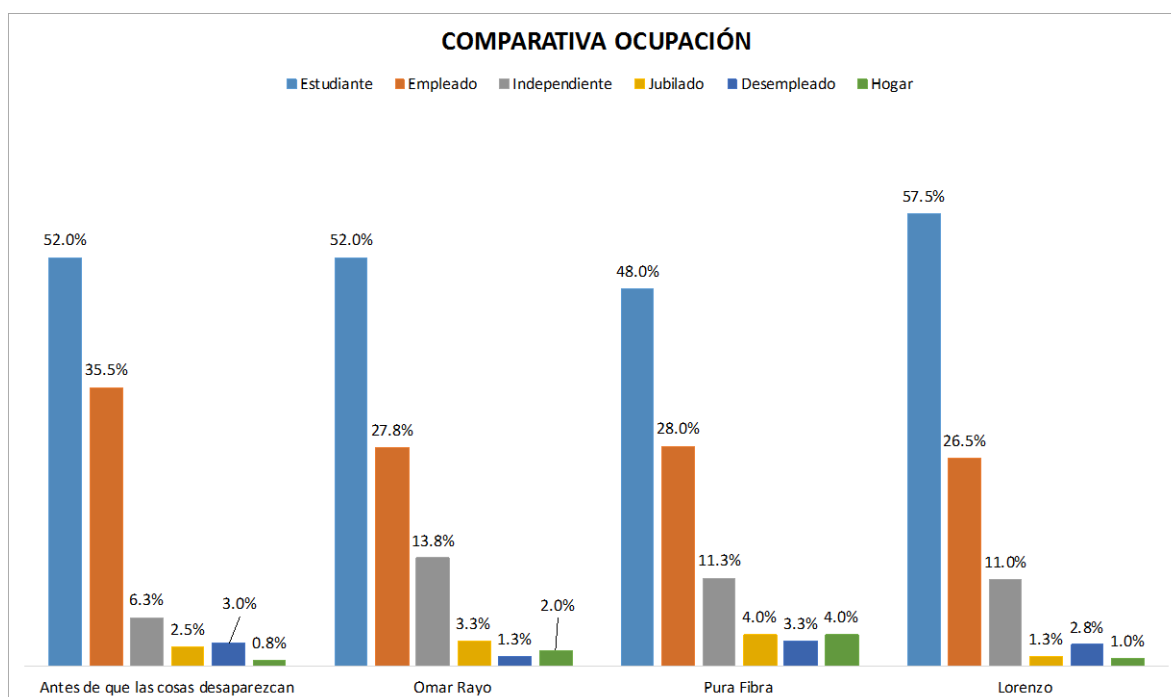


**Gráfica 8.1 Ocupación**

En la Gráfica 8.2, podemos observar la comparativa de los datos respecto a la ocupación en las últimas exposiciones. Al comparar los datos se puede observar lo siguiente:

- Los estudiantes han sido el grupo más representativo en todas las exposiciones; en las exposiciones *Antes de que las cosas desaparezcan* y Omar Rayo tuvo una representación del 52%, en la exposición pura fibra disminuyó al 48% y en la exposición Lorenzo no como los otros tuvo su participación más alta con un 57,5%.
- Las personas desempleadas representan en promedio el 3% del total de la muestra, sin embargo, en la exposición Omar Rayo este grupo sólo representó el 1,3% de los encuestados.
- Los empleados mantienen una representación constante en las tres últimas exposiciones, siendo del 27,4% en promedio, mientras que en la exposición *Antes de que las cosas desaparezcan* tuvo una participación más alta (35,5%)
- Las personas independientes mantuvieron su participación en las últimas dos exposiciones, alrededor del 11%, sin embargo esta disminuyó en un 2,8% con respecto a la exposición Omar Rayo.
- Así mismo, las personas jubiladas tuvieron la participación mas baja de las últimas cuatro exposiciones en Lorenzo, no como los otros con un 1,3% disminuyendo 2,7% con respecto a Pura fibra.

**Gráfica 8.2 Comparativa ocupación**



Finalmente, al indagar acerca de la motivación de visita de cada uno de estos grupos, observamos que los estudiantes que acudieron a esta exposición lo hicieron, principalmente, para conocer el museo (18,3%), seguidos por las personas que acudieron por motivos culturales (11%), quienes asistieron por motivos académicos (8,5%) y quienes acudieron por ocio (5,8%).

Respecto a los empleados, observamos que estos acudieron al igual que los estudiantes, principalmente para conocer el museo (12,3%), seguidos por los que asistieron por motivos culturales (4%), y quienes acudieron por turismo u ocio (2%); las personas independientes asistieron, principalmente, para conocer el museo (5,3%) y por motivos culturales (2,5%); los desempleados y jubilados acudieron, en su mayoría, para conocer el museo (1,5% y 0,8% respectivamente); y las personas dedicadas al hogar acudieron, principalmente, por ocio (0,5%) y para conocer el museo (0,5%).

## DIVULGACIÓN Y VISITA



En este capítulo abordamos toda la información que corresponde a las características de la visita del público, teniendo en cuenta la frecuencia en la que visitan el Museo, cómo se enteraron de la exhibición *Lorenzo, no como los otros*, el medio de transporte que utilizaron para llegar al Museo, la compañía y la motivación de la visita al Museo.

### Frecuencia de la visita

Del total de encuestados, en la Tabla 4.1 se puede observar que el 55,3% de las personas que visitó la exposición estaban visitando por primera vez el Museo. Por otra parte, el 44,8% restante ya había visitado el Museo; de los visitantes antiguos, el 24,5% había visitado el Museo en el último año, el 9,3% hace menos de dos años, el 3,5 % lo había visitado en los últimos tres años y el 7,5% restante lo había visitado hace más de tres años.

Respecto a la motivación de visita de cada segmento observamos que los visitantes antiguos acudieron al Museo, principalmente, a ver la exposición permanente (30,3%) y el 12% acudieron a ver la exhibición *Lorenzo, no como los otros*; de la misma forma, los visitantes nuevos acudieron,

en su mayoría, a ver la sala de exposiciones permanente (43,3%) y el 9% de los visitantes nuevos acudió al Museo motivado por la exposición temporal.

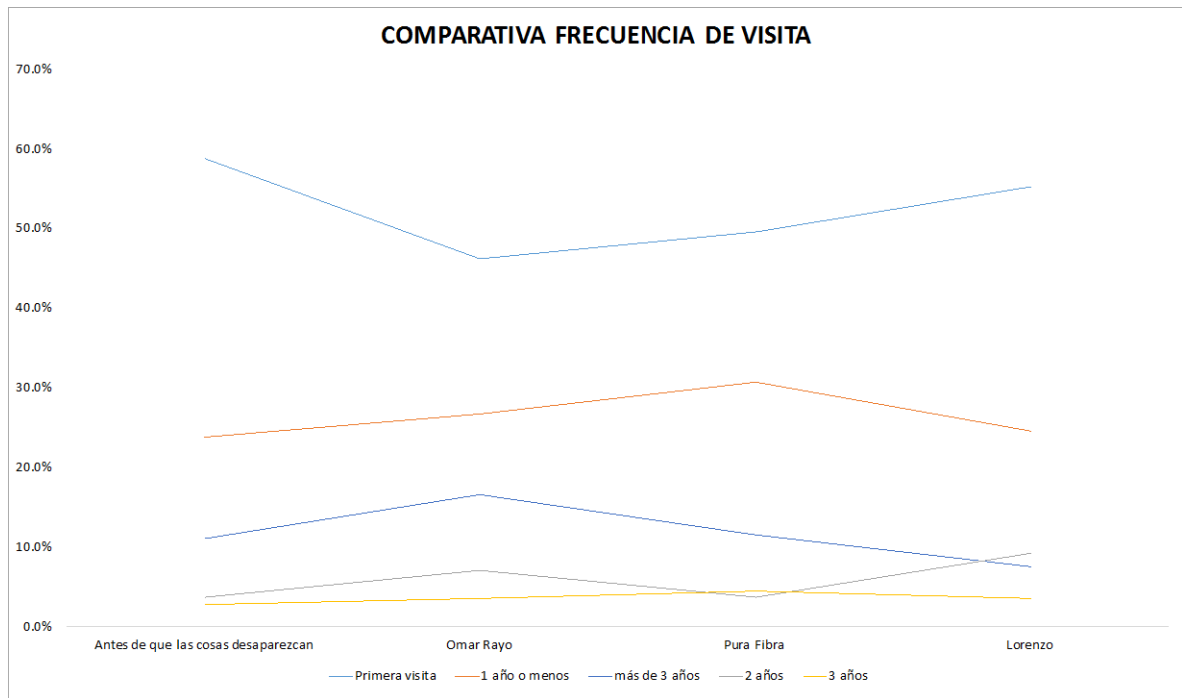
**Tabla 4.1 Frecuencia de la visita al Museo**

<b>Es su primera visita al Museo</b>	<b>Hace cuántos años fue su última visita</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>NO</b>	1 año o menos	98	24,5%
	2 años	37	9,3%
	3 años	14	3,5%
	más de 3 años	30	7,5%
<b>SI</b>	No aplica	221	55,3%
<b>Total general</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

En la Gráfica 9.1 podemos observar la comparativa de frecuencia en las últimas exposiciones temporales. Al analizar la gráfica se observa lo siguiente:

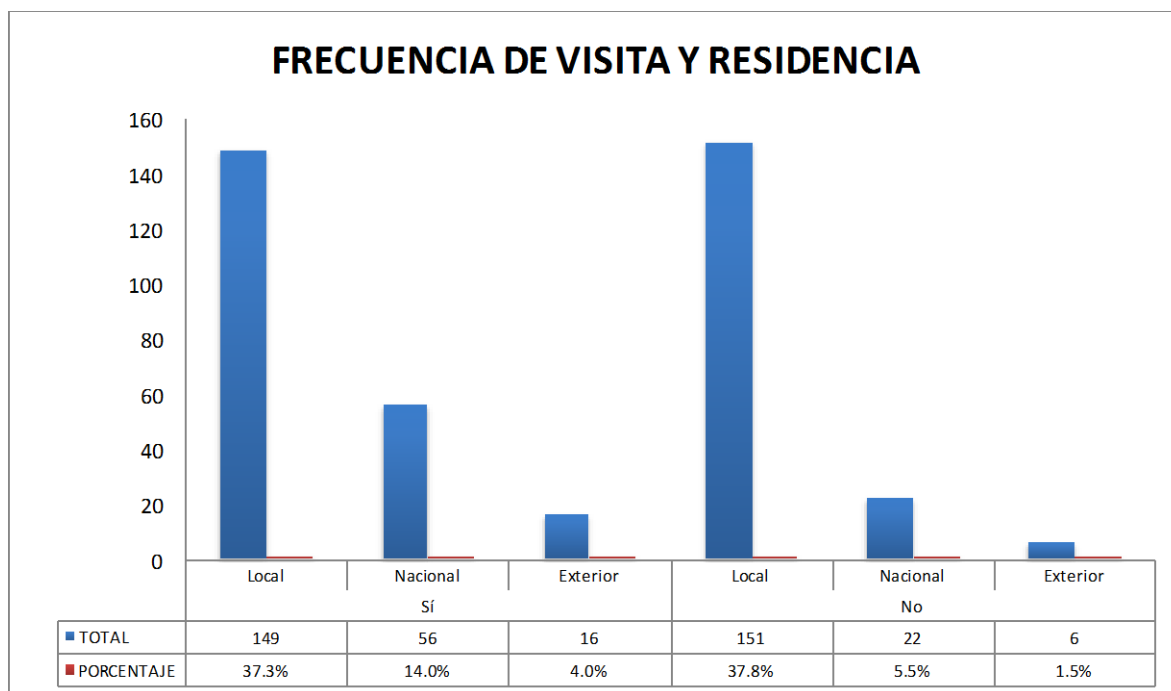
- Los visitantes nuevos han mantenido una participación por encima del 46%, siendo la participación más alta en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan (58,8%) seguida por Lorenzo, no como los otros (55,3%).
- Por su parte, las personas que visitaron el Museo en el último año han mantenido una participación promedio del 26,5%, siendo la exposición Pura Fibra su participación más alta (30,8%)
- Quienes visitaron el Museo en los dos últimos años tuvieron una participación baja en las exposiciones Antes de que las cosas desaparezcan y Pura Fibra (3,8% para cada una); sin embargo, en las exposiciones de Omar Rayo y Lorenzo, no como los otros esta participación aumentó 3,2% y 5,5% respectivamente.
- Quienes han visitado el Museo en los últimos tres años mantienen una baja participación con un promedio del 3,6%, sin embargo en Pura Fibra el promedio fue un poco mas alto siendo 4,5% de la población encuestada.
- Finalmente, quienes han acudido al Museo de cuatro años en adelante, mantenían una representación por encima del 11%, siendo Rayo la exposición con el porcentaje más alto (16,5%); sin embargo su participación disminuyó considerablemente en la exposición Lorenzo, no como los otros (7,5%).

**Gráfica 9.1 Comparativa frecuencia de visita**



Ahora bien, si hacemos un comparativo ente la frecuencia de visita al Museo y el lugar de residencia de los visitantes, podemos observar en la Gráfica 9.2, que de los visitantes antiguos el 84,36% reside en Bogotá, el 12,29% en diferentes ciudades del país y el 3,35% reside en el exterior. Así mismo, se puede observar que de los visitantes nuevos, el 67,42% indicó vivir en Bogotá, el 25,34% en diferentes ciudades del país y el 7,24% reside en el exterior.

**Gráfica 9.2 Frecuencia de la visita y Residencia**



Al analizar los visitantes frecuentes y su lugar de residencia, podemos ver en la Tabla 4.2, que de los visitantes que residen en Bogotá y ya habían visitado el Museo, el 24,8% lo visitó hace menos de un año, el 5,5% hace dos años, el 3,3% hace 3 años y el 14,3% lo visitó por última vez hace más de tres años. Por su parte, de los visitantes que indicaron residir en las diferentes ciudades del país y haber visitado el Museo con anterioridad, el 1,8% lo visitó hace un año, el 1,5% hace dos años, el 0,3% hace tres años y el 2% hace más de tres años.

**Tabla 4.2. Residentes antiguos y frecuencia de visita al Museo**

TIPO DE VISITANTE	ÚLTIMA VISITA	RESIDENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
<b>ANTIGUO</b>	<b>1 año o menos</b>	Local	83	20,75%
		Nacional	12	3%
		Exterior	3	0,75%
		<b>Total 1 año o menos</b>	<b>98</b>	<b>24,5%</b>
	<b>2 años</b>	Local	31	7,75%
		Nacional	4	1%
		Exterior	2	0,5%
		<b>Total 2 años</b>	<b>37</b>	<b>9,25%</b>
	<b>3 años</b>	Local	12	3%
		Nacional	1	0,25%
		Exterior	1	0,25%
		<b>Total 3 años</b>	<b>14</b>	<b>3,5%</b>
	<b>más de 3 años</b>	Local	25	6,25%
		Nacional	5	1,25%
		<b>Total más de 3 años</b>	<b>30</b>	<b>7,5%</b>
<b>Total</b>			<b>179</b>	<b>44,75%</b>
<b>NUEVO</b>		Local	149	37,25%
		Nacional	56	14%

	Exterior	16	4%
<b>Total</b>		<b>221</b>	<b>55,25%</b>
<b>Total</b>		<b>186</b>	<b>55,25%</b>
<b>Total general</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

## Divulgación

En este apartado se les preguntó a los visitantes ¿cómo se enteraron de la exhibición *Lorenzo, no como los otros?*, esto con el fin de conocer la efectividad de los diferentes medios de divulgación que son empleados para dar a conocer a las personas las diferentes exposiciones llevadas a cabo en el Museo.

Al respecto, el Museo realiza un gran esfuerzo para mantenerse en contacto con universidades, colegios y medios de comunicación, para dar a conocer las actividades que se están realizando y las exposiciones nuevas.

Para ser más específicos, el Museo lleva a cabo una jornada pedagógica, través de la cual socializa la exposición y la oferta educativa, la cual está dirigida a los profesores de las distintas instituciones, quienes tienen contacto directo con los estudiantes. En relación con los medios de comunicación, el Museo informa acerca de la muestra mediante el sitio web, comunicados de prensa para lograr *free press*, boletines informativos para suscriptores y mensajes en redes sociales.

Respecto a la exposición *Lorenzo, no como los otros*, el 46% de las personas se enteró de la exposición en el Museo, es decir, no tenían conocimiento de que la misma estaba siendo exhibida en el Museo Nacional. En la Tabla 5.1 podemos observar que de las personas que tenían conocimiento previo de la exhibición, el 21,3% de las personas encuestadas se enteró a través de la Universidad o Colegio, el 17,8% se enteró a través de amigos o familiares, el 2,5 se enteró a través de la página web del museo, el 1,5% se enteró gracias al pendón ubicado en la fachada exterior del Museo, 1,5% gracias a la programación del museo, el 1,5% se enteró a través de los medios de comunicación y el 0,5% a través de redes sociales.

Respecto a la divulgación a través de diferentes medios podemos mencionar lo siguiente:

- El 54% de las personas encuestadas tenía conocimiento de la exposición antes de acudir al Museo.
- Las universidades y los colegios, al igual que los amigos y familiares, tuvieron un impacto importante en la divulgación de la exposición.



- Los medios de comunicación tuvieron un impacto bajo en la divulgación de la exposición con una participación del 0,26% para cada medio de comunicación mencionado por los encuestados (El Tiempo, Canal UNO, Caracol, City TV, Emisora).
- La página web del Museo tuvo un impacto en la divulgación de la exposición del 2,5% para la exposición *Lorenzo, no como los otros*, mientras que el pendón tuvo una participación del 1,5%.

**Tabla 5.1 Divulgación**

<b>Cómo se enteró de la muestra</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
En el Museo	184	46%
Universidad o Colegio	85	21,3%
Amigos y familiares	71	17,8%
Otro	30	7,8%
Página Web del Museo	10	2,5%
Pendón	6	1,5%
Programación del Museo	6	1,5%
Medios de comunicación	5	1,3%
Redes sociales	2	0,5%
<b>Total general</b>	<b>400</b>	<b>100.0%</b>

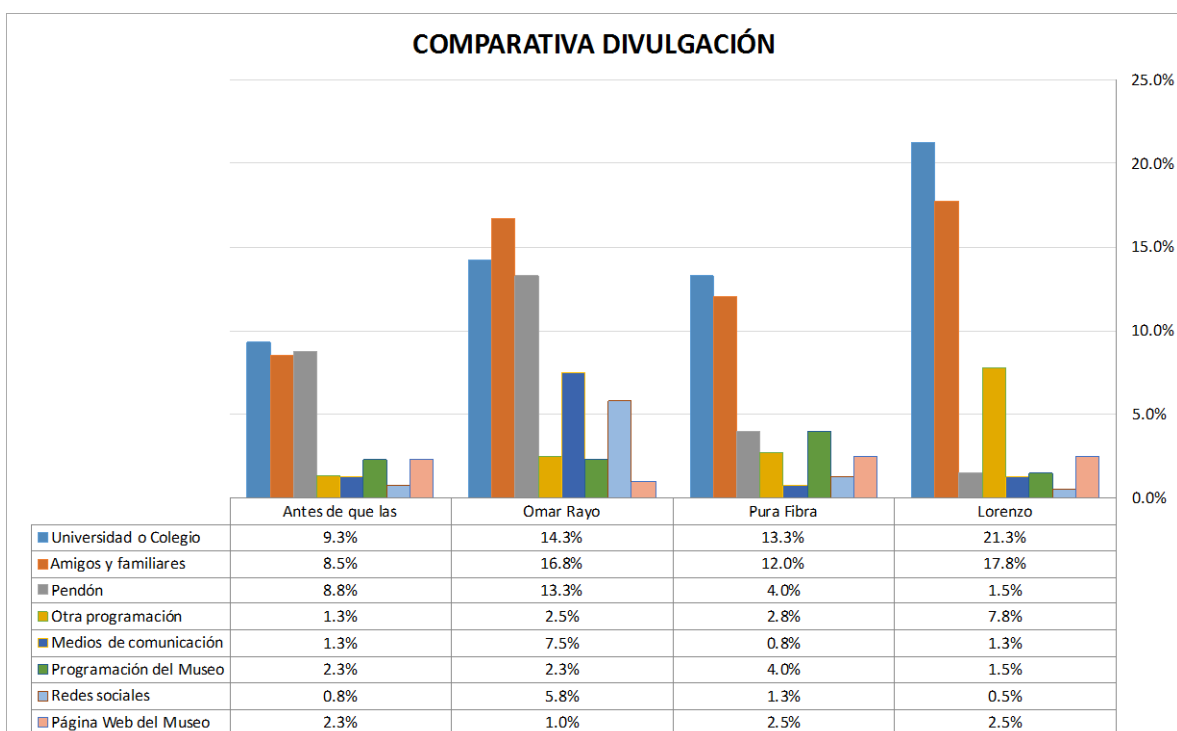
Al comparar los datos con los de los últimos estudios de públicos (Gráfica 10.1), podemos observar cómo ha sido el comportamiento de la divulgación de los diferentes medios (sin incluir a las personas que se enteraron en el Museo).

En la Gráfica 10.1 observamos lo siguiente:

- La divulgación a través de la universidad y colegio varía según la temática de la exposición. En la exposición de Lorenzo, no como los otros presenta la participación más alta entre las últimas cuatro exposiciones con 21,3%.
- Los amigos y familiares tienen, en promedio, una importancia en la divulgación alrededor del 13,8%. Sin embargo, en Lorenzo, no como los otros tuvo la participación más alta con 17,8%, seguida por Rayo con un 16,8%.
- La divulgación a través de la página web del Museo mantiene un promedio de 2,4% en las exposiciones Antes de que las cosas desaparezcan, Pura Fibra y Lorenzo. Sin embargo, su participación fue baja en la exposición Omar Rayo: geometría vibrante, ubicándose 1,5% por debajo del promedio.

- El pendón tuvo un impacto importante en la divulgación de las exposiciones de Omar Rayo (13,3%) y Antes de que las cosas desaparezcan (8,8%), sin embargo, esta ha ido disminuyendo; en la exposición Pura Fibra la participación del pendón fue del 4%, llegando a su participación más baja en la exposición Lorenzo, no como los otros, con una participación del 1,5%.
- La divulgación a través de los medios de comunicación ha sido considerablemente baja en las últimas exposiciones, con una participación por debajo del 1,3%, exceptuando la exposición de Omar Rayo donde la divulgación a través de los medios de comunicación tuvo un impacto importante (7,5%).
- Las redes sociales han representado un grupo pequeño de los encuestados, los cuales, en promedio, han sido el 2,1% del total de la muestra en las últimas exposiciones. No obstante lo anterior, la divulgación en redes sociales tuvo un impacto importante en la exposición de Rayo, 3,7% por encima del promedio, lo cual puede explicarse por el siguiente factor: un grupo importante de personas se comunica con el Museo a través de las redes sociales y utiliza ésta como su principal fuente de contacto con el mismo y sus exposiciones.

**Grafica 10.1 Comparativa divulgación**



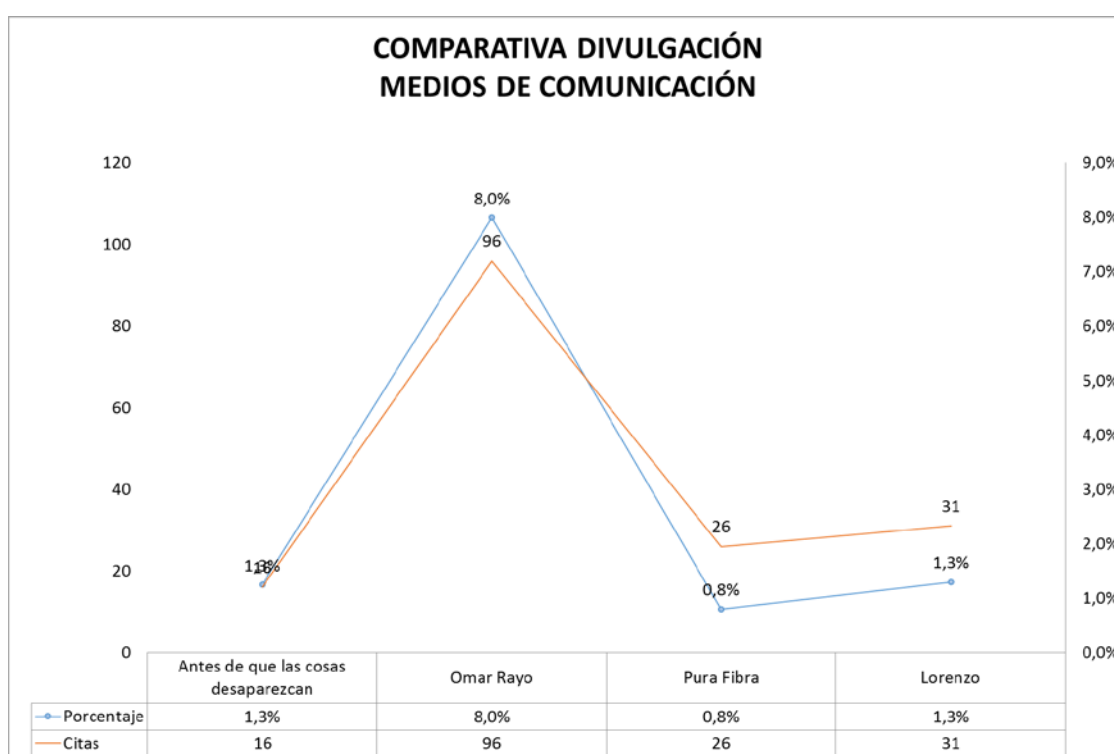
## Divulgación en los medios de comunicación

Respecto a la divulgación de la exposición en los medios de comunicación, La exposición fue mencionada 31 veces en medios de comunicación como El Tiempo, Semana, Caracol Radio, Publimetro y RCN Televisión.

Con la divulgación en Facebook, Twitter e Instagram, se buscó mostrar a los seguidores aspectos de Lorenzo Jaramillo y sus obras, más allá de las fichas técnicas. Para ello, se tomaron detalles de las piezas, se les formularon preguntas a los seguidores sobre lo que veían y se crearon imágenes en formato GIF, entre otras acciones. Además, durante la última semana de la exposición, se produjo un video que propuso un corto recorrido por la sala. Todos los contenidos se compartieron con el numeral #NoComoLosOtros.

En la página web del Museo Nacional de Colombia, la muestra contó con un micro-sitio en el que los visitantes podían consultar información general, horarios, galería de imágenes y las actividades educativas y culturales.

**Grafica 10.1 Comparativa divulgación**



Al realizar un comparativo de la divulgación en los diferentes medios de comunicación (Gráfica 10.2), se evidencia 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, situación que se evidencia desde el estudio de Públicos de Pura Fibra y que permite dar a

conocer la importancia de los medios en la divulgación de las actividades y exhibiciones que se llevan a cabo en el Museo.

En la Tabla 5.2, observamos los medios de comunicación a través de los cuales las personas tuvieron conocimiento de la exposición: un total de 5 personas, correspondientes al 1,3% del total de la muestra, dijeron enterarse a través de los medios de comunicación.

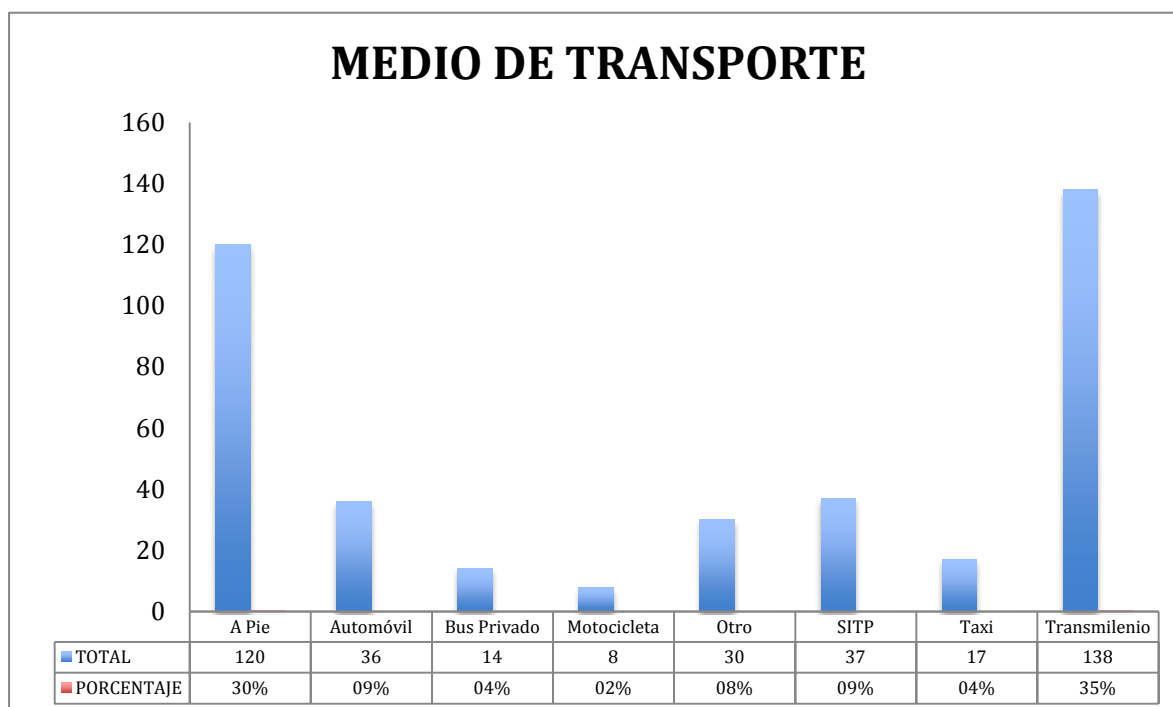
**Tabla 5.2. Medios de comunicación**

Medio de comunicación	Total	Porcentaje
Canal UNO	1	0,3%
Caracol	1	0,3%
City TV	1	0,3%
El Tiempo	1	0,3%
Emisora	1	0,3%
<b>Total general</b>	<b>5</b>	<b>1,3%</b>

### Medio de transporte

Al consultar al público de la exhibición acerca del medio de transporte que utilizó para llegar al Museo, encontramos que el 34,5% llegó en Transmilenio, el 30% a pie, el 9,3% utilizó el bus público (SITP), el 9% automóvil, el 4,3% llegó en taxi, el 3,5% llegó en bus privado y el 2% en motocicleta.

**Gráfica 10 Medio de Transporte**



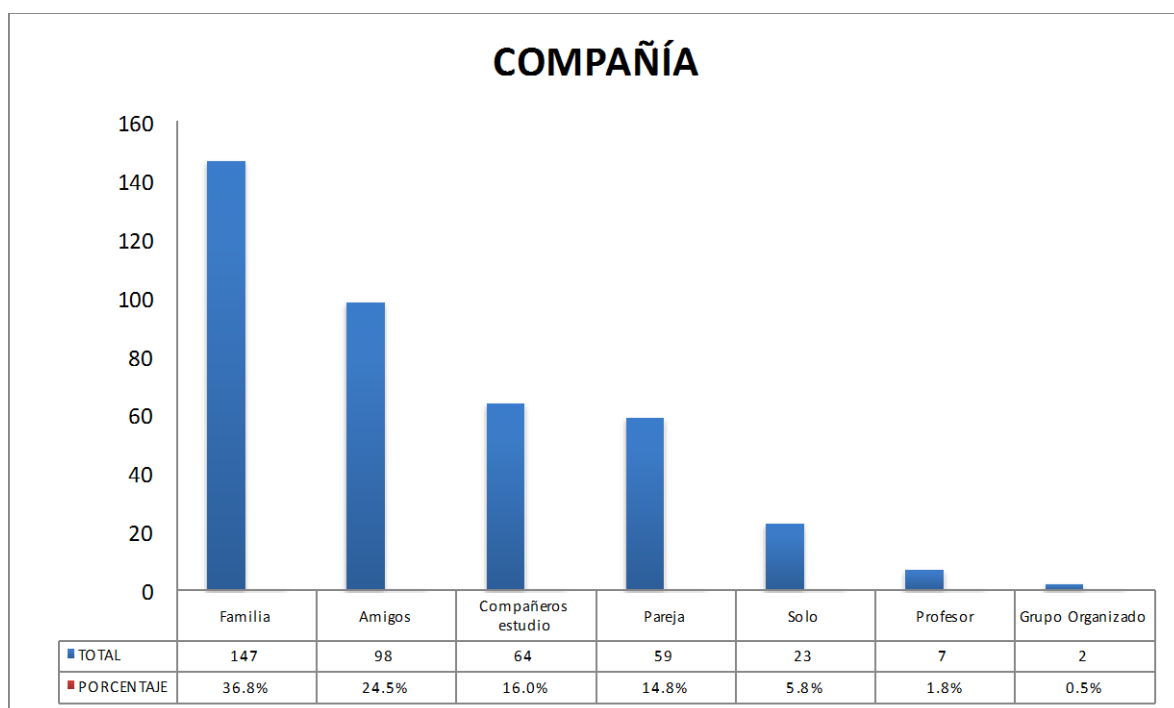
En las últimas exposiciones los medios de transporte para llegar al Museo que predominan son caminar o el transporte público (Transmilenio, SITP) con promedios de 33,1% y 29% respectivamente.

Al analizar los datos de las 120 personas que dijeron llegar a pie al Museo, encontramos que 23 de éstas residen en barrios cercanos al Museo, como lo son Chapinero (10 personas), La Candelaria (6 personas), y Teusaquillo (7 personas).

## Compañía

En relación con la compañía, en la Gráfica 11.1 observamos que del total de la muestra el 36,8% asistió al Museo con la familia, el 24,5% de las personas encuestadas visitó la exposición con amigos, el 16% acudió con compañeros de estudio, el 14,8% con la pareja, el 5,8% visitó el Museo solo, el 1,8% con un profesor y el 0,5% con un grupo organizado.

Gráfica 11.1 Compañía

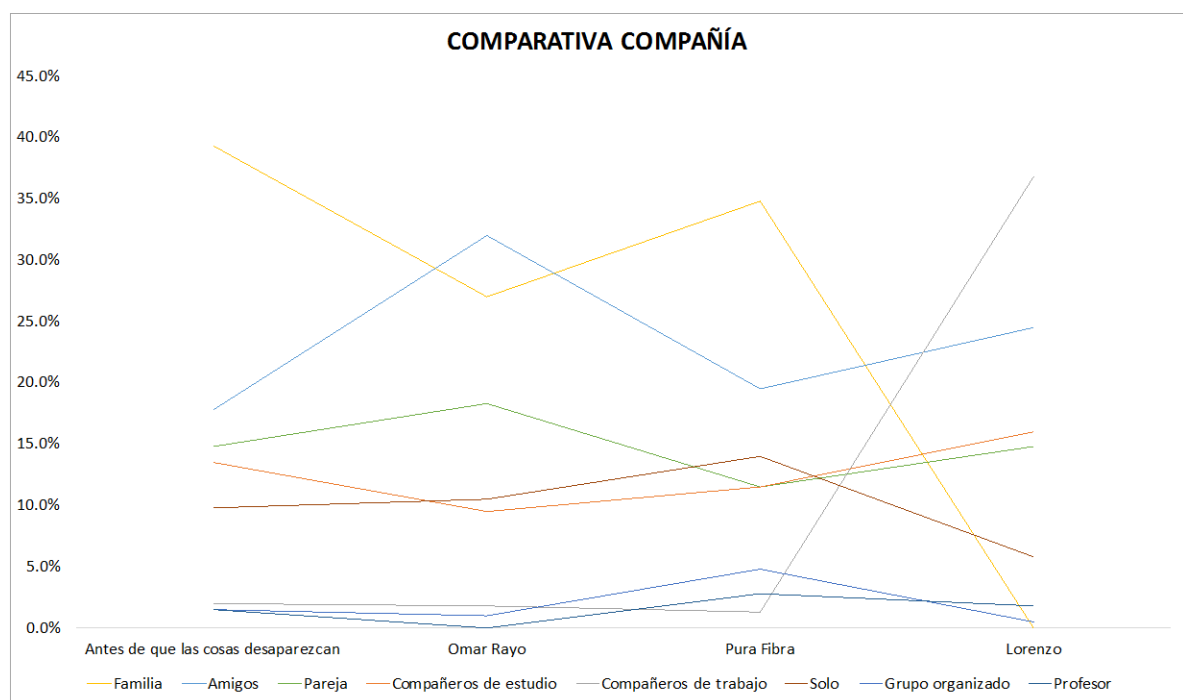


Al comparar los datos de los estudios de público (Gráfica 11.2) encontramos lo siguiente:

- El porcentaje de personas que asistieron con su familia al Museo, el grupo más grande en las exposiciones, exceptuando Omar Rayo, ha mantenido una participación por encima del 32%, teniendo su porcentaje más significativo en Antes de que las cosas desaparezcan (39,3%) y el más bajo en Omar Rayo (27%).

- Las personas que asisten con amigos al Museo son el segundo grupo más representativo, los cuales tuvieron la participación más baja en Antes de que las cosas desaparezcan (17,8%); sin embargo, en Omar Rayo fueron el grupo más representativo (32%).
- Las personas que acuden al Museo acompañadas por su pareja, son el tercer grupo más grande la muestra, representando en promedio el 14,8% de las personas encuestadas. Este grupo tuvo la representación más alta en Omar Rayo (18,3%) y la más baja en Pura Fibra (11,5%).
- Los visitantes que acudieron al Museo Nacional acompañados por compañeros de estudio han tenido una representación en promedio del 12,6% de las personas encuestadas. Este grupo tuvo la representación más alta en Lorenzo, no como los otros (16%) y la más baja en Omar Rayo (9,5%).
- Las personas que acuden al Museo con compañeros de trabajo o el profesor están en promedio en el 1,3% y 1,5% de la muestra respectivamente. Por su parte, quienes acuden en un grupo organizado, llegan al 1,9% en promedio.

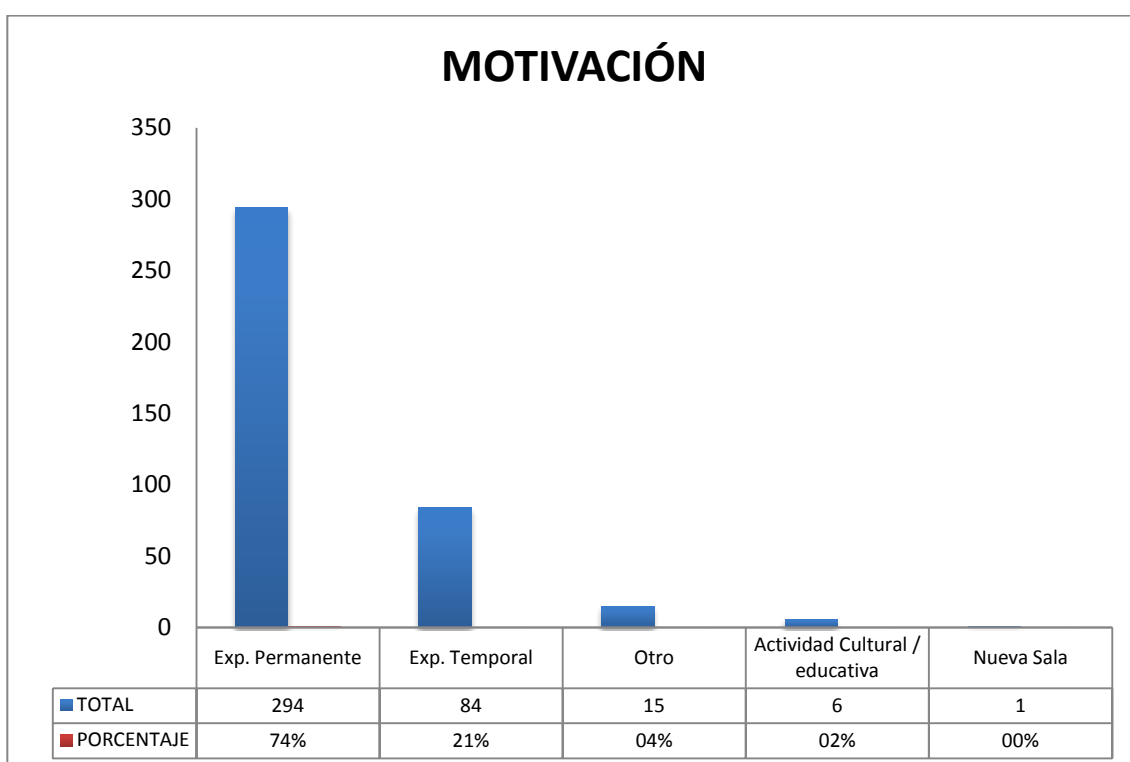
**Gráfica 11.2 Comparativa compañía**



## Motivo de visita al Museo

Con relación al motivo de visita al Museo (Gráfica 12), del total de personas que participaron en la encuesta, el 73,5% del público encuestado acudió a visitar la exposición permanente (294 personas correspondientes al 73,5%), es decir, vinieron motivados por el contenido de arte, historia, arqueología y etnografía que se encuentra en las salas que dan cuenta de la historia política y cultural del país. En segundo lugar, se encuentran las personas que indicaron como motivo principal haber asistido al Museo para ver la exposición temporal *Lorenzo, no como los otros* (84 personas correspondientes al 21%), ya que tenían interés en conocer más de la obra de Lorenzo y su trayectoria artística. Por otro lado, el 1,5% de las personas asistió a alguna actividad cultural o educativa organizada en el Museo y el 0,3% vino a visitar la nueva *sala de Tierra como recurso*.

Gráfica 12 Motivo de visita al Museo

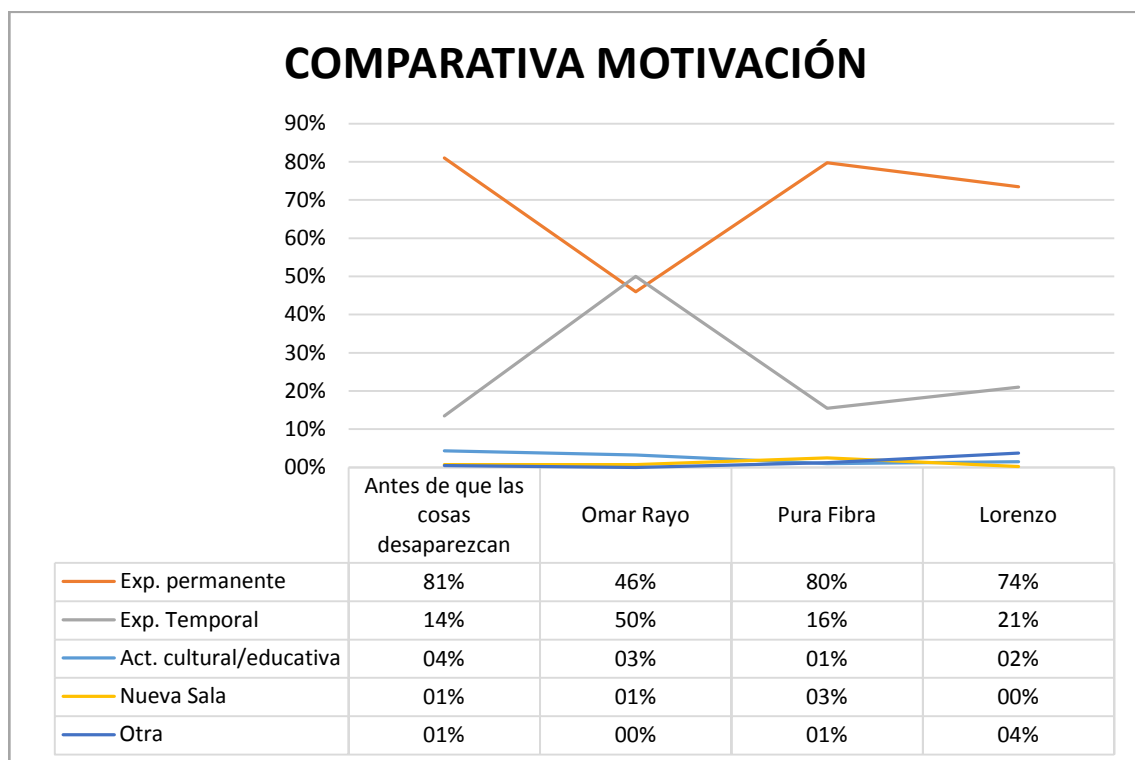


En comparación con las exposiciones temporales anteriores, vemos en la Gráfica 12.2, que el porcentaje de personas motivado por la exposición en la sala temporal ha tenido un comportamiento que fluctúa según la exposición, pasando 13,5% en Antes de que las cosas desaparezcan, al 50% en Omar Rayo: geometría vibrante, el 15,5% en Pura Fibra y el 21% en Lorenzo, siendo en promedio el 25% de motivación de los encuestados.

En lo que respecta al grupo de personas motivadas por las actividades culturales realizadas durante cada exposición temporal, observamos que en las última exposiciones (Pura Fibra y Lorenzo) el número de personas que indicó asistir motivado por estas actividades disminuyó el 2,5% en promedio.

Respecto a la comparativa de la motivación de visita, no se ve una clara relación en la temática de las exposiciones temporales y el interés del público en asistir al Museo motivado por las mismas, ya que, aunque las últimas exposiciones están relacionadas con artistas colombianos, el desarrollo del arte en Colombia y Latinoamérica y los diferentes momentos de coleccionismo en el Museo Nacional, el porcentaje de personas motivadas por estas temáticas en cada exposición varía significativamente.

**Gráfica 12.2 Comparativa motivo de visita al Museo**



Una vez se le preguntó al público el motivo de visita al Museo, se le pidió indicar el interés particular en visitar el Museo. Las respuestas de los encuestados se clasificaron según el interés en: Académico, Compañía, Conocer el Museo, Aprendizaje Cultural, Ocio, Artista Turismo y Otro.

Las personas que asistieron motivadas por la exposición permanente, vinieron, en su mayoría, a conocer el Museo (36%), así mismo, vinieron para obtener un aprendizaje cultural de la historia del país (14,3%), ocio (8%), motivos académicos (6,5%), turismo (2,3%) o a acompañar a otro visitante (2%).



Quienes vinieron motivados por la exposición Lorenzo, no como los otros, acudieron al Museo motivados por conocer la historia y obra del artista (5,8%), obtener un aprendizaje cultural (3%), motivos académicos (2,8%), ocio (0,3%), entre otros.

**Tabla 7.1. Interés por visitar el Museo Nacional.**

Motivación	Clasificación	Interés visita	TOTAL	PORCENTAJE
<b>Exposición permanente</b>				
		Conocer el Museo	144	36,0%
		Aprendizaje cultural	57	14,3%
		Ocio	32	8,0%
		Académico	26	6,5%
		NR	15	3,8%
		Turismo	9	2,3%
		Compañía	8	2,0%
		Otro	3	0,8%
<b>Total Exposición permanente</b>			<b>294</b>	<b>73,5%</b>
<b>Lorenzo, no como los otros</b>				
		NR	24	6,0%
		Artista	23	5,8%
		Aprendizaje cultural	12	3,0%
		Académico	11	2,8%
		Conocer el Museo	7	1,8%
		Ocio	5	1,3%
		Turismo	1	0,3%
		Otro	1	0,3%
<b>Total Lorenzo, no como los otros</b>			<b>84</b>	<b>21%</b>
<b>Actividad cultural/educativa</b>				
		Académico	5	1,3%
		Otro	1	0,3%
<b>Total Actividad cultural/educativa</b>			<b>6</b>	<b>1,5%</b>
<b>Nueva sala de Memoria y Nación</b>				
		Conocer el Museo	1	0,3%
<b>Total Nueva sala de Memoria y Nación</b>			<b>1</b>	<b>0,3%</b>
<b>Otra</b>				
		Otro	15	3,8%
<b>Total Otra</b>			<b>15</b>	<b>3,8</b>
<b>Total general</b>			<b>400</b>	<b>100%</b>

## SERVICIOS DEL MUSEO



En este capítulo se le solicitó a los visitantes que indicaron haber recibido un servicio educativo durante el recorrido de la sala indicar el nivel de participación que propició el mismo e indicar la importancia de propiciar la participación de los visitantes con los servicios educativos que reciben.

Así mismo, se solicitó a los visitantes calificar lo efectiva y enriquecedora que fue la interacción entre estos y la exposición (obras, personas de apoyo, espacio, información ofrecida, servicios especializados).

### **Servicios educativos**

El Museo diseña estrategias para que el público se aproxime de una manera distinta a las exposiciones. Este servicio está a cargo del grupo de monitores de la División Educativa y Cultural, quienes cuentan con una sólida formación sobre los contenidos de las colecciones y la atención a los públicos<sup>7</sup>.

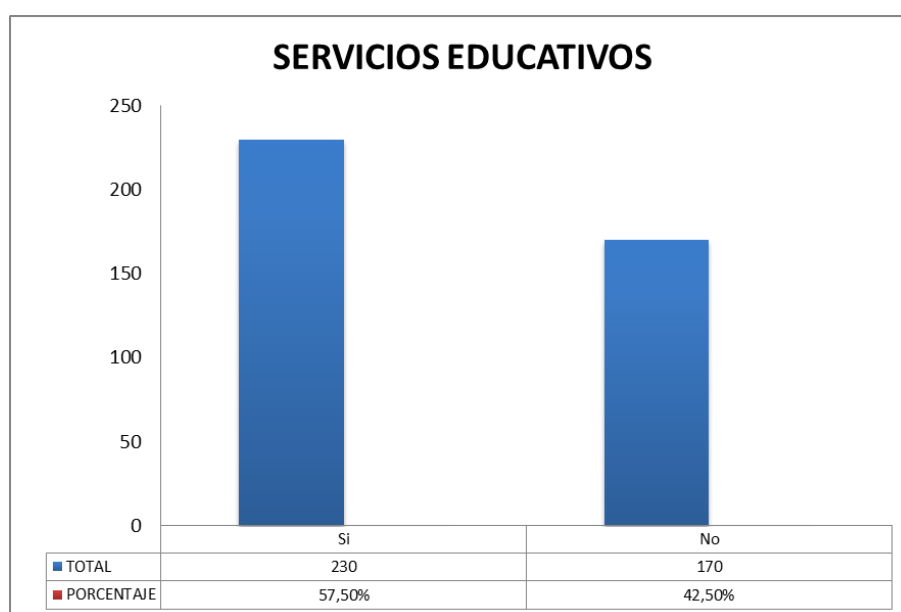
---

<sup>7</sup> <http://www.museonacional.gov.co/su-visita/visitas-comentadas/Paginas/default.aspx>

Durante la exposición se ofrecieron un total de 3.662 servicios educativos y culturales, los cuales beneficiaron a 21.710 visitantes. Entre las actividades, se realizaron talleres para familias, personas en situación de discapacidad y adultos mayores; visitas especializadas, conciertos y presentaciones de artes escénicas. Además, Rosario Jaramillo, hermana de Lorenzo, presentó dos performances en homenaje a su hermano.

En esta sección se les pidió a las personas encuestadas que habían recibido un servicio educativo durante el recorrido por la exhibición, ya bien hubiese sido una charla introductoria, asesoría, taller o visita comentada, que la calificaran según su satisfacción y la importancia de la misma.

**Gráfica 14.1 Servicios educativos**

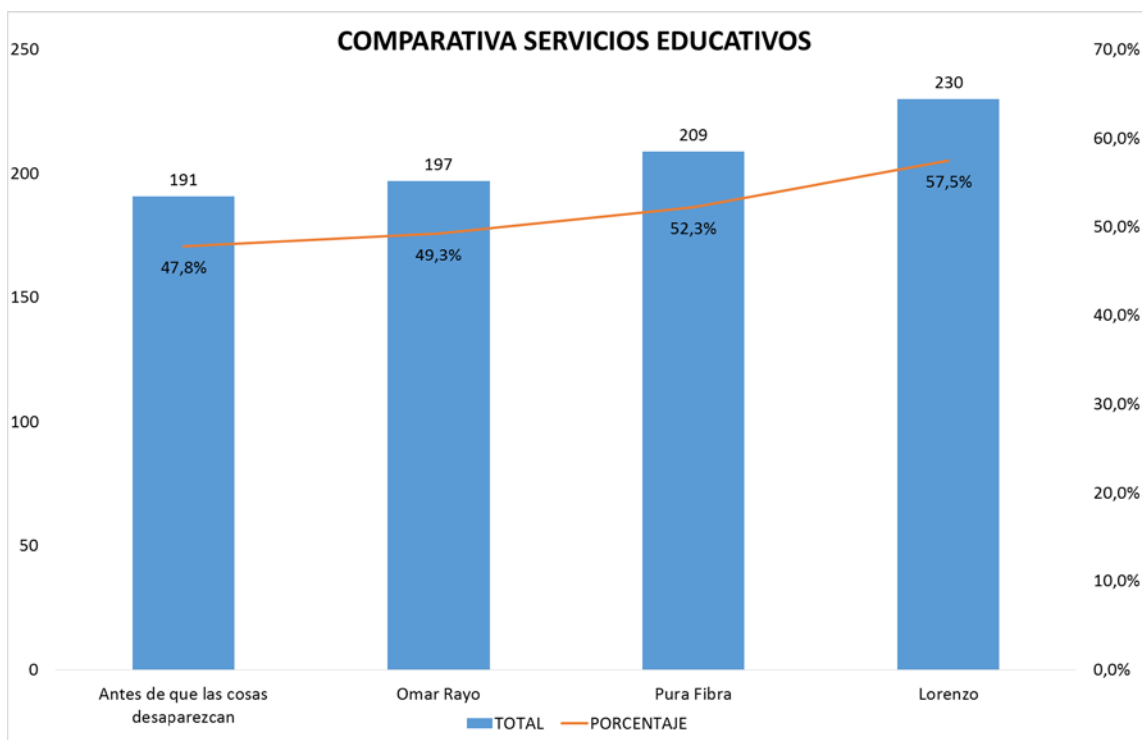


En la Gráfica 14.1, se puede observar que un total de 230 personas se beneficiaron de alguno de los servicios educativos, es decir, el 57,5% de los visitantes encuestados, un 5% más de las personas que recibieron servicios educativos en la exposición *de Pura Fibra*. Al respecto, algunos visitantes mencionaron la importancia de un mayor número de monitores disponibles dentro de la sala, así como monitores con mayor disposición para atender al público.

Al comparar el número de personas que indicó beneficiarse de alguno de los servicios educativos que se ofrecieron durante las últimas exposiciones temporales, encontramos que en la exposición *Antes de que las cosas desaparezcan* el 48% de las personas encuestadas recibió un servicio educativo, en Omar Rayo un total del 49,3% de los encuestados se benefició de un servicio educativo, en *Pura Fibra* este porcentaje aumentó y llegó al 52,3% y en Lorenzo fue del 57,5%, siendo la exposición en donde más servicios educativos se han ofrecido.

Este porcentaje se encuentra 6 puntos porcentuales por encima del promedio de las últimas cuatro exposiciones (51,7% promedio) y muestra un aumento importante en el número de servicios educativos ofrecidos en las últimas exposiciones, lo cual resulta de las políticas del Museo de tener siempre monitores disponibles en la sala de exposiciones temporales.

**Gráfica 14.2 Comparativa Servicios educativos**

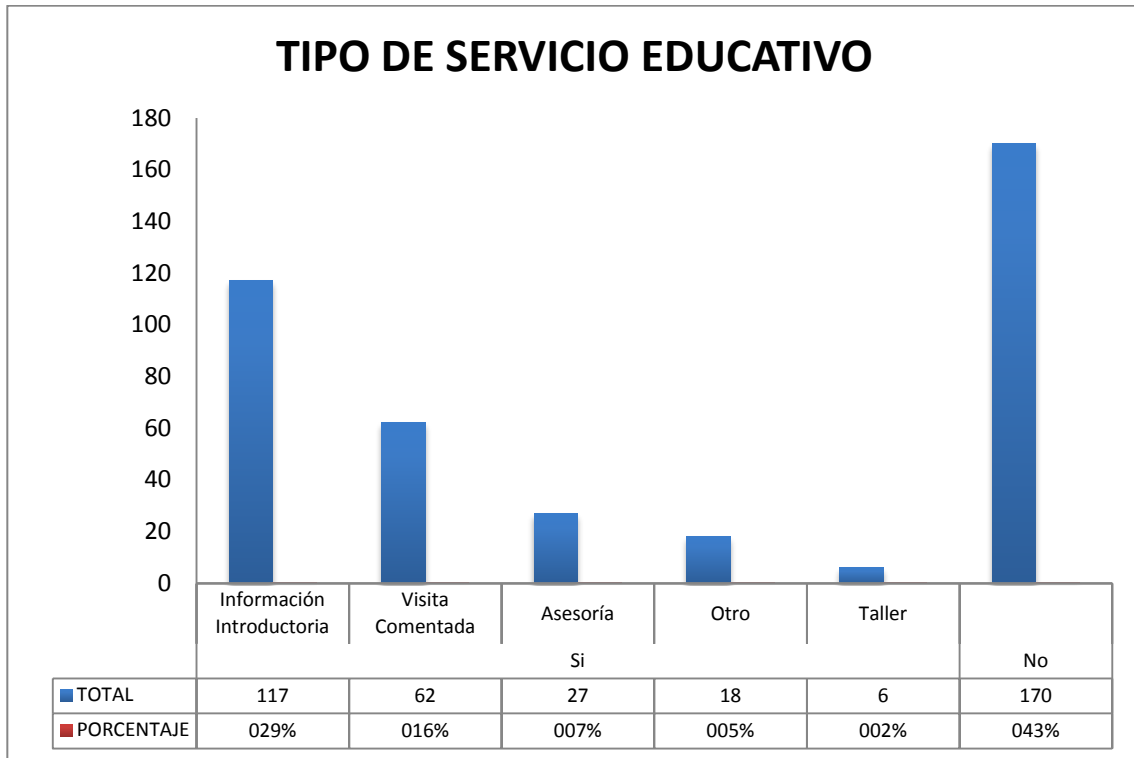


En la Gráfica 14.3, se pueden observar cada uno de los servicios educativos recibidos por los visitantes. Al respecto, podemos concluir lo siguiente:

- Un total de 117 personas encuestadas se beneficiaron de las charas introductorias, es decir, el 29,25% de la muestra. Este servicio consistía en dar una introducción acerca del artista Lorenzo Jaramillo y explicar la organización de la sala.
- El segundo servicio que más recibieron las personas encuestadas fueron las visitas comentadas, de las cuales se benefició el 15,5% de las mismas; esta visita consistió en un recorrido completo, guiado por un monitor, quien de manera detallada daba cuenta de vida y obra del artista Lorenzo Jaramillo, así como la historia detrás de las piezas que componían la muestra.

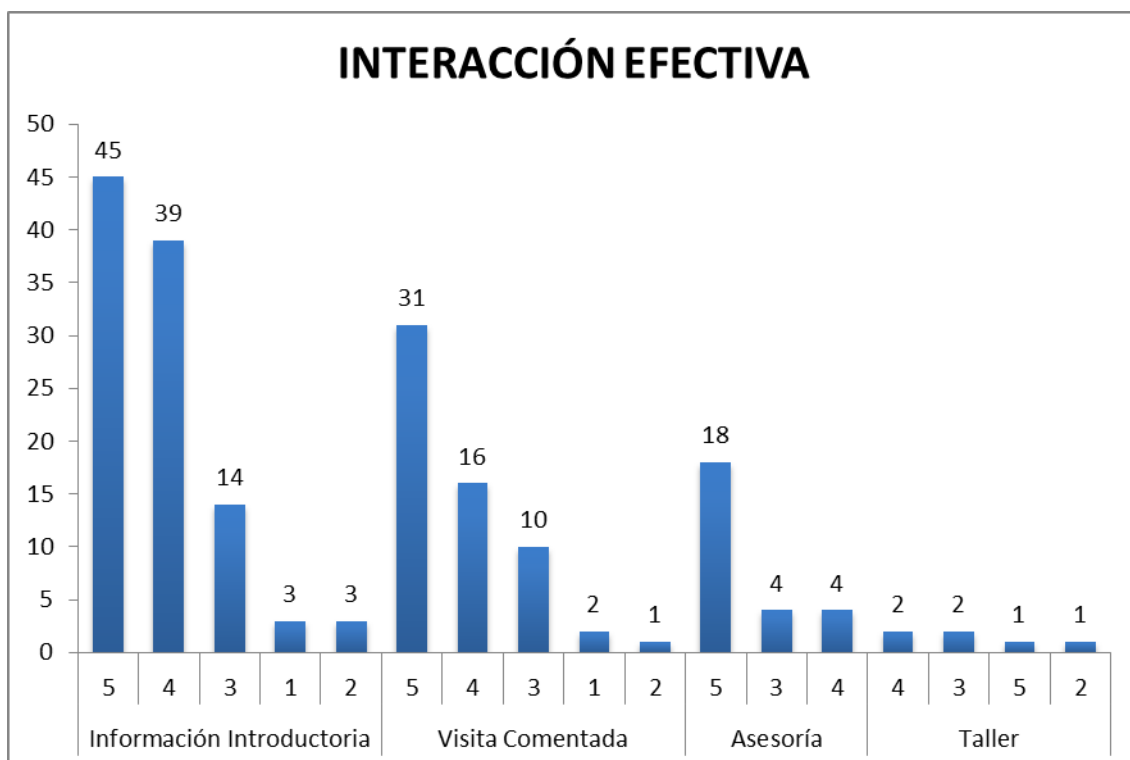
- Un 6,75% de los encuestados se benefició de asesorías a lo largo del recorrido. Estos visitantes tuvieron la oportunidad de acudir a los monitores para aclarar algunas dudas que surgieron durante la visita o ampliar la información respecto al artista u obra específica.
- El 1,5% de los encuestados indicó participar en uno de los talleres dispuestos para la exposición Lorenzo, no como los otros.

**Gráfica 14.3 Segmentación servicios educativos**



Al pedirles a las personas que calificaran el servicio educativo de acuerdo a la efectividad de la interacción entre estos y el monitor, se obtuvieron los resultados que se observan en la Gráfica 14.4. En la gráfica se observa, que las personas que recibieron información introductoria dijeron, en su mayoría, que el servicio permitió una interacción muy efectiva (45 personas); las personas que recibieron una visita comentada, dijeron que la interacción entre estos y el servicio fue muy efectiva (31 personas); las personas que recibieron una asesoría dijeron, en su mayoría, que ésta fue muy efectiva (18 personas); y las personas que asistieron a alguno de los talleres relacionados con la exposición, dijeron que estos fueron en su mayoría efectivos y medianamente efectivos (2 personas cada calificación).

**Gráfica 14.4 Calificación Efectividad de la Interacción**

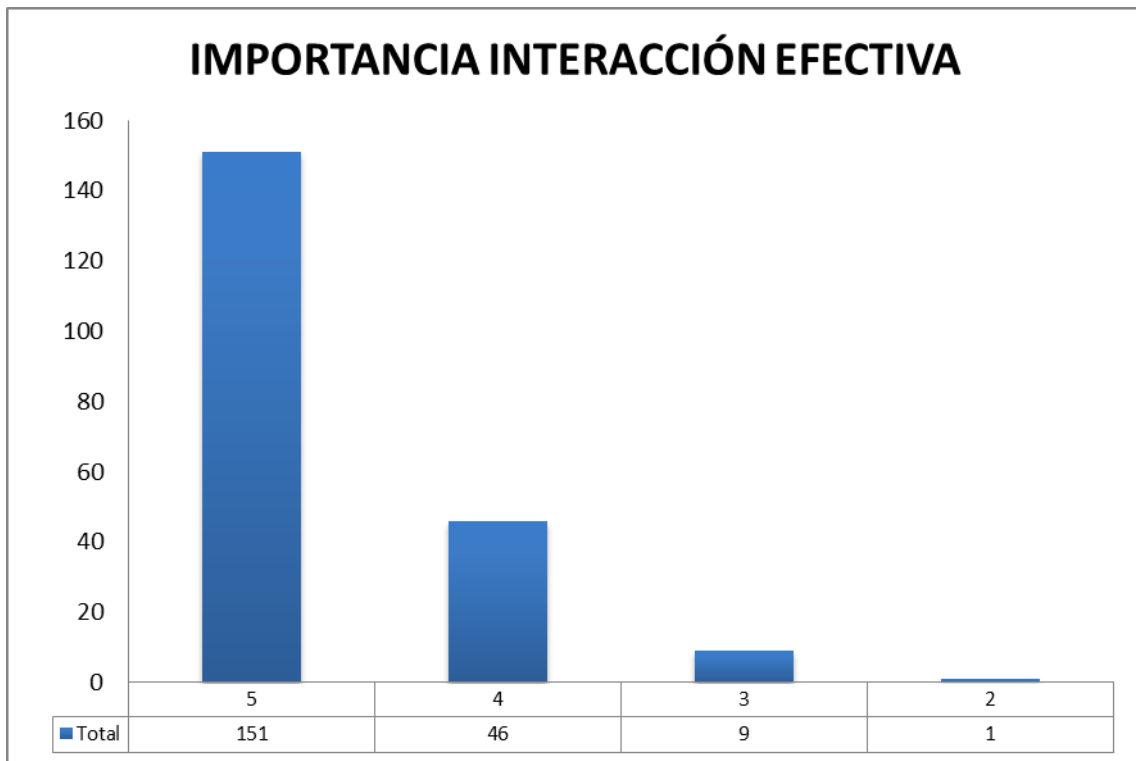


### Importancia de ofrecer servicios interactivos

Ahora bien, se le pidió al público encuestado calificar la importancia ofrecer servicios que propicien la interacción entre los visitantes y los monitores. Los servicios podían ser calificados, según lo mencionado anteriormente, de 1 a 5, siendo 1 irrelevante y 5 muy importante. Esta pregunta fue contestada por 206 personas de las que recibieron un servicio educativo y los resultados se observan en la Gráfica 14.5

Al respecto, se observa que un total de 151 personas consideran muy importante ofrecer un servicio educativo interactivo (calificación 5); 46 personas consideran que es importante, 9 personas lo consideran necesario (calificación 3) y 1 personas lo considera poco importante (calificación 2).

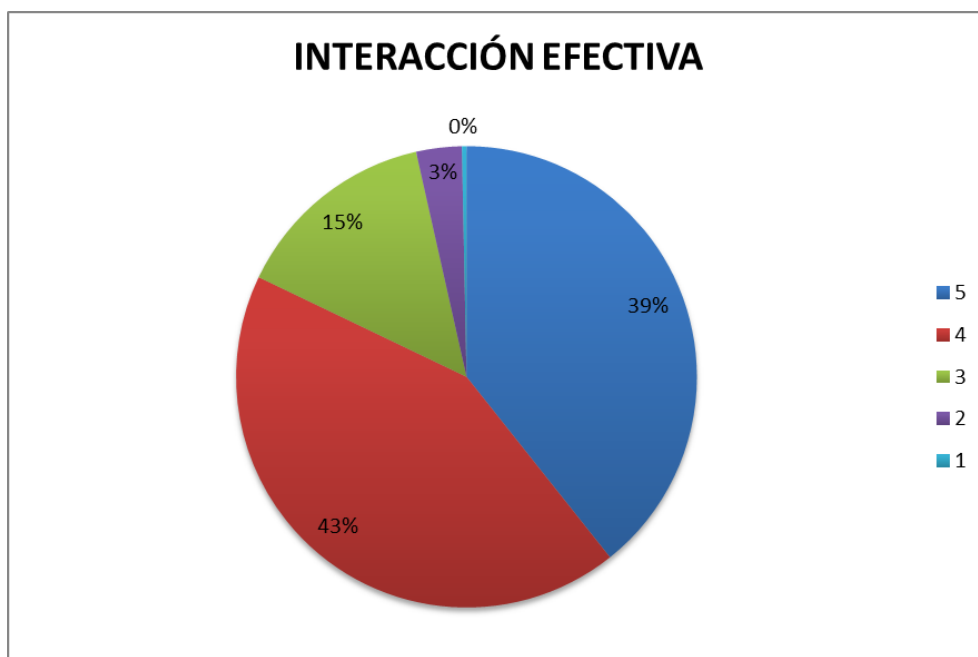
**Gráfica 14.5 Importancia de ofrecer servicios interactivos**



### Interacción entre el público y la exposición

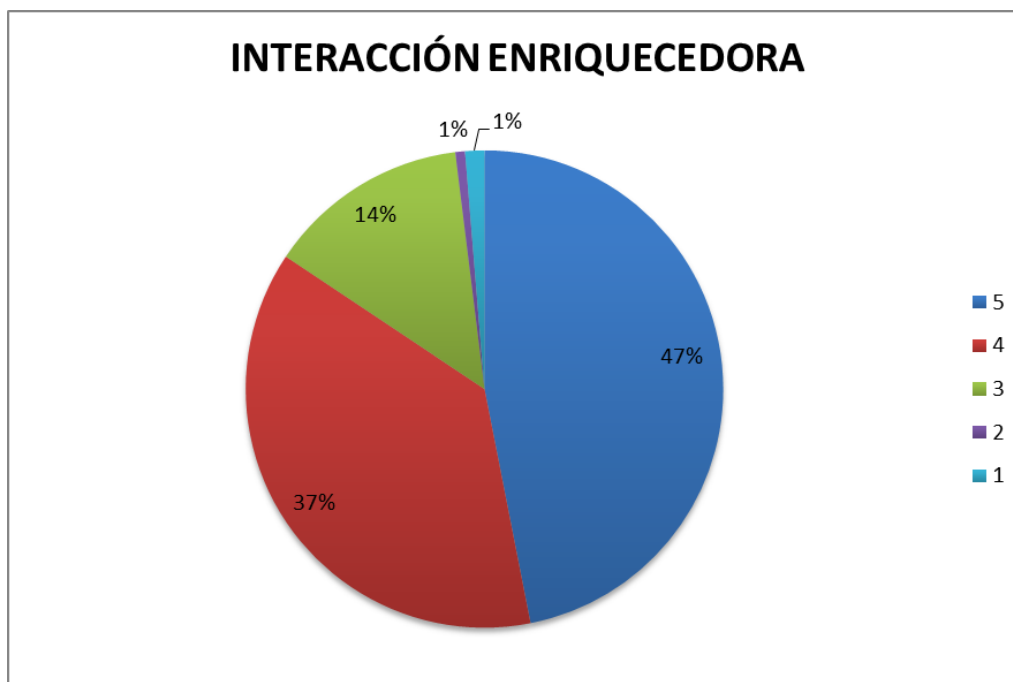
En este apartado se le pidió a las personas indicar si la interacción entre ellos y la exposición en su conjunto (obras, personal de apoyo, espacio, información ofrecida, servicios especializados) fue efectiva y enriquecedora.

**Gráfica 14.6 Interacción entre el público y la exposición (nivel de efectividad)**



Al respecto, 313 personas indicaron el nivel de interacción efectiva que tuvieron con la exposición; de estas personas, 124 personas indicaron que la interacción entre estos y la exposición fue muy efectiva (calificación 5); 134 personas indicaron tener un nivel de interacción efectivo (calificación 4); 45 personas indicaron que el nivel de interacción fue suficientemente efectivo (calificación 3); 10 personas dijeron que el nivel de interacción fue poco efectivo (calificación 2) y una persona indicó que el nivel de interacción con la exposición fue inefectivo.

**Gráfica 14.7 Interacción entre el público y la exposición (nivel de enriquecimiento)**



Según el nivel de interacción y lo enriquecedora que esta fue para los visitantes, en la Gráfica 14.7 observamos que de las 307 personas que contestaron esta pregunta, 144 consideran que la interacción con la exposición fue Muy enriquecedora (calificación 5), 115 personas consideran que la misma fue enriquecedora (calificación 4); 42 personas dijeron que la interacción fue suficientemente enriquecedora (calificación 3); 2 personas consideran que fue poco enriquecedora (calificación 2) y 4 personas que no fue enriquecedora (calificación 1).



## PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN



En este capítulo se analizaron con detalle las respuestas del público de acuerdo con su percepción de la exhibición Lorenzo, no como los otros: se analizaron los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición. Así mismo, se incluyeron las sugerencias que surgieron después de visitar la sala de exposiciones temporales y el nivel de satisfacción de los encuestados respecto a la muestra.

### **Nuevo Conocimiento**

En este apartado, los encuestados respondieron acerca de los nuevos conocimientos que adquirieron una vez visitaron la exposición Lorenzo, no como los otros. En la Tabla 10, podemos observar que un total de 375 personas respondieron esta respuesta, es decir, el 93,8% del total de la población encuestada, y las respuestas se clasificaron de acuerdo a las siguientes categorías: Vida y Obra Artista, Arte, Reflexión, Otro y Ninguno (Ver Tabla 10).

**Tabla 10 Elementos que gustaron al público**

<b>Elementos que gustaron al público</b>	<b>Total comentarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Vida y Obra Artista	274	73,1%
Arte	55	14,7%
Reflexión	23	6,1%
Otro	15	4,0%
Ninguno	8	2,1%
<b>Total general</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Como se observa en la Tabla 10, el 73,1% de las personas que respondió a esta pregunta mencionó algún aspecto relacionado con la vida y obra del artista. Al respecto, el 19,7% de las personas mencionó el hecho de haber conocido un nuevo artista, el 14,1% conoció sobre el estilo de Lorenzo, 10,1% de los visitantes hizo referencia a conocer aspectos de la historia personal de él, otro 8,3% mencionó alguna de las piezas que componían la exhibición, el 7,7% pudo aprender acerca del proceso de creación del artista desde su forma de entender el mundo (psicología), 4,3% de los encuestados mencionaron su visión de la sexualidad y 3,2% su visión del ciclo de la vida y la muerte. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“el artista es nuevo para él, y la forma en cómo ve los ángeles”*; *“Información sobre la vida y obra de Lorenzo Jaramillo, del cual no tenía conocimiento”*; *“La dualidad y los muchos sentidos que acabaron en un solo detalle”*; *“Lorenzo tiene dos facetas, el ciclo de la vida y la muerte”*; *“Los dibujos son profundamente elaborados hacen entender el propósito”*; *“Nos hace comprender nuestro pasado y nos ayuda a saber quiénes somos y de dónde venimos”*; *“Sobre el aspecto femenino y masculino, su unión escenográfica y vestuario teatral.”*

El segundo aspecto que mencionaron las personas encuestadas en cuanto a los conocimientos que obtuvieron después de ver la exposición está relacionado con un aprendizaje en torno al arte en general. Al respecto, un total de 55 personas, es decir el 14,7% del total de la muestra que respondió a esta pregunta hizo referencia a un nuevo conocimiento de arte. Al respecto, las personas hicieron referencia a conocer nuevos estilos artísticos (8%), como lo son conceptos abstractos, expresionismo, entre otros; en segundo lugar mencionaron la posibilidad de conocer nuevas técnicas de creación artística (4,8%), como la litografía. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Técnicas de dibujo, opiniones distintas sobre la condición del artista en el contexto”*; *“Lo que es el arte abstracto, lujuria, lo mortal representación según la persona, muchos artes conceptuales”*; *“Hay varios tipos de técnicas de arte e imaginación”*; *Artísticamente aprendió mucho de las técnicas y como apreciar una obra y lo que evoca.”*

Un tercer grupo de respuestas se centró en hacer una reflexión en torno a lo observado en la exposición (23 personas correspondientes al 6,1%); al respecto, las personas hicieron referencia a la necesidad de mirar el mundo con ojos diferentes a lo convencional, lo cual se evidencia en la obra de Lorenzo Jaramillo y las diferentes maneras de percibir el arte. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“El arte no tiene sexo, ni edad, ni estatus económico”*; *“El arte se puede conservar y transmitir sentimientos”*; *Una visión completamente diferente del a realidad que vivimos.”*

### Elementos que mayor curiosidad generaron

En este apartado se le preguntó a los visitantes de la exhibición, cuál fue el elemento que mayor curiosidad les generó de la exhibición. Esta pregunta fue contestada por 375 personas, es decir, el 93,8%. del total de la población encuestada. Las respuestas se clasificaron en 4 categorías: Pieza de la exposición, Vida y Obra Artista, Elementos Museográficos y Otro (Ver Tabla 10.1).

**Tabla 10.1 Elementos que mayor curiosidad generaron**

<b>Elementos que mayor curiosidad generaron</b>	<b>Total comentarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Pieza Exhibición	174	46,4%
Vida y Obra Artista	171	45,6%
Elementos Museográficos	19	5,1%
Otro	11	2,9%
<b>Total general</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Como se observa en la Tabla 10.1, el 46,4% de las personas que respondió a esta pregunta mencionó una pieza de la exposición, como el elemento que mayor curiosidad le despertó. Al respecto, observamos que las piezas más mencionadas fueron los cuadros de ángeles (11,2%), las máscaras de Lay Macbeth (4,8%), las Arenas Tristes (4%) y la obra Fiestas (3,5%). Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Las formas en como representa los arcángeles”*; *Los tapetes, estaba en aulas de transición”*; *Las máscaras, era como ver la mitad de la persona en palo y otro en yeso”*; *“El cuadro de las tres mujeres que expresaba el autor”*; *“El cuadro grande con muchas personas de colores.”*

El segundo elemento que mayor curiosidad generó entre los visitantes fue algún aspecto relacionado con la Vida y obra del artista (45,6%). Al respecto, las personas mencionaron aspectos como la técnica que empleaba en la creación de su obra (8,8%), el estilo que lo caracterizaba (8%), la representación de mujeres en un amplio número de obras (7,2%), la psicología detrás de la creación (6,7%), su percepción del cuerpo (5,6%), entre otros elementos mencionados. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Que lo influencia , los sentimientos que lo llevan a representar el cuerpo humano”*; *“No había escuchado*

*nada y le causo curiosidad, pensó que era menos sensible, profundo y caballero”; “El autor tiene una extraña fijación por los cuerpos desnudos de las mujeres”; “El doble sentido que Jaramillo en los visualizadores y la forma masculina que predomina sobre la mujer”; “El uso de colores metálicos (dorados) dentro de las obras oscuras y sombrías.”*

El tercer elemento que mayor curiosidad despertó entre los encuestados está relacionado con elementos museográficos de la exposición, es decir, la curaduría y museografía definida para esta exhibición. Al respecto, 19 personas hicieron comentarios, de los cuales, 17 hacen referencia a aspectos museográficos como la distribución del espacio, la disposición de los cuadros e iluminación de la sala; así mismo, 2 personas se refirieron la curaduría, haciendo mención de las categorías en las que se dividió la muestra. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“El manejo de color para aclarar y oscurecer el montaje es bello”; “El montaje y la guía para personas sordo mudas”; “La posición en cómo se encuentra distribuida la exposición”; “La organización de su trabajo por épocas.”*

### **Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición**

En este apartado se le preguntó a los visitantes de la exhibición, cuál fue el elemento que menos les gustó durante su experiencia en la exposición: se clasificaron las respuestas en 7 categorías: Pieza de la Exposición, Museografía, Vida y Obra Artista, Curaduría, Experiencia en la sala, Monitores y Otro (Ver Tabla 11).

**Tabla 11 Elementos que menos agradaron al público de la exhibición**

<b>Elementos que menos agradaron al público</b>	<b>Total comentarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Pieza de la Exposición	71	44,7%
Museografía	28	17,6%
Vida y Obra Artista	26	16,4%
Otro	12	7,5%
Curaduría	10	6,3%
Experiencia en la sala	7	4,4%
Monitores	5	3,1%
<b>Total general</b>	<b>159</b>	<b>100%</b>

Un total de 159 personas mencionaron algún elemento que no les gustó de la exhibición, es decir, el 39,8% de las personas encuestadas. Las personas se refirieron, en su mayoría, a alguna pieza de la exhibición (44,7%), siendo los cuadros de Ángeles los que menos acogida tuvieron (7,5%), seguidos por los Cuentos de Pombo (5%) y Fiestas, Arenas Tristes y diablesa (3,1% cada pieza). Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Realmente fueron la de los ángeles, produce miedo”; “Los telones de la tragedia”; “Las caricaturas de niños y el desmembramiento”; “Mujeres retratadas como prostitutas”; “El cuadro de la fornicación”.*

Respecto a la Museografía empleada, el 17,6% de las personas hizo referencia a este elemento como el que menos les agrado. Estas personas mencionaron aspectos como el montaje (8,2%) definido para exponer las piezas, el sonido (5%) de una de las piezas de la muestra, el cual estaba distorsionado y no permitía realizar el recorrido de la sala de manera silenciosa; finalmente, este grupo de personas se refirió a la iluminación de la sala (4,4%), la cual consideraron era oscura. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“El recorrido es confuso”*; *“La distribución de las secciones”*; *“iluminación muy oscura”*; *“Tiene una obra en la que se escucha y no se entiende”*.

Las personas que mencionaron algún aspecto relacionado con la Vida y Obra del Artista (16,4%), hicieron referencia al estilo oscuro y grotesco que caracteriza la obra de Lorenzo (7,5%), su historia de vida personal (5%), en especial el drama que envolvía la misma y la psicología detrás de su creación (3,8%). Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“El estilo tan oscuro, no le gustó mucho”*; *“La violencia que se evidencia en su vida”*; *“Tenía mucho drama, terrorífico”*; *“El autor enfatiza en mucho temas oscuros, -tenía su raye-”*.

Las personas que hicieron referencia a la Curaduría como el elemento que menos les agradó (6,3%), hicieron referencia a la falta de información con relación a la vida del artista, y el orden cronológico definido para la disposición de las piezas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“No había biografía”*; *“La disposición de las piezas, no hay cronología, no hay un hilo”*; *“No se manejó un orden en el permitiera conocer a profundidad el trabajo”*

Respecto a la Experiencia en la sala, las personas mencionaron no estar a gusto con el ambiente pesado que se percibía en la sala debido a las obras exhibidas. Así mismo, quienes mencionaron a los monitores (5 personas), se refirieron a la falta de disponibilidad de los guías y la interacción entre estos y el público.

### **Mensaje de la exhibición**

En este apartado, se le preguntó al público encuestado cual creían era el mensaje que la exposición quería compartir con los visitantes. Las respuestas del público se clasificaron en seis categorías: Conciencia sobre el yo, Conocer a Lorenzo, Patrimonio Artístico, Corporeidad, Representación Femenina, Otro.

**Tabla 12 Aprendizaje o reflexión del público de la exhibición**

<b>Aprendizaje o reflexión</b>	<b>Total comentarios</b>	<b>Porcentaje</b>
Conciencia sobre el yo	104	33,9%
Conocer a Lorenzo	67	21,8%
Patrimonio Artístico	56	18,2%
Corporeidad	38	12,4%

Otro	33	10,7%
Representación Femenina	9	2,9%
Conciencia sobre el yo	104	33,9%
<b>Total general</b>	<b>307</b>	<b>100%</b>

Un total de 307 personas contestaron esta pregunta, es decir, el 76,8% de la población encuestada. Al respecto, el 33,9% de las personas que contestaron consideraron que el mensaje que transmitía la exposición se basaba en tener Conciencia sobre el yo. Estas personas mencionaron la importancia de no ser como los demás, la conciencia sobre la vida y la muerte con el fin de explorar el interior y encontrarse, así como la aceptación de lo que define a cada individuo y las diversas maneras de expresarse. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“Algo para expresarse, no cerrarse en uno mismo, tal cual como es”; “Dan a conocer el otro lado de lo que se conoce como fuera de lo normal”; “El drama humano, el drama del individuo, que permanece en conflicto”; “Que cada idea vista es aceptada sin importar estigmas o estereotipos”; “Que todos somos iguales como seres humanos, que no debemos tener tapujos sobre nuestros cuerpos”*

Por otra parte, el 21,8% de las personas consideró que el mensaje de la exposición era dar a conocer a Lorenzo Jaramillo, un artista poco reconocido en el país y entender el impacto de su obra dentro de la sociedad. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“Busca exaltar artistas colombianos”; “Dar a conocer a Lorenzo, sus aportes y reflexión”; “Difusión, reconocimiento de personalidades y su impacto en la sociedad a través de su obra”; “La influencia externa que Lorenzo Jaramillo adquirió de diferentes culturas”.*

Un tercer grupo de personas, consideraron que el mensaje que buscaba compartir la exposición, era el de resaltar el patrimonio artístico del país (18,2%). Estas personas hicieron referencia a la posibilidad de conocer sobre el arte en Colombia, diferentes expresiones artísticas y una perspectiva diferente del arte. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“Compartir culturas, artistas formas de pensar, diferentes técnicas”; “Conocer a fondo la influencia de las vanguardias (expresionista en Colombia)”; “El arte no necesita ser súper estructurado y súper catalogado para ser hermoso”; “La expresiones las pinturas y el descubrimiento del espectador”.*

Quienes hicieron referencia a la Corporeidad (12,4%), consideraron que la exposición buscaba representar el cuerpo y desmitificar el desnudo; y quienes hablaron de la Representación de la Mujer (2,9%), hicieron referencia a la importancia de las mujeres en la sociedad y su inclusión en la misma.

## Sugerencias hechas por el público de la exhibición

En esta sección se le pidió a los encuestados consignar las sugerencias que consideraron pertinentes para mejorar la labor del Museo Nacional. Un total de 109 personas hicieron alguna sugerencia, es decir, el 27,3% de los encuestados. Para el análisis las respuestas se clasificaron en 5 categorías: Curaduría, Monitores, Museografía, Divulgación y Otro (Ver tabla 13).

**Tabla 13 Sugerencias o modificaciones realizadas por el público de la exhibición**

Sugerencias	Total comentarios	Porcentaje
Curaduría	29	26,6%
Monitores	29	26,6%
Otro	26	23,9%
Museografía	17	15,6%
Divulgación	8	7,3%
<b>Total general</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

Las personas que hicieron referencia los elementos curatoriales (26,6%), mencionaron la importancia de incluir más información acerca del artista y las piezas exhibidas (11%), continuar con la exhibición de artistas nacionales (3,7%), ofrecer folletos de las exposiciones (2,8%), mayor claridad en la organización de la exhibición (2,8%), más obras (2,8%), el uso de herramientas audiovisuales y textos en inglés. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Material impreso sobre la exposición”*; *“Que se sigan trayendo exposiciones y conocer artistas extranjeros y colombianos”*; *“Dar a conocer más cosas sobre la vida de él”*; *“Un resumen más completo de los temas, materia de apoyo”*; *“Más claridad en la organización de la exposición”*.

Las sugerencias respecto a los servicios educativos que prestan los monitores (26,6%), hicieron referencia a mayor disponibilidad de monitores en la sala (15,6%), un conocimiento más detallado del artista (5,5%) y mayor disposición al momento de interactuar con los visitantes (4,6%). Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Que el encargado de la visita comentada hable más a fondo”*; *“La parte en que deberían formar grupos de visitantes y así dar explicaciones que faciliten el conocimiento”*; *“Monitores en todas las zonas del museo”*; *“Más atentos del público que visita la exposición”*; *“Guías con mayor pasión al exponer”*; *Hacer un poco más participativa la exposición*; *“Que los monitores se acerquen al público”*.

En cuanto a los aspectos Museográficos, 15,6% de los comentarios hicieron referencia a este tema. Las personas se refirieron a disponer de un mapa de la sala, mejor la iluminación, el sonido del video, hacer el recorrido más dinámico, entre otras cosas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Jugar con sonido en este sitio de exposiciones, música instrumental o sonidos que hagan una mayor interacción emocional”*; *“Más luz en la sala”*; *“Un contexto inicial para entender el recorrido”*; *“Música de fondo o suspenso algo ambiental, auditivo que no sea plano”*.

## ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL

En este capítulo, se analizaron dos fuentes de información adicional, para complementar los resultados de las encuestas. Las dos fuentes analizadas fueron: *El libro de visitas* del Museo Nacional, que se encuentra ubicado en el punto de información y los informes que presentaron los guías a la división educativa, una vez concluyó la exhibición.

### Comentarios en el libro de visitas

**Tabla 14 Comentarios consignados en el Libro de visitas del Museo**

	Nombre	Tipo de Comentario	Satisfacción Servicio	Comentario
1.	Ruth Helena Echeverry	Felicitación	Muy Bueno	
2.	María Dueñas	Sugerencia	Muy Bueno	Molesta un poco la luz, especialmente en la entrada dificultando así observar bien las obras.
3.	Felipe Parra	Sugerencia	Bueno	Los guardias no cuidan las pinturas y la gente las toca, las guías son muy pasivas necesitan capacitarse en lecturas de género y sexualidad para abordar al público.
4.	Viviana Olarte	Felicitación	Muy Bueno	Maravillosa la exposición de Lorenzo Jaramillo, es más visible la transformación que está sufriendo el museo.
5.	Laura Cárdenas	Sugerencia	Muy Bueno	Me gustaría que se manejara las diferentes exposiciones del museo en inglés y español, ya que hay muchos extranjeros que visitan el museo.
6.				Me habría gustado apreciar los grabados a nivel de los ojos.
7.	Daniela Patiño	Felicitación		Todo me pareció muy chévere, aprendí muchas cosas interesantes.
8.			Muy Bueno	
9.	Diego Gutiérrez Uribe	Felicitación	Muy Bueno	Me gusta la manera como manifiesta su sensación ante el mundo extremo, sorprende su madurez pictórica, su hipersensibilidad siempre es un referendo.

Como se observar en la Tabla 14 se consignaron un total de 9 comentarios relacionados con la exposición temporal *Omar Rayo: geometría vibrante*. De estos comentarios 4 eran felicitaciones:



las personas indicaron estar satisfechas con la curaduría de la exposición, la posibilidad de conocer al artista y evidenciaron en esta la transformación que está llevando el Museo.

Respecto a las sugerencias del público, para una persona la poca luz en la sala no permitía apreciar bien las piezas, otra persona considera pertinente la mediación de los vigilantes dentro de la sala, para que el público no se acerque a las piezas y otra sugiere ofrecer textos en inglés y español.

### **Informes de los monitores de la exposición.**

En este apartado se analizaron los informes que realizaron los monitores de la exposición *Lorenzo, no como los otros*, para la división Educativa y Cultural del Museo Nacional. La importancia de los informes radica en el contacto directo que tienen los monitores con el público que visita la exposición, lo cual les permite identificar patrones de comportamiento del público dentro de la sala y la interacción del mismo con las exposiciones.

En total se analizaron 5 informes, lo cual permitió complementar la información que se recogió en las encuestas respecto a tres temas: la curaduría de la exposición y la museografía.

Los monitores de la sala consideran que el trabajo en conjunto entre las áreas de curaduría y museografía logró una exposición completa, diferente, dinámica y que impactó de manera positiva a sus visitantes. Así mismo, la distribución que se hizo del espacio permitió una buena afluencia del público en la misma.

Para los monitores algunos aspectos para tener en cuenta en las próximas exposiciones son los siguientes:

- Ubicar todas las piezas de la sala de tal manera que sean visibles para todos los públicos del Museo, ya que piezas como *Talking Heads* no podían ser apreciadas correctamente por los niños o el público en situación de discapacidad.
- Así mismo, el Museo se debe cerciorar que todas las piezas audiovisuales de la sala funcionen correctamente, ya que el monitor utilizado para exponer *“Gato por Liebre”* no funcionó correctamente en algunos momentos, lo cual afectó la experiencia de algunos visitantes.
- En cuanto a las fichas técnicas, es importante que la información que estas contienen sea verídica y clara para los visitantes.

- Respecto a la iluminación de la sala, los monitores consideran que algunas piezas no contaron con la luz apropiada para su apreciación y eso también dificultó la lectura de algunos textos. Por lo anterior, es importante revisar la correcta iluminación de todas las obras y los textos, para que sean accesibles a todos los públicos, incluyendo al público de la tercera edad y con discapacidad.

## RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Respecto a la experiencia del público en la exposición *Lorenzo, no como los otros*, surgen una serie de recomendaciones, las cuales pretenden responder a las expectativas del público que visita el Museo Nacional:

En cuanto a la museografía que se realiza para las exposiciones, se sugiere verificar la iluminación dispuesta para las obras y la sala en conjunto, con el fin de ofrecer una iluminación que permita apreciar las obras de manera correcta, así como los textos de sala.

También es necesario verificar que el sonido de las piezas audiovisuales funcione correctamente y el volumen no interfiera con otros espacios dentro de la sala.

Se hace conveniente disponer de un mapa de la sala, que le permita conocer al público la distribución de la misma. Este es un aspecto que los visitantes han solicitado en todas las exposiciones temporales, por lo cual debe tenerse en cuenta.

Respecto a la curaduría de la exposición, es importante tener información suficiente que permita al público hacer un recorrido autónomo dentro de la sala, en caso tal que no se cuente con monitores o los visitantes deseen hacer el recorrido por sí mismos. En este aspecto el público hizo referencia a la falta de información acerca de cada pieza y de la vida del artista en general.

Así mismo, es importante que toda la información que contengan las fichas técnicas y los textos de sala sea clara para el público de todas las edades.

Los visitantes también esperan tener a su disposición folletos de las exposiciones, ya que estos son una herramienta útil para el recorrido de la sala. Así mismo, el público extranjero solicita más información en inglés que les permita un entendimiento amplio de las exposiciones.

Con relación a los servicios educativos que se ofrecieron durante la exposición, se observa un aumento significativo en el número de personas beneficiadas por los mismos, sin embargo, aún hay personas que solicitan más monitores en la sala y en algunos casos monitores que se acerquen al público para ofrecer sus servicios.

Así mismo, se recomienda a los monitores seguir estar atentos de todos los visitantes, para que estos estén al tanto de su disponibilidad en la sala, ya que para algunos visitantes faltó disposición por parte estos al momento de ofrecer los servicios.

En la exposición de Lorenzo el público a partir de los 50 años tuvo una baja participación en la muestra, por lo cual sería interesante indagar los motivos por los cuales no asistieron a la

exposición y diseñar servicios educativos que estén orientados a la participación de este grupo de edad.

Respecto al material didáctico empleado para la exposición, no hay información del público al respecto, por lo cual se podría llevar a cabo un trabajo en equipo con los monitores de sala en las próximas exposiciones, para que recojan información de la experiencia y opinión del público respecto a este material y de esta manera hacer una evaluación de cómo funciona en conjunto con las exposiciones.

### **Recomendaciones para los próximos estudios**

Se puede observar que la nueva herramienta definida para el estudio permitió dar información acerca de los objetivos definidos por la curaduría de la misma, lo cual permite al Museo tener información más precisa de si los objetivos se están cumpliendo o no. Sin embargo, se hace necesario revisar la totalidad de las preguntas planteadas, ya que no todas ofrecen información relevante y la longitud de la herramienta puede ser un elemento en contra del estudio, ya que, las personas no quieren realizar encuestas largas y quienes están dispuestos a participar pueden perder el interés durante el diligenciamiento de la misma, lo cual no permite obtener las mejores respuestas.

Siguiendo la línea de responder a los objetivos curatoriales que se plantean para las exposiciones, se recomienda incluir una pregunta para saber el conocimiento previo que las personas tenían de los temas que se exponen, con el fin de establecer el conocimiento antes y después de la exposición.

Respecto a la pregunta relacionada con la experiencia previa de las personas que han visitado con anterioridad el Museo, se observan dos cosas: 1) en la mayoría de los casos las personas no respondieron a esta pregunta (124 personas) 2) del total de personas que contestaron (55 personas de las 179 que indicaron conocer el Museo con anterioridad), 9 indicaron no recordar su visita, 13 hicieron referencia a una exposición Temporal que visitaron, siendo Pura Fibra la más mencionada; Así mismo, un grupo de personas hizo referencia a lo positivo de la experiencia (13) y otros al conocimiento que pudieron obtener (8).

En general, las personas en este apartado no profundizaron en su respuesta, lo cual dificulta el análisis de los datos. Por lo anterior, se recomienda revisar de manera exhaustiva los resultados que se obtengan en el estudio de públicos de la exposición Voces Íntimas, con el fin de determinar si se debe replantear la pregunta o evaluar su idoneidad para el estudio (para lo anterior, se solicitó a los encuestadores estar atentos a cualquier tipo de respuesta o comentario que hagan los visitantes de Voces Íntimas en este apartado).

Respecto a los Servicios Educativos, se recomienda incluir en la pregunta ¿Recibió algún servicio educativo? Una opción de respuesta adicional, que permita saber si a la persona se le ofreció o informó acerca de la posibilidad de recibir el servicio y el haber rechazado el mismo; esto con el fin de saber el número de personas a las que se les ofreció un servicio pero no estaban interesadas en recibirlo.

De igual manera, para la calificación del nivel de interacción que permiten los servicios educativos, así como la importancia de propiciar esta interacción, se recomienda definir categorías, ya que la calificación a través de números no permite un análisis profundo y de igual manera la percepción a través de los números puede cambiar entre los visitantes.

Respecto al nivel de interacción que se dio entre el público y la exposición en su conjunto, se recomienda utilizar de igual manera categorías que permitan calificar este apartado y un espacio adicional en donde los encuestados consignen información adicional relacionada con la motivación de la respuesta, esto con el fin de tener información más precisa que permita hacer un análisis detallado de los resultados.

Según los resultados que se obtengan una vez se implementen los cambios sugeridos para la variable de servicios educativos e interacción con la exposición, se debe evaluar la pertinencia de la pregunta, en lo que respecta al nivel de información que arroja al estudio.

## **Conclusiones**

El estudio de públicos Lorenzo, no como los otros, permitió dar a conocer y resaltar el trabajo del artista colombiano Lorenzo Jaramillo, el cual resultó ser un nuevo artista para un número importante de los visitantes, quienes llegaron a conocer no solo la obra de este artista, si no el proceso creativo detrás de las piezas, el cual no solo estaba determinado por las técnicas empleadas, si no por su representación del mundo desde el conocimiento del yo.

Este proceso creativo generó gran curiosidad entre los visitantes y les permitió reflexionar acerca de procesos creativos poco convencionales y que suscitan a la reflexión en torno al yo.

En general, las personas indicaron estar satisfechas con la exposición, sin embargo, para algunos el “lado oscuro” que caracteriza la obra de Lorenzo no fue llamativo, ya que el artista exploraba temas como la sexualidad y el ciclo de la vida y la muerte, el cual resulta un tema de poco interés para algunos visitantes.

## BIBLIOGRAFÍA

*Así culminó la exposición temporal Lorenzo, no como los otros. Colección Sura.* Museo Nacional de Colombia: Comunicado oficina de Comunicaciones. Bogotá, noviembre de 2016.

Briones, Guillermo (2003). "Distribución de muestreo", "Diseños muestrales". Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. México – Buenos Aires: Editorial Trillas. Pp. 127 – 136, 137 – 152.

Estudio de público "Antes de que las cosas desaparezcan". Museo Nacional de Colombia. Bogotá, Enero de 2016.

Estudio de público "Omar Rayo, geometría vibrante". Museo Nacional de Colombia. Bogotá, marzo de 2016.

Estudio de público "Pura Fibra". Museo Nacional de Colombia. Bogotá, septiembre de 2016.

Los visitantes de museos. Un estudio de público en cuatro museos. Ministerio de Educación y Cultura, Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales. España, 1999.

SCHMILCHUK, G. (1996). "Venturas y desventuras de los estudios de público". Cuicuilco Vol. 3. N°7. México. Disponible en: <http://ceas.files.wordpress.com/2007/03/balance-est-pub-museos-gs1.pdf>