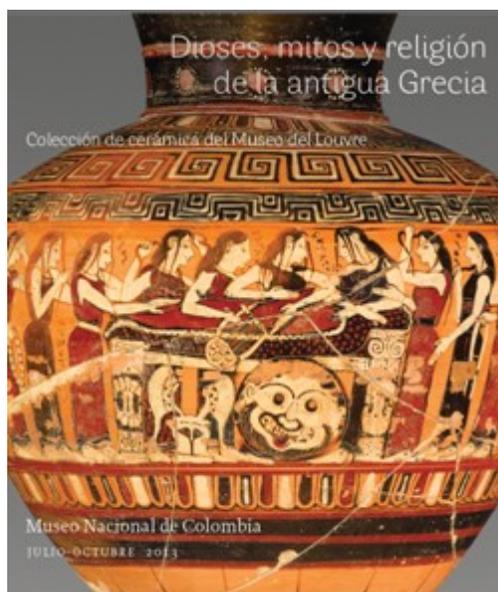


Estudio de Públicos



Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia.

Diana Riveros Palacios

Bogotá, Noviembre de 2013

Contenido

FICHA TÉCNICA	4
PRESENTACIÓN	5
Antecedentes.....	5
La exhibición	6
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
Sistematización	11
Análisis de los resultados.....	12
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS VISITANTES.....	14
Edad	14
Género.....	15
Género y edad.....	16
Estado civil.....	17
Lugar de nacimiento.....	18
Visitantes hispanoparlantes.....	20
Lugar de Residencia.....	20
Escolaridad	28
Ocupación.....	30
DIVULGACIÓN Y VISITA.....	31
Frecuencia de la visita	31
Divulgación	33
Frecuencia de visita y divulgación	36
Medio de transporte	38
Compañía	38
Compañía y motivo de la visita al Museo	39
Motivo de la visita al Museo	40
Frecuencia de Visita y Motivación de la visita.....	42
Edad y motivación de la visita.....	42
SERVICIOS DEL MUSEO	46
Exposición, actividad cultural o servicio que más recuerdan los visitantes del Museo.....	46
Eventos y lugares culturales a los que asisten los visitantes del Museo	47
Temática cultural que le gustaría ver al público en el Museo Nacional	49
Servicios educativos	50

Calidad de los servicios educativos	52
Importancia de los servicios	53
Actividades culturales del Museo.....	54
<i>PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN.....</i>	55
Complejidad y cantidad de información	55
Elementos que generaron impacto en el público	56
Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición.....	58
Sugerencias o modificaciones hechas por el público de la exhibición	60
Experiencia en la sala didáctica Keramos.....	62
Comentarios acerca de la experiencia en la sala didáctica Keramos	63
Satisfacción del público que visitó la sala didáctica Keramos	63
Comentarios u observaciones del público en general.....	64
Comentarios positivos	65
Comentarios negativos.....	65
Observaciones finales de los usuarios	66
Satisfacción del público de la exhibición de Leo Matiz.	66
Satisfacción y Nivel de escolaridad.....	67
<i>ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN ADICIONAL.....</i>	68
Comentarios en el libro de visitas	68

FICHA TÉCNICA

Observatorio de Públicos Museo Nacional de Colombia.	
Ficha técnica estudio de público exposición temporal <i>Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia</i>	
Investigadora: Diana Riveros Palacios.	
Lugar de ejecución del estudio: Museo Nacional de Colombia, Sala de Exposiciones Temporales Gas Natural Fenosa. Primer piso.	
Fecha de la exposición: Del 11 de julio al 13 de octubre de 2013.	Fecha de recolección de los datos: Julio 11 del 2013 a octubre 13 del 2013. Entre semana y fines de semana en horarios de mañana y tarde.
Total de visitantes: 86.693 ¹ . Meta (Visitantes esperados): 80.000	Tamaño de la muestra: 400.
Diseño muestral: Muestreo simple no probabilístico accidental ² .	
Población Objetivo: Población civil de todas las edades que asistió al Museo Nacional y completó el recorrido en la sala de la exposición temporal <i>Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia</i> .	
Objetivo General: Conocer las percepciones de los visitantes respecto a la exposición, partiendo de su experiencia dentro de la sala de exhibición de la muestra.	
Objetivo Específico <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el perfil del público que acudió a la exposición y conocer sus preferencias en el ámbito cultural. • Identificar la percepción global del público frente a la exposición: Qué les impactó, qué no les gustó y posibles sugerencias. Todo esto a partir de la propia experiencia dentro de la sala de exhibición. • Identificar qué servicios ofrecidos por el Museo Nacional de Colombia han tenido un mayor impacto en el público. • 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. 	
Tipo de estudio: Modalidad Mixta cualitativa-cuantitativa de tipo descriptivo analítico.	
Instrumentos: <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta por medio de cuestionario con preguntas abiertas y cerradas. • Observación directa del investigador en la sala de exhibición. • Recapitulación de comentarios en libro de visitas (físico). • Análisis de los informes entregados por los guías de la exposición. 	

¹ Así culminó la exposición temporal *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*. Colección de cerámica del Museo del Louvre. Museo Nacional de Colombia: Comunicado oficina de Comunicaciones. Bogotá, 24 de octubre del 2013.

² 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

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 museos³. 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. Este tipo de información también permite a los museos planificar mejor las actividades de su público, teniendo en cuentas sus 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 información⁴.

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 es la calidad de sus experiencias en las exposiciones y cuál es su opinión sobre exposiciones, eventos y actividades.

El estudio de público de la exposición temporal *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, se enmarca dentro de esta política del Museo, con el fin de conocer la experiencia del público en la exhibición. Siguiendo la motivación de los estudios de públicos realizados anteriormente, este estudio permite al Museo mantenerse en contacto con las necesidades del público y la experiencia personal de los visitantes. Las encuestas se convierten 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.

³ *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.

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

El estudio de público ha permitido conocer el perfil de los visitantes que acudieron a la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, la motivación de su visita, los elementos que más impactaron a la audiencia, al igual que aquellos que fueron de su menor agrado, las sugerencias o modificaciones que los visitantes propusieron y la opinión acerca de los recursos multimedia empleados en la exhibición. 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 sus 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. En un primer momento, se realizaron 40 encuestas piloto para garantizar la idoneidad de la herramienta y sugerir posibles mejoras que surgieran en este momento. Una vez realizadas las mejoras, se efectuaron las 360 encuestas restantes.

Para dar mayor peso a la información recolectada en las encuestas, se tuvo en cuenta la observación del investigador, las observaciones del público en la página de Facebook del Museo Nacional y el *Libro de visitas*, ubicado en el Módulo de Atención al Ciudadano del Museo y establecido como un esquema de comunicación que permite a los visitantes dejar comentarios a través de diferentes medios. Por último, se utilizaron como fuente de información los informes entregados por los guías. 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 la validez y fiabilidad de los resultados.

La exhibición

La muestra presentó, por primera vez en Colombia, 94 piezas originales de la colección del museo francés, las cuales ofrecían una visión de la vida religiosa en la antigua Grecia y daban cuenta del rico repertorio de formas de las cerámicas, así como de la variedad de las técnicas pictóricas utilizadas.

En el marco de la exposición, se diseñó la sala didáctica *Keramos: el último templo de los dioses griegos*, un espacio accesible en el que se ofreció a los visitantes la oportunidad de conocer de cerca a varios de los dioses griegos que estaban plasmados en las cerámicas. Además, permitió al público identificar vínculos entre la vida actual y la cultura griega antigua, mediante un montaje museográfico didáctico y accesible que reprodujo los ambientes y la vida cotidiana de dicha civilización.

La exposición, presentada a propósito de los 190 años del Museo Nacional de Colombia, fue una realidad gracias al patrocinio del Banco Itaú BBA Colombia S.A., la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Skandia, la Cámara de Comercio de Bogotá y El Espectador; a una alianza con Ecopetrol, y al apoyo de la Asociación de Amigos del Museo Nacional, Air France, Aviatur, Gyptec, Eucoil, Lowe/SSP3, Cine Colombia, Publilimeno y Cerlalc. La sala de exposiciones temporales es patrocinada por Gas Natural Fenosa.

Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia. Colección de cerámica del Museo del Louvre estuvo conformada por tres ejes temáticos: El panteón griego, La religión en la ciudad y La religión y la esfera privada.

El panteón griego, buscó introducir al público en la lectura del prolijo universo de la mitología en la Grecia antigua: cómo se definen los dioses, por medio de qué atributos, qué relaciones tienen con los hombres y cómo se manifiestan.

La religión en la ciudad, invitó a los asistentes a explorar las relaciones entre los dioses y los hombres en la esfera pública, es decir, mostraba cómo la cohesión social se basaba en las fiestas religiosas y las reuniones cívicas.

La religión y la esfera privada, abordó un espacio íntimo y familiar que los griegos designaron con el término de «moradores» (oikos). La religión marcó, para los antiguos griegos, las grandes etapas de la vida: el nacimiento, el matrimonio y la muerte. Una serie de piezas ilustraban las escenas matrimoniales, como el acicalamiento de la novia, las procesiones nupciales, el ritual que acompaña el paso de la esposa a su nueva morada y la recepción de los regalos. Por su parte, la iconografía funeraria está ricamente representada por dos tipos de imágenes: aquellas que ilustran los mitos que se refieren al más allá, evocados por los Infiernos y por el sueño y la muerte, y aquellas que reflejan la

vida cotidiana, trátase de la exhibición del difunto o de la visita a la tumba. Dichas imágenes destacan la importancia de las mujeres en el ritual.

Durante la exposición se organizaron 5.054 actividades educativas y 665 culturales, como el ciclo de talleres Juegos de luz, el ciclo de conciertos Con cierto Matiz, la presentación del mimo búlgaro Guérassim Dichliev, las proyecciones del documental Leo Matiz, visitas comentadas y conferencias. Un total de 3619 personas se beneficiaron de estos eventos.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de conocer las características del público que visitó la exposición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, al igual que su opinión acerca de la muestra, se llevó a cabo una encuesta, que se suministró durante el 11 de julio al 13 de octubre del 2013, en las horas de la mañana y la tarde.

Las encuestas se realizaron de manera individual y, a diferencia de estudios de público realizados anteriormente, no se realizaron encuestas grupales, como se sugirió en el estudio de públicos de *Leo matiz, mirando el infinito*, ya que se consideró que este tipo de encuestas grupales no permiten generalizar los resultados. 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-administrado, es decir, se le entregó a los encuestados para que ellos mismos lo completaran.

El cuestionario que se suministró es el mismo que se ha utilizado en los estudios de públicos pasados⁵. La encuesta estaba compuesta por preguntas de tipo abierto y cerrado. Las variables que componían el cuestionario eran sociodemográficas, de visita, de opinión y de 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. La variable de opinión estaba compuesta por cinco preguntas, las cuales se centraban en la percepción del público acerca de la exhibición: los elementos que les impactaron y los que menos les gustaron, las sugerencias o modificaciones, la experiencia en la sala didáctica para quienes la visitaron y se les pedía evaluar de manera global la experiencia en la exposición. Por último, la variable que cuestionaba acerca de los servicios del Museo, le pedía a los visitantes evaluar los servicios educativos en caso de haber recibido alguno, nombrar los eventos y lugares culturales a los que suelen asistir y las temáticas que les gustaría ver expuestas en el Museo. Al final, la encuesta contaba con una pregunta abierta para que los visitantes dejaran comentarios u observaciones según lo consideraran pertinente.

⁵ Anexo 1. Cuestionario.

Antes de iniciar el estudio, se realizaron dos cambios importantes al modelo de encuesta empleado en la exposición anterior. Se eliminó el modelo de encuesta múltiple, en el cual podían participar varias personas, considerando que podía sesgar los resultados, puesto que el modelo no recogía la información completa para cada uno de los participantes, de esta manera el modelo de encuesta empleado fue individual en todos los casos. Por último, se agregó un apartado para que los encuestados dejaran sus datos como nombre y correo electrónico, esto con el fin de hacerles llegar la programación del Museo. Después de hacer la prueba piloto de 40 encuestas, el cuestionario no tuvo cambios. El contenido de este cuestionario fue consensuado entre la división de Comunicaciones, la división Educativa y Cultural del Museo y el investigador encargado del estudio de público.

La recolección de los datos, como se mencionó anteriormente, se realizó entre el 11 de julio al 13 de octubre del 2013. Estas 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 60,5% de las encuestas se realizaron entre semana y el 39,5% restante el fin de semana. El día en que se realizó el mayor número de encuestas fue en jueves con un total de 107 encuestas, correspondientes al 26,8%, esto debido a la disponibilidad de tiempo del investigador.

Tabla 1.1. Distribución Recolección de Datos según el día.

Día	Total encuestas	Porcentaje
Martes	83	20,8%
Miércoles	35	8,8%
Jueves	107	26,8%
Viernes	17	4,3%
Sábado	65	16,3%
Domingo	93	23,3%
Total	400	100%

En lo que se refiere a los horarios entre los cuales se realizaron las encuestas, estos también dependieron de la disponibilidad del investigador. Se pueden identificar tres horarios: mañana de 09:00h a 12:00h, mediodía de 12:00h a 14:00h y tarde de 14:00h a 18:00h. En el horario de la mañana se realizaron 164 encuestas, es decir, se recolectó el 41% de la información. Durante el horario del mediodía se realizaron 100 encuestas correspondientes al 25%, siendo el domingo el día en que más encuestas se realizaron

durante este horario, con un total de 39 encuestas. En el horario de la tarde se realizaron un total de 136 encuestas correspondientes al 34% de los datos.

Tabla 1.2. Distribución Recolección de Datos según la hora y día.

Hora	Total	Porcentaje	Día	Total día	Porcentaje
Mañana	164	41%	Martes	36	9,0%
			Miércoles	18	4,5%
			Jueves	50	12,5%
			Sábado	32	8,0%
			Domingo	28	7,0%
Mediodía	100	25%	Martes	28	7,0%
			Jueves	20	5,0%
			Viernes	13	3,3%
			Domingo	39	9,8%
Tarde	136	34%	Martes	19	4,8%
			Miércoles	17	4,3%
			Jueves	37	9,3%
			Viernes	4	1,0%
			Sábado	33	8,3%
			Domingo	26	6,5%
Total	400	100%	Total	400	100%

Sistematización

Para el análisis de la información suministrada por los visitantes en los apartados de preguntas abiertas, se clasificó cada encuesta según el nivel de complejidad de las respuestas y la cantidad de información suministrada, esto con el fin de profundizar en el análisis de los cuestionarios. El método de clasificación que se usó, es el mismo que se ha usado en los últimos estudios de público. Cada cuestionario contestado se clasificó según el nivel de complejidad de las respuestas en Básica, Intermedia, Avanzada y Compleja. Igualmente, se clasificaron según la cantidad de información suministrada por el encuestado en Baja, Media y Alta.

Así mismo, se clasificaron las respuestas del tercer capítulo *Percepción de la exposición*, según la información suministrada: En el apartado de los elementos que generaron impacto en el público, se clasificaron las respuestas en diez categorías: Contenido de la muestra, Conservación de las piezas, Curaduría, Sala didáctica, Museografía, Restauración de las piezas, Exposición permanente, Organización del museo, Servicios educativos y Experiencia en la sala. En el apartado que se refiere a los elementos que menos gustaron al público, las respuestas se clasificaron en ocho categorías: Experiencia

en la sala, Fila, Organización del museo, Curaduría, Museografía, Contenido de la muestra Servicios educativos, Sala didáctica, Exposición permanente. En el apartado en el que se le pedía a los encuestados sus sugerencias o modificaciones a la exhibición, las respuestas se clasificaron en nueve categorías: Organización del museo, Curaduría, Museografía, Servicios educativos, Recursos del Museo, Experiencia en la sala, Sala didáctica, Contenido de la muestra, Exposición permanente. A continuación, en el apartado en el cual se le pedía a las personas describir su experiencia en la Sala didáctica Keramos, las respuestas se clasificaron en opiniones negativas, positivas o neutrales. Por último, en el apartado final, en el cual se le pidió a las personas dejar un comentario u observación, las respuestas se clasificaron en negativas, positivas o neutrales según la naturaleza de su contenido y según el tema sobre el cual reflexionaban en: Contenido de la muestra, Museografía, Servicios educativos, Organización del museo, Experiencia en la sala, Sala didáctica, Curaduría.

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 diferentes capítulos, en los que se desarrolló cada tópico. 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. En el tercer capítulo: *Servicios del Museo* se analizan los servicios, actividades o exposiciones que se han realizado en el Museo y las que más recuerdan los usuarios, el tipo de eventos culturales a los que asisten y en dónde, las temáticas que les gustaría ver en el Museo y la evaluación que hacen los usuarios de los servicios educativos. El cuarto capítulo: *Percepción de la exposición* ejemplifica los elementos que generaron un impacto o menos gustaron a los visitantes, sugerencias o modificaciones a la exposición, la experiencia en la sala didáctica Keramos, los comentarios finales de los encuestados y la satisfacción general de los visitantes. En el quinto capítulo, *Análisis de las fuentes de información adicional*, se estudian los informes de los guías de la exhibición, los comentarios en el *Libro de visitas* del Museo y los comentarios que dejaron los visitantes en la página de Facebook del Museo Nacional, en la cual se les preguntó qué elementos les impactó de la exhibición y las sugerencias a

la misma. Finalmente, en el último capítulo: *Recomendaciones y conclusiones*, se esbozan unas opiniones a manera de conclusión.

Universo de la investigación: Población de todas las edades, visitantes individuales o grupales (nacionales o extranjeros) que visitaron la exposición temporal *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*.

Marco del diseño muestral: visitantes durante las seis semanas en las que se exhibió la muestra, es decir, del 11 de julio del 2013 al 13 de octubre del 2013.

Tipo de Muestreo: Muestreo simple no probabilístico accidental. El investigador seleccionó intencionalmente los individuos que participaron en el estudio, con base en 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: Dos modalidades: Cuestionario auto-administrado, es decir, se le entregó al visitante y este mismo relleno cada una de las respuestas. 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 de las diferentes regiones del país e incluso visitantes extranjeros, siendo Bogotá la ciudad con mayor número de visitantes (70%), todos estos de diferentes niveles educativos, ocupaciones e intereses culturales.

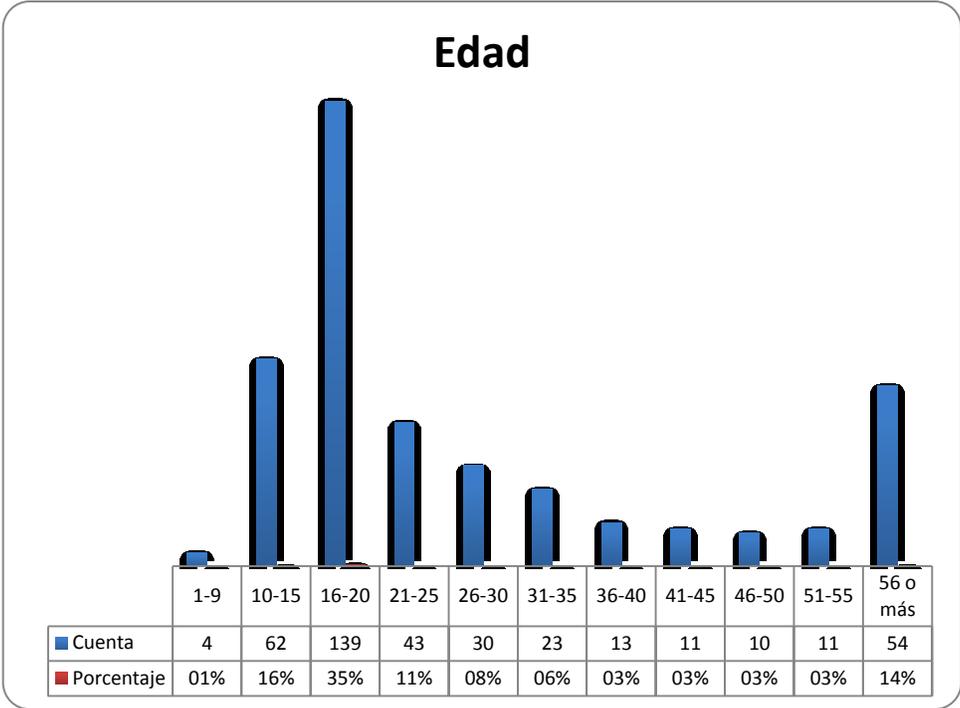
Edad

La distribución de los visitantes de la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, por tramos de edad se puede observar en la Gráfica 1, Según el gráfico el grupo más grande de visitantes está entre los 16-20 años (139 individuos correspondientes al 34,8%), a este rango de edad le sigue el de 10-15 años (62 individuos correspondiente al 15,5%), el rango entre 56 o más años (54 individuos correspondiente al 13,5%) y el rango entre los 21 y los 25 años de edad (43 individuos correspondiente al 10,8%). En los grupos de edad entre los 41 y 55 años, el rango de edad se mantiene en el 2,8% para cada rango.

Al comparar los resultados con los obtenidos en el estudio de públicos de *Leo Matiz, mirando el infinito*, podemos observar que el rango de edad más importante se sigue manteniendo entre los 16 y 20 años (147 individuos correspondientes al 29,7%). Sin embargo, se presentan dos cambios significativos: en primer lugar el número de visitantes entre los 10-15 años aumentó significativamente (14% más de individuos) y el rango de

edad entre los 21-25 años de edad disminuyó significativamente (7% menos en comparación con el estudio anterior). en lo que se refiere al rango de edad entre los 56 años o más, podemos observar que el número de visitantes en esta categoría aumentó en un 3%.

Gráfica 1. Edad.



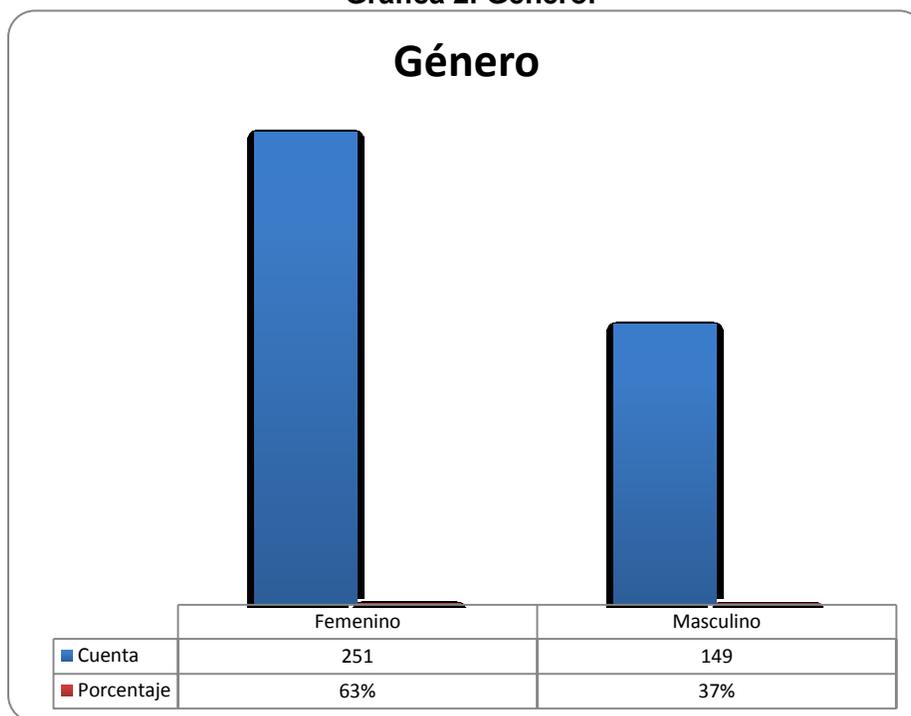
Lo que la Gráfica 1.1 refleja es que la población que más visitó la exhibición fueron los jóvenes entre los 10 y los 25 años de edad, con un total del 61% de la muestra, al revisar los resultados de la exhibición de *Leo Matiz*, podemos observar que el porcentaje de la población joven que visitó esa exposición es del 60,6% y la que visitó Débora Arango del 63%, es decir que se mantiene el rango de edad de los visitantes. Al analizar más afondo los datos obtenidos en las encuestas podemos deducir que en su mayoría la visita de la población joven se debe a trabajos académicos y visitas grupales con la universidad o colegio.

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. A diferencia de lo observado en estudios de públicos anteriores, en donde la distribución de género se

mantuvo equitativa en los últimos cuatro años⁶, a la exposición de *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, asistieron en su mayoría mujeres, con un total de la muestra del 62,8%, es decir un 14% más que en la exposición de *Leo Matiz, mirando al infinito*. El porcentaje de hombres fue del 37,3%, es decir se redujo en un 14%.

Gráfica 2. Género.



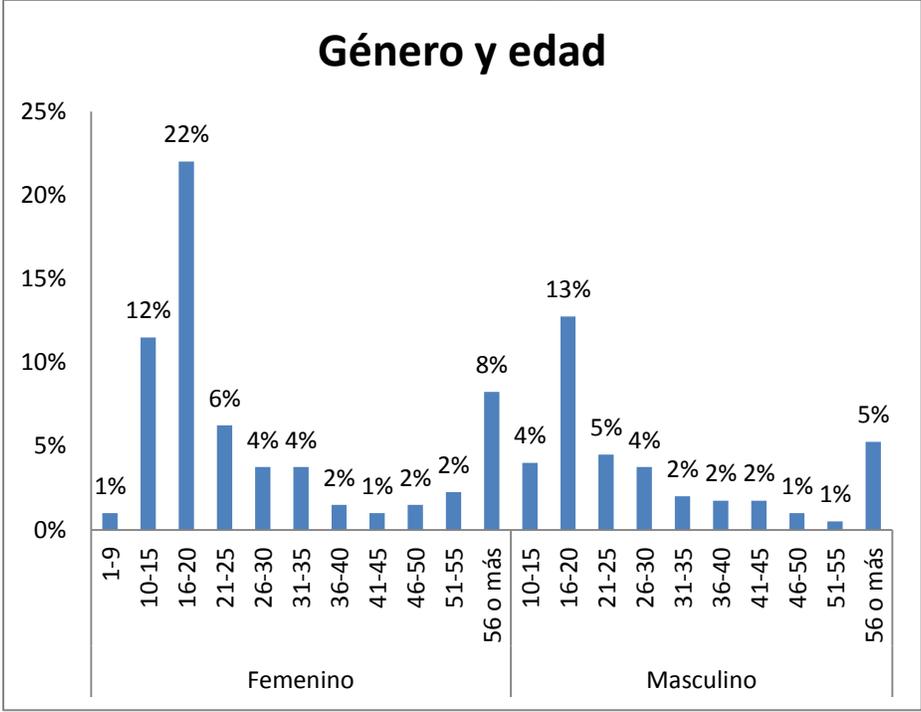
Género y edad

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 mujeres entre los 16-20 años de edad (88 individuos correspondiente al 22%), seguidas por los hombres entre los 16-20 años (51 individuos correspondiente al 12,8%) y las mujeres entre los 10-15 años (46 individuos correspondiente al 11,5%). En el estudio de Leo Matiz, los rangos para las mujeres y hombres entre los 16-20 años se mantuvieron (18,4% y 11,3% respectivamente), sin

⁶ La referencia se hace teniendo en cuenta los datos de los estudios: Llegó el Amazonas a Bogotá (52% de público femenino y un 48% de público masculino); Un país de telenovela (54% de público femenino y 46% de público masculino); Hilos para la eternidad. Textiles funerarios del antiguo Perú (52% de público masculino y un 48% de público femenino); Las historias de un grito, 200 años de ser colombianos (49% de público femenino y un 49% de público masculino); Sociales. Débora Arango llega hoy (49% público femenino, y 50% público masculino); y Leo Matiz, mirando el infinito (48% público femenino, y 52% público masculino).

embargo, el rango de edad para las mujeres entre los 10-15 años aumentó considerablemente (11% más que en el estudio de Leo Matiz).

Gráfica 3. Género y edad.

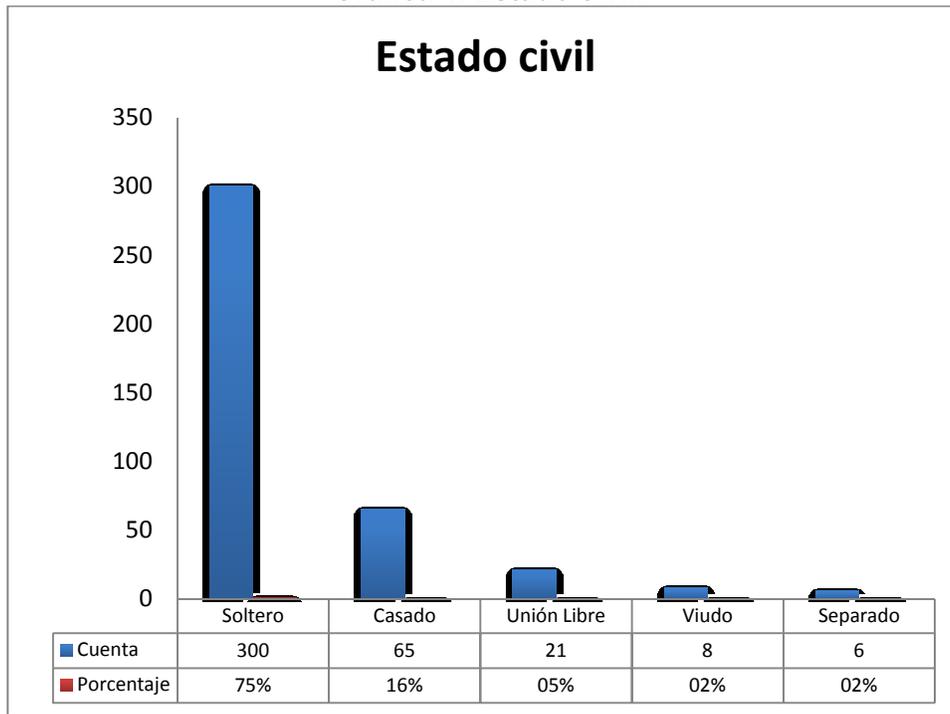


Estado civil

Según el estado civil, el resultado de los datos de la Gráfica 4 muestra que el 75% de los encuestados son solteros, seguidos por el 16,3% que reportan estar casados. En un menor porcentaje encontramos la población que vive en Unión libre (5,3%), seguida por los que indican estar viudos (2%) y por último los separados (1,5%).

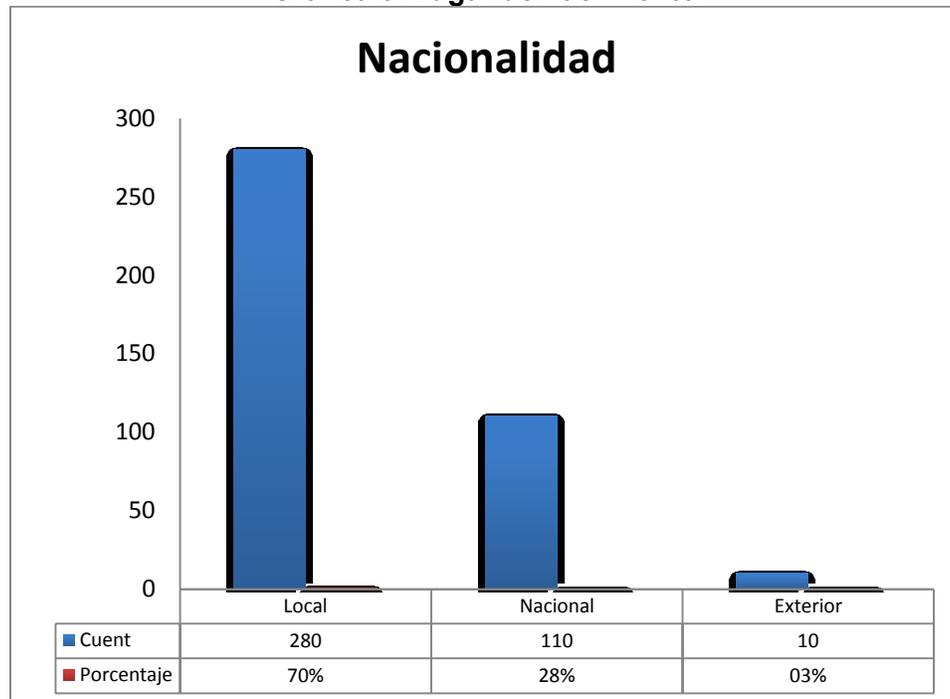
Estos resultados fueron comparados con los obtenidos en los estudios de Leo Matiz y Débora Arango: en el estudio de Leo Matiz, el 73% de los encuestados reportó ser solteros, el 16% estar casados, el 6% dijo vivir en Unión libre, el 3% separado y un 1% viudo. Por su parte, en el estudio de Débora Arango, encontramos que el 67% de los encuestados señalaron ser solteros, 19% casados, 8% viviendo en unión libre, 5% separados y el 1% viudos. Esto demuestra que las características del público según el estado civil se han mantenido en el último año y medio.

Gráfica 4. Estado civil.



Lugar de nacimiento

Gráfica 5. Lugar de nacimiento.



Según el lugar de nacimiento, en la Gráfica 5, podemos observar que gran parte de los encuestados provienen de la ciudad de Bogotá, es decir, fueron los capitalinos los que más visitaron la exhibición, con un porcentaje del 70% del total de la muestra. Le siguen los visitantes nacionales con un total del 27,5% y por último los visitantes de origen extranjero con un total del 2,5%.

Al comparar los resultados con los obtenidos en el estudio de públicos de Leo Matiz, podemos observar que el número de visitantes nacidos en Bogotá aumentó en un 4,3%, mientras que el número de visitantes extranjeros disminuyó en el mismo porcentaje. Por su parte, el porcentaje de visitantes encuestados de origen nacional se mantuvo en el 27,5%.

Tabla 2.1. Lugar de Nacimiento Nacional.

Lugar de Nacimiento	Total	Porcentaje
Cundinamarca	23	5,8%
Valle del Cauca	16	4,0%
Tolima	12	3,0%
Boyacá	11	2,8%
Huila	9	2,3%
Santander	7	1,8%
Atlántico	4	1,0%
Caldas	4	1,0%
Córdoba	4	1,0%
Meta	4	1,0%
Risaralda	4	1,0%
Norte de Santander	3	0,8%
Antioquia	2	0,5%
Magdalena	2	0,5%
Bolívar	1	0,3%
Caquetá	1	0,3%
César	1	0,3%
Quindío	1	0,3%
Sucre	1	0,3%
Total general	110	27,5%

A nivel Nacional, en la tabla 2.1., podemos observar que según el lugar de nacimiento, el mayor número de encuestados es procedente de los departamentos de Cundinamarca (5,8%), Valle del Cauca (4%), Tolima (3%) y Boyacá (2,8%). En la exposición de Leo Matiz, los departamentos más representativos fueron los de Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca con el 3,23 % cada uno y Boyacá con el 2,42%. Lo anterior indica que aunque el porcentaje para algunas regiones se mantuvo, como es el caso del Valle del

Cauca y Boyacá, para otras aumentó, en el caso de Cundinamarca y para otras disminuyó notoriamente, como es el caso de Antioquia.

Los visitantes de origen extranjero, fueron en su mayoría de Argentina y México, con dos representantes cada uno, correspondiente al 0,5% del total de la muestra. También encontramos visitantes de Chile, España, Inglaterra, Panamá, Perú y Venezuela, con un representante cada uno. A diferencia de Leo Matiz, en donde la Mayoría de los visitantes extranjeros eran procedentes de Estados Unidos y Francia (1% del total de la muestra), en esta oportunidad no se encuestaron personas procedentes de estos países.

Tabla 2.2. Nacimiento en el exterior.

País	Total	Porcentaje
Argentina	2	0,5%
México	2	0,5%
Chile	1	0,3%
España	1	0,3%
Inglaterra	1	0,3%
Panamá	1	0,3%
Perú	1	0,3%
Venezuela	1	0,3%
Total general	10	2,5%

Visitantes hispanoparlantes

Según el lugar de nacimiento en el exterior fue posible identificar qué porcentaje de público extranjero era hispanoparlante. De los 10 visitantes extranjeros, el 90% era hispanoparlante y el 10% restante (1 individuo) no lo era.

Tabla 2.3. Visitantes Hispanoparlantes.

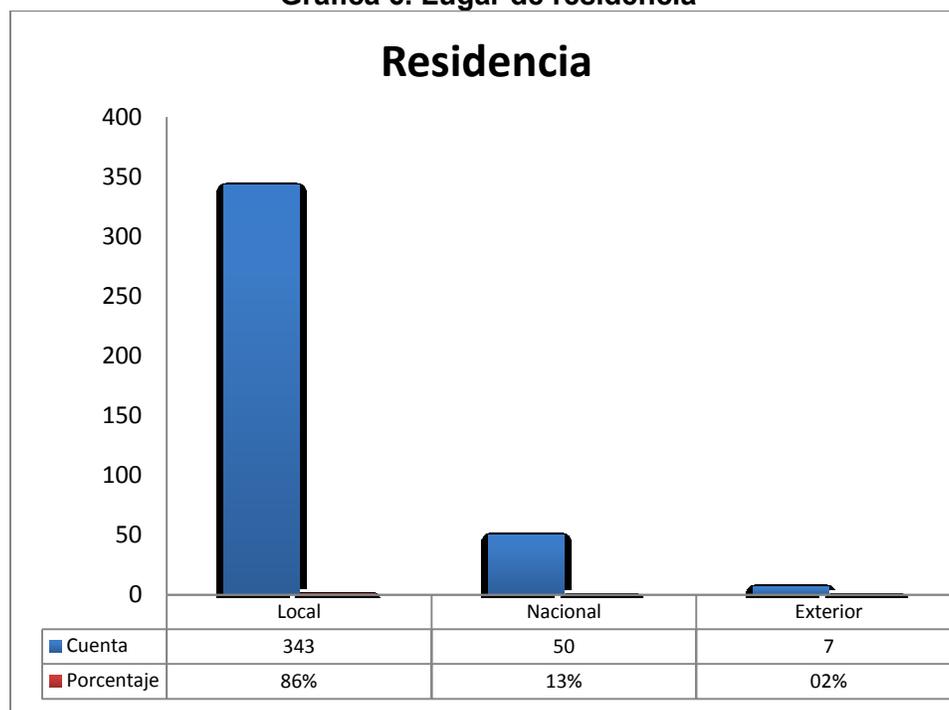
Hispanoparlante	Total	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
Total	34	100%

Lugar de Residencia

Según el lugar de residencia, en la Gráfica 6, se puede observar que el 85,8% de los visitantes reside en Bogotá, el 12,5% reside en otros lugares del país y el 1,8% restante reside en el exterior. De acuerdo a estudios anteriores como el Leo Matiz y Débora

Arango, las tendencias sobre el lugar de domicilio se han mantenido para los habitantes en otras ciudades del país, para los visitantes locales han aumentado en un 5% y los visitantes residentes en el extranjero han disminuido en un 3%.

Gráfica 6. Lugar de residencia



A nivel local, en la Tabla 3.1 podemos observar que la mayoría de encuestados viven en la localidad de Suba (63 individuos correspondiente al 15,8%), seguidos por los habitantes en la localidad de Kennedy (50 individuos correspondientes al 12,5%) y Usaquén (37 individuos correspondientes al 9,3%). En el estudio de Leo Matiz, los residentes locales indicaron vivir en su mayoría en las localidades de Chapinero (12,2%), Suba (12%), Kennedy y Teusaquillo (11%) y Usaquén y Santa Fe el 8%.

Tabla 3.1 Residentes Bogotá por Localidad

Lugar de Residencia	Total	Porcentaje
Suba	63	15,8%
Kennedy	50	12,5%
Usaquén	37	9,3%
Engativá	31	7,8%
Fontibón	24	6,0%
San Cristóbal	19	4,8%
Bogotá	17	4,3%
Chapinero	16	4,0%

Puente Aranda	16	4,0%
Lugar de Residencia	Total	Porcentaje
Teusaquillo	14	3,5%
Ciudad Bolívar	8	2,0%
Bosa	8	2,0%
Barrios Unidos	7	1,8%
Rafael Uribe Uribe	6	1,5%
Tunjuelito	4	1,0%
Los Mártires	4	1,0%
Usme	2	0,5%
Candelaria	2	0,5%
Antonio Nariño	1	0,3%
Total general	343	85,8%

Según el barrio de residencia, podemos observar en la Tabla 3.2, que la mayoría de encuestas residen en Cedritos (15 individuos correspondiente al 3,8%), Suba (11 individuos correspondiente al 2,8%), Kennedy (8 individuos correspondiente al 2%), Britalia, Bosa y Fontibón (7 individuos correspondiente al 1,8% cada uno).

En el estudio de Leo Matiz, la mayoría de residentes locales indicaron vivir en los barrios de Chapinero (4%), La Macarena (3,6%) y Suba (3,4). ha. En el estudio de Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia, los residentes de Chapinero y La Macarena representan solo el 1,3% de la muestra, cada uno.

Tabla 3.2. Residentes en Bogotá

Localidad	Barrio	Total	Porcentaje
Usaquén	Cedritos	15	3,8%
Suba	Suba	11	2,8%
Kennedy	Kennedy	8	2,0%
Fontibón	Fontibón	7	1,8%
Bosa	Bosa	7	1,8%
Kennedy	Britalia	6	1,5%
Fontibón	Modelia	6	1,5%
Suba	Mazurén	5	1,3%
Kennedy	Castilla	5	1,3%
Chapinero	Chapinero	5	1,3%
Santa Fe	La Macarena	5	1,3%
Teusaquillo	La Soledad	5	1,3%
Puente Aranda	Alquería	4	1,0%
Chapinero	Los Rosales	4	1,0%
Teusaquillo	Nicolás de Federmann	4	1,0%
Barrios Unidos	San Fernando	4	1,0%
Suba	Prado Veraniego	3	0,8%
Suba	Ciudad Jardín Norte	3	0,8%

Suba	Berlín	3	0,8%
Suba	Pontevedra	3	0,8%
Suba	Niza	3	0,8%
Kennedy	Patio Bonito	3	0,8%
Kennedy	Marsella	3	0,8%
Usaquén	Usaquén	3	0,8%
Usaquén	Santa Ana	3	0,8%
Engativá	Normandía	3	0,8%
Engativá	Bochica 3	3	0,8%
Fontibón	Ciudad Salitre	3	0,8%
San Cristóbal	Villa Javier	3	0,8%
San Cristóbal	Guacamayas	3	0,8%
Puente Aranda	Primavera	3	0,8%
Rafael Uribe Uribe	Molinos	3	0,8%
Suba	Alhambra	2	0,5%
Suba	Vista Bella	2	0,5%
Suba	Aures II	2	0,5%
Suba	Granada Norte	2	0,5%
Suba	Gratamira	2	0,5%
Suba	Recreo de los Frailes	2	0,5%
Kennedy	Américas Central	2	0,5%
Kennedy	Tintal	2	0,5%
Kennedy	Roma	2	0,5%
Kennedy	Galán	2	0,5%
Kennedy	Boitá	2	0,5%
Kennedy	La Rivera	2	0,5%
Usaquén	San Antonio	2	0,5%
Usaquén	La Carolina	2	0,5%
Usaquén	Bella Suiza	2	0,5%
Engativá	Engativá	2	0,5%
Engativá	Boyacá Real	2	0,5%
Engativá	La Riviera	2	0,5%
Engativá	Álamos Norte	2	0,5%
Engativá	Villa Luz	2	0,5%
Engativá	Bonanza	2	0,5%
Engativá	Acapulco	2	0,5%
Fontibón	Hayuelos	2	0,5%
San Cristóbal	Toberín	2	0,5%
San Cristóbal	20 de Julio	2	0,5%
San Cristóbal	Atenas	2	0,5%
San Cristóbal	La Victoria	2	0,5%
Puente Aranda	Ciudad Montes	2	0,5%
Puente Aranda	Santa Rita	2	0,5%
Santa Fe	San Martín	2	0,5%
Santa Fe	bosque Izquierdo	2	0,5%
Teusaquillo	Teusaquillo	2	0,5%
Ciudad Bolívar	Candelaria La Nueva	2	0,5%

Tunjuelito	Nuevo Muzú	2	0,5%
Los Mártires	Santa Isabel	2	0,5%
Usme	El Cortijo	2	0,5%
Candelaria	La Candelaria	2	0,5%
Suba	Villa María	1	0,3%
Suba	Suba Compartir	1	0,3%
Suba	Santa Isabel	1	0,3%
Suba	Alameda	1	0,3%
Suba	Tibabuyes	1	0,3%
Suba	Cantalejo	1	0,3%
Suba	Iberia	1	0,3%
Suba	Casablanca	1	0,3%
Suba	Colina Campestre	1	0,3%
Suba	Lagos de Córdoba	1	0,3%
Suba	Suba Lisboa	1	0,3%
Suba	Colinas de Suba	1	0,3%
Suba	Victoria Norte	1	0,3%
Suba	Rincón de Suba	1	0,3%
Suba	Los Lagartos	1	0,3%
Suba	San Cipriano	1	0,3%
Suba	Santa Catalina	1	0,3%
Kennedy	Belarcazar	1	0,3%
Kennedy	Tintar	1	0,3%
Kennedy	Talavera	1	0,3%
Kennedy	La Torres	1	0,3%
Kennedy	América central	1	0,3%
Kennedy	Las Torres	1	0,3%
Kennedy	Santafé del Tintar	1	0,3%
Kennedy	Belalcazar	1	0,3%
Kennedy	Carvajal	1	0,3%
Kennedy	Nueva Castilla	1	0,3%
Kennedy	Tundama	1	0,3%
Kennedy	Nueva Marsella	1	0,3%
Kennedy	Ciudad Alsacia	1	0,3%
Usaquén	Antiguo Country	1	0,3%
Usaquén	La Pradera	1	0,3%
Usaquén	San Antonio Norte	1	0,3%
Usaquén	Belmira	1	0,3%
Usaquén	Santa Mónica	1	0,3%
Usaquén	Contador	1	0,3%
Usaquén	Santa Paula	1	0,3%
Usaquén	Country Club	1	0,3%
Usaquén	Altablanca	1	0,3%
Usaquén	El Recodo	1	0,3%
Engativá	La Española	1	0,3%
Engativá	Villas de Madrigal	1	0,3%
Engativá	Cortijo	1	0,3%

Engativá	Villa Gladys	1	0,3%
Engativá	La Serena	1	0,3%
Engativá	Villas de Granada	1	0,3%
Engativá	Minuto de Dios	1	0,3%
Engativá	Villas del Dorado	1	0,3%
Engativá	Álamos	1	0,3%
Engativá	La Estrada	1	0,3%
Fontibón	Flandes	1	0,3%
Fontibón	Zona Franca	1	0,3%
Fontibón	Molinos	1	0,3%
Fontibón	Carlos Lleras	1	0,3%
Fontibón	Capellanía	1	0,3%
Fontibón	Metrópolis	1	0,3%
San Cristóbal	Velódromo	1	0,3%
San Cristóbal	San Cristóbal Sur	1	0,3%
San Cristóbal	Yomasa	1	0,3%
San Cristóbal	Nueva Gloria	1	0,3%
San Cristóbal	Ramajal	1	0,3%
Puente Aranda	Pradera	1	0,3%
Puente Aranda	El Jazmín	1	0,3%
Puente Aranda	Veraguas Central	1	0,3%
Puente Aranda	Galán	1	0,3%
Puente Aranda	Galán Camelia	1	0,3%
Chapinero	Chapinero Alto	1	0,3%
Chapinero	Rosales	1	0,3%
Chapinero	Palermo	1	0,3%
Chapinero	El Nogal	1	0,3%
Chapinero	Villa del cerro	1	0,3%
Chapinero	Cataluña	1	0,3%
Chapinero	Marly	1	0,3%
Santa Fe	Parque Central Bavaria	1	0,3%
Santa Fe	Las Nieves	1	0,3%
Santa Fe	Colinas de Suba	1	0,3%
Santa Fe	Britalia	1	0,3%
Santa Fe	Las Aguas	1	0,3%
Teusaquillo	Rafael Núñez	1	0,3%
Teusaquillo	Campín	1	0,3%
Teusaquillo	Quinta Paredes	1	0,3%
Bosa	Santa Isabel	1	0,3%
Ciudad Bolívar	San Francisco	1	0,3%
Ciudad Bolívar	Ciudad Bolívar	1	0,3%
Ciudad Bolívar	La Estancia	1	0,3%
Ciudad Bolívar	Ciudad Milagros	1	0,3%
Barrios Unidos	Santa Rita	1	0,3%
Barrios Unidos	Polo Club	1	0,3%
Rafael Uribe Uribe	Marco Fidel Suarez	1	0,3%
Rafael Uribe Uribe	Villa Mayor	1	0,3%

Rafael Uribe Uribe	Quiroga	1	0,3%
Tunjuelito	Venecia	1	0,3%
Tunjuelito	San Carlos	1	0,3%
Los Mártires	Centro Internacional	1	0,3%
Los Mártires	Eduardo Santos	1	0,3%
Antonio Nariño	Ciudad Jardín Sur	1	0,3%
Bogotá	Sin especificar	17	4,3%
Total general		343	85,8%

En la Tabla 3.3 podemos ver la distribución de residentes a nivel nacional, se puede observar que la mayoría de los visitantes residen en Soacha (2%), Neiva (1,8%) y Cali (1,5%). En el estudio de Leo Matiz, las personas que residían en ciudades del país diferentes a Bogotá, dijeron vivir en Medellín (2,4%), Cali (1,8%) y Neiva (8%). Al comparar los datos de ambos estudios podemos observar que las características de los visitantes en este aspecto se mantienen, exceptuando a Soacha que en el estudio de públicos de Leo Matiz no tuvo representación y Medellín que en el estudio actual no tiene representación. En cuanto a la distribución de los visitantes según el departamento en el que residen, el 5,8% reside en Cundinamarca (No incluye Bogotá), el 2% en el Valle del Cauca y el 1,8% en el departamento del Huila. Un gran número de las personas que visitaron la muestra y afirmaron residir en otras ciudades del país, venían en grupos organizados por la universidad o colegio.

Tabla 3.3. Residentes nacionales.

Ciudad	Departamento	Total	Porcentaje
Cundinamarca	Soacha	8	2,0%
Huila	Neiva	7	1,8%
Valle del Cauca	Cali	6	1,5%
Cundinamarca	Chía	4	1,0%
Tolima	Ibagué	3	0,8%
Cundinamarca	Tocancipa	2	0,5%
Cundinamarca	Cajicá	2	0,5%
Cundinamarca	Tabio	1	0,3%
Cundinamarca	La Vega	1	0,3%
Cundinamarca	Girardot	1	0,3%
Cundinamarca	Guaymaral	1	0,3%
Cundinamarca	Sopó	1	0,3%
Valle del Cauca	Tuluá	1	0,3%
Valle del Cauca	Castilla	1	0,3%
Tolima	Honda	1	0,3%
Risaralda	Pereira	1	0,3%
Risaralda	Dos Quebradas	1	0,3%
Magdalena	Aracataca	1	0,3%
Santander	Bucaramanga	1	0,3%
Meta	Villavicencio	1	0,3%
Boyacá	Siachoque	1	0,3%
La Guajira	Albania	1	0,3%
Atlántico	Barranquilla	1	0,3%
TOTAL		50	12,5%

Por último, en la tabla 3.4, se presentan los datos de los participantes en la encuesta que reportaron residir en el exterior, estos se ubican en países como Argentina y México con dos representantes cada uno y países como España, Estados Unidos y Chile, con 1 representante cada uno. Al comparar el resultado con los obtenidos en el estudio de Leo Matiz, observamos que el número de participantes que residen en el exterior se redujo notoriamente, se pasó de 24 participantes (4,8%) a 7 participante (1,8%), es decir, se redujo en un 3%. Para el estudio de Leo Matiz, los participantes dijeron residir en países como Australia y Estados Unidos (4 personas correspondientes al 0,8%).

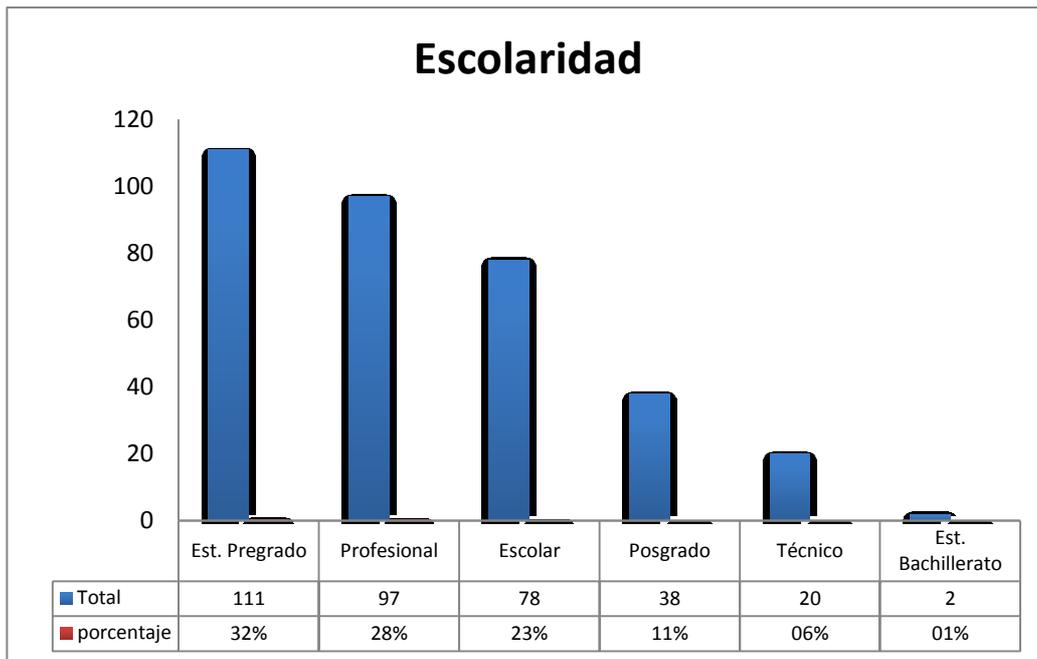
Tabla 3.4. Residentes en el exterior.

País	Total	Porcentaje
Argentina	2	0.5%
México	2	0.5%
España	1	0.3%
Estados Unidos	1	0.3%
Chile	1	0.3%
TOTAL	7	1,8%

Escolaridad

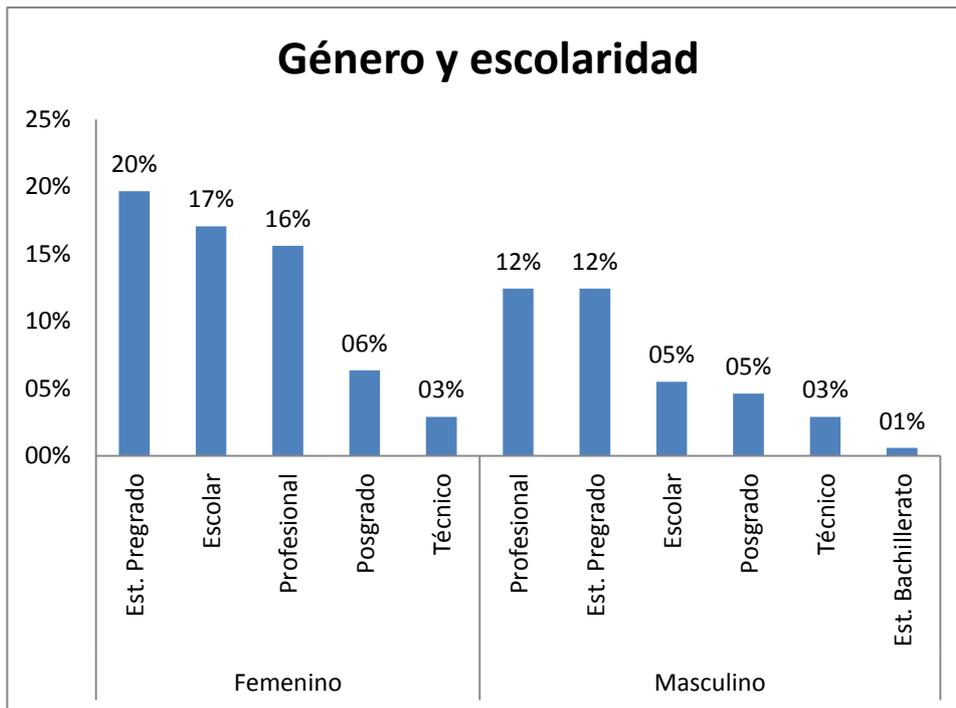
En lo que se refiere al nivel de escolaridad de los encuestados, podemos observar en la Gráfica 7.1 que el 32,1% de las personas indicaron ser estudiantes de pregrado, el 28% son profesionales, el 22,5% reporta tener estudios de Escolar, el 11% estudios de Posgrado, el 5,8% estudios de Técnico y el 0,6% reporta ser estudiante de Bachillerato. Es importante aclarar que muchas de las personas que reportan tener estudios de escolar son estudiantes de primaria o bachillerato. Lo anterior indica que en su mayoría los visitantes de la muestra son estudiantes en diferentes niveles académicos que asistieron a la exhibición por motivos estudiantiles, lo cual indica que las universidades son un aliado fundamental para el Museo a la hora de atraer público. En el estudio de Leo Matiz, encontramos que la mayoría de los visitantes indicaron ser estudiantes de pregrado (30,9%) y profesionales (30,3%).

Gráfica 7.1. Escolaridad.



Ahora bien, si cruzamos el nivel de escolaridad con el género como se observa en la Gráfica 7.2, podemos ver que las mujeres indicaron en su mayoría estar cursando el pregrado (68 personas correspondiente al 19,7%), seguido por las jóvenes con estudios en escolar (59 personas correspondiente al 17,1%) y mujeres profesionales (54 personas correspondiente al 15,6%). Por su parte, un número igual de hombres indicó ser profesional y estar cursando el pregrado(43 personas correspondiente al 12,4 para cada grupo).

Gráfica 7.2. Género y Escolaridad.



Ocupación

En cuanto a la ocupación de las personas que visitaron la exhibición, podemos observar en la Gráfica 8, que en su mayoría los visitantes son estudiantes (234 personas correspondiente al 58,5%), seguido por los empleados (86 personas correspondiente al 21,5%) y las personas independientes (34 personas correspondiente al 8,5%). En los estudios de públicos de Leo Matiz y Débora Arango, la mayoría de la muestra también informó ser estudiante (44,8% y 45,6% respectivamente). Sin embargo, se refleja un aumento del 15% de estudiantes para el estudio de Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia.

Nuevamente se refleja la importancia de la alianza con instituciones educativas a la hora de promover las actividades culturales que ofrece el Museo, ya que los estudiantes son el público que más acude a este tipo de actividades por motivos académicos. En este sentido la División Educativa y Cultural del Museo Nacional de Colombia (DEC)⁷:

(...) “diseña e implementa programas educativos y culturales asociados a sus exposiciones permanentes y temporales, que contemplan diversas maneras de abordar los contenidos del museo a través de estrategias didácticas (talleres y visitas comentadas) pensadas desde las necesidades específicas de los públicos que visitan el museo, con el fin de fortalecer y desarrollar

⁷ <http://www.museonacional.gov.co/servicioseducativos>

conocimientos, generar experiencias creativas y suscitar reflexiones sobre las colecciones, el museo y el patrimonio”.

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 *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, 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 podemos ver en la Tabla 4.1, que el 57,3% ya había visitado el Museo y el 42,8% lo visitó por primera vez en esta oportunidad. Del total de visitantes, el 28% lo había visitado en el último año, el 9% hace dos años, el 4,5% hace tres años y el 15,8% lo había visitado hace cuatro años o más. En la exposición de Leo Matiz, el 30,3% eran nuevas visitantes y el 69,5% eran personas que ya habían tenido la oportunidad de conocer el Museo. Al comparar estos datos, encontramos que el número de visitantes nuevos aumentó significativamente (10%), lo que refleja un interés de un nuevo público por ver la exposición de los dioses griegos.

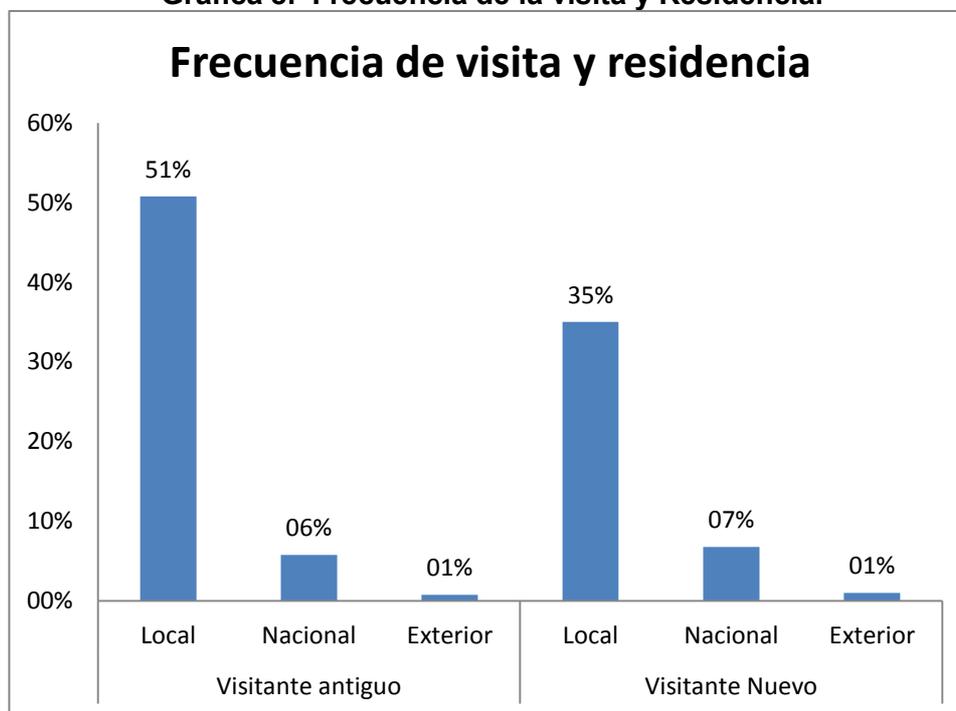
Tabla 4.1. Frecuencia de la visita al Museo.

Es su primer visita al Museo	Hace cuántos años fue su última visita	Total	Porcentaje
NO	1 año	112	28,0%
	2 años	36	9,0%
	3 años	18	4,5%
	4 años o más	63	15,8%
SI	No aplica	171	42,8%
Total general	400	400	100%

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 8, que de los visitantes antiguos el 50,8% reside en la ciudad de Bogotá, el 5,8% en diferentes ciudades del país y el 0,8% reside en el exterior. Por su parte, los visitantes nuevos residen en su mayoría en Bogotá (35%), seguidos por los visitantes nacionales (6,8%) y quienes residen en el exterior (1%). Al igual que en la exposición de Leo Matiz, en donde el número de visitantes locales nuevos representaba el 20% del total de la muestra, los visitantes nuevos locales para esta exposición representan un porcentaje importante,

quienes en su mayoría son jóvenes entre los 10 y los 20 años de edad, que asistieron por motivos académicos⁸.

Gráfica 8. Frecuencia de la visita y Residencia.



Al analizar los visitantes frecuentes y su lugar de residencia, podemos ver en la Tabla 4.2, que el 25% de los visitantes, residen en Bogotá y visitaron el Museo por última vez hace menos de un año, el 8,5% reside en Bogotá y visitó el Museo hace dos años, el 4% hace 3 años y quienes lo visitaron hace cuatro años y más y residen en Bogotá representan el 13,2% del total de la muestra. Al identificar el interés de la visita de los visitantes frecuentes que acudieron al Museo hace más de cuatro años podemos observar que asistieron por motivos culturales, académicos y por la temática de la exposición. Lo anterior quiere decir que la exposición convocó a un número importante de personas que conocía el Museo y no lo habían visitado en un largo periodo de tiempo.

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

Es su primera visita al Museo	Ultima visita	Residencia	Total	Porcentaje
Visitante antiguo	1 año o menos	Local	100	25,0%
		Nacional	12	3,0%
	Total 1 año o menos		112	28,0%
	2 años	Local	34	8,5%

⁸ El cuadro con las características de los visitantes nuevos locales se puede encontrar en el documento con los datos estadísticos del estudio de la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, en la pestaña "Visitantes nuevos locales".

		Nacional	2	0,5%
	Total 2 años		36	9,0%
	3 años	Local	16	4,0%
		Nacional	2	0,5%
	Total 3 años		18	4,5%
	más de 3 años	Local	53	13,3%
		Nacional	7	1,8%
		Exterior	3	0,8%
	Total más de 3 años		63	15,8%
Total Visitante antiguo			229	57,3%
Visitante Nuevo		Local	140	35,0%
		Nacional	27	6,8%
		Exterior	4	1,0%
	Total		171	42,8%
Total Visitante Nuevo			171	42,8%
Total general			400	100,0%

Es importante que el Museo busque estrategias para que aquellas personas que residen en Bogotá y conocen el Museo sigan asistiendo a las actividades que se llevan a cabo, buscando herramientas que le permitan mantenerse en contacto con los visitantes para que se enteren de las diferentes actividades culturales, exhibiciones y servicios (Los estudios de público son una excelente herramienta para conocer las características y preferencias de este público. Asimismo permiten recolectar información como correos electrónicos, para informar al público de la programación cultural del Museo).

Divulgación

En este apartado se les preguntó a los visitantes cómo se enteraron de la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*. En estudios anteriores como *Un país hecho de fútbol*, *Las historias de un grito*, *200 años de ser colombianos* y *Sociales. Llegó Débora Arango*⁹, los visitantes de la exhibición se enteraron principalmente en el Museo por casualidad. En *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, las principales fuentes de divulgación fueron la universidad o colegio (37,3%), los familiares (19,5%) y los medios de comunicación (18,5%).

Tabla 5.1 Divulgación.

Cómo se enteró de la muestra	Total	Porcentaje
Universidad o Colegio	149	37,3%
Amigos y familiares	78	19,5%
Medios de comunicación	74	18,5%

⁹ En Débora Arango un 40% de los visitantes se enteró en el Museo.

En el Museo	23	5,8%
Programación del Museo	16	4,0%
Pendón	12	3,0%
Redes sociales	11	2,8%
Paradero	10	2,5%
Transmilenio	9	2,3%
Página Web del Museo	9	2,3%
Otro	5	1,3%
Otra página Web	2	0,5%
Otra programación	1	0,3%
Agencia de turismo	1	0,3%
Total general	400	100.0%

En la Tabla 5.1, podemos observar que un 37,3% de las personas encuestadas se enteró a través de la universidad o colegio, al comparar esta cifra con las de el estudio de Leo Matiz, podemos ver que aumentó en un 17% la divulgación a través de este medio. Una de las explicaciones es que un gran número de visitantes acudió por motivos académicos a la exposición. Por otro lado, el 19,5% de los visitantes se enteró a través de amigos y familiares y el 18,5% a través de Medios de Comunicación.

La exposición fue divulgada 125 veces en medios de comunicación nacionales e internacionales, entre los que se encuentran BBC Mundo, Agencia EFE, El Tiempo, El Espectador, Revista Semana, RCN Radio, Caracol Radio, W Radio, RCN Televisión, Caracol Televisión y CM&. Así mismo, el Museo informó acerca de la muestra mediante su sitio web, comunicados de prensa para lograr free press, boletines informativos para suscriptores y mensajes en redes sociales. Además, ejecutó un plan publicitario de medios, que incluyó cuñas en las emisoras de Señal Colombia Sistema de Medios Públicos, emisoras privadas de la cadena Caracol, Cine Colombia, estaciones del sistema de transporte masivo Transmilenio y paraderos de buses.

De las 74 personas que dijeron enterarse a través de los medios de comunicación de la exposición, 27 se enteraron a través del periódico El Tiempo¹⁰, 6 a través de ADN y El Espectador y 5 personas a través de la Revista Semana y el canal Caracol.

Tabla 5.2. Medios de comunicación.

Medio de comunicación	Total	Porcentaje
El Tiempo	27	6,8%
ADN	6	1,5%
El Espectador	6	1,5%

¹⁰ En la exposición *Leo Matiz, mirando el infinito*, las personas que dijeron enterarse de la exposición a través de los medios de comunicación, dijeron enterarse en su mayoría a través del periódico El Tiempo (24 personas)

Caracol televisión	5	1,3%
Televisión	5	1,3%
Revista Semana	5	1,3%
Internet	2	0,5%
Noticiero	2	0,5%
Periódico	2	0,5%
Canal Capital	1	0,3%
Caracol Radio	1	0,3%
Radio	1	0,3%
RCN	3	0,8%
Total general	74	18,7%

Para la exposición se utilizaron dos modalidades nuevas de divulgación: estaciones del sistema de transporte masivo Transmilenio paraderos de buses, a través de estas modalidades se enteraron el 2,3% y el 2,5% de los visitantes respectivamente.

Como los datos más representativos en este punto, observamos que el número de personas que se enteró a través de la universidad o colegio aumentó en un 17% respecto al estudio de Leo Matiz y un 23% respecto al estudio de Débora Arango; En cuanto a la cantidad de personas que se enteraron en el Museo, se observa que el número disminuyó en un 35% respecto a Débora Arango, y un 14% respecto a Leo Matiz. De lo anterior podemos concluir que la mayoría de personas que visitaron la exposición tenían conocimiento de la misma y era el motivo de su visita.

Es importante resaltar que la división de Comunicación del Museo Nacional, realiza un gran esfuerzo con universidades, colegios y medios de comunicación para dar a conocer las actividades que se están llevando a cabo en el Museo, por lo cual, detrás de aquella divulgación que realizaron las universidad, colegios y medios de comunicación sobre la exhibición se encuentra el trabajo de la división de Comunicación.

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 envía un comunicado de prensa, coordina entrevistas y sesiones de fotografía y video y hace un seguimiento a cada uno de los medios para asegurar la divulgación de la exhibición.

Frecuencia de visita y divulgación

Se realizó una comparativa entre la frecuencia de visita al Museo y el medio a través del cual se enteraron de la exhibición. En la Tabla 5.2 se pueden observar los resultados de esta comparativa.

Tabla 5.2. Frecuencia de visita y divulgación.

Es su primera visita al Museo	Hace cuánto fue la última visita	Cómo se enteró de la muestra	Total	Porcentaje
Antiguos	Menos de 1 año	Medios de comunicación	33	8,3%
		Universidad o Colegio	30	7,5%
		Amigos y familiares	15	3,8%
		Pendón	7	1,8%
		En el Museo	7	1,8%
		Programación del Museo	6	1,5%
		Transmilenio	4	1,0%
		Redes sociales	3	0,8%
		Otro	3	0,8%
		Paradero	2	0,5%
		Otra página Web	1	0,3%
		Otra programación	1	0,3%
		Menos de 2 años	Medios de comunicación	14
	Amigos y familiares		7	1,8%
	Universidad o Colegio		6	1,5%
	Paradero		4	1,0%
Redes sociales	3		0,8%	
Programación del Museo	1		0,3%	
Página Web del Museo	1		0,3%	
Menos de 3 años	Universidad o Colegio	5	1,3%	
	Medios de comunicación	4	1,0%	
	Amigos y familiares	3	0,8%	
	Página Web del Museo	3	0,8%	
	En el Museo	1	0,3%	
	Pendón	1	0,3%	
	Paradero	1	0,3%	
Más de 3 años	Medios de comunicación	18	4,5%	
	Universidad o Colegio	15	3,8%	
	Amigos y familiares	11	2,8%	
	En el Museo	6	1,5%	
	Programación del Museo	5	1,3%	

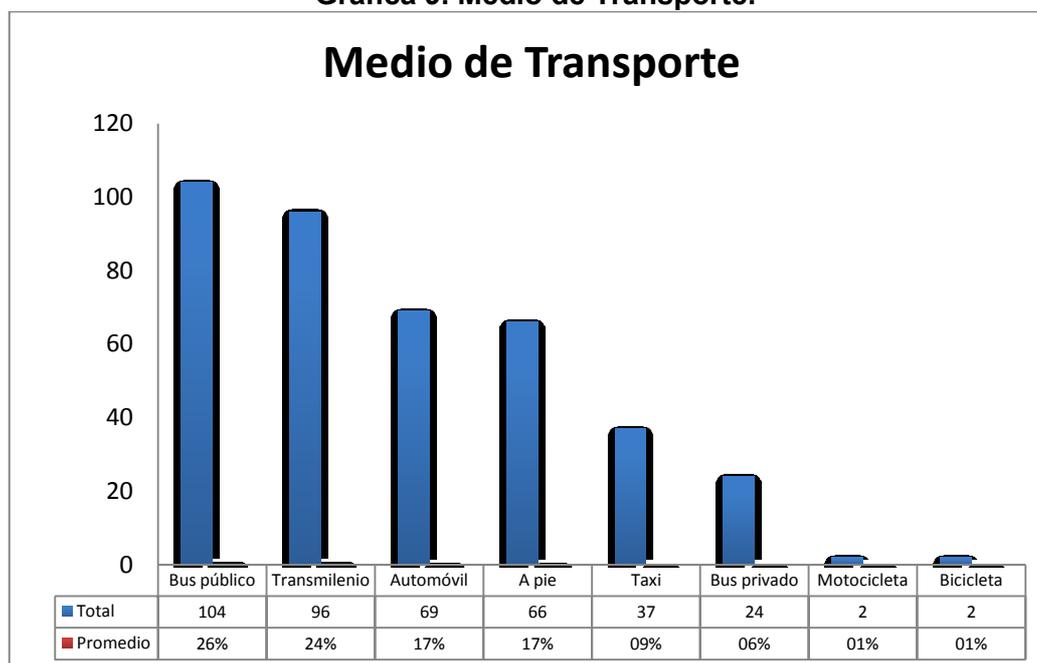
		Página Web del Museo	3	0,8%
		Paradero	2	0,5%
		Transmilenio	1	0,3%
		Redes sociales	1	0,3%
		Pendón	1	0,3%
Nuevos		Universidad o Colegio	93	23,3%
		Amigos y familiares	42	10,5%
		En el Museo	9	2,3%
		Medios de comunicación	5	1,3%
		Programación del Museo	4	1,0%
		Transmilenio	4	1,0%
		Redes sociales	4	1,0%
		Pendón	3	0,8%
		Otro	2	0,5%
		Página Web del Museo	2	0,5%
		Paradero	1	0,3%
		Otra página Web	1	0,3%
		Agencia de turismo	1	0,3%
Total general			400	100%

Los visitantes antiguos que indican haber visitado el Museo hace menos de un año se enteraron en un 8,3% a través de los medios de comunicación y un 7,5% a través de la universidad o colegio. De los visitantes antiguos que visitaron el Museo hace menos de dos años, se enteraron en su mayoría a través de los medios de comunicación (3,4%), amigos o familiares (1,8%) y la universidad o colegio (1,5%). De los visitantes antiguos que visitaron el Museo por última vez hace menos de tres años, dijeron enterarse de la exposición principalmente a través de la universidad o colegio (1,3%) y los medios de comunicación (1%). Por último, de los visitantes antiguos que visitaron el Museo por última vez hace más de tres años, dijeron enterarse de la muestra a través de los medios de comunicación (4,5%), universidad o colegio (3,8) y amigos o familiares (2,8%). En lo que se refiere a las personas que visitaron el Museo por primera vez, estos se enteraron principalmente a través de la universidad o colegio (23,3%) y amigos o familiares (10,5%).

En general, podemos decir que las personas que ya han visitado al Museo, están más en contacto con la programación de las diferentes actividades que este lleva a cabo, por lo cual las visitas del público frecuente está orientadas a alguna actividad específica del Museo de la cual tienen previo conocimiento, como en este caso la visita a la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*.

Medio de transporte

Gráfica 9. Medio de Transporte.

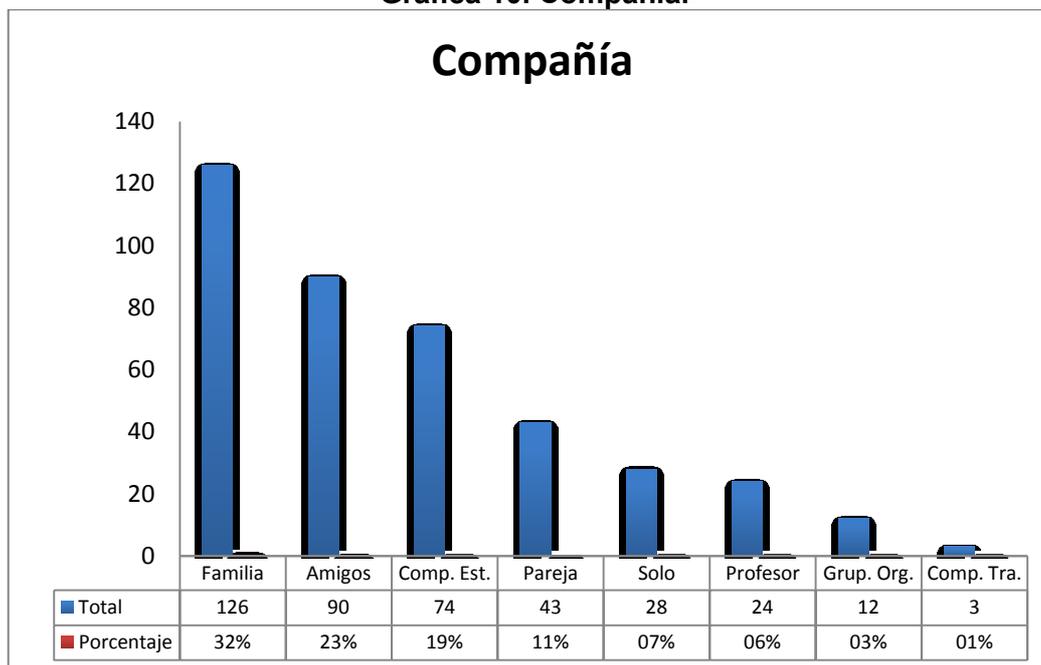


Al consultar al público de la exhibición acerca del medio de transporte que utilizó para llegar al Museo, encontramos que el 26% de las personas utilizó bus público, el 24% Transmilenio, el 17,3% utilizó automóvil particular, el 16,5% llegó caminando, el 9,3% en taxi y un 6% llegó en bus privado. En el estudio de Leo Matiz, encontramos que el porcentaje más alto de personas llegó caminando (37,8%), seguido por las personas que llegaron en bus público (23,5%), Transmilenio (15,5%), taxi (10,3%) y automóvil (9%). Al compara estos datos, nos damos cuenta que el porcentaje de personas que llegó a pie disminuyó notablemente (20%) y el porcentaje de personas que llegó en Transmilenio y automóvil aumentó considerablemente.

Compañía

En relación con la compañía, observamos que el 31,5% de las personas asistió con la familia a la exhibición, el 22,5% asistió con amigos, el 18,5% con compañeros de estudio, el 10,8% con la pareja, el 7% solo, el 6% en compañía del profesor y el 3% con un grupo organizado (Ver gráfica 10). Al comparar los datos con los obtenidos en el estudio de Leo Matiz, se observa que el número de personas que asistió con amigos disminuyó en un 4% y el porcentaje de personas que asistió con la familia aumentó en un 15%. Muchas de las personas que asistieron con la familia, eran jóvenes que acudieron con sus padres por motivos académicos a la exhibición o padres que vinieron a acompañar a sus hijos y aprovecharon la ocasión para conocer más de la cultura griega.

Gráfica 10. Compañía.



Compañía y motivo de la visita al Museo

Al relacionar el motivo de la visita con la compañía (Ver Tabla 6), podemos observar que del grupo de personas que asistieron a ver la exposición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, la mayoría asistió con la familia (29,5%), amigos (20,5%) y compañeros de estudio (16,3%). Del grupo de personas que asistió a ver la exposición permanente, la mayoría de encuestados asistió con familiares, amigos y compañeros de estudio (1,8% para cada segmento).

Tabla 6. Compañía y motivo de la visita al Museo.

Motivación	Compañía	Total	Porcentaje
Dioses griegos	Familia	118	29,5%
	Amigos	82	20,5%
	Compañeros de estudio	65	16,3%
	Pareja	35	8,8%
	Solo	25	6,3%
	Profesor	20	5,0%
	Grupo organizado	11	2,8%
	Compañeros de trabajo	2	0,5%
Total Dioses griegos		358	89,5%
Exposición permanente	Familia	7	1,8%
	Amigos	7	1,8%
	Compañeros de estudio	7	1,8%
	Pareja	6	1,5%

	Solo	3	0,8%
	Profesor	4	1,0%
	Grupo organizado	1	0,3%
	Compañeros de trabajo	1	0,3%
Total Exposición permanente		36	9,1%
Otra	Amigos	1	0,3%
	Compañeros de estudio	2	0,5%
	Pareja	2	0,5%
Total Otra		5	1,3%
Act. cultural/educativa	Familia	1	0,3%
Total Act. cultural/educativa	Compañeros de estudio	1	0,3%
Total general		398	100%

Motivo de la visita al Museo

Gráfica 11. Motivo de visita al Museo.



Con relación al motivo de visita al Museo (Gráfica 11), las personas que participaron en la encuesta indicaron como motivo principal la exposición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia* (358 individuos correspondientes al 89,5%), seguidos por las personas que vinieron a la exposición permanente (36 individuos correspondientes al 9%). En el estudio de Leo Matiz, un 70,6% de los encuestados visitó al Museo para ver la exposición temporal y el 24,1% estaba visitando la exposición permanente. De lo anterior podemos deducir que el número de personas interesada en ver la exposiciones de dioses griegos fue mayor que a la de Leo Matiz.

Una vez se le indagó al público el motivo de visita al Museo, se le pidió profundizar esta respuesta, indicando el interés particular en visitar el Museo. Las respuestas de los encuestados se clasificaron según el interés en: interés académico, cultural, temática de la exposición, conocimiento, ocio, exposición itinerante, recomendación y turismo.

Las personas que asistieron al Museo interesados en ver la exposición temporal por motivos académicos representan al 34,3% del total de la muestra: estas personas son los estudiantes de universidades o colegios que tenían trabajos relacionados con la exposición, en este grupo también se incluyeron a los padres que venían a acompañar a sus hijos con deberes estudiantiles. El siguiente grupo de personas que asistió a la exposición temporal lo hizo por motivos culturales (27%), estas personas argumentaron asistir al Museo por la importancia cultural de la muestra y querían conocer más de esta cultura y su historia. El 16,3% de las personas que visitó la exposición de Grecia lo hizo porque le interesa la temática de la exposición, es decir la cultura griega, la mitología, su historia y arquitectura. El 3,3% de las personas asistió a la exposición por motivos de ocio y el 2,8% porque era una exposición itinerante traída del Museo del Louvre.

De las personas que dijeron asistir al Museo para visitar la exposición permanente, dijeron en su mayoría asistir para conocerlo (2,8%), de este grupo de personas 3 ya lo habían visitado varios años atrás y no lo recordaban bien. El 2,5% de las personas que visitó la exposición permanente lo hizo por motivos académicos y el 2% por motivos culturales.

Tabla 7.1. Interés por visitar el Museo Nacional.

Motivación	Interés Visita	Total	Porcentaje
Dioses Griegos	Académico	137	34,3%
	Cultural	108	27,0%
	Temática exposición	65	16,3%
	NS/NR	22	5,5%
	Ocio	13	3,3%
	Exposición itinerante	11	2,8%
	Recomendación	1	0,3%
	Otro	1	0,3%
Total Leo Matiz		358	89,5%
Exposición permanente	Conocer el Museo	11	2,8%
	Académico	10	2,5%
	Cultural	8	2,0%
	Ocio	3	0,8%
	NS/NR	2	0,5%

	Otro	1	0,3%
	Turismo	1	0,3%
Total Exposición permanente		36	9,0%
Otra	Ocio	2	0,5%
	Otro	2	0,5%
	Turismo	1	0,3%
Total Otra		5	1,3%
Actividad cult/edu	Cultural	1	0,3%
Total Actividad cult/edu		1	0,3%
Total general		400	100%

Frecuencia de Visita y Motivación de la visita

Relacionando la motivación de la visita con los nuevos y antiguos visitantes, se observó que el 52,8% de los visitantes ya conocía el Museo y asistió a la exposición temporal, el 36,8% conoció el Museo por primera vez y su motivación era la exposición de Grecia.

el 78% de los visitantes antiguos acudió al Museo a ver la exhibición de Leo Matiz y el 16% a ver la exposición permanente. En relación con los visitantes nuevos, el 52% acudió al Museo a ver la exhibición de Leo Matiz y el 41% a ver la exposición permanente.

Lo anterior refleja, que a través de la exposición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, se desarrollaron nuevos públicos, en su mayoría estudiantes jóvenes y personas interesadas en la cultura griega.

Tabla 7.2. Frecuencia de Visita y Motivación de la visita.

Frecuencia de visita	Motivación	Total	Porcentaje
Antiguo	Dioses Griegos	211	52,8%
	Exposición permanente	16	4,0%
	Otra	2	0,5%
Total Antiguo		229	57,3%
Nuevo	Dioses Griegos	147	36,8%
	Exposición permanente	20	5,0%
	Otra	3	0,8%
	Cultural/Educativo	1	0,3%
Total Nuevo		171	42,8%
Total general		400	100%

Edad y motivación de la visita

En relación con la edad y el motivo de la visita, podemos observar que los jóvenes entre los 10-15 años, vinieron en su mayoría a ver la exposición de Grecia (60

individuos correspondientes al 15%). Los jóvenes entre los 16-20 años también asistieron al Museo a ver la exposición temporal (124 individuos correspondientes al 31%), los jóvenes entre los 21-25 años también vinieron en su mayoría a ver la exposición de Grecia, al igual que los adultos mayores. En la Tabla 7.3, podemos ver que en todos los grupos de edad la mayoría de encuestados estaba interesado en ver la exposición de dioses griegos.

Tabla 7.3. Edad y Motivación de la visita.

Edad	Motivación	Total	Porcentaje
1-9	Dioses Griegos	4	1,0%
Total 1-9		4	1,0%
10-15	Dioses Griegos	60	15,0%
	Exposición permanente	2	0,5%
Total 10-15		62	15,5%
16-20	Dioses Griegos	124	31,0%
	Exposición permanente	15	3,8%
Total 16-20		139	34,8%
21-25	Dioses Griegos	31	7,8%
	Exposición permanente	8	2,0%
	Otra	4	1,0%
Total 21-25		43	10,8%
26-30	Dioses Griegos	26	6,5%
	Exposición permanente	3	0,8%
	Otra	1	0,3%
Total 26-30		30	7,5%
31-35	Dioses Griegos	21	5,3%
	Exposición permanente	2	0,5%
Total 31-35		23	5,8%
36-40	Dioses Griegos	11	2,8%
	Exposición permanente	2	0,5%
Total 36-40		13	3,3%
41-45	Dioses Griegos	9	2,3%
	Exposición permanente	2	0,5%
Total 41-45		11	2,8%
46-50	Dioses Griegos	9	2,3%
	Actividad cultural/educativa	1	0,3%
Total 46-50		10	2,5%
51-55	Dioses Griegos	9	2,3%
	Exposición permanente	2	0,5%
Total 51-55		11	2,8%
56 o más	Dioses Griegos	54	13,5%
Total 56 o más		54	13,5%
Total general		400	100,0%

Al analizar más detenidamente la edad de los encuestados y la motivación de visita al Museo, podemos ver que las personas entre los 10-15 años de edad vinieron en su mayoría por motivos académicos (44 individuos correspondientes al 12,1%), las personas entre los 16-20 años vinieron por motivos académicos (71 individuos correspondiente al 19,5%) y motivos culturales (38 individuos correspondiente al 10,4%), las personas entre los 21-25 años también asistieron al Museo por motivos académicos (3,3%) y culturales (3%). El público de más de 25 años indicó asistir al museo por dos razones principalmente: interés cultural (15,4%) e interés en la temática de la exposición (12,3%). Sin embargo encontramos que algunas personas entre estos grupos de edad, reportó asistir al Museo por motivos académicos, al analizar detalladamente estos datos, encontramos que estas personas son familiares de los estudiantes que indicaron venir al Museo para realizar alguna tarea de la universidad o colegio y profesores interesados en el tema de Grecia.

Tabla 7.4. Edad e interés de la visita.

Edad	Motivación	Total	Porcentaje
1-9	Cultural	3	0,8%
	Académico	1	0,3%
Total 1-9		4	1,1%
10-15	Académico	44	12,1%
	Cultural	8	2,2%
	Ocio	2	0,5%
	Temática exposición	2	0,5%
	Recomendación	1	0,3%
	Exposición itinerante	1	0,3%
Total 10-15		58	15,9%
16-20	Académico	71	19,5%
	Cultural	38	10,4%
	Temática exposición	13	3,6%
	Ocio	3	0,8%
	Exposición itinerante	1	0,3%
Total 16-20		126	34,5%
21-25	Académico	12	3,3%
	Cultural	11	3,0%
	Temática exposición	5	1,4%
	Ocio	5	1,4%
	Otro	3	0,8%
	Exposición itinerante	2	0,5%
	Turismo	1	0,3%
Total 21-25		39	10,7%
26-30	Cultural	11	3,0%
	Temática exposición	8	2,2%
	Académico	3	0,8%

	Ocio	3	0,8%
	Turismo	1	0,3%
Total 26-30		26	7,1%
31-35	Cultural	7	1,9%
	Temática exposición	5	1,4%
	Académico	3	0,8%
	Ocio	2	0,5%
	Exposición itinerante	2	0,5%
Total 31-35		19	5,2%
36-40	Cultural	5	1,4%
	Temática exposición	4	1,1%
	Académico	1	0,3%
	Exposición itinerante	1	0,3%
Total 36-40		11	3,0%
41-45	Académico	4	1,1%
	Temática exposición	3	0,8%
	Otro	1	0,3%
	Cultural	1	0,3%
	Ocio	1	0,3%
Total 41-45		10	2,7%
46-50	Cultural	5	1,4%
	Temática exposición	3	0,8%
	Académico	1	0,3%
	Ocio	1	0,3%
Total 46-50		10	2,7%
51-55	Cultural	4	1,1%
	Académico	2	0,5%
	Temática exposición	2	0,5%
	Exposición itinerante	1	0,3%
Total 51-55		9	2,5%
56 o más	Cultural	24	6,6%
	Temática exposición	20	5,5%
	Académico	5	1,4%
	Exposición itinerante	3	0,8%
	Ocio	1	0,3%
Total 56 o más		53	14,5%
Total general		400	100,0%

SERVICIOS DEL MUSEO

En este capítulo se analizaron los servicios, actividades o exposiciones que se han realizado en el Museo y las que más recuerdan los usuarios, el tipo de eventos culturales a los que asisten los usuarios y el lugar al que acuden, las temáticas que les gustaría ver en el Museo y la evaluación que hacen los usuarios de los servicios educativos.

Exposición, actividad cultural o servicio que más recuerdan los visitantes del Museo

Un total de 104 visitantes (26%), contestó recordar alguna actividad, exposición o servicio ofrecido en el Museo anteriormente. En la tabla 8, se pueden observar las exposiciones y actividades más recordadas por los visitantes antiguos.

De las personas que contestaron, 41 individuos (39,4%) dijeron recordar la exposición *Los guerreros de terracota: Un ejército inmortal*, quienes dijeron recordar esta exposición, se refirieron a la imponente de las piezas y el montaje, el impacto cultural, la experiencia, la excelente exposición, la antigüedad de las figuras y su tamaño. La segunda exposición más recordada fue *Egipto: El paso a la eternidad* (8 personas correspondientes al 7,7%), estas personas hicieron referencia al interés histórico de la exposición, lo completo de la muestra, el esfuerzo del Museo para traerla y el impacto que les causó. La exposición *Leo Matiz. Mirando el infinito*, fue recordada por 6 personas correspondiente al 5,8%, estas personas hicieron referencia a las fotografías, la museografía y por ser la última exposición que visitaron. Un número igual de personas recordaron la exposición *Débora Arango llega hoy* (6 individuos correspondiente al 5,8%), quienes recordaron esta exposición en su mayoría son personas que sienten admiración por la artista y su obra.

Tabla 8. Exposición cultural, actividad cultural o servicio que más recuerdan los visitantes del Museo.

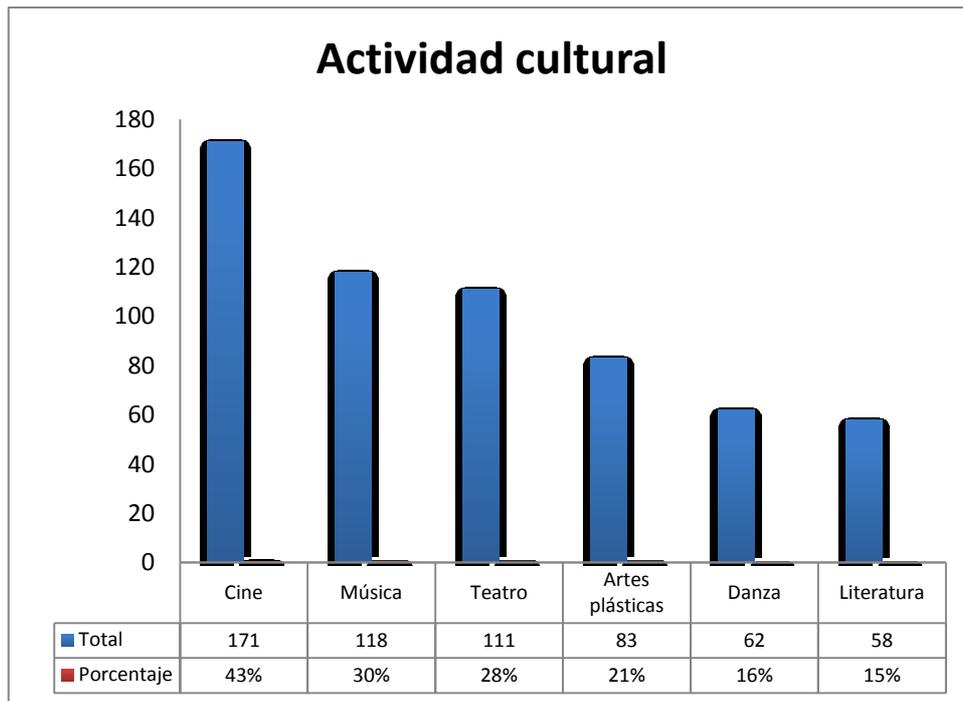
Exposición cultural, actividad cultural o servicio que más recuerdan los visitantes del Museo	Total	Porcentaje
Los guerreros de terracota: Un ejército inmortal	41	39,4%
Egipto: El paso a la eternidad.	8	7,7%
Leo Matiz. Mirando el infinito	6	5,8%
Débora Arango llega hoy	6	5,8%
Bicentenario de la Independencia de Colombia	4	3,8%
La Independencia en perspectiva. Construcción de imágenes y héroes	2	1,9%
Concierto de piano de Melissa Díaz	2	1,9%

Prácticas Funerarias de Momificación en Colombia	2	1,9%
Cuatro siglos de pintura en la colección BBVA: Obras maestras de la Colección BBVA. Pintura española de los siglos XV al XX	2	1,9%
Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia	2	1,9%
Sipán. el último tesoro de América	2	1,9%
Del monumento al pensamiento. Patrimonio de Colombia para la humanidad	2	1,9%
Hilos para la eternidad: textiles funerarios del antiguo Perú	2	1,9%
Música vallenata	1	1,0%
El regreso de Humboldt	1	1,0%
Rembrandt en Colombia. Grabados	1	1,0%
Entierro chibcha: le impactó	1	1,0%
Momias	1	1,0%
Exposición de Colombia	1	1,0%
Picasso en Bogotá	1	1,0%
Exposición permanente	1	1,0%
Un país de telenovela	1	1,0%
Exposición permanente indígenas	1	1,0%
los indígenas	1	1,0%
Actividad Par Deux	1	1,0%
Monjas coronadas. Arte de los Virreinos de México y la Nueva Granada	1	1,0%
Historia de Colombia	1	1,0%
Obras maestras de la pintura europea. Colección Rau	1	1,0%
Artistas colombianos	1	1,0%
Conferencias de Egipto	1	1,0%
las pertenencias de los presidentes	1	1,0%
Concierto de música clásica	1	1,0%
Conciertos de música	1	1,0%
Vestigios del 9 de abril	1	1,0%
Los frescos de las batallas	1	1,0%
Diego Frida y otros revolucionarios	1	1,0%
Total general	104	100.0%

Eventos y lugares culturales a los que asisten los visitantes del Museo

En este apartado se le preguntó a los encuestados acerca de las actividades culturales a las que suelen asistir con la posibilidad de elegir varias opciones. Como se puede observar en la Gráfica 12, el 42,8% de los encuestados indicó asistir a actividad relacionadas con el cine, el 29,5% a eventos de música, el 27,8% a actividades de teatro, el 20,8% a actividades relacionadas con las artes plásticas, el 15,5% a eventos de danza y el 14,5% a actividades de literatura.

Gráfica 12. Eventos culturales a los que asisten los visitantes.



Al preguntar a los encuestados acerca de los diferentes lugares a los que suelen acudir para participar en las diferentes actividades culturales, la Tabla 9.1 refleja, que los visitantes acuden a un total de 36 lugares diferentes. De estos lugares, los más mencionados fueron: Museo Nacional de Colombia (21 personas), Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo (14 personas), Biblioteca Luis Ángel Arango (10 personas), MAMBO (10 personas), Cinemateca distrital (9 personas), Teatro Jorge Eliécer Gaitán (9 personas) y Teatro la Castellana (8 personas).

Tabla 9.1. Lugar al que asisten los visitantes del Museo para realizar las diferentes actividades culturales.

Lugar	Número de Personas
Museo Nacional de Colombia	21
Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo	14
Biblioteca Luis Ángel Arango	10
MAMBO	10
Cinemateca Distrital	9
Teatro Jorge Eliécer Gaitán	9
Teatro La Castellana	8
La Candelaria	7
Museo del Oro	6
Auditorio León de Greiff	5
Museo de Arte del Banco de la República	5
Teatro Libre	4
Museo Botero	4
Teatro Nacional	3
Museo Casa de la Moneda	3

Universidad Nacional	2
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	2
Casa Ensemble	2
Zona centro	2
El Planetario de Bogotá	1
Teatros	1
Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo	1
Museos de Bogotá	1
Biblioteca Pública Virgilio Barco	1
Museos en general	1
Filarmónica	1
La Media Torta	1
Teatro Nacional Fanny Mikey	1
Galerías	1
Universidad	1
Feria del libro	1
Universidad de los Andes	1
Festival iberoamericano de teatro de Bogotá	1
Bogotá y Barranquilla	1
Parque Simón Bolívar	1
Teatro de Cristóbal Colón	1
Total general	143

Temática cultural que le gustaría ver al público en el Museo Nacional

En este apartado se le preguntó a las personas encuestas que temas les gustaría ver expuestos en el Museo Nacional. Para el análisis de las respuestas se usaron 10 categorías: Historia, Grandes Civilizaciones, Artes plásticas, Música, Arquitectura, Fotografía, Muestras de otros Museos, Literatura, Danza, Otro.

Tabla 9.2. Temática cultural que le gustaría ver al público en el Museo Nacional.

Temática cultural	Total Personas	Porcentaje
Historia	58	25,4%
Grandes Civ.	46	20,2%
Artes plásticas	44	19,3%
Otro	42	18,4%
Música	18	7,9%
Arquit.	7	3,1%
Fotografía	5	2,2%
Otros Museos	4	1,8%
Literatura	3	1,3%
Danza	1	0,4%
Total general	228	100,0%

Un total de 228 personas, es decir, el 57% de las personas encuestadas respondió esta pregunta. De este segmento de la población, el 25,4% dijo estar interesado en ver exposiciones de temas históricos en el Museo, algunos de estos temas son: período del medioevo, antepasados de Colombia y el mundo, historia militar de Colombia, historia de los judíos, historia del fútbol, historia de los juegos, historia de Bogotá, historia de la violencia en Colombia, historia del diseño, historia del tango e historia del teatro y filosofía.

Un 22,2% de las personas que respondió esta pregunta dijo estar interesada en exposiciones de las grandes civilizaciones. A este grupo de personas les interesan los temas relacionados con: India, Egipto, Roma, Grecia, los guerreros de terracota, culturas nórdicas, Mayas, Aztecas, Medio Oriente. El 19,3% de las personas está interesada en ver exposiciones relacionadas con las artes plásticas: Henry Moore, pintores del renacimiento, textiles del Perú, Cerámica, pinturas, impresionismo, Leonardo Da Vinci, Pintura del romanticismo, pop art, Arte moderno, Manualidades (tejidos, dibujos, telares), arte hindú, Vanguardia artística del siglo XX, arte Ruso.

El 7,9% de las personas está interesada en actividades musicales, el 3,1% en temas de fotografía, el 1,8% quiere ver muestras de otros museos del mundo y el 1,3% temas de literatura. Quienes están interesados en ver otros temas (18,4%) mencionaron tener especial interés en ver en el Museo exhibiciones relacionadas con gastronomía, astronomía, antropología, actividades para niños, fútbol, entre otros.

En este punto se hace evidente que el tema de la exposición temporal, puede guiar las temáticas de interés de las personas. Esto se puede constatar con los resultados obtenidos en el estudio de Leo Matiz, en el cual las personas dijeron estar interesadas en temas de fotografía, la historia del Bogotazo, artistas como Frida Kahlo y Diego Rivera. Los datos obtenidos también son el resultado del perfil del público que visitó la exposición por motivos culturales e interés en la temática de la exposición.

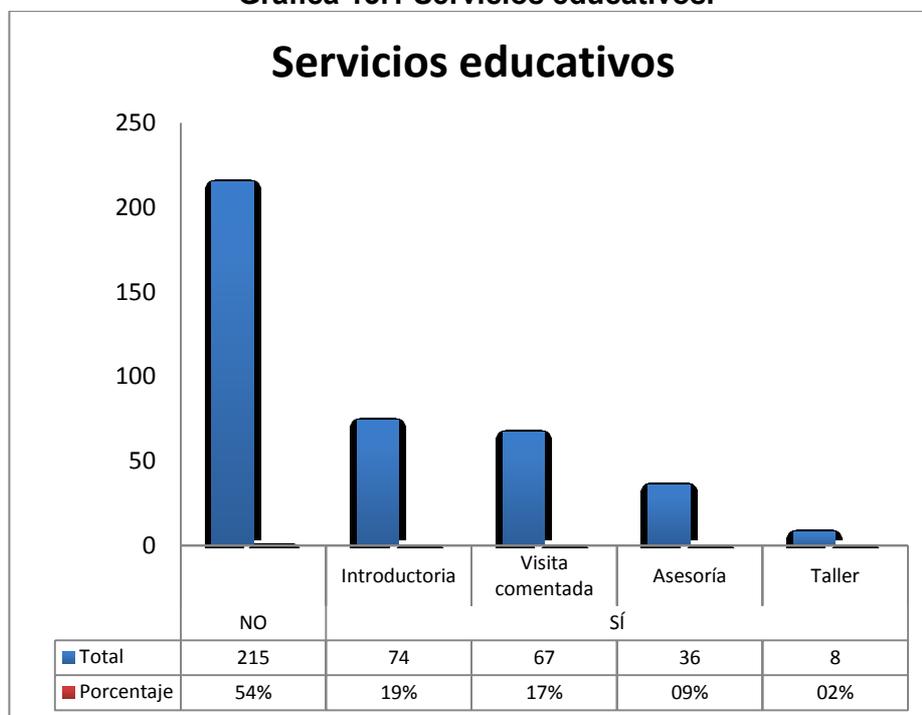
Servicios educativos

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 el manejo de los públicos¹¹.

¹¹ <http://www.museonacional.gov.co/su-visita/visitas-comentadas/Paginas/default.aspx>

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 13.1 Servicios educativos.



En la Gráfica 13.1, se puede observar que 185 personas recibieron servicios educativos, es decir el 46, 3% de las personas encuestadas, mientras que el 53,8% restante indicó no recibir este servicio. Del grupo de personas que indicó no recibir algún servicio educativo durante la visita encontramos que algunos de estos visitantes: no estaban interesados en recibir el servicio ofrecido por los guías; Debido a la cantidad de gente que estaba recibiendo el servicio encontraban difícil seguir al guía y prefirieron continuar el recorrido solos; los guías que estaban ofreciendo los servicios educativos estaban ocupados en alguna visita programa.

El servicio que más recibieron las personas encuestadas fue el de charla introductoria (74 individuos correspondientes al 18,5%), la cual recibían una vez entraban en la sala, se les daba una breve introducción al tema de la exposición y se les explicaba cómo estaba dividida la sala y sus ejes temáticos. El segundo servicio que más recibieron los encuestados fue la visita comentada (67 individuos correspondiente al 16,8%), las personas que recibieron este servicio, hicieron un recorrido completo por la sala acompañados por un guía, el cual de manera detallada hablo de las piezas que

componían la muestra de la información y completaba la información que se encontraba en las fichas técnicas.

Un 9% de las personas recibieron una asesoría durante su visita a la sala, lo que corresponde a un total de 36 personas. Estos visitantes tuvieron la oportunidad de acudir a los guías para aclarar algunas dudas que surgieron durante la visita o ampliar la información respecto a un tema específico. Por último, un total de 8 personas (2%) participó en talleres relacionados con la exposición. Entre los talleres ofrecidos por el Museo encontramos el taller “*Entre dioses y musas*”, en el cual los participantes tenían la posibilidad de explorar algunas técnicas artísticas griegas como el dibujo, la pintura, y la cerámica.

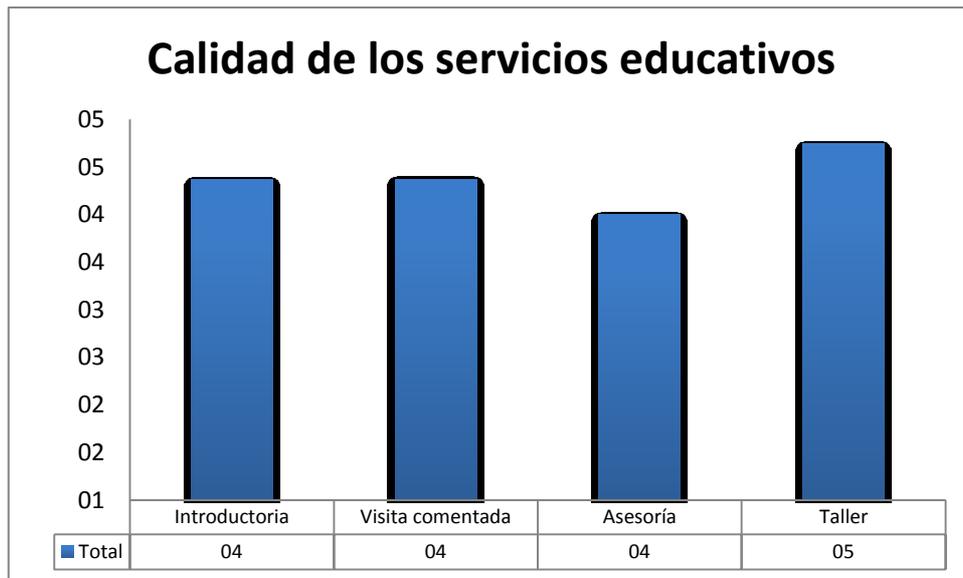
Al comparar el número de personas que recibieron un servicio educativo en la exposición de Grecia (46,3%) y quienes lo recibieron en la exposición de Leo Matiz (28,5%), encontramos que el número de personas que se benefició de estos servicios aumentó considerablemente, 17,6% más personas recibieron servicios educativos.

Calidad de los servicios educativos

Se les pidió a las personas que recibieron servicios educativos, los calificaran según la calidad de los mismos en una escala de 1 a 5, en donde 1 es baja calidad y 5 es alta calidad. Al pedirles a las personas que calificaran por su calidad el servicio educativo que habían recibido se obtuvo los resultados que se observan en la Gráfica 13.2.

En la gráfica se observa, que las personas que recibieron una charla introductoria le dieron en promedio una calificación de 4.4 puntos, quienes recibieron la visita comentada le dieron una calificación de 4.4 puntos, las personas que por otra parte recibieron una asesoría por parte de la guía le dieron una calificación promedio de 4 puntos y por último, quienes participaron en alguno de los talleres organizados por el Museo le dieron una calificación de 4.8.

Gráfica 13.2. Calificación de los servicios educativos.



Importancia de los servicios

Ahora bien, se le pidió al público encuestado calificar la importancia de los servicios educativos que ofrece el Museo. Los servicios podían ser calificados en las siguientes categorías: Innecesario, inútil, necesario, útil e indispensable. Al pedirle a los usuarios que calificaron los servicios educativos de acuerdo a su importancia se obtuvieron los resultados que se presentan en la Tabla 9.3.

Tabla 9.3. Importancia de los servicios educativos.

S. Educativo/ Importancia	Innecesario	Inútil	Necesario	Útil	Indispensable	Total general
Introdutoria	1	1	20	27	25	74
Visita comentada			28	16	22	66
Asesoría		1	12	12	10	35
Taller	1		2	2	3	8
Total general	2	2	62	57	60	183

Del total de personas que recibieron la charla introductoria, 25 consideran que es un servicio indispensable, el 27 útil, el 20 necesario, 1 persona considera que es un servicio inútil y 1 persona que es innecesario. Del total de personas que recibieron una visita comentada, 22 consideran que el servicio es indispensable, 16 útil y 28 necesario. De las 35 personas que recibieron una asesoría, 10 considera que es un servicio indispensable, 12 creen que es útil, 12 creen que es necesario y 1 que es inútil. De las personas que participaron en los talleres organizados por el Museo, 3 consideran que el taller es indispensable, 2 que es útil, 2 que es necesario y 1 que es innecesario.

Actividades culturales del Museo

En este apartado se les preguntó a las personas si habían participado en alguna actividad cultural durante su visita al Museo (Ver Tabla 9.4). Un total de 9 personas respondió haber participado en una actividad cultural durante su visita. De estas 9 personas, 2 hicieron referencia a las actividades por los 190 años del Museo y 7 personas hicieron referencia a diversas actividades que encontraron en la Sala didáctica Keramos, como lo fueron las actividades con el abecedario griego y armar cascos.

Tabla 9.4. Actividades culturales del Museo.

Actividad cultural	Total personas
190 años del Museo	2
Actividades de la sala didáctica	7
Total personas	9

PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN

En este capítulo se analizaron con detalle las respuestas del público de acuerdo con su percepción de la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*, teniendo en cuenta los aspectos que más impactaron y los que no gustaron a los encuestados, las sugerencias, modificaciones o comentarios que estos señalaron durante la encuesta, la experiencia y satisfacción de quienes visitaron la sala didáctica *Keramos* y por último la calificación general de su experiencia en la exhibición.

Complejidad y cantidad de información

Para el análisis de las encuestas se clasificaron de acuerdo a la información entregada por los usuarios en diferentes categorías. De acuerdo a la cantidad de información consignada por los encuestados se clasificaron en tres niveles: Bajo, Medio y Alto; Según la complejidad de la información se clasificó en nivel Básico, Intermedio, Avanzado y Complejo. En la Tabla 10, se puede ver el resultado de la clasificación de las respuestas de las encuestas.

Tabla 10. Cantidad y complejidad de la información consignada en las encuestas.

Complejidad	Cantidad de información	Total encuestas	Porcentaje
Básica	Baja	119	29,8%
	Media	29	7,3%
	Alta	2	0,5%
Total Básica		150	37,5%
Intermedia	Baja	44	11,0%
	Media	62	15,5%
	Alta	34	8,5%
Total Intermedia		140	35,0%
Alta	Baja	15	3,8%
	Media	18	4,5%
	Alta	48	12,0%
Total Alta		81	20,3%
Compleja	Baja	2	0,5%
	Media	6	1,5%
	Alta	21	5,3%
Total Compleja		29	7,3%
Total general		400	100%

En la Tabla 10, se puede observar que según el nivel de complejidad, 150 encuestas tienen respuestas de nivel básico (37,5%), de las cuales en la mayoría se consignó una cantidad de información baja (119 encuestas correspondientes al 29,8%),

seguidas por las encuestas con información media (29 encuestas correspondientes al 7,3%). En cuanto el nivel de complejidad de respuestas intermedio, podemos observar que 140 encuestas se encuentran en esta categorización, es decir el 35% del total de la muestra. Estas encuestas tienen una cantidad de información en su mayoría media (62 encuestas correspondientes al 15,5%). Las encuestas con una complejidad de información Alta (81 encuestas correspondientes al 20,3%), tienen en su mayoría una cantidad de información Alta (48 encuestas correspondientes al 12%). Por último, las encuestas con un nivel de información Complejo (29 encuestas correspondientes al 7,3%), en su mayoría, consignaron en las encuestas una cantidad de información Alta (21 encuestas correspondientes al 5,3%).

Elementos que generaron impacto en el público

En este apartado, los encuestados respondieron acerca de aquellos elementos de la exhibición que generaron un impacto en ellos durante el recorrido y su visita al Museo. Para el análisis de esta pregunta se agruparon las diferentes respuestas en diez categorías: Contenido de la muestra, Conservación de las piezas, Curaduría, Sala didáctica, Museografía, Restauración de las piezas, Exposición permanente, Organización del museo, Servicios educativos, Experiencia en la sala (Ver Tabla 11).

Tabla 11. Elementos de la exhibición que generaron mayor impacto en el público.

Elementos que impactaron al público	Total comentarios	Porcentaje
Contenido de la muestra	281	70,3%
Conservación de las piezas	37	9,3%
Curaduría	19	4,8%
Sala didáctica	14	3,5%
Museografía	14	3,5%
Restauración de las piezas	13	3,3%
Exposición permanente	8	2,0%
Organización del museo	5	1,3%
Otro	5	1,3%
Servicios educativos	2	0,5%
Experiencia en la sala	1	0,3%
En blanco	13	3,3%
Total general	400	100,0%

En la Tabla 11, podemos observar que 387 personas hablaron de lo que más les impactó de su visita al Museo y la exposición, es decir el 96,8% de los encuestados. De este grupo de personas, la mayoría habló de algún aspecto del Contenido de la muestra como el elemento que más les impactó (281 personas correspondientes al

70,3%). Las personas que indicaron algún elemento del Contenido de la muestra se refirieron a: las historias de los dioses como Dionisio, Atenea y Zeus, la escultura de Atenea, el busto de Deméter, la calidad de las vasijas, el trabajo artístico en las mismas y las historias que narran, la conservación de las piezas y su restauración, el contenido histórico de la exposición, los diferentes rituales practicados por los griegos en esta época como el matrimonio, la muerte y los sacrificios. Entre los comentarios del público podemos encontrar los siguientes: *“Lo que más me impactó fueron los estilos de grabados en las cerámicas. Es impresionante que tuvieran tanta destreza. La cultura griega ha influenciado mucho nuestras vidas”; “La importancia de los dioses en la Grecia antigua. Me llamó la atención que veneraban a los dioses. Algunas cosas de los griegos antiguos las usamos ahora”; “La conservación de las piezas. La evolución de la humanidad siempre está marcada por diferentes culturas.”; “La forma como reflejan su cultura en estas obras. Muestran un poco de expresión artística religiosa, cultural, política y social de la cultura griega.”; “La historia que se narra en cada jarrón. Son cosas que no sabíamos.”; “Los detalles y la precisión en las medidas. Increíble la habilidad cuando no había suficiente tecnología.”; “Los dibujos y la historia que muestran (Ilíada, odisea). Similitud con algunas historias de la biblia.”; “Ver la antigüedad de las piezas. Las historias y la estructura de la vida.”*

Las personas impactadas por la conservación de las piezas (37 individuos correspondiente al 9,3%), hicieron referencia a la antigüedad de las vasijas y esculturas y su buen estado de conservación. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Lo que más me impactó es como están preservadas las piezas porque luego de mucho tiempo se puede ver que están en buena condición.”; “El cuidado de las obras. Ya que sucedió hace varios años atrás y están intactas.”; “La conservación de las piezas. Pese a los años están en muy buen estado.”; “Ver piezas tan antiguas y bien conservadas.”*

Quienes se refirieron a la curaduría como el elemento más impactante de la exhibición (19 personas correspondientes al 4,8%), se refirieron a la explicación exhaustiva en las fichas técnicas, la organización de las piezas y la división por temáticas de la muestra. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Lo que más me impactó fue la buena organización e información”; “La explicación exhaustiva en las fichas. Permite entender la exposición”; “La información. Muy resumida y concreta”; “La representación clara de todos los aspectos religiosos de la cultura griega”; “La variedad para las diferentes edades, fue muy interesante y nada aburrido”.*

El 3,4% de las personas hizo referencia a la sala didáctica Keramos como el elemento que más les impactó en la exposición. Estas personas hicieron referencia a actividades que se podían realizar en la sala como escribir el nombre en griego, la actividad con diferentes instrumentos musicales y el árbol genealógico de los dioses. Todas estas actividades permitían una interacción entre la exposición y el público, lo que permitía un conocimiento experiencial. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: “Lo que más me impactó fue el árbol genealógico de los dioses del Olimpo”; “La sala didáctica. Educación experiencial”; “Los juegos interactivos. Porque nos enseñan muchas cosas sobre dioses”; “Sala didáctica. Por la interacción con el público”.

Por otra parte, al 3,4% de las personas encuestas le impactó la museografía, por el buen montaje, la decoración del espacio, la presentación de las piezas y la iluminación de la sala. Al 3,4% de las personas le llamó la atención la restauración de las piezas, al 1,3% la organización del Museo por traer una muestra tan importante desde el Museo del Louvre.

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. Al igual que en la sección anterior, se clasificaron las respuestas en nueve categorías: Experiencia en la sala, Fila, Organización del museo, Curaduría, Museografía, Contenido de la muestra, Servicios educativos, Sala didáctica, Exposición permanente (Ver Tabla 12).

Tabla 12. Elementos que menos agradaron al público de la exhibición.

Elementos que menos agradaron al público	Total comentarios	Porcentaje
Experiencia en la sala	56	14,0%
Fila	27	6,8%
Curaduría	23	5,8%
Museografía	19	4,8%
Contenido de la muestra	17	4,3%
Servicios educativos	16	4,0%
Organización del museo	10	2,5%
Otro	6	1,5%
Sala didáctica	2	0,5%
En blanco	223	55,8%
Total general	400	100,0%

Solamente 178 personas mencionaron algún elemento que no les gustó de la exhibición, es decir, el 44,5% de las personas encuestadas. Las personas se refirieron

en su mayoría a la experiencia en la sala (56 personas correspondientes al 56%), indicando la acumulación de gente en la sala lo cual no permitía apreciar la muestra detalladamente, la disposición del espacio en la sala, el poco espacio en la sala, el ruido en la sala lo cual no les permitía concentrarse y apreciar las piezas y el comportamiento inadecuado de algunos de los visitantes. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La cantidad de gente en la sala no permite apreciar la muestra con calma”; “La gente se pega a las vitrinas y no permite ver bien”; “Mucha gente en la sala. No permite leer con calma las fichas técnicas. Las personas son groseras”*.

Por otra parte, una de las críticas más recurrentes de los visitantes fue la espera para entrar a la exposición debido a la cantidad de gente que acudió, es decir la fila (27 personas correspondiente al 6,8%), algunas personas debieron esperar incluso hasta 2 horas en la fila. Por otro lado, el 5,8% de las personas no estaba satisfecha con algún aspecto de la curaduría. Estas personas hablaron del contenido de las fichas técnicas (faltaba información o exceso de información por lo cual se cansaban leyendo) y pensaron que verían mas piezas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“El contenido y descripción de las obras es muy pobre. Dudo de la originalidad de las mismas”; “la explicación de cada vasija es del cuento y no de como hacían las cerámicas”; “La explicación debe ser reducida para que invite a leer; “Muy pocas piezas y el montaje final (tenía muchas expectativas); “Vacíos en detalles e información para entender las figuras”*.

En cuanto a la museografía, 18 personas indicaron que fue el elemento que menos les gustó de la exposición. Estas personas hablaron de la dificultad para leer las fichas técnicas, en algunos casos por el tamaño de la letra, la ubicación de las fichas y la iluminación, también hablaron de la iluminación en la sala y la imposibilidad de ver todas las caras de las vasijas que se ubicaban en las vitrinas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Dificultad para leer las fichas técnicas, en la letra sobre azul y los textos complejos”; “El contraste entre el celeste y la letra dificulta la lectura”; “La letra en las fichas técnicas es muy pequeña. Las personas son imprudentes y no dejan leer”; “La luz de la exposición impide ver textos”; “La mayoría de las piezas tienen caras posteriores que no se ven”; “La ubicación de algunos textos. No se pueden leer claramente”; “No poder ver las figuras al respaldo de las piezas montadas en los lados”; “Tamaño de la letra fichas técnicas (Muy pequeña). Muy oscura la sala”*.

En lo que respecta al Contenido de la muestra, 17 personas correspondientes al 4,3% del total de la muestra, hablaron de piezas o secciones de la exhibición como los elementos que menos les gustaron. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Es pobre el contenido de la exposición y dudo de la autenticidad de las piezas”*; *“Pensé que iba a encontrar grandes pinturas de dioses”*; *“Pensé que la muestra era más grande y exótica”*.

En cuanto a los servicios educativos, 16 personas indicaron que fue el elemento que menos les gustó de la exhibición. Estas personas se refirieron a la falta de guías o visitas guiadas en distintos horarios. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Falta de guía en información. Se cansaron leyendo”*; *“La guía repetía lo que decían las fichas técnicas”*; *“La visita guiada por falta de horarios”*; *“Mayor colaboración de los guías”*.

Por otra parte, 10 personas indicaron que no les gustó la organización del Museo. Estas personas se refirieron a la coordinación del ingreso al Museo y la exhibición y la atención de los celadores. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“El celador fue grosero para contestar”*; *“Deberían haber sillas, guías y dar la entrada a grupos más pequeños”*; *“No me gustó la coordinación del ingreso”*.

Sugerencias o modificaciones hechas por el público de la exhibición

En esta sección se le pidió a los encuestados realizar las sugerencias o modificaciones que consideraron pertinentes. Un total de 97 personas hicieron alguna sugerencia o modificación, es decir, el 24,4% de los encuestados. Para el análisis, las respuestas se clasificaron en nueve categorías: Organización del museo, Curaduría, Museografía, Servicios educativos, Recursos del Museo, Experiencia en la sala, Sala didáctica, Contenido de la obra, Exposición permanente (Ver tabla 13).

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

Sugerencias o modificación	Total comentarios	Porcentaje
Organización del museo	20	5,0%
Curaduría	19	4,8%
Museografía	18	4,5%
Servicios educativos	13	3,3%
Recursos del Museo	12	3,0%
Experiencia en la sala	8	2,0%
Sala didáctica	3	0,8%
Otro	2	0,5%
Contenido de la obra	1	0,3%
Exposición permanente	1	0,3%
En blanco	303	76,1%
Total general	400	100%

Un 5% de las personas encuestadas realizó sugerencias respecto a la organización del Museo, estas personas se refirieron a mejorar la logística a la entrada al Museo, para que esta fuese más rápida y ordenada, mejorar la divulgación de las exposiciones, limitar el uso de cámaras dentro de la sala de exposiciones y distribuir mejor el tiempo y la gente en la sala. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Agilizar el ingreso. Facilidades para la tercera edad”*; *“Mayor organización del público. No estaban preparados para tanta gente”*; *“Hacer las visitas del estudiante en un momento aparte”*; *“Mejorar la logística para entrar y dentro de la sala”*.

Quienes se refirieron a sugerencias o modificaciones en cuanto a la curaduría (19 personas correspondientes al 4,8%) consideran oportuno dar más y mejor información en las fichas técnicas, ampliar la muestra de vasijas y especialmente la de esculturas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Ambientar más la parte griega”*; *“Ampliar la muestra”*; *“Información más sencilla”*; *“introducir con grandes carteles a la exposición en cuanto a la ubicación geográfica (paralelos)”*; *“Más actividades de interacción”*; *“Más esculturas en mármol”*; *“Más información de la muerte y el matrimonio”*; *“Más información respecto a las figuras”*:

A continuación, encontramos el grupo de personas que hizo sugerencias respecto a la museografía (18 personas correspondientes al 4,5%). Estas personas se refirieron a la ampliación de la sala utilizada para las exposiciones temporales, mejorar la iluminación, ubicar un espejo detrás de las vasijas para poder apreciar mejor cada pieza y mejorar la ubicación de las fichas técnicas y una barrera entre las personas y las vitrinas de manera tal que permita apreciar mejor la muestra. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Espacio más amplio para que en*

cada vitrina se pueda apreciar mejor la muestra”; “Implementar un orden que permita la mayor apreciación de la exposición”; “Interesante que pusieran algo como espejos para ver algunos detalles”; “Mejorar la iluminación de algunas piezas”; “Poner una barrera entre la gente y el vidrio. Letra más grande en las fichas técnicas”.

En cuanto a los servicios educativos que se ofrecieron durante la exposición 17 personas, es decir, el 4,3% hizo algunas sugerencias al respecto. Las personas sugieren aumentar el número de visitas guiadas e informar a los visitantes de la existencia de estos servicios educativos (algunos no sabían que había guías). Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Aclarar en la entrada que hay guías”; “Distribución de los guías, deben interpretar más las piezas e interactuar con el público”; “La persona que da la guía lo debe hacer por grupos y ordenadamente. (Mucha gente, escoger grupos pequeños); “Visita guiada más continua”.*

En lo que se refiere a los recursos del Museo, 12 personas (3,3%) consideran apropiado el uso de aire acondicionado en la sala, ofrecer la posibilidad de audioguías para los recorridos en las salas, ubicar bancas dentro de la sala para poder descansar y sillas en la entrada del Museo mientras se espera a entrar a la sala. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Audioguía, mejor que un guía personal”; “Bancas dentro de la sala para descansar”; “Sillas para la espera y poder ver los videos”.*

Respecto a la experiencia en la sala, 8 personas hicieron sugerencias en este aspecto. Sugirieron mejor el recorrido en la sala, utilizar música de fondo para ambientarla y silencio por parte de los visitantes. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Darle luz a la exposición”; “Más ventilación en la sala”; “Mejorar la circulación en la sala”; “Silencio de los colegios que visitan la exposición”.*

Por último, encontramos que 3 personas hicieron sugerencias respecto a la sala didáctica, como actividades para niños más pequeños y mayor divulgación de su existencia. En cuanto al contenido de la obra 1 persona sugirió ampliar la muestra y exponer otros temas aparte de la cerámica.

Experiencia en la sala didáctica Keramos

En este apartado se le pidió al público que visitó la sala didáctica Keramos describir su experiencia en la sala y calificar el nivel de satisfacción en la misma. Los comentarios en cuanto a la experiencia del público en la sala se clasificaron como Positivos, Negativos y Neutrales. Para saber el nivel de satisfacción de los encuestados respecto

a la sala Keramos se les pidió escoger entre las siguientes opciones: Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho.

Comentarios acerca de la experiencia en la sala didáctica Keramos

Del total de personas encuestadas, 117 afirmaron haber visitado la sala en el momento en que se les realizó la encuesta. De estas 117 personas, 103 hicieron comentarios acerca de su experiencia en la sala. En la Tabla 14 se puede observar la clasificación de estos comentarios.

Tabla 14. Comentarios sobre la experiencia en la sala didáctica Keramos.

Clasificación comentarios	Total comentarios	Porcentaje
Positiva	94	91,3%
Negativa	7	6,8%
Neutral	2	1,9%
Total general	103	100,0%

De las 103 personas que hablaron de su experiencia en la sala didáctica Keramos, 94 personas hicieron comentarios positivos acerca de su experiencia en la sala. Estas personas dijeron que la experiencia fue agradable, chévere, innovadora y motivadora, linda, divertida, dinámica. Las personas resaltaron la posibilidad de aprender y completar lo que vieron en la sala temporal a la vez que se divierten, entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Chévere. Conocieron más con una explicación sencilla”*; *“chévere, aprendió lo que no sabía mediante juegos”*; *“Muy divertida ya que obtuvimos conocimientos de lenguaje griego”*; *“Muy bonita y entretenida para los niños. En algunas actividades es necesario tener un guía para entender la finalidad de la actividad”*; *“Me sorprendió, bastante didácticas y todo especial para niños. Muy bonito”*; *“Excelente muy divertida e ilustrativa”*.

Otras 7 personas que también tuvieron la oportunidad de visitar la sala Keramos, hicieron comentarios negativos acerca de su experiencia en la sala. Estas personas no entendieron los juegos, no tuvieron acompañamiento de guías o no les gustó la sala. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“No entendí los juegos”*; *“No hay mucho acompañamiento al público”*; *“No me gustó”*.

Satisfacción del público que visitó la sala didáctica Keramos

En esta sección se le pidió al público calificar su nivel de satisfacción respecto a la sala didáctica. Los resultados se pueden ver en la Gráfica 14.

Gráfica 14. Nivel de satisfacción en la sala didáctica Keramos.



Como se observa en la gráfica, el 47% de las personas que visitaron la exhibición dijeron estar muy satisfechas con la experiencia, el 46,2% dijo estar satisfecho, el 6% dijo estar poco satisfecho y el 1% insatisfecho. El nivel de satisfacción de las personas es el reflejo de como describen los visitantes su experiencia en la sala.

Comentarios u observaciones del público en general

En el apartado final se les pidió a las personas encuestadas dejar un comentario u observación si lo consideraban oportuno. En total dejaron 45 comentarios, los cuales se clasificaron en negativos, positivos o neutrales según la naturaleza de su contenido, al igual que se clasificaron en varias categorías según el tema sobre el cual reflexionaban: Contenido de la muestra, Servicios educativos, Organización del museo, Experiencia en la sala, Sala didáctica, Museografía.

Tabla 16. Comentarios u observaciones del público.

Valoración	Tipo de comentario u observación	Porcentaje	Total comentarios
Positivo	Contenido de la muestra	10	22,2%
	Organización del museo	11	22,2%
	Otro	1	2,2%
Total Positivo		22	48,9%
Negativo	Contenido de la muestra	3	6,7%

	Organización del museo	2	4,4%
	Experiencia en la sala	2	4,4%
	Otro	1	2,2%
	Curaduría	1	2,2%
	Sala didáctica	2	4,4%
	Servicios educativos	3	6,7%
Total Negativo		14	31,1%
Observaciones	Organización del museo	6	13,3%
	Otro	2	4,4%
	Museografía	1	2,2%
Total Observaciones			9
Total general		45	100,0%

Comentarios positivos

De los comentarios el 10 estaban relacionado con algún aspecto positivo del contenido de la muestra, en estos comentarios el público habló de lo excelente e interesante que les pareció la exposición. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Me parece excelente porque nos enseña la cultura de nuestros antepasados, de como fueron nuestros ancestros”*; *“Me pareció muy interesante y organizado toda la exposición y aprendí mucho sobre la cultura”*:

Otras 10 personas hicieron comentarios positivos acerca de la organización del Museo, estas personas hicieron referencia a la buena organización de la exhibición y agradecieron el esfuerzo del Museo por traer las piezas. Entre los comentarios del Museo encontramos los siguientes: *“Gracias al Museo por esta oportunidad y traer las piezas a nuestra ciudad”*; *“Increíble el esfuerzo del Museo por traer la exposición”*; *“Muy chéveres y amables en el Museo”*; *“Traer la exposición es un logro muy grande”*.

Comentarios negativos

Quienes hablaron de aspectos negativos acerca del contenido de la muestra (3 personas), dijeron que esperaban más piezas y encontraron aburrida la exposición. En lo referente a la organización del Museo, 2 personas hicieron comentarios, estas personas hablaron de organizar y agilizar la entrada. En lo que respecta a la experiencia en la sala, 2 personas hicieron comentarios negativos al respecto, estas personas hablaron del ruido en la sala lo cual no permitía escuchar la visita guiada y el gran número de personas en la sala. Otros comentarios de los visitantes fueron acerca de la falta de información de la sala didáctica y la falta de guías.

Observaciones finales de los usuarios

De los 45 comentarios que consignaron los visitantes en esta sección 9 eran observaciones de diferentes aspectos de la exhibición. Las observaciones acerca de la organización del Museo (6 comentarios) se referían a ampliar los horarios de visita de las exposiciones los fines de semana, hacer mayor divulgación de las exposiciones y realizar más actividades didácticas.

Satisfacción del público de la exhibición de Leo Matiz.

En este apartado se le pidió al público calificar su nivel de satisfacción con la exhibición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*. Los niveles de satisfacción se dividieron en Insatisfecho, Poco satisfecho, Satisfecho y Muy satisfecho (Ver Gráfica 15).



Como se puede observar en la Gráfica 15, el 55% de los encuestados dijo estar satisfecho con la exhibición, el 43,4% muy satisfecho y el 1,8% poco satisfecho. Al analizar a fondo la encuesta de las personas que dijeron estar poco satisfechas se puede observar a través de sus respuestas que no estaban satisfechos por el contenido de la exhibición, la falta de información o simplemente les pareció aburrida la exhibición.

Satisfacción y Nivel de escolaridad

Al realizar una comparativa entre la satisfacción del público y el nivel de escolaridad, pudimos observar según el grado educativo en qué nivel estaban satisfechas las personas encuestadas (Ver Tabla 17).

Tabla 17. Satisfacción y nivel de escolaridad.

Escolaridad	Satisfacción	Total	Porcentaje
Escolar	Satisfecho	45	11,3%
	Muy satisfecho	33	8,3%
Total Escolar		78	19,5%
Bachillerato	Muy satisfecho	34	8,5%
	Satisfecho	19	4,8%
	Poco satisfecho	1	0,3%
Total Bachillerato		54	13,5%
Estudiante Bachillerato	Satisfecho	2	0,5%
Total Est. Bachillerato		2	0,5%
Estudiante Pregrado	Satisfecho	82	20,5%
	Muy satisfecho	27	6,8%
	Poco satisfecho	2	0,5%
Total Estudiante Pregrado		111	27,8%
Técnico	Satisfecho	12	3,0%
	Muy satisfecho	8	2,0%
Total Técnico		20	5,0%
Profesional	Muy satisfecho	48	12,0%
	Satisfecho	46	11,5%
	Poco satisfecho	3	0,8%
Total Profesional		97	24,3%
Posgrado	Muy satisfecho	23	5,8%
	Satisfecho	14	3,5%
	Poco satisfecho	1	0,3%
Total Posgrado		38	9,5%
Total general		400	100,0%

En la Tabla 17 podemos observar que las personas encuestas que tienen un nivel de estudios de escolar están en su mayoría satisfechos (45 individuos), las personas con nivel escolar de bachillerato están muy satisfechos (34 individuos) y satisfechos (19 individuos), los estudiantes de pregrado reportaron estar satisfechos en su mayoría (82 individuos), los técnicos indicaron estar satisfechos en su mayoría (12 individuos), los profesionales muy satisfechos (48 individuos) y las personas con un nivel de estudios de posgrado dijo estar en su mayoría muy satisfechos con la exhibición (23 individuos).

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

En el libro de visitas encontramos un total de 43 comentarios consignados por el público, entre el 11 de julio y el 13 de octubre de 2013. Los comentarios analizados fueron aquellos que se referían específicamente a la exposición *Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*. A continuación, en la Tabla 17, se encuentra la transcripción de los comentarios encontrados en el libro de visitas.

Tabla 17. Comentarios consignados en el Libro de visitas del Museo

	País	Género	Tipo de solicitud
3 veces me sacaron de la sala de exposición temporal sin explicarme bien el por qué no podía pasar con la bolsita de mi triple y la última porque mi boleta ya la habían cortado. Que mal quedan antes los visitantes extranjeros. Por mi parte no la voy a recomendar.	México	Hombre	Queja
La sala didáctica de los dioses griegos excelente. Que gran experiencia estuve, estuve muy emocionado. Nunca creí que esta experiencia yo la pudiera vivir. Gracias.	San Antonio, Colombia	Hombre	Felicitación
Maravillosa exposición griega. ¡Bravo! Sigán con exposiciones así. Me encanta este museo. Abrazos.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación
Importante seguir exhibiendo este tipo de exposiciones, aunque deberíamos revisar los enfoques; por ejemplo: la importancia del símbolo femenino en las culturas antiguas. Así el título debería incluir palabra Diosas, tanto como aparece Dioses. Por eso la historia solo está escrita a medias, porque no se conoce el símbolo femenino o a la mujer.	Bogotá, Colombia	Mujer	Retroalimentación
Acabo de visitar la exposición Dioses, mitos... y creo que hay una parte de la exposición que está difícil de ver en su totalidad. La parte del fondo de la sala tiene fichas de información en la sobra y	Bogotá, Colombia	Hombre	Sugerencia

a una altura muy baja por lo que toca arrodillarse para leer. Además siendo impresadas sobre algo transparente no se lee bien. La iluminación de las piezas genera sombra debajo de los cuellos donde están pintadas, en cambio iluminan muy bien la parte de adentro (vacía). Gracias.			
Excelente exposición y atención por parte del personal. Gracias por permitirnos conocer un poco de la cultura mundial. Saludos y sabiduría.	Bogotá, Colombia	Hombre	Felicitación
En las exposiciones temporales sobretodo que traen piezas de 3 dimensiones seria bueno que colocaran espejos traseros por ejemplo en los jarrones.	Bogotá, Colombia	Mujer	Petición
Sencillamente espectacular la exposición griega y sobretodo la excelente guía Diana Salas que niña tan inteligente y amable. Los felicito de corazón esa es nuestra Colombia. Muchas gracias y que los dioses del Olimpo los siga bendiciendo.	Bogotá, Colombia	Hombre	Felicitación
Maravillosa exposición alrededor de la cultura griega el traer material de los grandes museos del mundo invita al crecimiento del público e invitan a la adquisición de piezas nuevas más internacionales para nuestro Museo Nacional. Más exposiciones internacionales.	Zipaquirá, Colombia	Hombre	Reconocimiento
Me parece muy interesante la colección Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia. Este tipo de exposiciones enriquece la cultura de un país. Sugiero que los guías controlen el volumen de la voz, para que los visitantes que están en la sala puedan aprovechar mejor la información que hay en cada obra y se puedan concentrar en la lectura. Gracias.	España	Mujer	Sugerencia
Podrían colocar espejos en la parte de atrás de las cerámicas griegas para poder apreciar el lado contrario de las vasijas.			Sugerencia
Lo imaginaron, lo concretaron y lo lograron muy bien!!! Gracias por traernos un pedazo de Grecia.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación
Primero felicitarlos por la exposición está muy completa y bien descrita y ubicada según los ejes planteados. Tengo una observación relacionada con la descripción de la pieza 52. Se menciona a Platón en lugar de Poseidón, y cronológicamente, espacialmente	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación, retroalimentación

también no sería correcto si hablamos de Grecia 450 a.C.			
Excelente exposición, gracias. Es muy difícil concentrarse a leer en la exposición con los guías "gritando" en el salón.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación, Queja
Martín es un excelente guía. Apropiación total de la exposición Dioses, mitos y religión...			Felicitación
Especial reconocimiento por permitirnos recorrer los dioses, mitos y religión de la antigua Grecia. Gran aporte a la cultura de nuestro país.	Bogotá, Colombia	Hombre	Reconocimiento, felicitación
Pésima organización para la muestra temporal. Cola muy demorada, sin control! Ni en el Museo del Prado ocurre algo así; por qué la tenemos que hacer a la colombiana?	Bogotá, Colombia	Hombre	Reclamo
Mis más sinceras felicitaciones por la exposición de Grecia. Muy educativa lo que facilita el aprendizaje, muchas gracias.	Bogotá, Colombia	Mujer	Reconocimiento
Felicitaciones por el esfuerzo y por la manera de presentarnos los maravillosos objetos. Me quejo y reclamo respeto. Las fichas técnicas están pésimamente localizadas; imposible de leer: obliga a las personas de más de 1.60 mts. a inclinarse con suma incomodidad. Además los caracteres son demasiado pequeños. Qué contraste: bellísima exposición y enorme desconsideración con la personas.	Bogotá, Colombia	Hombre	Felicitación, sugerencia, queja, reclamo
Felicitaciones. Excelente organización y atención. Genial la sala didáctica, el ingenio hacían de este sitio algo único y de gran interés para las personas de todas las edades.	Bogotá, Colombia	Mujer	Reconocimiento
Excelente exposición, detallada, en pocas palabras maravillosa. Siempre es bueno poder deleitarse con el arte y la cultura. Gracias por traer Louvre a Bogotá!	Bogotá, Colombia	Hombre	Felicitación
Felicitarlos por su organización, guianza y por lo bien que está distribuido. Me gustó mucho la exhibición mitos griegos.	Bogotá, Colombia	Hombre	Reconocimiento
Hice con mucho agrado la visita a la exposición temporal de Dioses y mitología, me gusto ver esta muestra y la guía fue muy completa. Me gustaría ver algún día una exposición de revolución industrial, francesa y dinastías del oriente.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación

Es importante que las personas que atienden a las preguntas, osea los guías sean idóneos; que conozcan de la cultura Griega y luego procedan a atender a todos los visitantes.	Colombia	Mujer	Sugerencia
Solicito material de la exposición Mitos y religión de la antigua Grecia para estudiantes con limitación auditiva (lengua en señas) por favor informar como puedo acceder a esa información.	Huila, Colombia	Mujer	Consulta
Amerita para piezas tan importantes y tan representativas colocar espejos para apreciarlas en su totalidad y elaborar frisos con las escenas de las ánforas donde se puede apreciar la historia.	Bogotá, Colombia	Mujer	Petición
Felicito a las directivas del Museo Nacional por darnos la oportunidad de conocer estos tesoros históricos.			Felicitación
Asombran muchas cosas: el tamaño, el detalle de las piezas, su estado de conservación, pero sobretodo la calidad del trabajo de los artesanos y artistas.	Bogotá, Colombia	Hombre	Reconocimiento
Felicitaciones por la excelente exposición de Grecia y de la aula interactiva me pareció fantástica. Así afiancé mis conocimientos adquiridos en el colegio.	Bogotá, Colombia	Mujer	Reconocimiento
Muchas felicitaciones por la atención. La verdad estos desarrollos están a la altura de muchos importantes museos del mundo, asistí con mi familia.	Bogotá, Colombia	Mujer	Reconocimiento
Felicitaciones por el taller de cerámica sobre Dionisios.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación
Felicitaciones! Excelente atención. Extraordinaria exposición temporal.	Bogotá, Colombia	Mujer	Reconocimiento
Nuestro colegio vino a la exposición de Grecia. Por inconsistencia o error en la información llegamos con 60 niños y según la señorita Diana Gómez la reserva era solo para 25. A pesar de su gestión fue imposible encontrar guía para que se acompañará a 40 niños. Se vio poca capacidad de resolución a la situación por no tener "el número suficiente de guías" y no se contempla un plan B de resolución. De todas formas gracias.	Bogotá, Colombia	Colegio Unidad Pedagógica.	Retroalimentación
Buenísimo! El lado didáctico de la exposición griega. Me llamó mucho la atención y me impresionó positivamente la cantidad y diversidad de visitas al Museo un martes en la tarde.	Bogotá, Colombia	Hombre	Reconocimiento, felicitación.

Es lamentable que el Museo Nacional de Colombia no le brinde a los visitantes a la exposición “Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia” actividades inductivas, culturales, históricas, mitología, etc. Durante una hora y cuarenta y cinco minutos que los ciudadanos están haciendo fila para ingresar a la sala. Fallan al dejar ociosos a los ciudadanos afuera y no prepararles para la exposición temporal que van a observar. gracias. Falta un micrófono para la explicación de los guías adentro en la sala.			Reclamo
Felicitaciones por la exposición temporal. Tanto las muestra como el centro didáctico generan interés y acercan al visitante al conocimiento. Felicitaciones!		Mujer	Felicitación
Después de hacer una fila que duró 4 horas para ver la exposición de Grecia Antigua (que está muy bien curada y exhibida) vimos que el 70% o más del público no ponía atención a lo que veía por estar tomando fotos. Además de eso entorpece la visita de los demás, al restringir el visual de los demás a las piezas y demora las visitas de todo el público en general. Además sugerimos que adviertan la duración aproximada de la fila.	Bogotá, Colombia	Hombre	Queja
A raíz de la exposición de Grecia, creo que estas exposiciones tan populares, es conveniente montar un método que no genere tanta incomodidad para el público, como se que existe en otros museos: vender las entradas por franjas horarias anticipadamente, por internet o por teléfono. Al final de cuentas, ahorrarían hasta personal que tiene que atender filas. Mi sugerencia fue: “para que deja la visita para el último momento”.	Bogotá, Colombia	Mujer	Sugerencia
Maravillosa la exposición de Dioses, mitos y religión en de la antigua Grecia. Muchas felicitaciones! Deseo recibir todo lo que tiene que ver con el Museo Nacional. Me interesa muchísimo.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación
Excelente la clase magistral clásica del mundo griego. Lástima que solo a última fecha se invitan a tan excelso espectáculo histórico mitológico. Felicitaciones y que sigan proporcionándonos la cultura que milenariamente....	Bogotá, Colombia	Hombre	Felicitación

Excelente la exhibición de la cultura griega, lástima que hubiera tanto desorden a la entrada. Gracias. (dure 6 horas y media para ingresar.	Bogotá, Colombia	Mujer	Felicitación
Felicitaciones especialmente por la exposición temporal de las vasijas griegas, este tipo de acercamientos enriquece el espíritu conocer del pueblo colombiano.	Cajicá, Colombia	Hombre	Felicitación
Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia. Cuando traen exposición de la cultura egipcia? Sería fabuloso también!! Felicitaciones y gracias.	Cajicá, Colombia	Mujer	Felicitación

Los comentarios consignados en el libro de visitas y citados en el cuadro anterior, permiten observar que 28 de estos comentarios se referían a felicitaciones y reconocimientos al Museo Nacional, por permitir a los colombianos tener de primera mano esta muestra de importancia histórica mundial. Así mismo, el reconocimiento se hace a las directivas de la organización por el esfuerzo que significó traer la exposición desde el Museo del Louvre; los visitantes, en su mayoría, mostraron gran interés por la temática de la exposición y se mostraron muy satisfechos por el trato de los funcionarios y la calidad de la exhibición.

Por otro lado, también encontramos algunas quejas de los visitantes (6 comentarios), que se refieren a el orden para entrar a la exhibición (largas horas de espera para ingresar debido a la cantidad de personas asistentes) y también algunas quejas por el ruido en la sala y la imprudencia del público a la hora de tomar fotos de las piezas, esto afectaba la visita de otras personas. En lo que se refiere a las sugerencias hechas por los visitantes, algunos sugieren poner espejos en la parte trasera de las vitrinas, de forma tal que les permita ver todos los detalles en las vasijas; también sugieren nuevos métodos de compra de boletas que permitan agilizar la entrada al Museo.