



Estudio de públicos



Pura Fibra: tejer pensamiento, pensar tejiendo

Diana Riveros Palacios

Bogotá, Agosto de 2016

Contenido

FICHA TÉCNICA	4
PRESENTACIÓN	5
Antecedentes	5
La exhibición	6
Sistematización	11
Análisis de los resultados	12
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS VISITANTES	15
Edad.....	16
Género	17
Género y edad	19
Estado civil	20
Lugar de nacimiento	21
Visitantes hispanoparlantes	25
Lugar de Residencia	26
Lugar de Residencia Local	28
Lugar de Residencia Nacional	33
Lugar de Residencia Exterior	35
Escolaridad.....	36
Ocupación	38
DIVULGACIÓN Y VISITA	41
Frecuencia de la visita.....	41
Divulgación	45
Divulgación en los medios de comunicación	48
Medio de transporte.....	49
Compañía.....	50
Motivo de visita al Museo.....	52
SERVICIOS DEL MUSEO	55
Servicios educativos.....	56
Importancia de ofrecer servicios participativos.....	59
Interacción entre el público y la exposición.....	60
PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN	63
Elementos que gustaron al público (FORMATO A).....	64
Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición (FORMATO A)	65
Aprendizaje o reflexiones del público (FORMATO A).....	66

Nuevo Conocimiento (FORMATO B)	68
Elementos que mayor curiosidad generaron (FORMATO B).....	70
Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición (FORMATO B)	71
Mensaje de la exhibición (FORMATO B).....	72
Sugerencias hechas por el público de la exhibición (FORMATO A Y B).....	73
RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.....	75
Informes de los monitores	77
BIBLIOGRAFÍA	78

FICHA TÉCNICA

Observatorio de Públicos Museo Nacional de Colombia.	
Ficha técnica estudio de público exposición temporal <i>Pura Fibra: tejer pensamiento, pensar tejiendo</i>	
Investigadora: Diana Paola 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 23 de marzo al 22 de mayo de 2016.	Fecha de recolección de los datos: del 7 de abril al 22 de mayo de 2016. Entre semana y fines de semana en horarios de mañana y tarde.
Total de visitantes 24.143 ¹ . Meta (Visitantes esperados): xxxx	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>Pura Fibra</i> .	
<ul style="list-style-type: none">• 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.• Objetivos Específicos• 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 gustó, qué no les gustó, posibles sugerencias y aprendizajes y reflexiones después de visitar la exposición. Todo esto a partir de la propia experiencia dentro de la sala de exhibición.• Evaluar el grado de interacción de los visitantes con los servicios educativos y la interacción que se generó con la exposición en su conjunto. Así mismo, identificar los conocimientos que los visitantes adquirieron después de visitar la exposición y si entendieron el mensaje final que buscaba dar a entender la exposición.• 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 muestreo: 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 monitores de la exposición.	

¹ Así culminó la exposición temporal *Pura Fibra: tejer pensamiento, pensar tejiendo*. Museo Nacional de Colombia: Comunicado oficina de Comunicaciones. Bogotá, junio de 2016.

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.

Esta información también permite a los museos planificar mejor las actividades que ofrece al público, teniendo en cuentas sus características y necesidades: los estudios de públicos pretenden ocuparse de toda la gama de comportamientos y actitudes, hábitos culturales y construcciones imaginarias ligados al modo en que la gente utiliza su tiempo libre en los espacios concebidos para la recreación y la 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 conciben su experiencia en las exposiciones y cuál es su opinión sobre las mismas, así como su opinión acerca de los eventos y actividades que se llevan a cabo en el Museo.

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

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

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.

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

Este estudio de público ha permitido conocer el perfil de los visitantes que acudieron a la exhibición *Pura Fibra: tejer pensamiento, pensar tejiendo*, la motivación de su visita, los elementos que les gustaron, al igual que aquellos que fueron de su menor agrado, las sugerencias o modificaciones que los visitantes propusieron y su aprendizaje y reflexión en torno a los saberes y prácticas referentes a la obtención y transformación de fibras, su uso en la elaboración de objetos, así como la relación entre las poblaciones que los crean y su entorno.

El estudio también permitió conocer la percepción de los visitantes frente a los servicios, actividades y exposiciones que presta y ha prestado el Museo anteriormente; todos estos datos son una fuente de información para mejorar y brindar un servicio de excelente calidad al público acorde a su experiencia, expectativas y necesidades.

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

Para complementar la información recolectada en las encuestas, se tuvo en cuenta la observación del investigador, las observaciones del público en 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 monitores y las Memorias de Prensa; todos estos elementos permitieron profundizar en el análisis de los resultados y rescatar información relevante que no se evidenció en las encuestas (esta modalidad mixta de investigación facilitó la triangulación de los datos y garantizó la validez y fiabilidad de los resultados).

La exhibición

Un total de 24.143 personas visitaron la exposición *Pura fibra. Tejer pensamiento, pensar tejiendo*, presentada por el Museo Nacional de Colombia del 23 de marzo al 22 de mayo de 2016.

Con la exposición Pura fibra, se buscó dar a conocer algunos saberes y prácticas referentes a la obtención y transformación de fibras, su uso en la elaboración de objetos, así como la relación entre las poblaciones que los crean y su entorno.

En Pura fibra los visitantes pudieron apreciar 115 objetos etnográficos, en su mayoría pertenecientes a la colección del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (Icanh), recolectados por los pioneros de la etnología a mediados del siglo XX.

Por medio de las piezas en exhibición y de una serie de testimonios de artesanos y sabedores provenientes de distintas regiones del país, se presentaron algunos de los oficios practicados por comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas y urbanas, las cuales han empleado especies vegetales recolectadas en diferentes regiones y ecosistemas para la elaboración de objetos asociados con actividades y necesidades cotidianas, tales como la recolección y preparación de alimentos, la protección del cuerpo, la crianza, la cura de enfermedades y el resguardo del sol, la lluvia y el viento.

La exposición estaba dividida en cinco secciones: “Para el cuerpo y el alma”; “Para transportar, conservar y consumir los alimentos”; “Para resguardo del sol, la lluvia y los vientos”; “Para la crianza y la transmisión de conocimientos”, y “Para danzar, cantar y compartir”.

En cada uno de los objetos exhibidos se pudo apreciar el conocimiento que las comunidades tienen de su entorno, su relación con el medio ambiente y toda la carga simbólica que se imprime en su diseño y elaboración. Un chinchorro, por ejemplo, es un objeto de uso cotidiano y a la vez ritual en casi todas las comunidades del Amazonas: se utiliza para arrullar al niño, para descansar y, finalmente, como mortaja. Además, es un elemento en el que se puede observar el alto nivel de dominio de la técnica del tejido de fibras, ya que en la mayoría de los casos el mismo chinchorro acompaña a los individuos de las comunidades durante toda la vida.

En la exposición se destacaron también los abanicos, que para comunidades como los ikas, de la Sierra Nevada de Santa Marta, son los objetos más poderosos que existen en su cosmogonía, puesto que son los únicos capaces de atizar el fuego y, dependiendo de su color, pueden generar cosas positivas o negativas con cada movimiento.

Estas piezas, junto con sombreros, cestos, bandas para el cuerpo, mochilas, trajes rituales y canastos, entre muchas otras, acercaron a los visitantes a prácticas y saberes relacionados con la obtención y transformación de fibras, su empleo para elaboración de objetos y, de esta manera, los invitaron a reflexionar sobre las relaciones entre las poblaciones y su entorno.

Cabe señalar que en Colombia existen cerca de 130 especies de árboles, palmas, bejucos, raíces, entre otros, utilizadas por diversas culturas para la obtención de fibras y elaboración de objetos.

En la muestra, los visitantes pudieron conocer aspectos del trabajo con 16 especies de fibras y su uso para elaboración de objetos en comunidades que habitan en lugares ubicados a nivel del mar hasta elevaciones superiores a los 3.200 metros de altura. Para esto, el Museo Nacional de Colombia solicitó al artista visual Andrés Chaparro la intervención de la Sala de Exposiciones Temporales con dibujos a gran escala de tres de estas especies.

La exposición Pura fibra fue una iniciativa del Ministerio de Cultura - Museo Nacional de Colombia y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, y contó con el patrocinio de Itaú BBA Colombia y el apoyo de la Asociación de Amigos del Museo. La Sala de Exposiciones Temporales es patrocinada por Gas Natural Fenosa.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de conocer las características del público que visitó la exposición *Pura Fibra: tejer pensamiento, pensar tejiendo* al igual que su opinión acerca de la muestra, se llevó a cabo una encuesta entre el 7 de abril y el 22 de mayo de 2016, en el horario de la mañana, mediodía y tarde.

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

Para el estudio de públicos se utilizaron dos formatos de encuesta: en primera instancia se empleó el formato empleado en los estudios pasados (formato A- encuesta 1 a la 136): una encuesta compuesta por preguntas de tipo abierto y cerrado⁵. Las variables que componían el cuestionario eran sociodemográficas, de visita, de hábitos culturales, 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 hábitos culturales preguntaba acerca de los museos que los visitantes frecuentan, así como las herramientas que éstos emplean y al público le gustaría ver en el Museo Nacional ;la variable de opinión estaba compuesta por cinco preguntas, las cuales se centraban en la percepción del público respecto a la exhibición (elementos que les gustaron y los que menos les gustaron, las

⁵ Anexo 1. Cuestionario A.

sugerencias o modificaciones, aprendizajes o reflexiones que surgieron después de visitar la exposición y la evaluación global de su experiencia en la exposición); por último, la variable acerca de los servicios del Museo, le pedía a los visitantes evaluar los servicios educativos, en caso de haber recibido alguno, y mencionar las temáticas que les gustaría ver expuestas en el Museo Nacional. Al final, la encuesta contaba con una pregunta abierta para que los visitantes dejaran comentarios u observaciones, según lo consideraran pertinente.

A partir de la encuesta 137 y hasta la encuesta 400 se utilizó un nuevo formato de encuesta (formato B)⁶, orientado a responder a las necesidades específicas de la exposición, es decir, a los objetivos planteados desde la curaduría de la misma⁷. El nuevo formato de encuesta mantuvo las preguntas relacionadas con la variable sociodemográfica y de visita, e incluyó nuevas preguntas relacionadas con las variables de aprendizaje y servicios del Museo: la variable de aprendizaje indagó acerca de los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición; respecto a la variable relacionada con los servicios del Museo, se incluyeron tres preguntas para conocer el grado de participación que los servicios propiciaron y la interacción que se generó entre el público y la exposición en su conjunto (obras, personal de apoyo, espacio, información ofrecida, servicios especializados).

Las preguntas en los dos formatos de encuesta se organizaron en dos columnas; la primera, en donde se encontraban las preguntas sociodemográficas y de visita al Museo y la segunda columna, en donde se encontraban las preguntas de hábitos culturales, opinión y la evaluación de los servicios educativos (formato A) y las preguntas de aprendizaje y servicios del Museo (formato B).

La recolección de los datos, como se mencionó anteriormente, se realizó entre el 7 de abril y el 22 de mayo de 2016. Las encuestas se realizaron de martes a domingo, en diferentes horarios, según la disponibilidad de tiempo del investigador.

La distribución de la realización de las encuestas, según el día de la semana, se puede evidenciar en la Tabla 1.1, en donde el 22,5% de las encuestas se realizó el martes, el 18,8% el miércoles, el 13% el jueves, el 17,58% el viernes, el 16,5% el sábado y el 11,8% el domingo.

Tabla 1.1. Distribución recolección de ratos según el día.

Día	Encuestas	Porcentaje
Martes	64	16,0%

⁶ Anexo 2. Cuestionario B.

⁷ El contenido de estos cuestionarios fue consensuado entre la Directiva, la división de Comunicaciones, la división Educativa y Cultural del Museo y el investigador encargado del estudio de público.

Miércoles	43	10,8%
Jueves	67	16,8%
Viernes	45	11,3%
Sábado	84	21,0%
Domingo	97	24,3%
Total	400	100%

En lo que se refiere a los horarios entre los cuales se realizaron las encuestas, estos dependieron de la disponibilidad de tiempo del investigador y en gran medida en la concurrencia de público, la cual fue muy baja entre semana en el horario de la mañana en comparación con las exposiciones anteriores.

Se pueden identificar cuatro horarios de visita y realización de encuestas: mañana de 10:00h a 12:00h, mediodía de 12:00h a 14:00h, media tarde de 14:00h a 16:00h y tarde de 16:00h a 18:00h. En el horario de la mañana se realizaron 24 encuestas, es decir, se recolectó el 6% de la información, siendo el sábado el día en que más encuestas se realizaron (2,8%). En el horario del mediodía se realizaron 118 encuestas correspondientes al 29,5%, siendo el jueves el día en que más encuestas se realizaron durante este horario (8,3%). En el horario de la media tarde se realizaron un total de 164 encuestas, correspondientes al 41% de los datos, siendo el domingo y sábado los días en los que se realizaron el mayor número de encuestas (19,8% y 13,3%, correspondientemente). Finalmente, en el horario de la tarde se realizaron un total de 94 encuestas correspondientes al 23,5% de los datos, siendo el jueves el día en el cual se realizaron más encuestas en este horario (8,3%).

En general, se evidenció una baja concurrencia de público entre semana, la cual pudo deberse a varios factores identificados por el investigador durante el estudio: en primer lugar, la museografía no permitía al público saber que se estaba llevando a cabo una exposición, ya que no eran visibles desde el lobby los objetos que albergaba la sala. Este factor llevaba a la gente a ingresar directamente a las salas de exposición permanente. Cuando se hacía necesario el investigador invitaba al público a visitar la sala temporal, una vez habían culminado el recorrido de la muestra permanente, sin embargo, en algunos casos, éste no se encontraba interesado en visitarla.

Debido a lo anterior, un grupo de practicantes de la División de Comunicaciones del Museo Nacional, reforzó la realización de encuestas en los horarios de la mañana y el mediodía, con el fin de obtener datos representativos en los diferentes horarios, sin embargo, y como se evidencia en los resultados, no fue posible recolectar suficiente información en el horario de la mañana.

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

Hora	Total	Porcentaje	Día	Total	Porcentaje
-------------	--------------	-------------------	------------	--------------	-------------------

Mañana	24	6%	Martes	4	1,0%
			Miércoles	5	1,3%
			Viernes	2	0,5%
			Sábado	11	2,8%
			Domingo	2	0,5%
Mediodía	118	29,5%	Martes	32	8,0%
			Miércoles	7	1,8%
			Jueves	33	8,3%
			Viernes	26	6,5%
			Sábado	7	1,8%
			Domingo	13	3,3%
Media tarde	164	41%	Martes	12	3,0%
			Miércoles	19	4,8%
			Jueves	1	0,3%
			Sábado	53	13,3%
			Domingo	79	19,8%
Tarde	94	23,5%	Martes	16	4,0%
			Miércoles	12	3,0%
			Jueves	33	8,3%
			Viernes	17	4,3%
			Sábado	13	3,3%
			Domingo	3	0,8%
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 y Avanzada; igualmente, se clasificaron según la cantidad de información suministrada por el encuestado en Baja, Media y Alta.

Las respuestas del tercer capítulo, *Percepción de la exposición*, se clasificaron según la información suministrada: En el apartado de los elementos que más gustaron al público (Formato A), se clasificaron las respuestas en seis categorías: *Historia detrás del tejido*, *Curaduría*, *Servicios educativos*, *Museografía*, *Técnicas de tejido* y *No impactó*.

En el apartado que se refiere a los elementos que menos gustaron al público (Formato A), las respuestas se clasificaron en siete categorías: *Curaduría*, *Museografía*, *Objeto tejido*, *Servicios educativos*, *Otro*, *Recursos del Museo* y *Experiencia en la sala*.

En el apartado en el que se le pedía a los encuestados sus sugerencias o modificaciones a la exhibición (Formato A y B), las respuestas se clasificaron en cuatro categorías: Curaduría, Servicios educativos, Museografía, Recursos del Museo.

En lo que se refiere a la pregunta acerca de la reflexión y aprendizaje que surgió después de visitar la exposición (Formato A), las respuestas se clasificaron en cinco categorías: Patrimonio cultural, Medio ambiente, Objetos tejidos, Técnicas de tejido, Otro.

Igualmente, las personas tenían la posibilidad de dejar comentarios u observaciones adicionales (Formato A y B), los cuales se incluyeron al final del cuestionario; las respuestas se clasificaron en negativas, positivas o neutrales según la naturaleza de su contenido y según el tema sobre el cual reflexionaban en: Experiencia en la sala y Curaduría.

Por otra parte, las preguntas que se adicionaron en el Formato B, se clasificaron, según las respuestas de los visitantes, de la siguiente manera: en el apartado en donde se preguntó a las personas que nuevo conocimiento habían adquirido las respuestas se clasificaron en las siguientes categorías: Procesos con fibras, Patrimonio Cultural, Objetos tejidos, Patrimonio Natural y Ninguno.

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

Análisis de los resultados

La descripción y el análisis de los resultados de la encuesta se hicieron siguiendo la línea temática de la encuesta. En esa medida, se agruparon los tipos de variable en diferentes capítulos, en los que se desarrolló cada temática. En el primer capítulo, *Características generales de los visitantes*, se describen las características sociodemográficas de los visitantes del Museo. En el capítulo dos, *Divulgación y visita*, se observan las características de la visita al Museo: Frecuencia de visita, medio de divulgación, medio de transporte, compañía y motivación de la visita. En estos dos capítulos se hizo una comparación con los estudios de públicos llevados a cabo con anterioridad en el Museo Nacional, en especial con el estudio de públicos *Omar Rayo, geometría vibrante* (estudio más reciente), *Antes de que las cosas desaparezcan*, *Encuentros México Colombia*, *Del costumbrismo a la academia*, *Cano, la mano luminosa*, *Roda, su poesía visual*, *El Silencio de los ídolos y Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia*; lo anterior, con el fin de analizar cómo ha cambiado el perfil del público que visita el Museo Nacional y las exposiciones temporales que se han presentado en los últimos tres años.

En el tercer capítulo, *Servicios del Museo*, se divide el análisis de la información en dos partes; en la primera parte, en la cual se analizan las encuestas 1 a la 136, se preguntó a los visitantes que servicio educativo recibieron y en caso de haber recibido un servicio, se les pidió clasificarlo de 1 a 5 (Deficiente/excelente) y según la importancia de ofrecer estos servicios en el Museo Nacional de 1 a 5 (innecesario/indispensable). En la segunda parte, se analizan las encuestas de la 137 a la 400; en este caso se pidió a los visitantes que recibieron servicios educativos clasificarlos según el nivel de participación que propicio y la importancia de generar esta interacción.

El cuarto capítulo, *Percepción de la exposición*, ejemplifica los elementos que gustaron o menos gustaron a los visitantes, sugerencias o modificaciones a la exposición, aprendizaje y reflexiones que surgieron después de visitar la sala de exposiciones temporales, los comentarios finales de los encuestados y la satisfacción general de los visitantes, esto en el análisis de las encuestas 1 a la 136, es decir, el primer formato utilizado en el desarrollo del estudio.

En una segunda parte de este capítulo, se analizan los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición.

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

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

Universo de la investigación: Población de todas las edades, visitantes individuales o grupales (nacionales o extranjeros) que visitaron la exposición temporal *Omar Rayo: geometría vibrante*.

Marco del diseño muestral: personas que visitaron la exposición durante las siete semanas en las que se realizó la recolección de datos, es decir, del 7 de abril al 22 de mayo de 2016. Entre semana y fines de semana en horarios de mañana y tarde.

Tipo de Muestreo: Muestreo simple no probabilístico accidental. El investigador seleccionó intencionalmente los individuos que participaron en el estudio, de

acuerdo a las posibilidades de acceso a los mismos.

Tamaño de la muestra: 400 encuestas individuales.

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

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

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS VISITANTES



En este capítulo se hace una descripción detallada de las características socio-demográficas de los visitantes a la exhibición. De acuerdo a los datos obtenidos durante el estudio, se observa que la muestra está compuesta por un grupo heterogéneo de visitantes, vinculando en un mismo espacio a mujeres y hombres de diferentes edades, siendo la mayoría jóvenes estudiantes, que acudieron al Museo Nacional motivados por actividades académicas e interés cultural. Así mismo, el 54,8% de los visitantes encuestados indicó asistir motivado por conocer las salas que alberga el Museo Nacional y el 18,8% asistió específicamente a la exposición Pura Fibra.

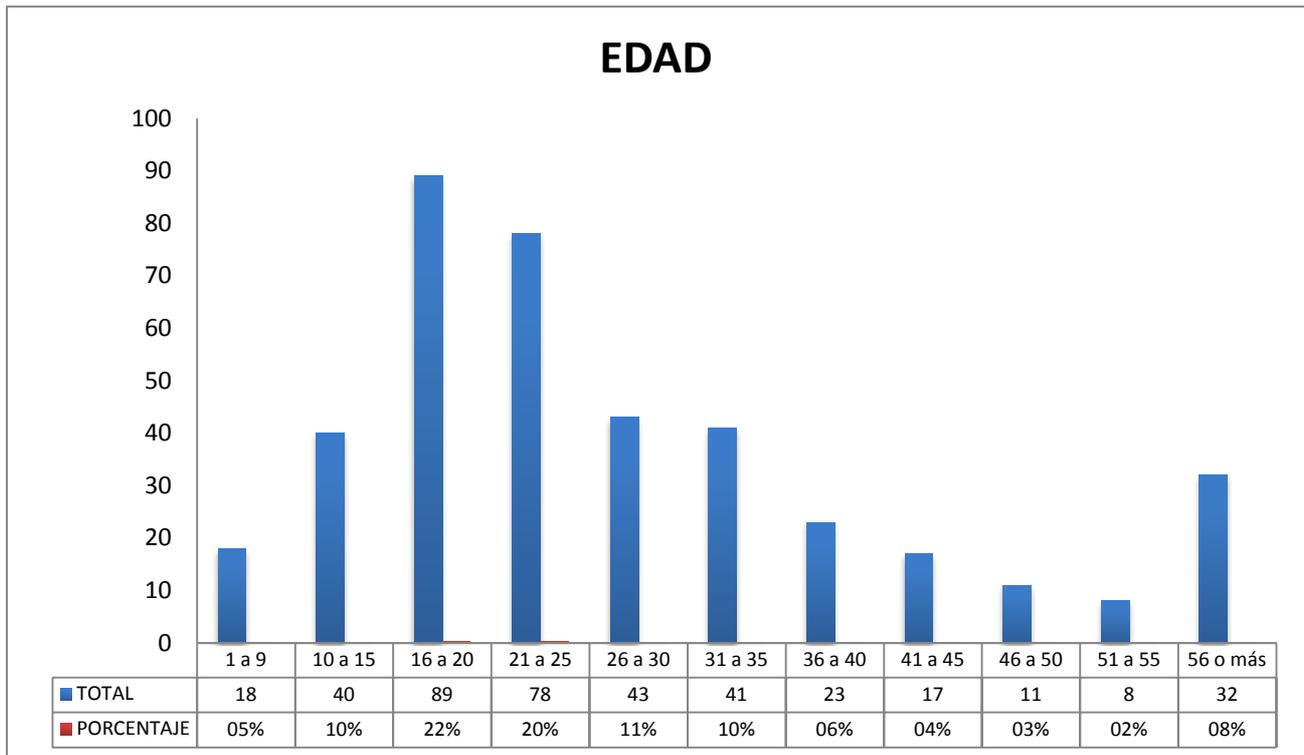
En lo que respecta al lugar de nacimiento y residencia de los encuestados, estos indicaron ser, en su mayoría, bogotanos residentes en las diferentes localidades de la ciudad, y en un porcentaje menor encontramos un grupo de personas provenientes de diferentes regiones del país, que en su mayoría residen en Bogotá, y personas de otros países. Este último grupo se vio motivado a visitar el Museo por ser uno de los lugares turísticos más representativos de la ciudad y del país.

Edad

La distribución de los visitantes a la exhibición *Pura Fibra*, por tramos de edad se puede observar en la Gráfica 1; la gráfica muestra que el grupo más grande de visitantes está entre los 16-20 años (89 individuos correspondientes al 22,3%), a este rango de edad le sigue el de 21-25 años (78 individuos correspondientes al 19,5%), las personas entre los 26-30 años (43 individuos correspondientes al 10,8%), 31-35 años (41 individuos correspondientes al 10,3%), y el rango entre 10-15 años (35 individuos correspondiente al 10%).

Como se mencionó anteriormente, la Gráfica 1 muestra que la población que más visitó la exhibición fueron los jóvenes entre los 16 y los 25 años de edad, conformando el 41,8% del total de la muestra, es decir, casi la mitad de los visitantes encuestados.

Gráfica 1. Edad



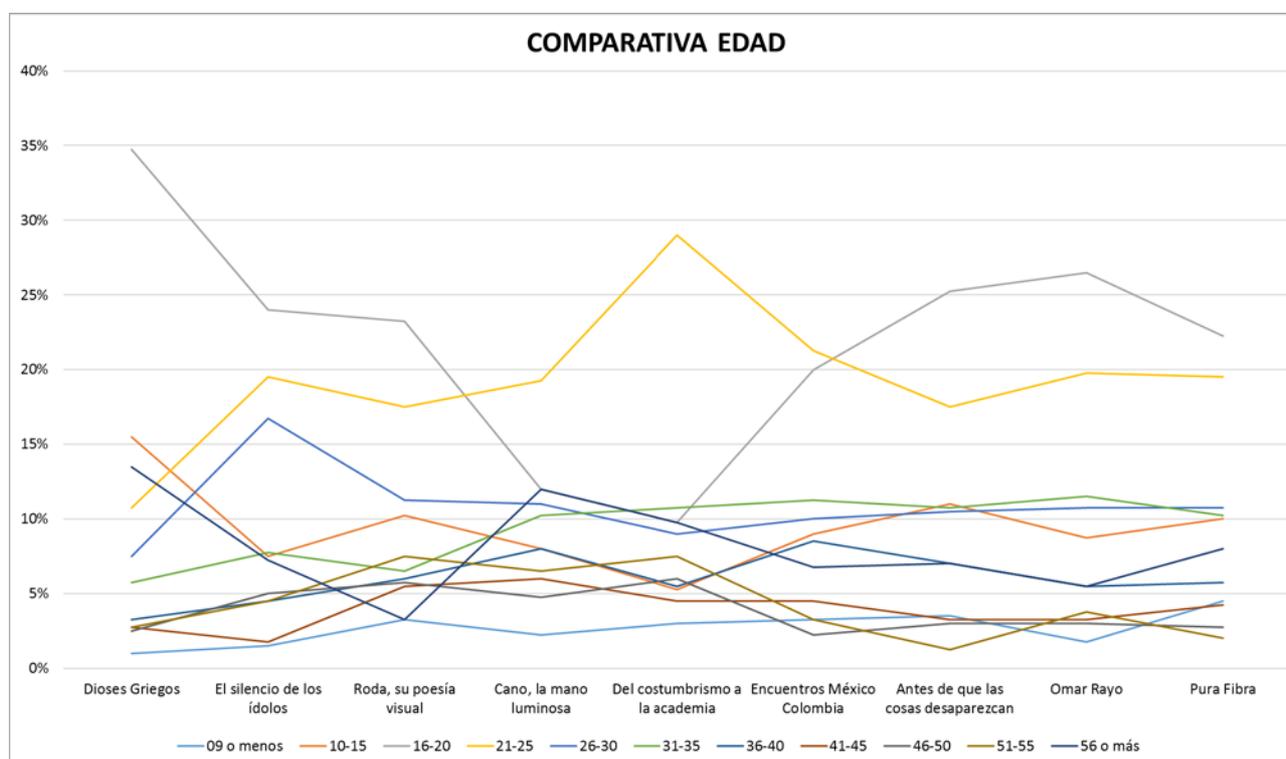
Al comparar los resultados con los últimos estudios realizados (*Dioses, mitos y religión en la antigua Grecia, El silencio de los ídolos, Roda, su poesía visual, Cano, la mano luminosa; Del costumbrismo a la academia, Encuentros México- Colombia, Antes de que las cosas desaparezcan y Omar Rayo*), observamos lo siguiente en la Gráfica 1.2:

- Los jóvenes entre 16-20 años son los que, en promedio, mayor representación han tenido en las últimas exposiciones temporales (22%). No obstante, la representación de este grupo ha variado notablemente de una exposición a otra, siendo el 35% en *Dioses griegos*, pasando al

10% en Del costumbrismo a la academia y manteniéndose sobre el 20% a partir de la exposición Encuentros México Colombia.

- Le siguen el grupo de personas entre los 21 y 25 años de edad (19,3%). Estos tuvieron su representación más importante en la exposición Del costumbrismo a la academia (29%), sin embargo, su participación en las demás exposiciones se encuentra alrededor del 20%.
- Los menores de 9 años tienen la representación más pequeña en el grupo de encuestados (2,7% en promedio). No obstante, en Pura Fibra obtuvieron su representación más significativa, la cual alcanzó al 4,5%.
- Las personas mayores de 56 años configuran, en promedio, el 8,1% de los visitantes encuestados. Este grupo muestra una variación alta entre cada exposición, llegando al 13,5% en Dioses griegos y siendo sólo el 3% en Roda.

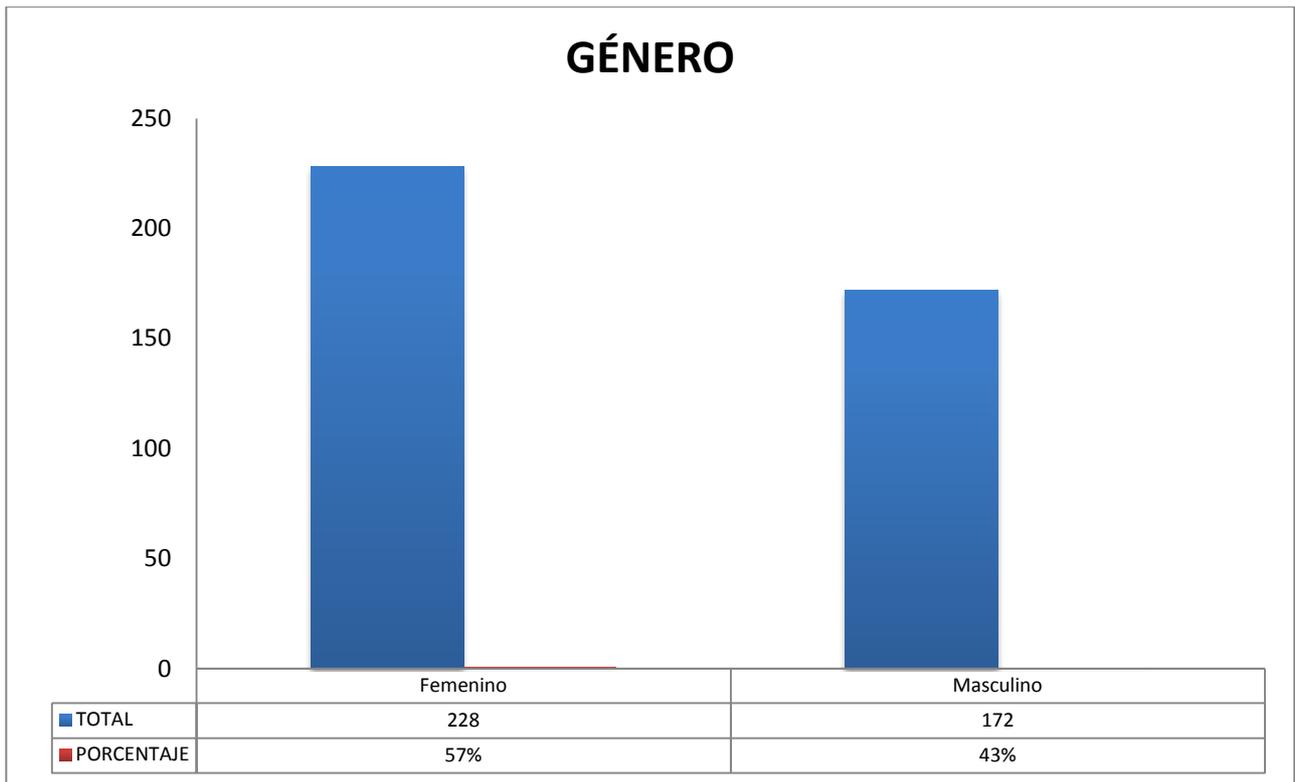
Gráfica 1.2 Comparativa edad



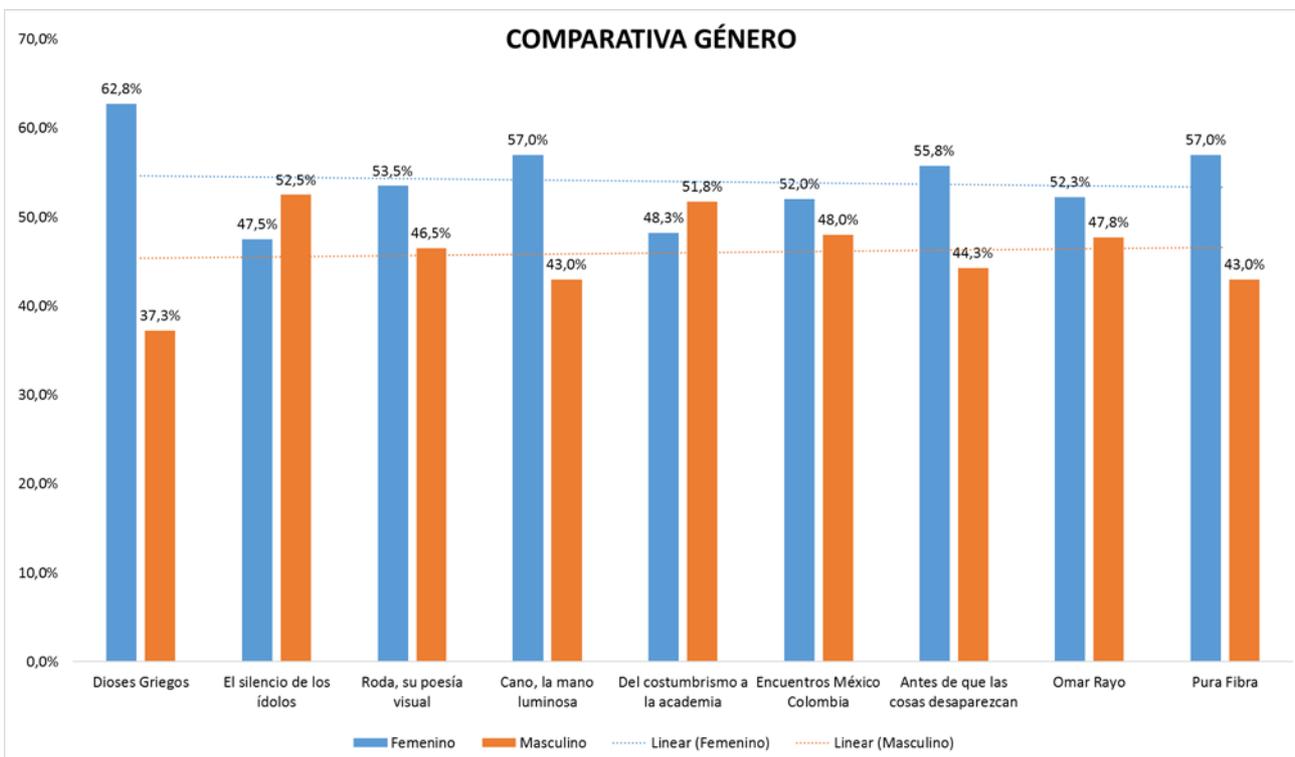
Género

Respecto al género, podemos observar en la Gráfica 2, que la distribución de los visitantes de la muestra según el sexo es mayoritaria para las mujeres, quienes representan el 57% de la población encuestada respecto a los hombres quienes conforman el 43% de la muestra. Ésta ha sido la tendencia en 7 de las 9 exposiciones comparadas, en donde las mujeres han sido mayoría.

Gráfica 2. Género



Gráfica 2.2 Comparativa género

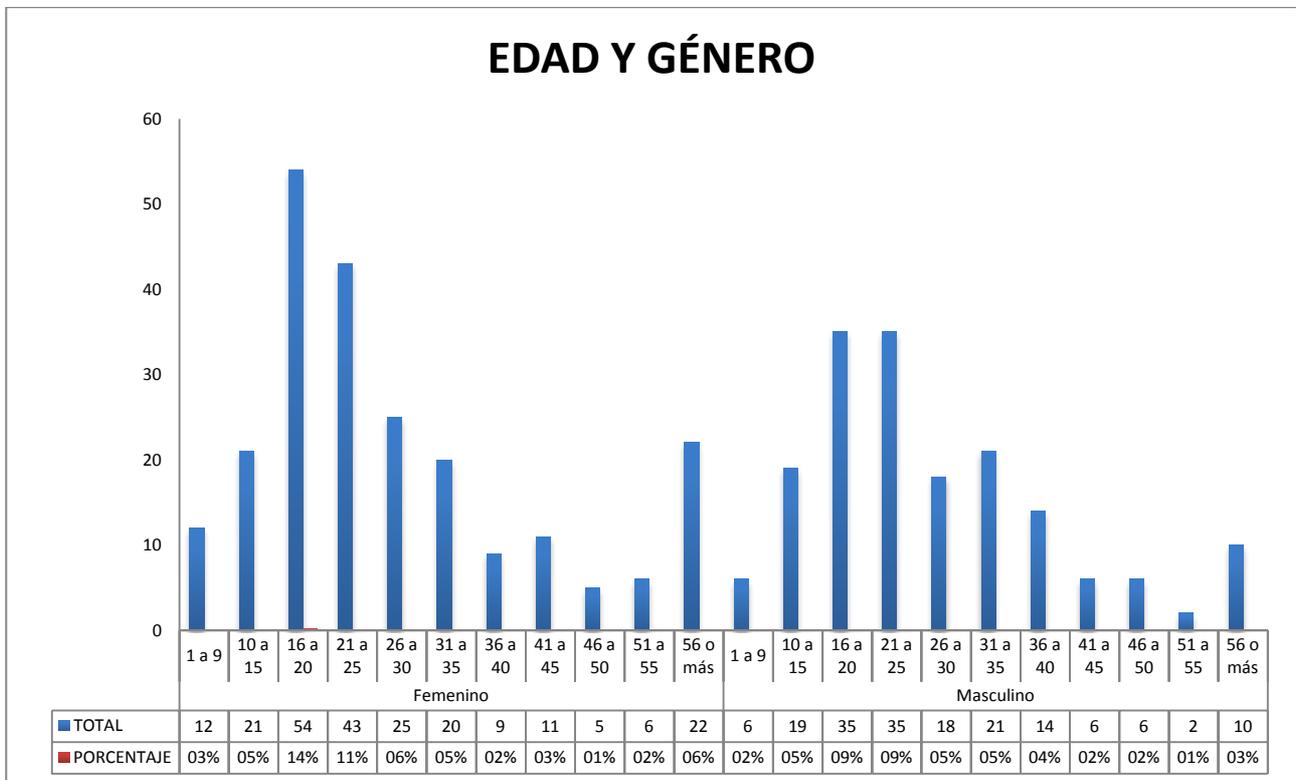


En la Gráfica 2.2 podemos observar la distribución según el género en las últimas exposiciones. A partir de la gráfica podemos concluir lo siguiente:

- En 7 de las 9 exposiciones comparadas las mujeres han representado la mayoría de la población encuestada.
- En promedio, los hombres representan el 43% de la población encuestada y las mujeres el 57%.
- De igual manera, la representación más importante de los hombres fue en la exposición del silencio de los ídolos (52,5%).
- La representación más baja de las mujeres fue en la exposición El silencio de los Ídolos (47,5%) y la más alta en Dioses griegos (62,8%).

Género y edad

Gráfica 3. Género y edad



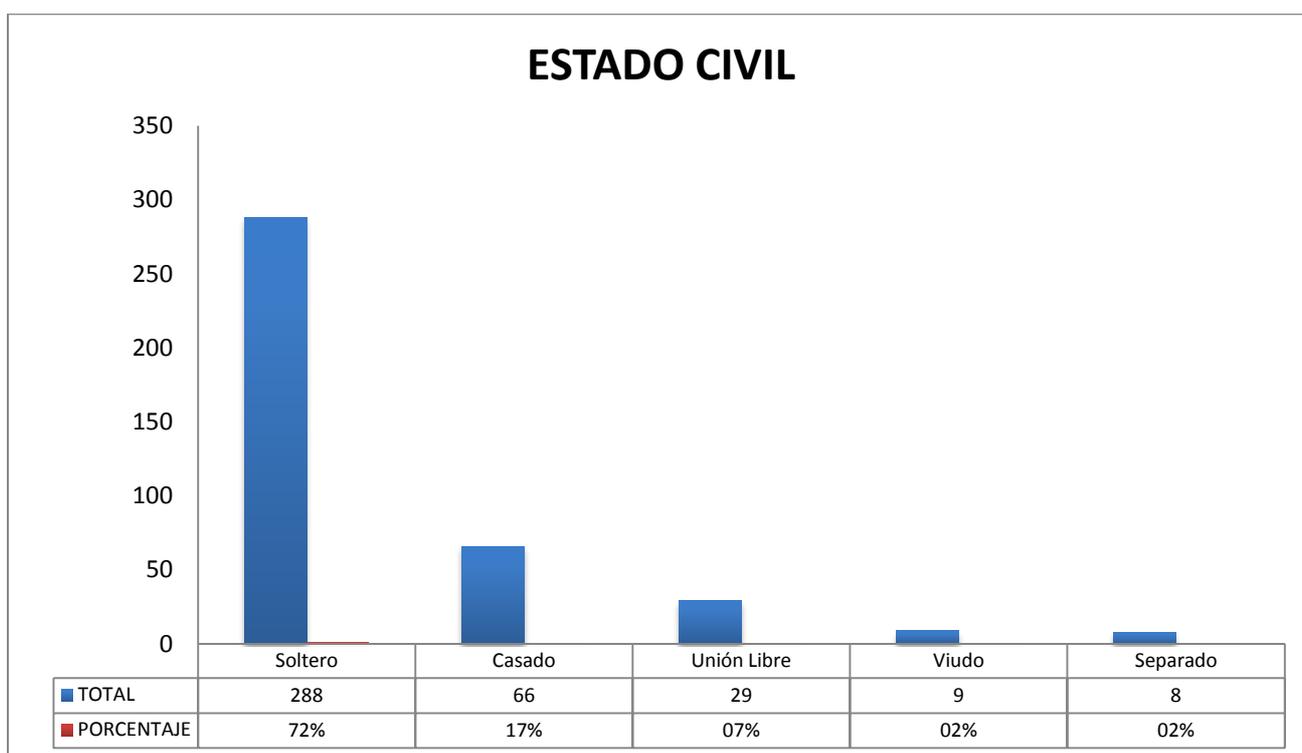
Al relacionar el rango de edad con el género, se puede observar en la Gráfica 3, que la población que más frecuentó la exhibición fueron las mujeres entre los 16-25 años de edad (197 individuos correspondientes al 24,3%), seguidas por los hombres entre los 16-25 años (70 individuos correspondientes al 17,5%).

Respecto a las mujeres, se observa que las mujeres entre 46 y 50 años fueron las que menos visitaron la exposición (1,3%), seguidas por las mujeres entre 51 y 55 años (1,5%). Por su parte, de los hombres, el rango de edad que menos representación tuvo fue el de 51 a 55 años (sólo dos individuos).

Estado civil

Según el estado civil, el resultado de los datos de la Gráfica 4 muestra que el 72% de los encuestados indicó ser soltero, el 16,5% estar casado, el 7,3% tener una relación en unión libre, el 2% estar separado y el 2,3% de los encuestados indicó ser viudo.

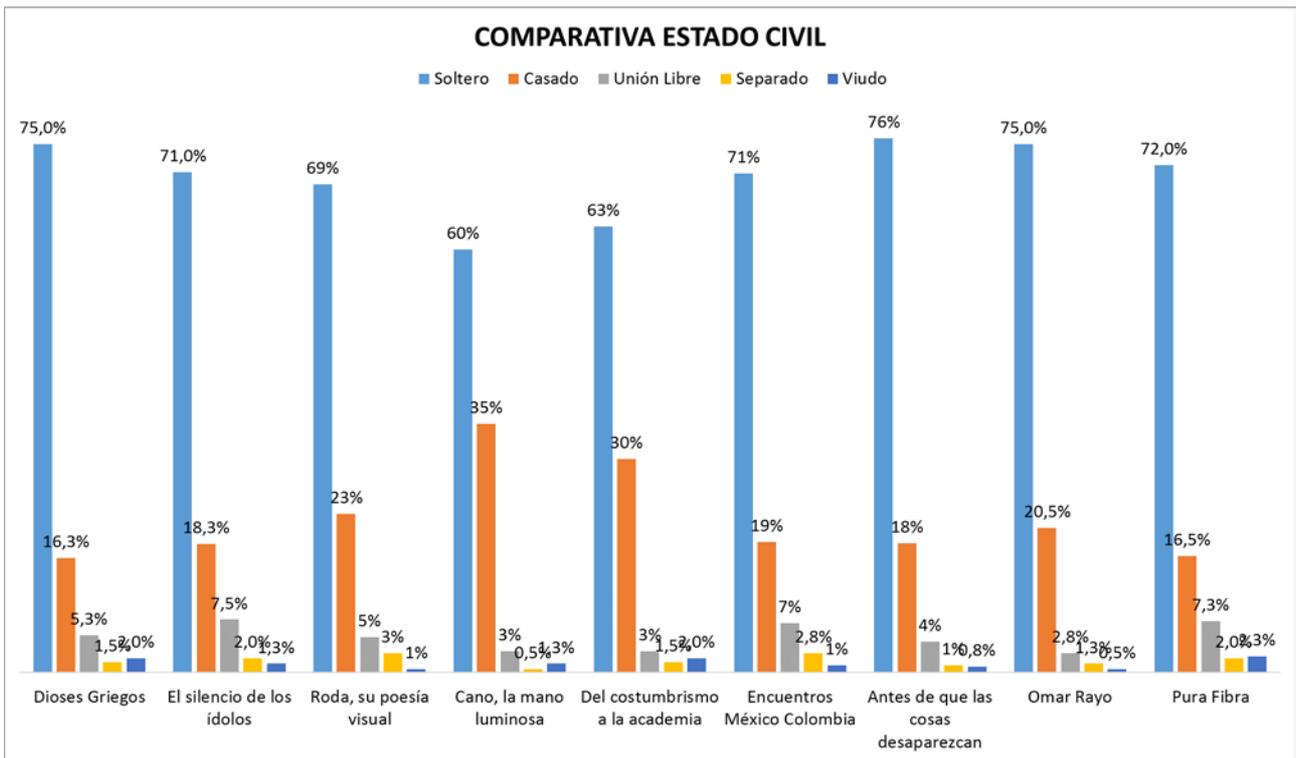
Gráfica 4. Estado civil



En la Gráfica 4.2 podemos observar los datos comparativos del estado civil de los visitantes en las últimas exposiciones (Dioses Griegos, El silencio de los ídolos, Roda, su poesía visual, Cano, la mano luminosa, Del costumbrismo a la academia, Encuentros México Colombia, Antes de que las cosas desaparezcan y Omar Rayo):

- Las personas solteras son las que mayor representación han tenido en las exposiciones temporales, siendo en promedio el 70% de la muestra. Su representación más alta la tuvieron en Antes de que las cosas desaparezcan (76%) y la representación más baja en Cano.
- Las personas viudas son las que tienen la representación más baja en promedio, siendo del 1%. Los casados tienen una representación promedio del 22%, las personas en unión libre del 5% y las personas separadas del 2%.

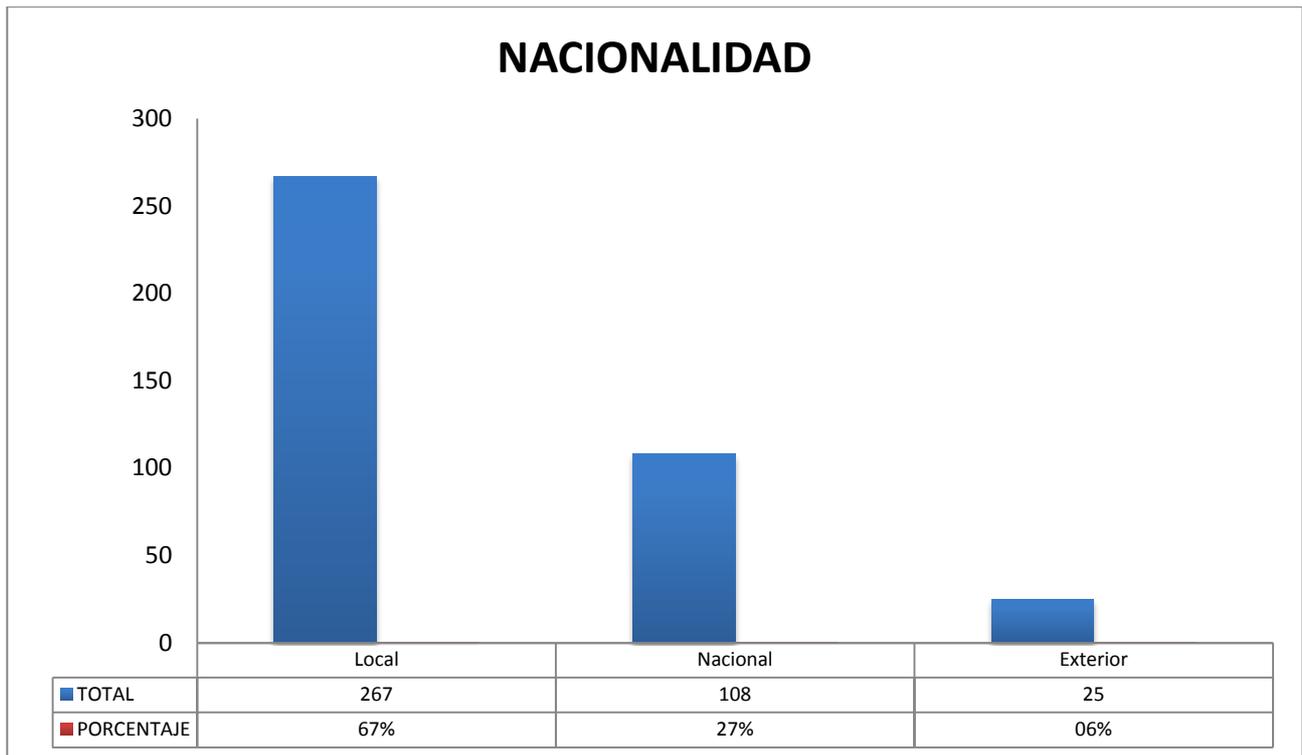
Gráfica 4.2 Comparativa estado civil



Lugar de nacimiento

Según el lugar de nacimiento, en la Gráfica 5 podemos observar que la mayoría de los encuestados nacieron en la ciudad de Bogotá, es decir, fueron los capitalinos los que más visitaron la exhibición con un porcentaje del 66,8% del total de la muestra, seguidos por las personas que nacieron en otras ciudades del país (27%), y por último los visitantes de origen extranjero con un total del 6,3%.

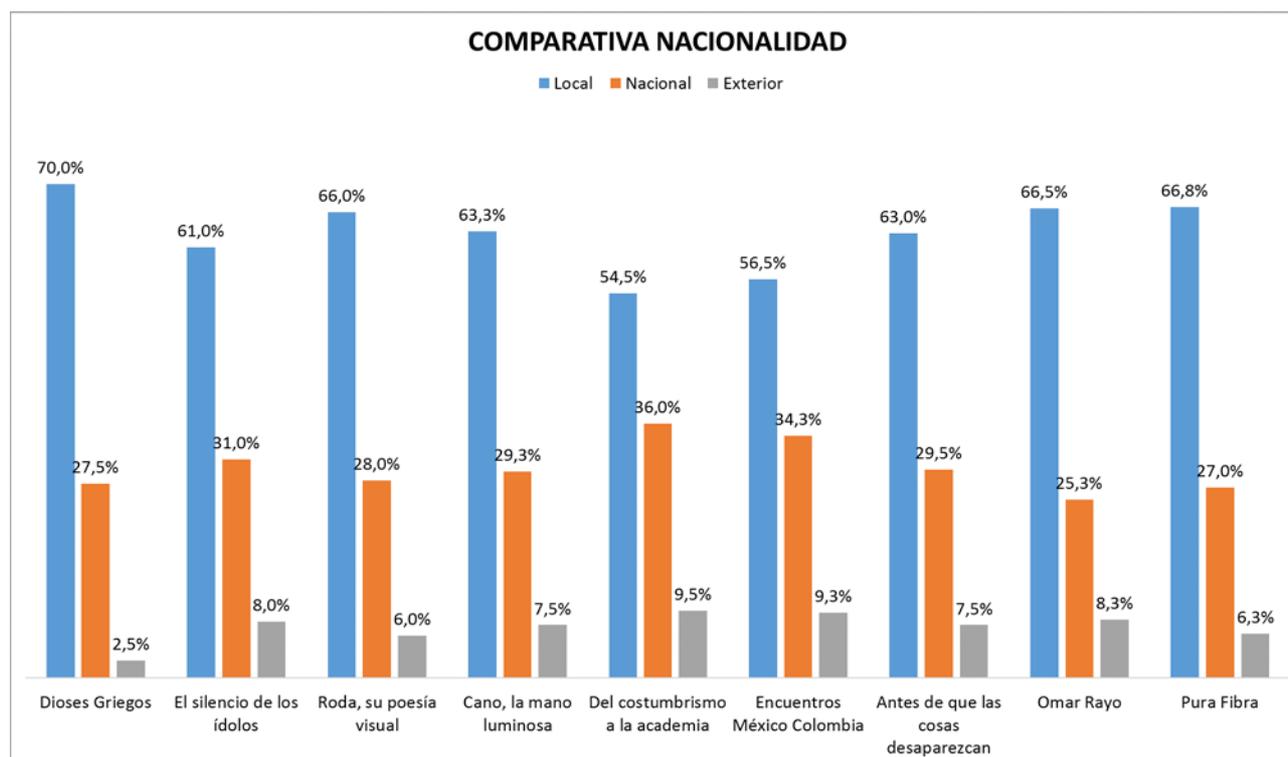
Gráfica 5. Nacionalidad



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

- Las personas de Bogotá disminuyeron su representación en las exposiciones Del costumbrismo a la academia y Encuentros México Colombia, sin embargo, en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan, Omar Rayo la participación de este grupo de personas fue superior al 63%, el mismo porcentaje que en la exposición de Cano y Roda. De igual manera, en la exposición Dioses griegos se presentó el mayor número de visitantes locales (70%). En promedio este grupo de la muestra se ubica en el 62%.
- Las personas provenientes de diferentes regiones del país han disminuido paulatinamente su representación a partir de la exposición Del costumbrismo a la academia, en la cual llegaron al 36%, siendo ésta la representación más importante en las exposiciones temporales. A partir de esta exposición la representación pasó al 34,3% en Encuentros México Colombia, el 29,5% en Antes de que las cosas desaparezcan y el 25,3% en Omar Rayo, ésta la cifra más baja.
- Finalmente, las personas provenientes de diferentes países

Gráfica 5.2 Comparativa Nacionalidad



En la exposición *Pura Fibra*, los visitantes procedentes de diferentes regiones del país eran en su mayoría de Cundinamarca (3,58%) Tolima (3,5%), Boyacá (2,8%) y Valle del Cauca (2,3%); al comparar estas cifras con las de las demás exposiciones, podemos observar que Boyacá, el departamento con mayor representación en las últimas 4 exposiciones, disminuyó su representación en un 1,7% respecto a la Encuentros México Colombia. Respecto al departamento de Santander, éste ha disminuido su representación paulatinamente y pasó del 4,5% al 2,8%, luego el 2% y finalmente el 1,8% en Pura Fibra (esta información puede ser consultada en el documento Comparativa Estudios de Públicos V.4) .

Tabla 2.1. Lugar de Nacimiento Nacional

Lugar de Nacimiento	Total	Porcentaje
Cundinamarca	15	3,8%
Tolima	14	3,5%
Boyacá	11	2,8%
Valle del Cauca	9	2,3%
Antioquia	9	2,3%
Santander	7	1,8%
Caldas	7	1,8%
Huila	6	1,5%
Quindío	4	1,0%
Atlántico	4	1,0%
Nariño	4	1,0%
Córdoba	3	0,8%
Meta	3	0,8%

Risaralda	2	0,5%
Amazonas	2	0,5%
Cesar	1	0,3%
Sucre	1	0,3%
Arauca	1	0,3%
Caquetá	1	0,3%
Bolívar	1	0,3%
Magdalena	1	0,3%
La Guajira	1	0,3%
Norte Santander	1	0,3%
Total general	108	27%

Según el nacimiento en el exterior, los países con el mayor número de representantes fueron Venezuela (8 individuos correspondientes al 2%), México (8 individuos correspondientes al 2%); seguidos por Australia (2 individuos correspondientes al 0.5%); finalmente, Francia, Perú, Cuba, Canadá, España, Filipinas y Estados Unidos tuvieron un (1) representante cada uno; el total de representantes de origen extranjero sumó un total de 25 individuos correspondientes al 6,3% del total de los encuestados.

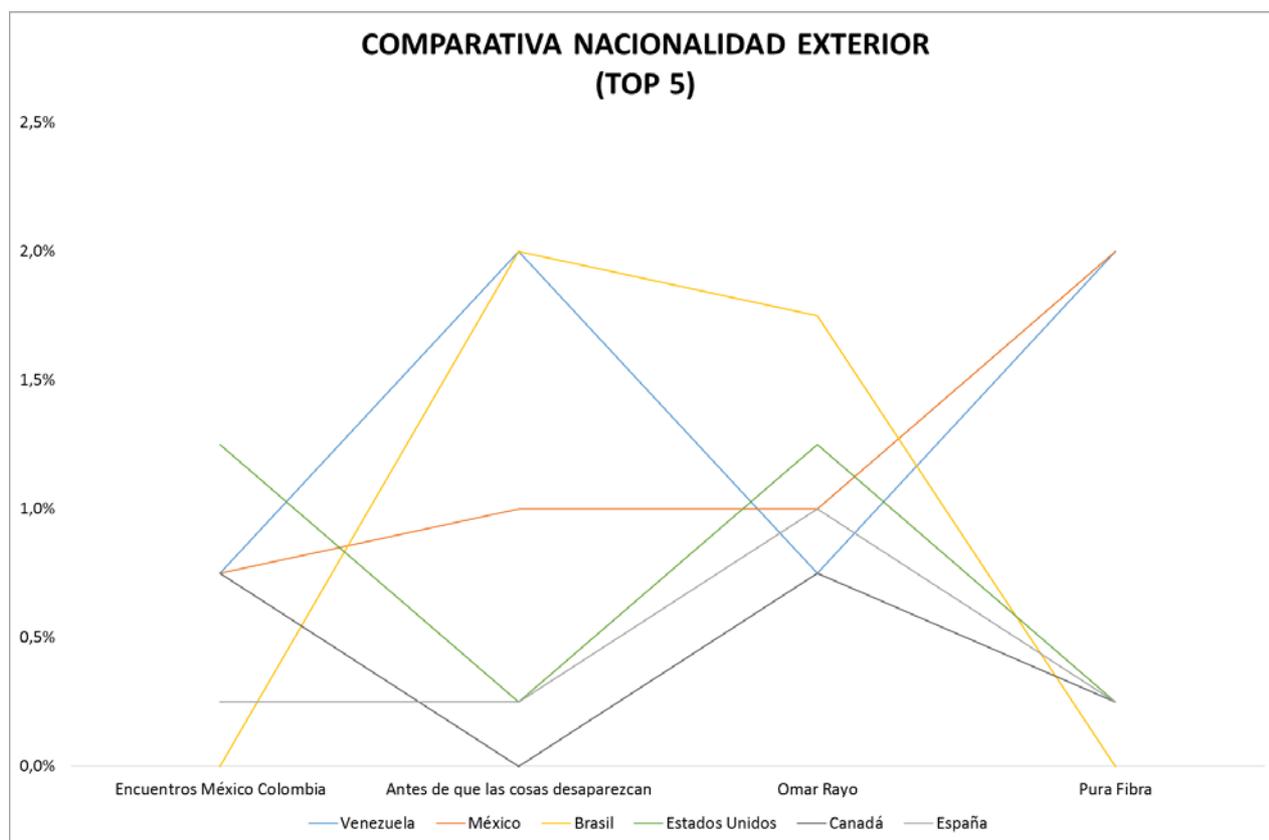
El número de visitantes de origen extranjero que visitaron la exposición y participaron en la encuesta disminuyó respecto a las últimas exposiciones el 2%. Los visitantes extranjeros disminuyeron respecto a las exposiciones Encuentros México-Colombia (3%), Antes de que las cosas desaparezcan (1.2%) y Omar Rayo (2%).

Tabla 2.2. Nacimiento en el exterior

País	Total	Porcentaje
Venezuela	8	2,0%
México	8	2,0%
Australia	2	0,5%
Francia	1	0,3%
Perú	1	0,3%
Cuba	1	0,3%
Canadá	1	0,3%
España	1	0,3%
Filipinas	1	0,3%
Estados Unidos	1	0,3%
Venezuela	8	2,0%
Total general	25	6,3%

Al comparar los resultados con otras exposiciones, observamos en la Grafica 5.3, que los países con un mayor número de representantes son Venezuela (1,4% en promedio), México (1,2% en promedio), Brasil (0,9% en promedio), Estados Unidos (0,8% en promedio) y Canadá y España (0,4% en promedio para cada país).

Gráfica 5.3 Comparativa Nacionalidad exterior



Visitantes hispanoparlantes

Según el lugar de nacimiento en el exterior fue posible identificar qué porcentaje de público extranjero era hispanoparlante. Del 6,3% de la muestra, correspondiente a los 25 visitantes extranjeros, el 4,8% era hispanoparlante y el 1,5% restante no lo era.

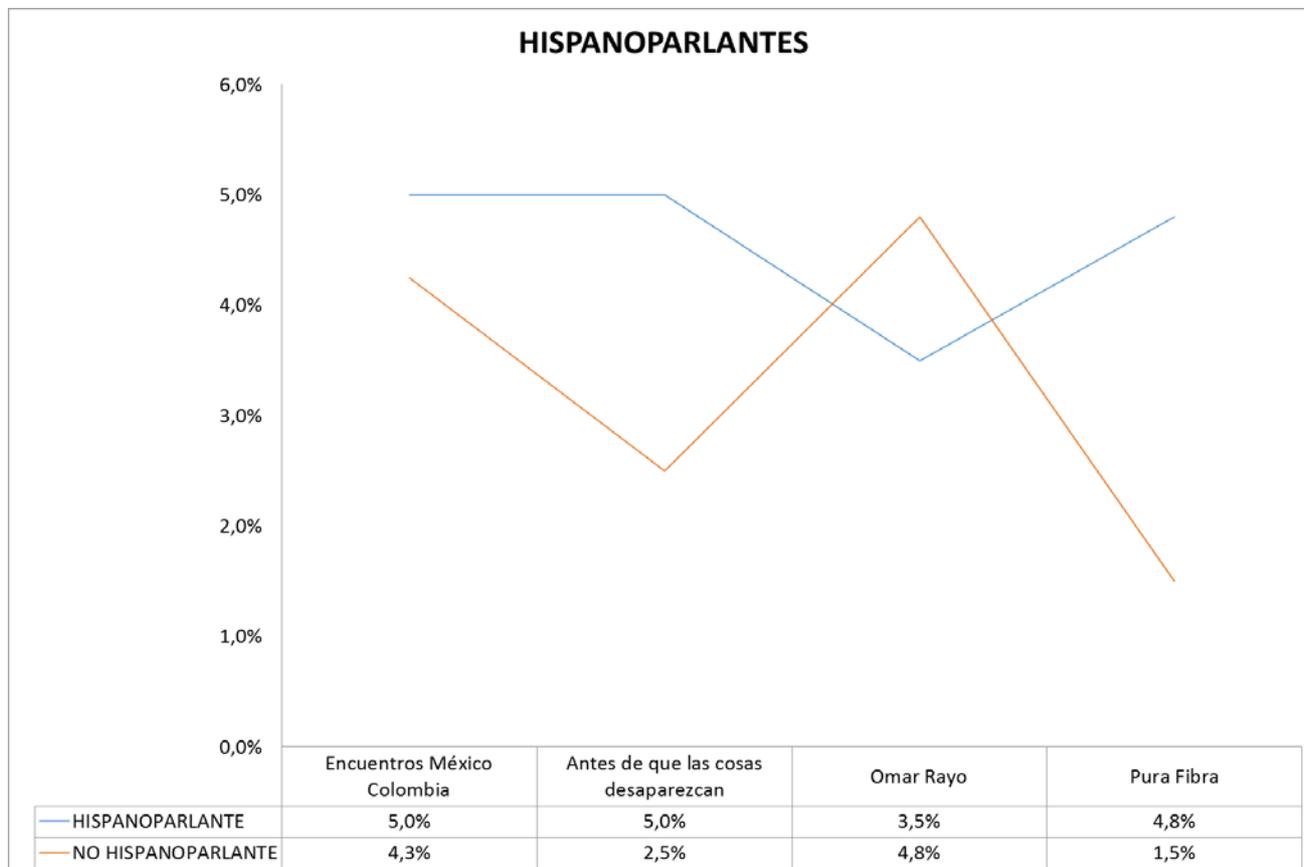
Tabla 2.3. Visitantes Hispanoparlantes.

Hispanoparlante	Total	Porcentaje
No	6	1,5%
Sí	19	4,8%
Total	25	6,3%

En la Gráfica 5.4, podemos observar cómo ha sido la evolución de los visitantes no hispanoparlantes en las últimas exposiciones. Aunque el número de visitantes de origen extranjero disminuyó en la última exposición, así como el porcentaje de visitantes hispano-parlantes, es importante ofrecer herramientas en inglés, ya que la apertura del país al turismo hace que cada día

el Museo reciba visitas de personas de diferentes lugares, aun cuando esto no se evidencie en el estudio.

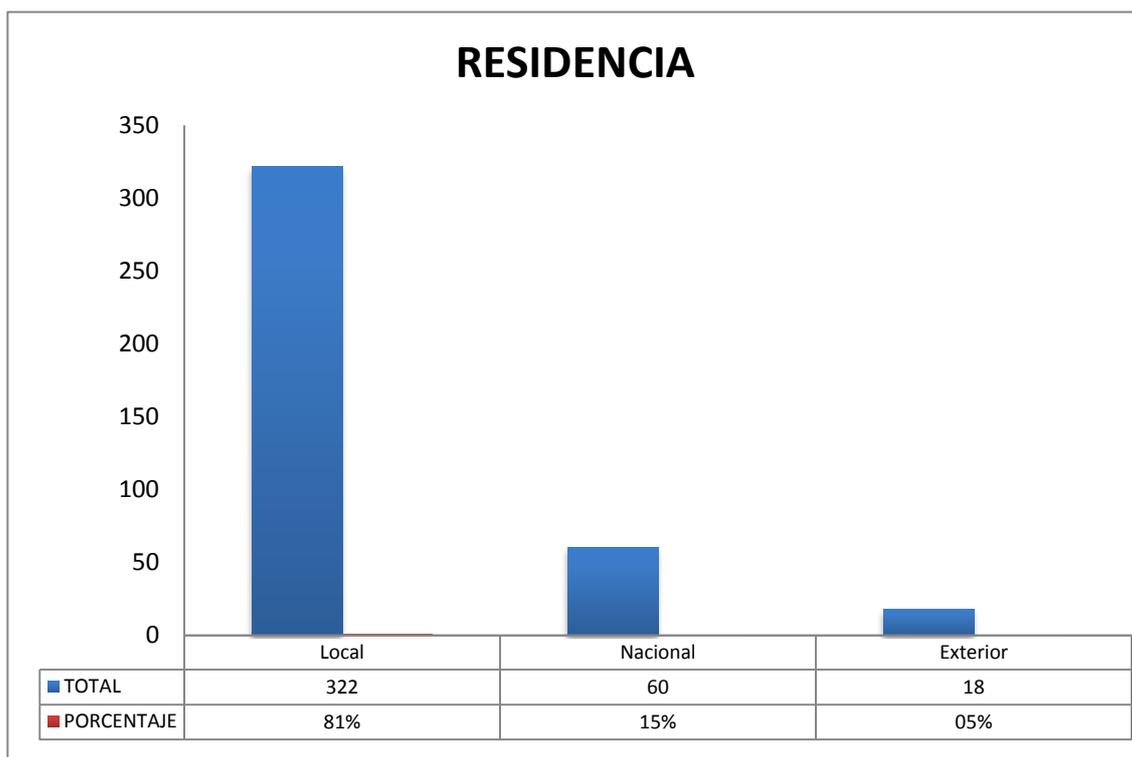
Gráfica 5.4 Comparativa hispanoparlantes



Lugar de Residencia

Según el lugar de residencia, la mayoría de los encuestados indicó vivir en la ciudad de Bogotá (322 individuos; 80,5%), seguidos por las personas que residen en diferentes lugares del país (60 personas; 15%) y quienes residen en el exterior (18 individuos; 4,5%).

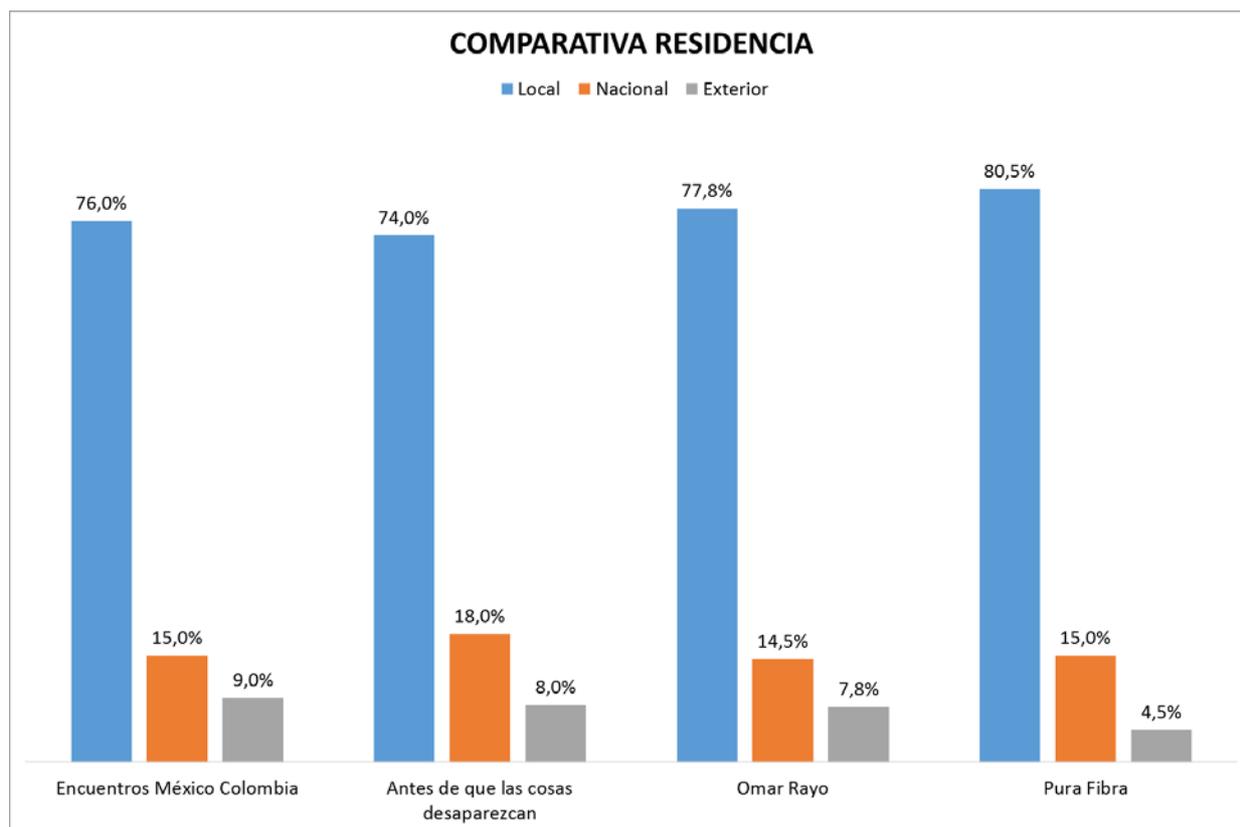
Gráfica 6.1 Lugar de residencia



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

- La tendencia respecto al lugar de residencia se mantiene en todas las exposiciones, es decir, Bogotá es la ciudad en donde residen la mayoría de los visitantes a las exposiciones, estando siempre por encima del 74% del total de la muestra.
- Respecto a las personas residentes en otras regiones del país, observamos que representan, en promedio, el 15,5% de la muestra, siendo la Antes de que las cosas desaparezcán la que reflejó más visitantes residentes en diferentes regiones del país (18%) y Omar Rayo con el porcentaje más bajo (15,5%).
- Las personas residentes en el exterior han mantenido una representación en promedio del 7,3% en las últimas exposiciones, siendo la exposición Encuentros México-Colombia la que albergó más visitantes residentes en el exterior (9%) y Pura Fibra la que menos (4,5%).

Gráfica 6.2 Lugar de residencia



Lugar de Residencia Local

Según el barrio de residencia de los visitantes que viven en la ciudad de Bogotá, podemos observar en la Tabla 3.1 que la mayoría de encuestados reside en Suba (21 individuos; 5,3%), Chapinero (18 individuos; 4,5%), Bosa (15 individuos; 3,8%) y Kennedy (13 individuos; 3,3%).

Tabla 3.1. Residentes en Bogotá

Barrio	Total	Porcentaje
Suba	21	5,3%
Chapinero	18	4,5%
Bogotá	16	4,0%
Bosa	15	3,8%
Kennedy	13	3,3%
Cedritos	11	2,8%
Britalia	9	2,3%
La Candelaria	8	2,0%
Tunal	8	2,0%
La Paz	6	1,5%
20 De Julio	5	1,3%
Bochica	4	1,0%
Teusaquillo	4	1,0%
Ciudad Bolívar	4	1,0%
Villa Luz	4	1,0%
Boitá	3	0,8%
Verbenal	3	0,8%

La Florida	3	0,8%
Castilla	3	0,8%
Las Aguas	3	0,8%
San Rafael	3	0,8%
Ciudad Salitre	3	0,8%
La Macarena	3	0,8%
Álamos Norte	2	0,5%
San Cristóbal	2	0,5%
Fátima	2	0,5%
Galán	2	0,5%
San Vicente	2	0,5%
Germania	2	0,5%
Usme	2	0,5%
Campín	2	0,5%
Quiroga	2	0,5%
Casa Blanca	2	0,5%
San Luis	2	0,5%
Alcalá	2	0,5%
Santa Librada	2	0,5%
La Fragua	2	0,5%
El Tintal	2	0,5%
La Francia	2	0,5%
Engativá	2	0,5%
Villa Mayor	2	0,5%
Puente Largo	2	0,5%
Andes Norte	2	0,5%
San Carlos	2	0,5%
La Victoria	2	0,5%
San Cristóbal Norte	2	0,5%
Bello Horizonte	2	0,5%
Ciudad Montes	2	0,5%
Las Cruces	2	0,5%
Santa Fe	2	0,5%
Bosque izquierdo	2	0,5%
Siete de Agosto	2	0,5%
Metrópolis	2	0,5%
El contador	2	0,5%
Molinos	2	0,5%
Usaquén	2	0,5%
Nicolás de Federman	2	0,5%
Usme	2	0,5%
Nogales	2	0,5%
Villa del Rio	2	0,5%
Pontevedra	2	0,5%
Fontibón	2	0,5%
Prado Veraniego	2	0,5%
Mandalay	2	0,5%
La Perseverancia	1	0,3%
Santiago Pérez	1	0,3%
San Patricio	1	0,3%
Las Ferias	1	0,3%

Tibaná	1	0,3%
Álamos	1	0,3%
La Calleja	1	0,3%
Marsella	1	0,3%
La Española	1	0,3%
Barrancas	1	0,3%
Colombia	1	0,3%
Mirandela	1	0,3%
Córdoba	1	0,3%
Modelia	1	0,3%
El Recuerdo	1	0,3%
Bonanza	1	0,3%
Bosa Amistad	1	0,3%
Molinos 2	1	0,3%
La Coruña	1	0,3%
Molinos del Sur	1	0,3%
Santa Lucia	1	0,3%
Belalcazar	1	0,3%
Bosa el Portal	1	0,3%
Nicolás de Federmann	1	0,3%
Tejar	1	0,3%
Nissa	1	0,3%
La Granja	1	0,3%
Galerías	1	0,3%
Valle Verde	1	0,3%
Olaya	1	0,3%
La Soledad	1	0,3%
Pablo VI	1	0,3%
Villas del Mediterráneo	1	0,3%
Palermo	1	0,3%
San diego	1	0,3%
Parque central Bavaria	1	0,3%
San Martín	1	0,3%
Patio Bonito	1	0,3%
La Castellana	1	0,3%
Perdomo	1	0,3%
Santa Bárbara	1	0,3%
pinar	1	0,3%
Bosa Brasil	1	0,3%
Polo Club	1	0,3%
Santa Rita	1	0,3%
Centro	1	0,3%
Sierra Morena	1	0,3%
Hayuelos	1	0,3%
Soacha	1	0,3%
Primavera	1	0,3%
Suba La gaitana	1	0,3%
Jorge Eliecer Gaitán	1	0,3%
La Gloria	1	0,3%
Quintas	1	0,3%

Toberín	1	0,3%
Bosa	1	0,3%
La Independencia	1	0,3%
Rafael Núñez	1	0,3%
Acevedo Tejada	1	0,3%
Restrepo	1	0,3%
Venecia	1	0,3%
Roma	1	0,3%
Verbenal	1	0,3%
Rosales	1	0,3%
El portal	1	0,3%
La Aurora	1	0,3%
Villas de Granada	1	0,3%
San Cipriano	1	0,3%
Alameda	1	0,3%
La Cabrera	1	0,3%
Total general	308	77%

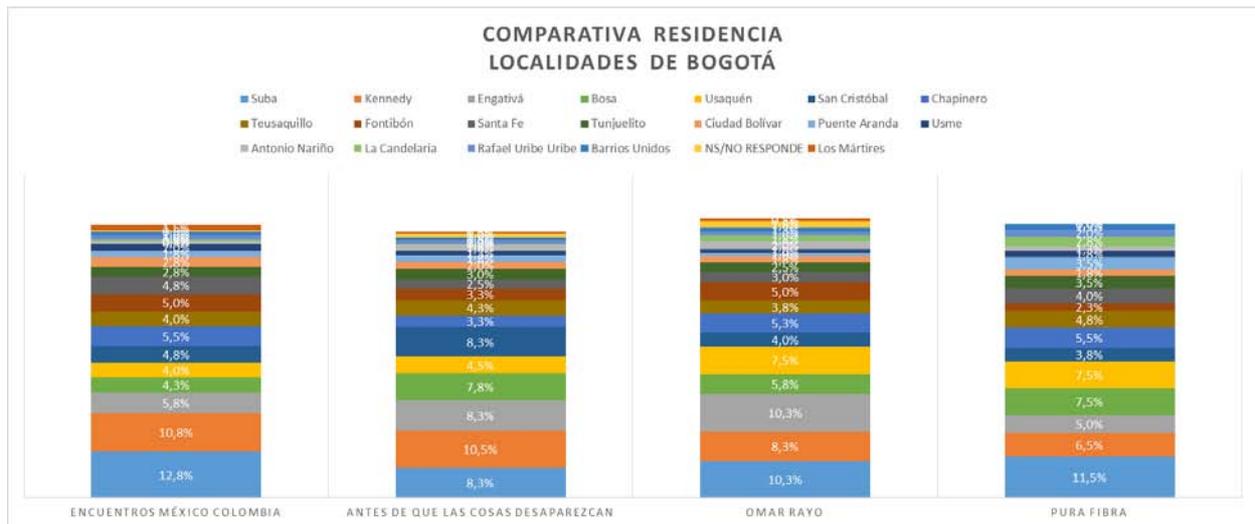
A nivel local, en la Tabla 3.2 podemos observar, según la localidad de residencia de los visitantes locales, que la mayoría de encuestados residen en Suba (46 individuos; 11,5%), Usaquén (30 individuos; 7,5%), Bosa (30 individuos; 7,5%) y Kennedy (26 individuos; 6,5%).

Tabla 3.2 Residentes Bogotá por Localidad

Lugar de Residencia	Total	Porcentaje
Suba	46	11,5%
Usaquén	30	7,5%
Bosa	30	7,5%
Kennedy	26	6,5%
Chapinero	22	5,5%
Engativá	20	5,0%
Teusaquillo	19	4,8%
Bogotá	16	4,0%
Santa Fe	16	4,0%
San Cristóbal	15	3,8%
Tunjuelito	14	3,5%
Puente Aranda	14	3,5%
La Candelaria	11	2,8%
Fontibón	9	2,3%
Rafael Uribe Uribe	8	2,0%
Usme	7	1,8%
Ciudad Bolívar	7	1,8%
Barríos Unidos	6	1,5%
Antonio Nariño	5	1,3%
Cundinamarca	1	0,3%
Total general	308	77%

En este sentido, Suba, Kennedy y Engativá continúan siendo las principales localidades en donde residen los visitantes a las exposiciones temporales que se han presentado en los últimos años. De igual manera, Bosa ha pasado a tener una representación importante, ubicándose en la cuarta posición de la comparativa entre localidades. En la Gráfica 6.3, podemos observar cómo ha evolucionado el lugar de residencia del público local, según las localidades de Bogotá.

Gráfica 6.3 Comparativa localidad de residencia Bogotá



En la Gráfica 6,4 observamos lo siguiente:

- Suba mantiene una participación promedio del 10,7% en las exposiciones. En antes de que las cosas desaparezcan tuvo el porcentaje más bajo (8,3%) y en Encuentros México-Colombia el más alto (12,8%).
- Kennedy ha mantenido una participación promedio del 9% en las exposiciones. La representación más baja la tuvo en Pura Fibra (6,5%) y la más alta en Encuentros México-Colombia (10,8%)
- Las personas residentes en la localidad de Engativá han fluctuado su participación en las últimas exposiciones, estando entre el 8% y el 10% en Antes de que las cosas desaparezcan y Omar Rayo y por debajo del 6% en Encuentros México Colombia y Pura Fibra.
- La localidad de Los Mártires, cercana al Museo, tienen el nivel más bajo de participación en las últimas exposiciones, siendo del 0,7%, en promedio. Teniendo en cuenta lo anterior, se pueden considerar estrategias de comunicación para que los residentes de localidades

aledañas se muestren interesados en visitar el Museo y participar de las actividades que se llevan a cabo en el mismo.

Lugar de Residencia Nacional

En la Tabla 3.3 podemos observar la distribución de residentes a nivel nacional: la mayoría de los visitantes residen en diferentes municipios de Cundinamarca, principalmente en Soacha (13 individuos; 3,3%). Igualmente, visitaron el Museo personas provenientes de Medellín (1,3%), Cali (1,3%), Caucasia (0,8%) y Manizales (0,8%). Los visitantes residentes en diferentes regiones del país indicaron asistir al Museo, principalmente, para conocerlo, turismo, y motivos culturales.

Tabla 3.3. Residentes nacionales.

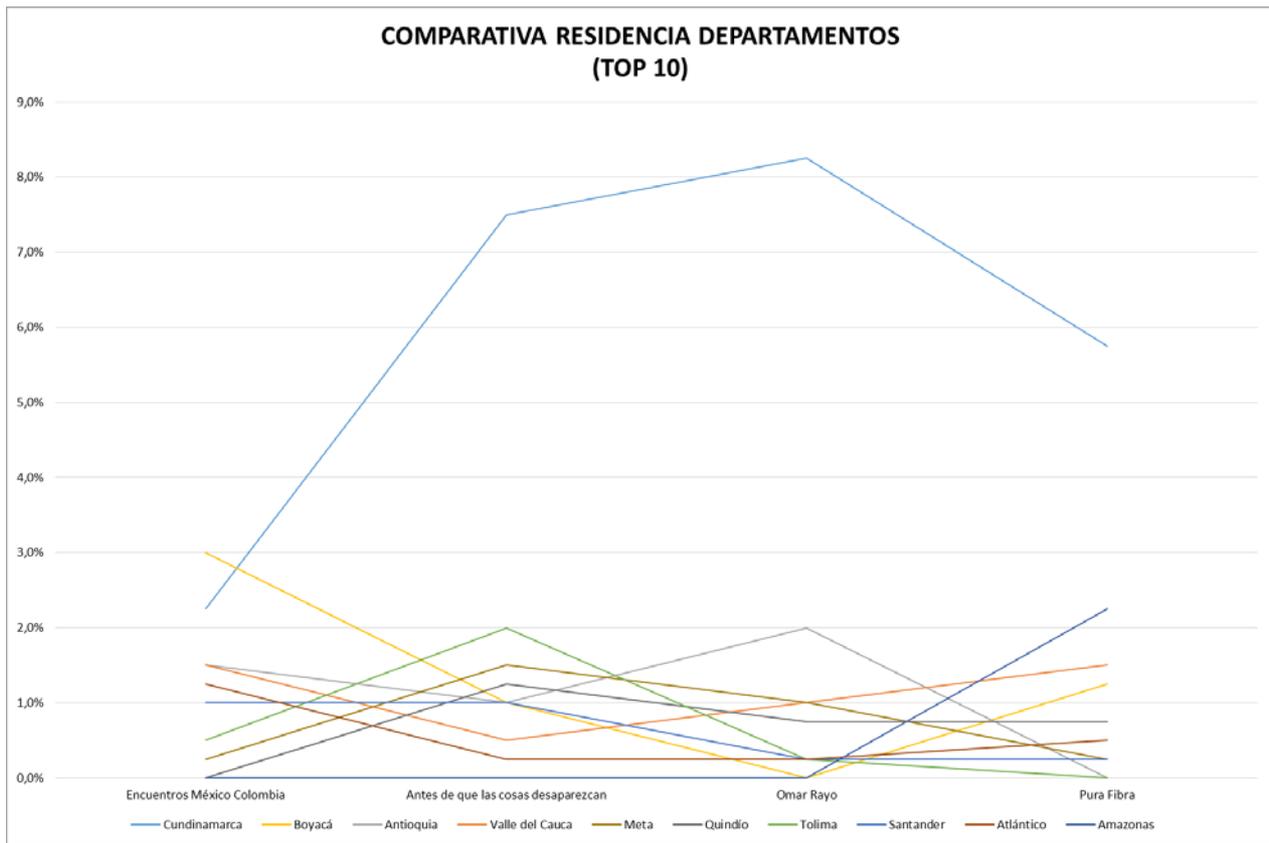
Departamento	Ciudad	Total	Porcentaje
Cundinamarca	Soacha	13	3,3%
Antioquia	Medellín	5	1,3%
Valle del Cauca	Cali	5	1,3%
Antioquia	Caucasia	3	0,8%
Quindío	Armenia	3	0,8%
Cundinamarca	Quetame	2	0,5%
Nariño	Pasto	2	0,5%
Huila	Neiva	2	0,5%
Cundinamarca	Chía	2	0,5%
Tolima	Pitalito	2	0,5%
Cundinamarca	Fusa	2	0,5%
Cesar	Montería	2	0,5%
Atlántico	Barranquilla	2	0,5%
Boyacá	Tunja	2	0,5%
Boyacá	Duitama	1	0,3%
Cundinamarca	Zipaquirá	1	0,3%
Vichada	Puerto Carreño	1	0,3%
Santander	Bucaramanga	1	0,3%
Valle del Cauca	Palmira	1	0,3%
Meta	Villavicencio	1	0,3%
Antioquia	El Carmen de Viboral	1	0,3%
Cundinamarca	Mosquera	1	0,3%
Cundinamarca	Chía	1	0,3%
Caldas	Manizales	1	0,3%
Cundinamarca	Cajicá	1	0,3%

Boyacá	Boyacá	1	0,3%
Cundinamarca	Madrid	1	0,3%
Total general		60	15%

En la Gráfica 6.4 se muestra la participación de los 5 municipios con los porcentajes más altos en las exposiciones temporales. En la gráfica observamos lo siguiente:

- En las últimas exposiciones, Cundinamarca es el departamento con el mayor número de visitantes residentes en diferentes municipios del país, como Soacha, Chía, Tenjo y Madrid. La participación promedio de Cundinamarca es del 5,9% del total de la muestra, sin embargo, en la exposición Encuentros México Colombia sólo representó el 2,3% de los visitantes. Por otra parte, en la exposición de Rayo obtuvo la representación más alta (8,3%).
- Boyacá es el departamento con la segunda mejor participación (1,3% en promedio), obteniendo la mejor representación en Encuentro México Colombia (3%) y la más baja en Omar Rayo, en donde no participaron personas residentes en este departamento (0%).
- Antioquia, el tercer departamento con el mayor número de residentes nacionales, representa, en promedio, el 1,1% de los encuestados. Estas personas residen, principalmente, en Medellín y Rio Negro. En Omar Rayo, este grupo de visitantes representó el 2% de la muestra.

Gráfica 6.4 Comparativa residencia departamentos.



Lugar de Residencia Exterior

Por último, en la tabla 3.4, se presentan los datos de los participantes en la encuesta que reportaron residir en el exterior: México fue el país con el mayor número de representantes (7 individuos correspondientes al 1,8%), seguido por Venezuela (3 individuos correspondientes al 0,8%) y Australia (2 individuos; 0,5%). Igualmente asistieron personas residentes en países como Brasil, Nueva Zelanda, Suiza, Alemania, Canadá y Estados Unidos (1 residente para cada país).

Tabla 3.4. Residentes en el exterior.

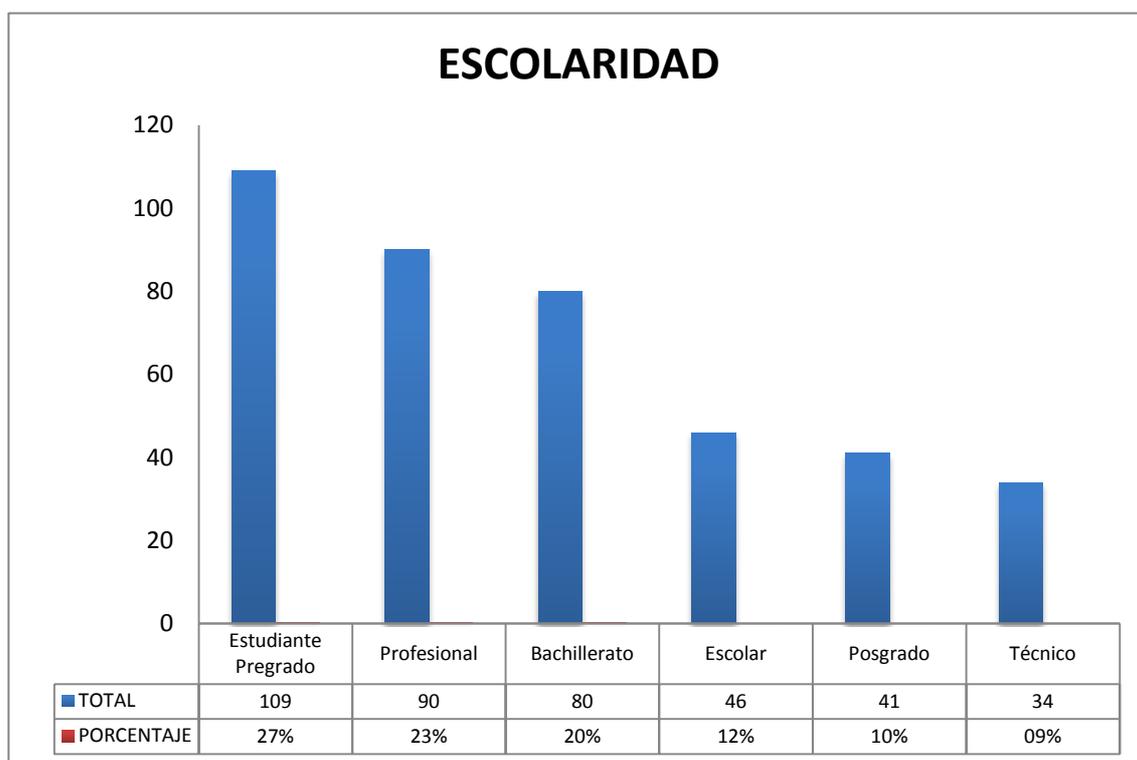
País	Total	Porcentaje
México	7	1,8%
Venezuela	3	0,8%
Australia	2	0,5%
Brasil	1	0,3%
Nueva Zelanda	1	0,3%
Suiza	1	0,3%
Alemania	1	0,3%
Canadá	1	0,3%
Estados Unidos	1	0,3%
Total general	18	4,5%

En el estudio de públicos Encuentros México-Colombia, Estados Unidos fue el país con el mayor número de representantes (7 individuos correspondientes al 1,8%), seguido por México y Venezuela (3 individuos correspondientes al 0,8% cada país); En Antes de que las cosas desaparecieran los residentes en el exterior estaban, en su mayoría, en Brasil (2%), Venezuela (1,8%) y México (1,3%).

Escolaridad

En lo que se refiere al nivel de escolaridad de los encuestados, podemos observar en la Gráfica 7.1 que el 27,3% de los encuestados está cursando una carrera universitaria (estudiante de pregrado), el 22,5% tiene estudios universitarios (profesional), el 20% tiene estudios de bachillerato, el 11,5% tiene estudios hasta escolar, el 10,3% tiene estudios de posgrado y, finalmente, el 8,5% estudios técnicos.

Gráfica 7.1. Escolaridad

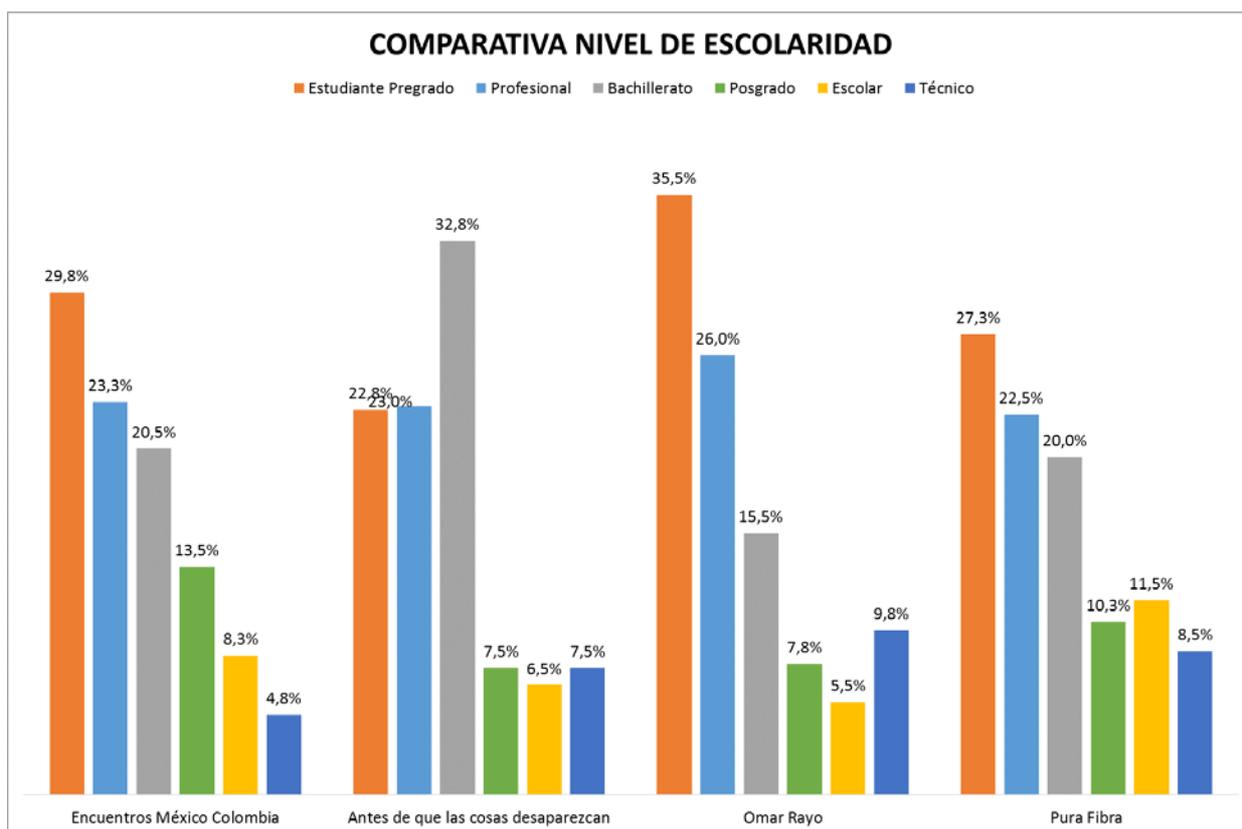


Al indagar las motivaciones de visita de las personas con estudios de pregrado, éstas asistieron, principalmente, por motivos académicos (14,3%) y culturales (3,8%); los profesionales, acudieron, principalmente, por motivos culturales (2%) y a conocer el Museo (1,5%); respecto a las personas con estudios hasta bachillerato o estudiantes de bachillerato, encontramos que el 2% acudió al Museo por motivos culturales, el 1% académicos; las personas con estudios de posgrado acudieron, principalmente, por motivos culturales (1,5%); las personas con estudios técnicos acudieron por motivos culturales (1,5%) y, finalmente, las personas con estudios hasta escolar o

niños cursando escolar, acudieron al Museo, principalmente, por motivos culturales (2,3%) y de ocio (1%).

-Es de tener en cuenta, que los datos de motivación corresponden solo a 136 personas del total de encuestas, ya que en el formato B del cuestionario esta pregunta no fue incluida-.

Gráfica 7.2 Comparativa escolaridad



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

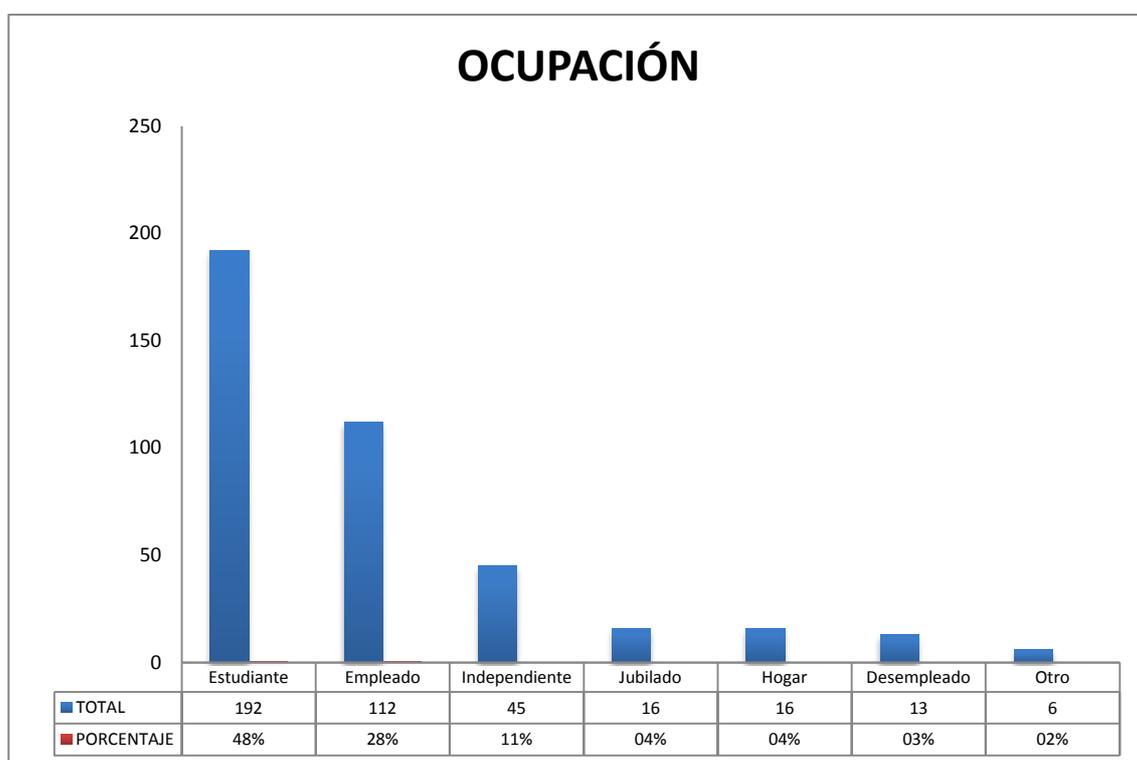
- Los encuestados estudiantes de pregrado son los que mayor representación han tenido en las exposiciones temporales, siendo en promedio del 28,8%. Su representación más alta la tuvieron en la exposición Omar Rayo (35,5%)
- Las personas con estudios de posgrado tuvieron una alta representación en Encuentros México-Colombia, casi un 4% por encima del promedio (9,8%)
- Los profesionales son el segundo grupo más importante que visita las exposiciones temporales, siendo en promedio del 23,7%.

- Las personas que indicaron tener estudios de bachillerato o estar cursando bachillerato han tenido un comportamiento más volátil en las exposiciones, pasando del 20% en Encuentro México-Colombia, al 32,8% en Antes de que las cosas desaparezcan, 15,5% en Omar Rayo y de nuevo un 20% en Pura Fibra.

Ocupación

En cuanto a la ocupación de las personas que visitaron la exhibición, podemos observar en la Gráfica 8.1, que los visitantes a la exposición *Pura Fibra*, indicaron, en su mayoría, ser estudiantes (192 individuos; 48%), seguidos por los empleados (112 individuos; 28%), las personas independientes (45 individuos; 11,3%), los mayores jubilados (16 individuos; 4%), las personas dedicadas al hogar (16 individuos; 4%) y las personas desempleadas (13 individuos; 1,5%).

Gráfica 8.1 Ocupación

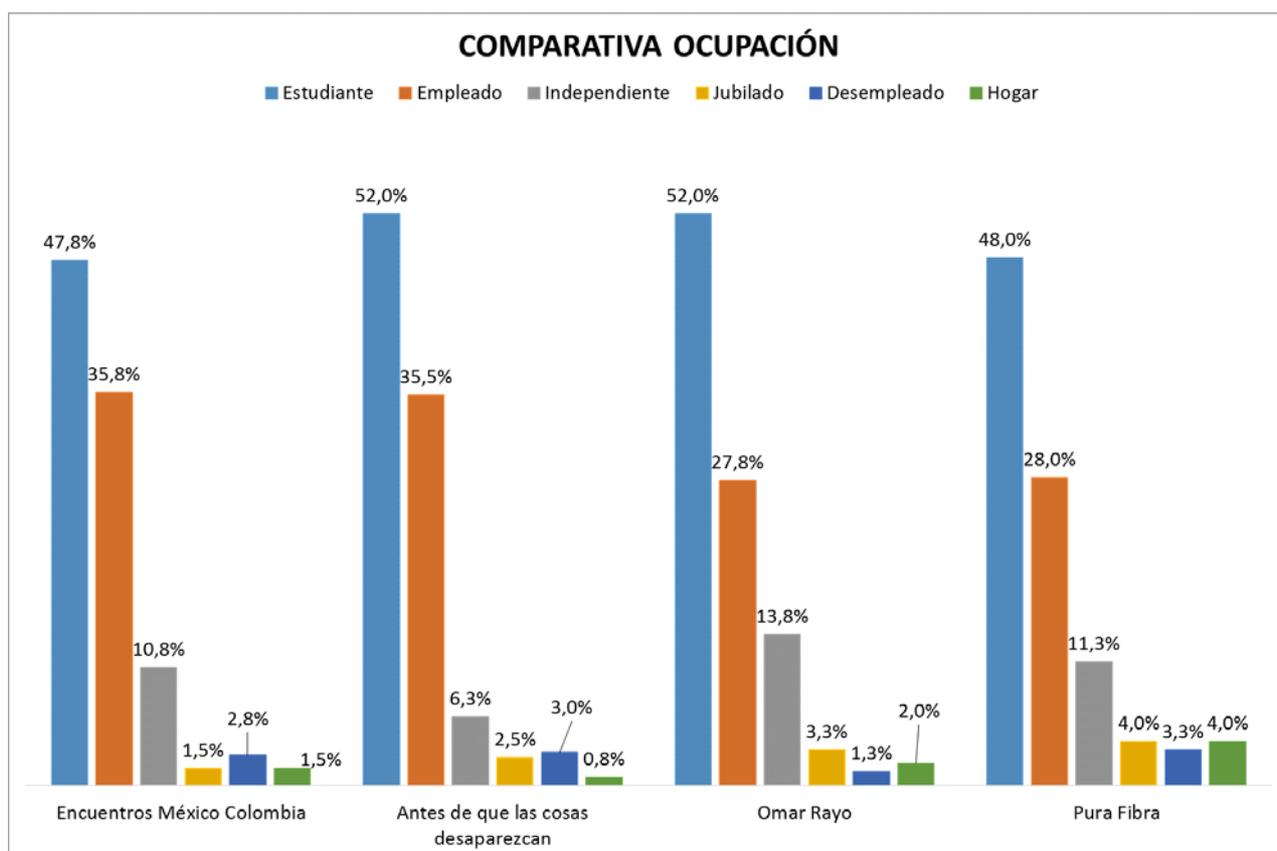


En la Gráfica 8.2, podemos observar la comparativa de los datos respecto a la ocupación en las últimas exposiciones. Al comparar los datos se puede observar lo siguiente:

- Los estudiantes mantienen su representación en alrededor del 49% en las exposiciones temporales, es decir, representan casi la mitad de la muestra.

- Las personas que indicaron ser empujadas representan, en promedio, el 30% del público encuestado. En las exposiciones de Encuentros México-Colombia y Antes de que las cosas desaparezcan representaron el 35% de los encuestados.
- Las personas independientes han tenido una representación volátil en las exposiciones temporales, Pasando del 13,8% en Omar Rayo al 6,3% en Antes de que las cosas desaparezcan
- Los jubilados son el promedio el 4% de la población encuestada. El Pura Fibra tuvieron una representación del 4%, siendo esta la más alta y en Encuentros México-Colombia del 1,5%, la más baja.
- Las personas desempleadas son, en promedio, el 2,6% de la muestra y las dedicadas al hogar el 2,1%.

Gráfica 8.2 Comparativa ocupación



Finalmente, al indagar acerca de la motivación de visita de cada uno de estos grupos, observamos que los estudiantes que acudieron a esta exposición lo hicieron, principalmente, por motivos

académicos (8,5%), seguidos por las personas que acudieron por motivos culturales (6,8%), quienes querían conocer el Museo (1,5%) y quienes acudieron por ocio (0,8%).

Respecto a los empleados, observamos que estos acudieron, principalmente, por motivos culturales (3,3% y a acompañar a otro visitante (1%); las personas independientes asistieron, principalmente, a conocer el Museo (0,8%); los jubilados por ocio (0,8%); los desempleados acudieron, en su mayoría, a acompañar a alguien (0,3%); y las personas dedicadas al hogar acudieron, principalmente, por motivos culturales (1%).

**La información de motivación de la visita corresponde a 136 personas encuestadas.*

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 *Pura Fibra*, el medio de transporte que utilizaron para llegar al Museo, la compañía y la motivación de la visita al Museo.

Frecuencia de la visita

Del total de encuestados, en la Tabla 4.1 se puede observar que el 49,5% de las personas que visitó la exposición estaban visitando por primera vez el Museo. Por otra parte, el 50,5% restante

ya había visitado el Museo; de los visitantes antiguos, el 30,8% había visitado el Museo en el último año, el 3,8% hace menos de dos años, el 4,5 % lo había visitado en los últimos tres años y el 11,5% restante lo había visitado hace más de tres años.

Respecto a la motivación de visita de cada segmento observamos que los visitantes antiguos acudieron al Museo, principalmente, a ver la exposición permanente (35,5%) y el 11,8% acudieron a ver la exhibición *Pura Fibra*; de la misma forma, los visitantes nuevos acudieron, en su mayoría, a ver la sala de exposiciones permanente (44,3%) y el 3,8% de los visitantes nuevos acudió al Museo motivado por la exposición temporal.

Tabla 4.1 Frecuencia de la visita al Museo

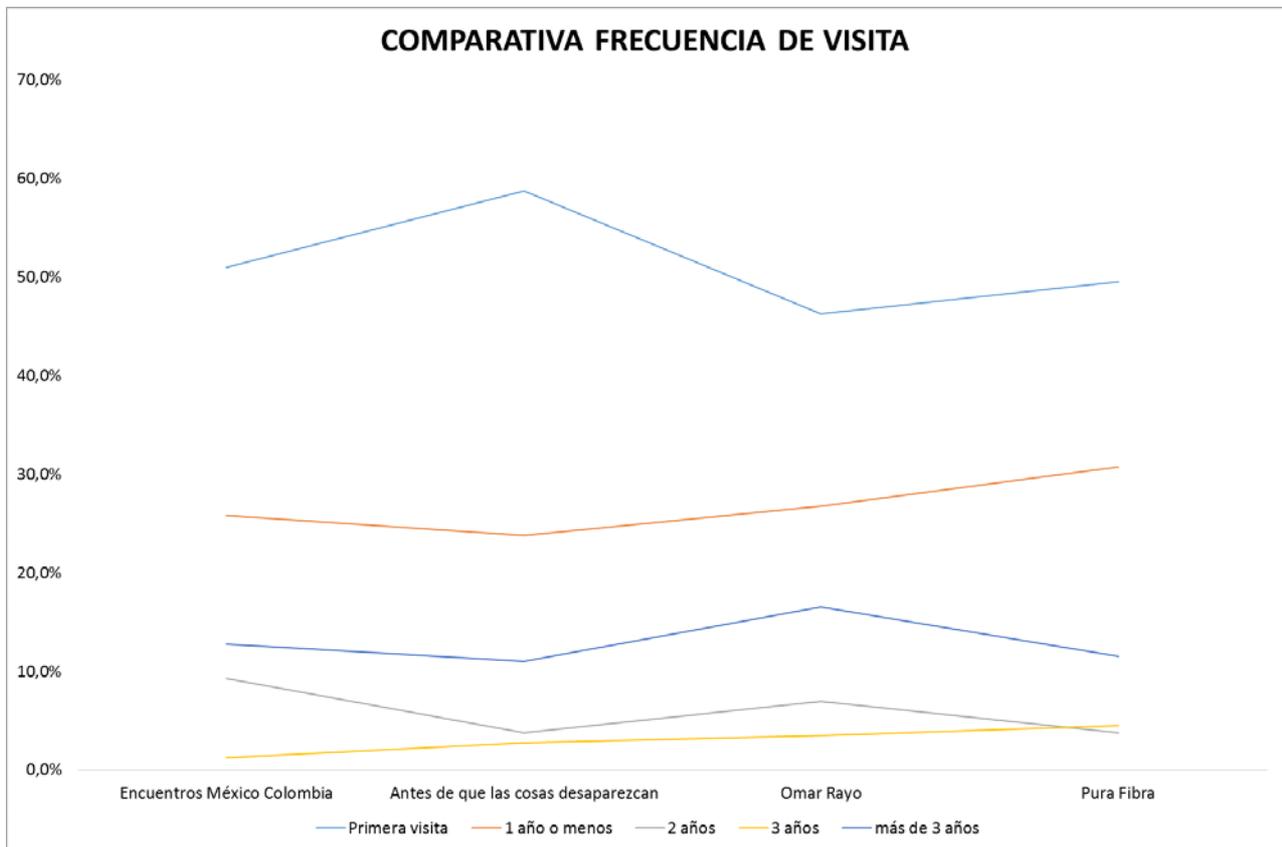
Es su primera visita al Museo	Hace cuántos años fue su última visita	Total	Porcentaje
NO	1 año o menos	123	30,8%
	2 años	15	3,8%
	3 años	18	4,5%
	más de 3 años	46	11,5%
SI	No aplica	198	49,5%
Total general		400	100%

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

- Los visitantes nuevos han mantenido una participación por encima del 46%, siendo la participación más alta en la exposición Antes de que las cosas desaparezcan (58,8%) seguida por Encuentros México Colombia (51%).
- Por su parte, las personas que visitaron el Museo en el último año han mantenido una participación promedio del 26,8%, siendo la exposición Pura Fibra su participación más alta (30,8%)
- Quienes visitaron el Museo en los dos últimos años tuvieron una participación baja en las exposiciones Antes de que las cosas desaparezcan y Pura Fibra (3,8% para cada una); sin embargo, en las exposiciones de Encuentros México-Colombia y Omar Rayo esta participación estuvo por encima del 7%.
- Quienes han visitado el Museo en los últimos tres años mantienen una baja participación, con un promedio del 3%. Sin embargo en Pura Fibra la representación estuvo por encima del promedio, siendo el 4,5% de la población encuestada.

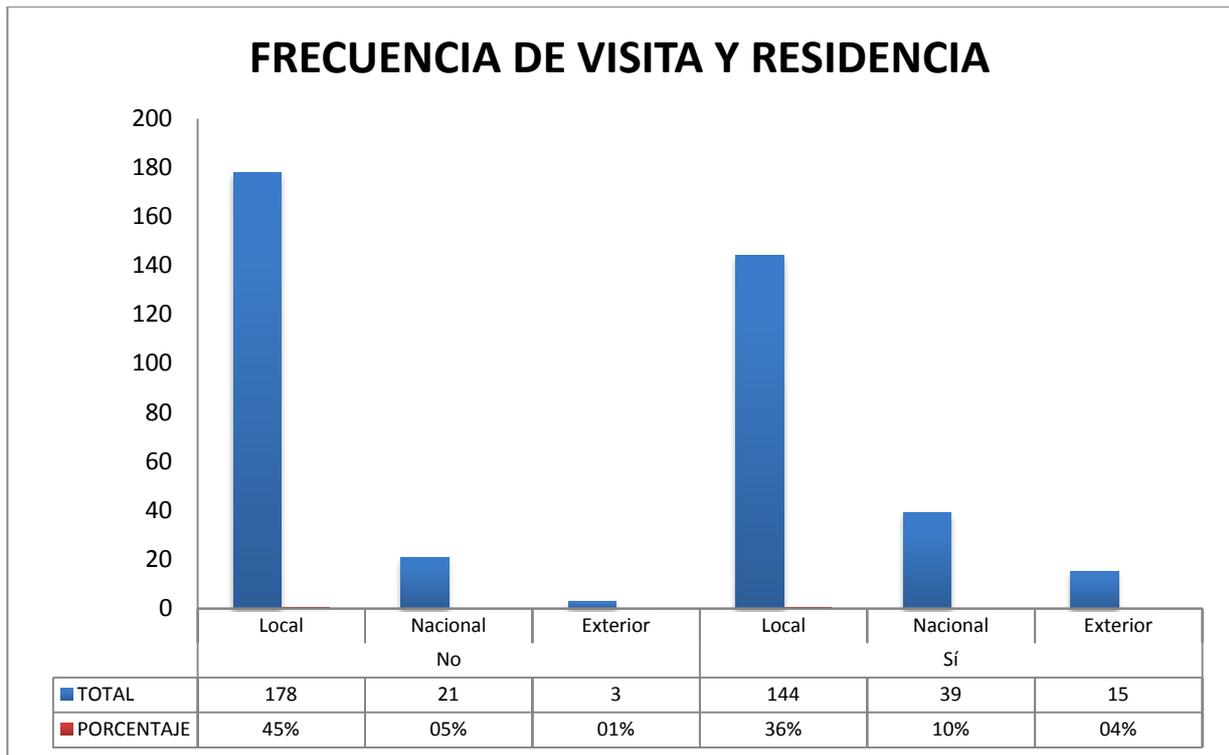
- Finalmente, quienes han acudido al Museo de cuatro años en adelante, mantienen una representación por encima del 11%, siendo Rayo la exposición con el porcentaje más alto (16,5%).

Gráfica 9.1 Comparativa frecuencia de visita



Ahora bien, si hacemos un comparativo ente la frecuencia de visita al Museo y el lugar de residencia de los visitantes, podemos observar en la Gráfica 9.2, que de los visitantes antiguos el 44,5% reside en Bogotá, el 5,3% en diferentes ciudades del país y el 0,8% reside en el exterior. Así mismo, se puede observar que de los visitantes nuevos, el 36% indicó vivir en Bogotá, el 9,8% en diferentes ciudades del país y el 3,8% residen en el exterior.

Gráfica 9.2 Frecuencia de la visita y Residencia



Al analizar los visitantes frecuentes y su lugar de residencia, podemos ver en la Tabla 4.2, que de los visitantes que residen en Bogotá y ya habían visitado el Museo, el 28,5% lo visitó hace menos de un año, el 3,5% hace dos años, el 3,5% hace 3 años y el 9% lo visitó por última vez hace más de tres años. Por su parte, de los visitantes que indicaron residir en las diferentes ciudades del país y haber visitado el Museo con anterioridad, el 2,3% lo visito hace un año, el 0,3% hace dos años, el 0,5% hace tres años y el 2,3% hace más de tres años.

Tabla 4.2. Residentes antiguos y frecuencia de visita al Museo

TIPO DE VISITANTE	ÚLTIMA VISITA	RESIDENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
ANTIGUO	1 año o menos	Local	114	28,5%
		Nacional	9	2,3%
	Total 1 año o menos		123	30,8%
	2 años	Local	14	3,5%
		Nacional	1	0,3%
	Total 2 años		15	3,8%
	3 años	Local	14	3,5%
		Nacional	2	0,5%
		Exterior	2	0,5%
	Total 3 años		18	4,5%
	más de 3 años	Local	36	9,0%
		Nacional	9	2,3%
		Exterior	1	0,3%
	Total más de 3 años		46	11,5%
Total			202	50,5%
NUEVO		Local	144	36,0%

	Nacional	39	9,8%
	Exterior	15	3,8%
	Total	144	36,0%
Total		198	49,5%
Total general		400	100%

Divulgación

En este apartado se les preguntó a los visitantes ¿cómo se enteraron de la exhibición *Pura Fibra*, esto con el fin de conocer la efectividad de los diferentes medios de divulgación que son empleados para dar a conocer a las personas las diferentes exposiciones llevadas a cabo en el Museo.

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

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

Respecto a la exposición *Pura Fibra*, el 59,5% de las personas se enteró de la exposición en el Museo, es decir, no tenían conocimiento de que la misma estaba siendo exhibida en el Museo Nacional. En la Tabla 5.1 podemos observar que de los visitantes que tenían conocimiento previo de la exhibición, el 13,3% de las personas encuestadas se enteró a través de la Universidad o Colegio, el 12% se enteró a través de amigos o familiares, el 4% se enteró gracias al pendón ubicado en la fachada exterior del Museo, y en el mismo porcentaje quienes se enteraron gracias a la programación del museo, el 2,5% se enteró a través de la página web del museo, el 1,3% a través de redes sociales y el 0,8% se enteró a través de los medios de comunicación.

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

- El 40,5% de las personas tenía conocimiento de la exposición antes de visitar el Museo.
- Los colegios y universidades son un actor importante en la divulgación de las exposiciones, siendo el canal a través del cual se enteran un mayor número de personas de las exposiciones que se realizan en el Museo. De igual manera, Amigos y familiares tienen un papel importante en la divulgación de las exposiciones.

- Los medios de comunicación tuvieron un impacto bajo en la divulgación de la exposición con una participación del 0,8% del total de la muestra, siendo el Periódico Arteria el único medio mencionado.
- La programación del Museo y el Pendón ubicado en la fachada del edificio tuvieron un impacto igual de significativo en la divulgación de la exposición (4% cada uno)

Tabla 5.1 Divulgación

Cómo se enteró de la muestra	Total	Porcentaje
En el Museo	238	59,5%
Universidad o Colegio	53	13,3%
Amigos o Familiares	48	12,0%
Pendón	16	4,0%
Programación del Museo	16	4,0%
Otra programación	11	2,8%
Página Web del Museo	10	2,5%
Redes Sociales	5	1,3%
Medios de comunicación	3	0,8%
Total general	400	100.0%

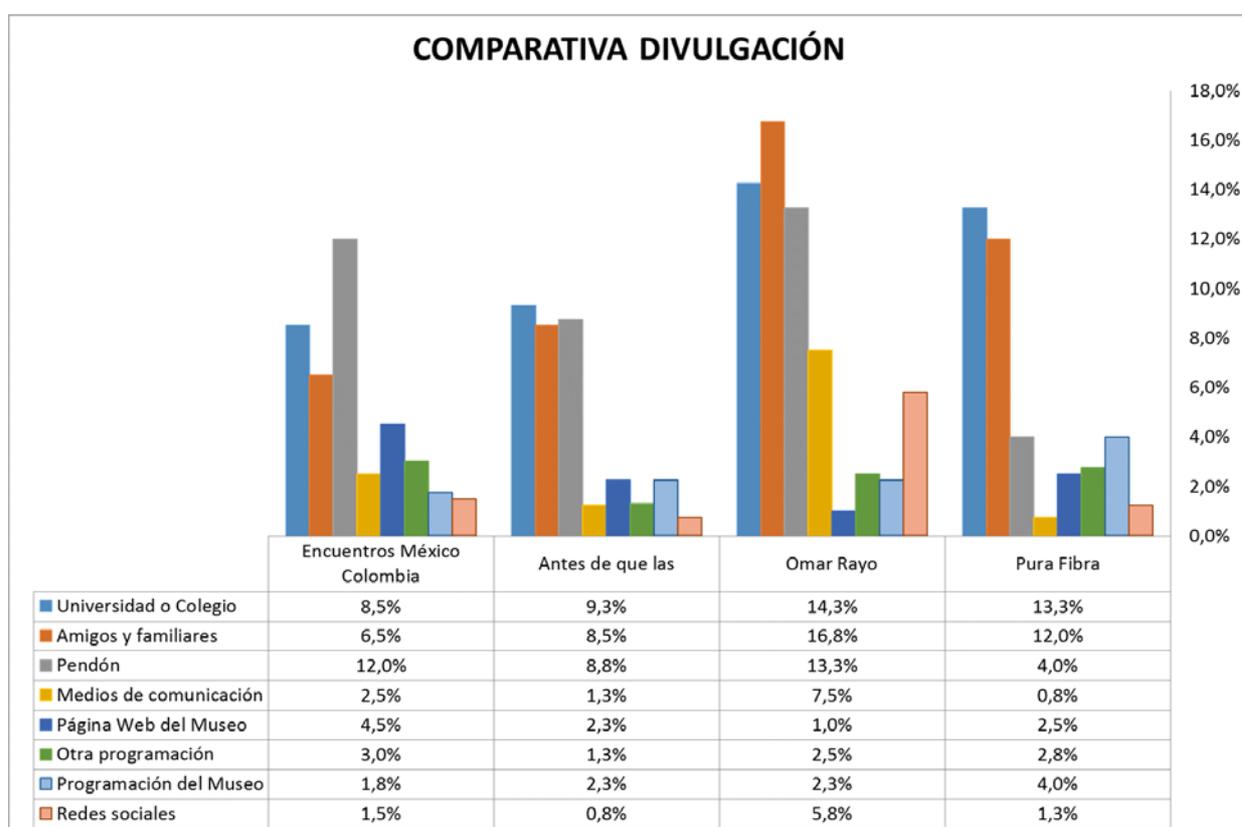
Al comparar los datos con los de los últimos estudios de públicos (Gráfica 10.1), podemos observar cómo ha sido el comportamiento de la divulgación de los diferentes medios (sin incluir a las personas que se enteraron en el Museo).

En la Gráfica 10.1 observamos lo siguiente:

- La divulgación a través de la universidad y colegio varía según la temática de la exposición. En la exposición de Omar Rayo representa la participación más alta entre las últimas cuatro exposiciones con 14,3%.
- Los amigos y familiares tienen, en promedio, una importancia en la divulgación alrededor del 11,2%. Sin embargo, en Omar Rayo tuvo una participación 5% por encima del promedio (16,8%).
- La divulgación a través de la página web del Museo mantiene un promedio de 3% en las exposiciones Encuentros México-Colombia, Antes de que las cosas desaparezcan y Pura Fibra. Sin embargo, su participación fue baja en la exposición Omar Rayo: geometría vibrante, ubicándose 1,5% por debajo del promedio.

- El pendón tuvo un impacto importante en la divulgación de la exposición de Omar Rayo (13,3%), sin embargo, esta ha ido disminuyendo; en la exposición Pura Fibra la participación del pendón fue del 4%, llegando a su participación más baja en las últimas exposiciones.
- La divulgación a través de los medios de comunicación varía considerablemente dependiendo de la exposición; ésta en promedio representa el 6,3% de la población encuestada, sin embargo, en Omar Rayo su impacto fue del 7,5% y en Pura Fibra el 0,8%, lo que evidencia una considerable diferencia entre los resultados de cada exhibición.
- Las redes sociales han representado un grupo pequeño de los encuestados, los cuales, en promedio, han sido el 1,6% del total de la muestra en las últimas exposiciones. No obstante lo anterior, la divulgación en redes sociales tuvo un impacto importante en la exposición de Rayo, 3,7% por encima del promedio, lo cual puede explicarse por el siguiente factor: un grupo importante de personas se comunica con el Museo a través de las redes sociales y utiliza ésta como su principal fuente de contacto con el mismo y sus exposiciones.

Grafica 10.1 Comparativa divulgación



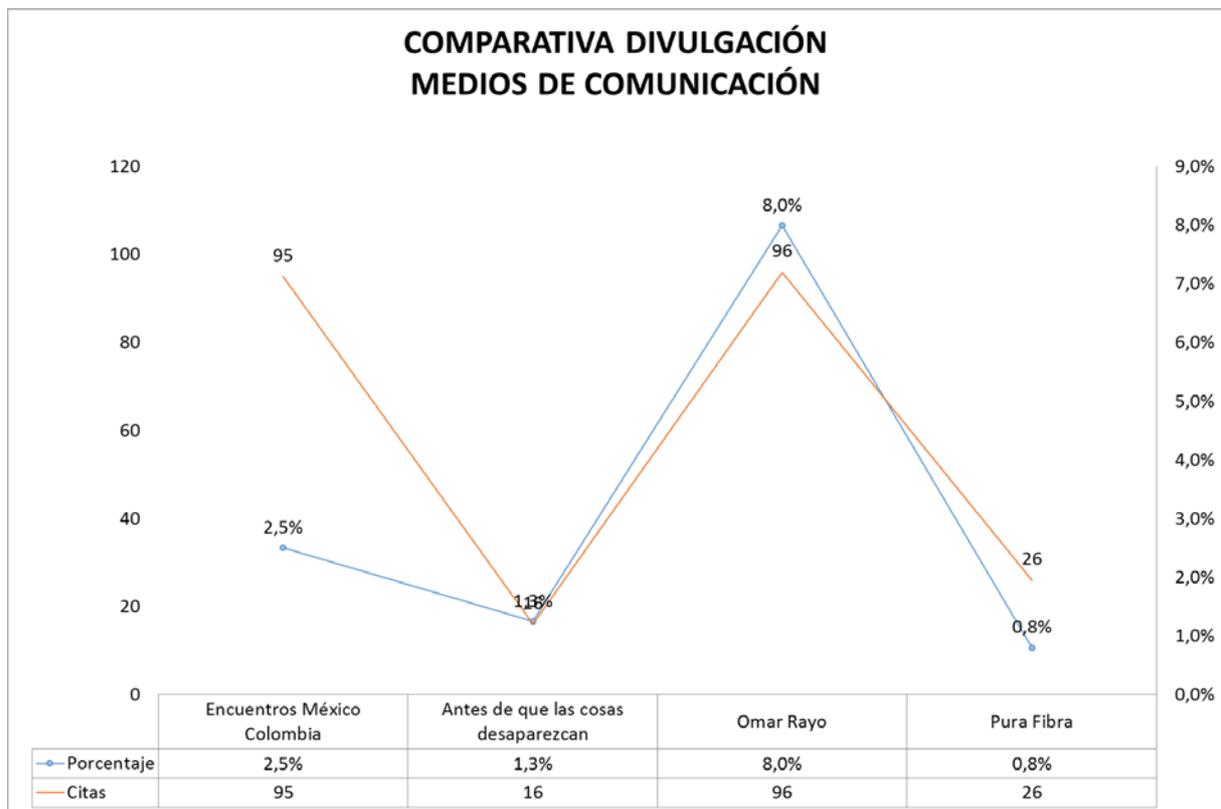
Divulgación en los medios de comunicación

Respecto a la divulgación de la exposición en los medios de comunicación, La exposición fue mencionada 26 veces en medios de comunicación como El Tiempo, El Espectador, Caracol Radio, ADN, City TV, La República y Radio Nacional de Colombia, entre otros.

La exposición fue divulgada en redes sociales con el numeral #PuraFibra, con el que se compartieron contenidos sobre el montaje y las piezas, y se fomentó la participación de los públicos en los perfiles del Museo Nacional de Colombia en Twitter, Facebook e Instagram.

Al realizar un comparativo de la divulgación en los diferentes medios de comunicación (Gráfica 10.2), se evidencia una relación entre el número de veces que fueron nombradas las exposiciones en los medios de comunicación y el número de personas que indicó enterarse a través de estos medios, situación que no se había evidenciado en estudios anteriores y que permite dar a conocer la importancia de los medios en la divulgación de las actividades y exhibiciones que se llevan a cabo en el Museo.

Gráfica 10.1 Comparativa divulgación



En la Tabla 5.2, observamos los medios de comunicación a través de los cuales las personas tuvieron conocimiento de la exposición: un total de 3 personas, correspondientes al 0,8% del total de la muestra, dijeron enterarse a través de los medios de comunicación.

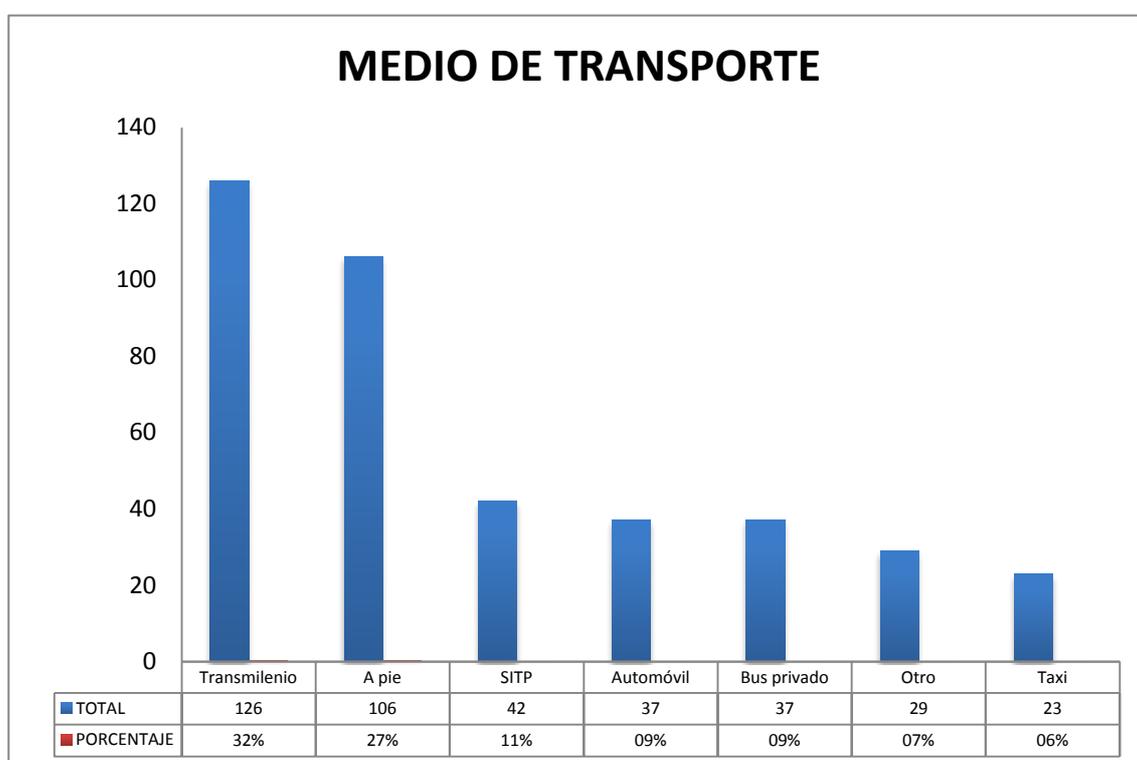
Tabla 5.2. Medios de comunicación

Medio de comunicación	Total	Porcentaje
Periódico Arteria	2	0,5%
Otro	1	0,3%
Total general	3	0,8%

Medio de transporte

Al consultar al público de la exhibición acerca del medio de transporte que utilizó para llegar al Museo, encontramos que el 31,5% llegó en Transmilenio, el 26,5% a pie, el 10,5% utilizó el bus público (SITP), el 9,3% automóvil, y en la misma medida quienes llegaron en bus privado y el 5,8% llegó en taxi.

Gráfica 10 Medio de Transporte



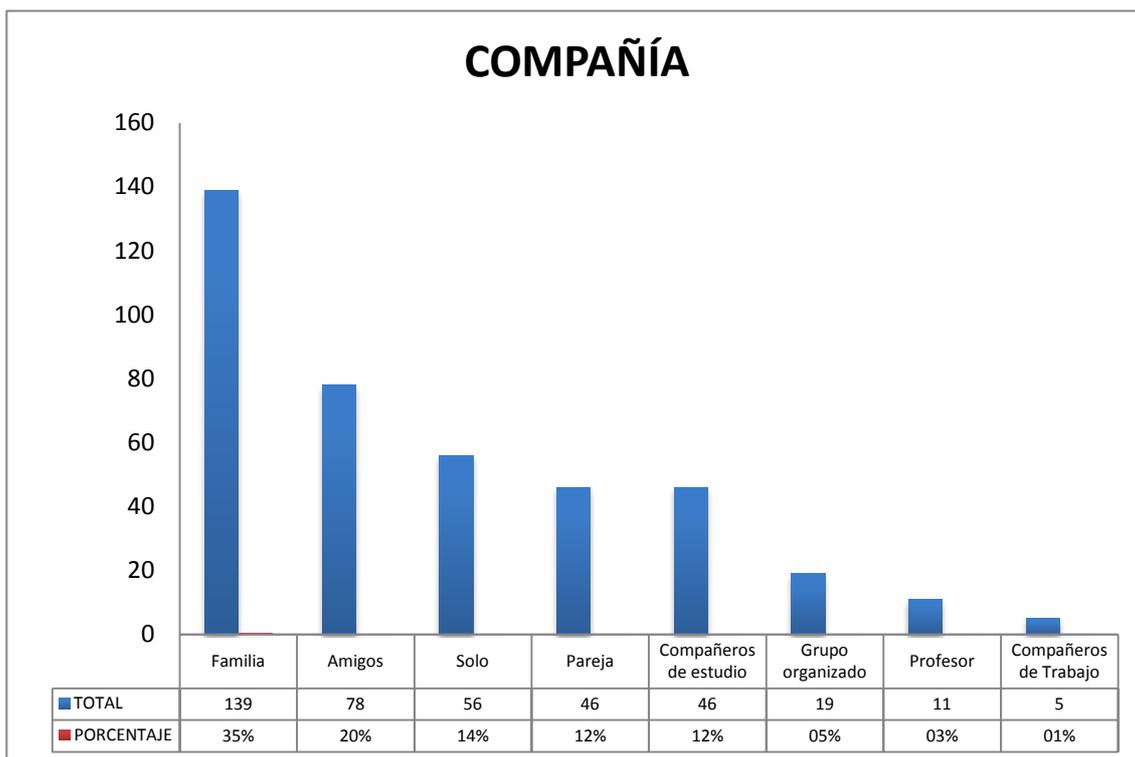
En las últimas exposiciones los medios de transporte para llegar al Museo que predominan son caminar o el transporte público (Transmilenio, SITP) con promedios de 33,1% y 29% respectivamente.

Al analizar los datos de las 106 personas que dijeron llegar a pie al Museo, encontramos que 34 de éstas residen en Localidades cercanas al Museo, como lo son Santa Fe (13 personas), Chapinero (9 personas), Teusaquillo (8 personas) y La Candelaria (4 personas).

Compañía

En relación con la compañía, en la Gráfica 11.1 observamos que del total de la muestra el 34,8% asistió al Museo con la familia, el 19,5% de las personas encuestadas visitó la exposición con amigos, el 14% visitó el Museo solo, el 11,5% con la pareja, el 11,5% acudió con compañeros de estudio, el 4,8% con un grupo organizado, el 2,8% con un profesor y el 1,3% con compañeros de trabajo.

Gráfica 11.1 Compañía

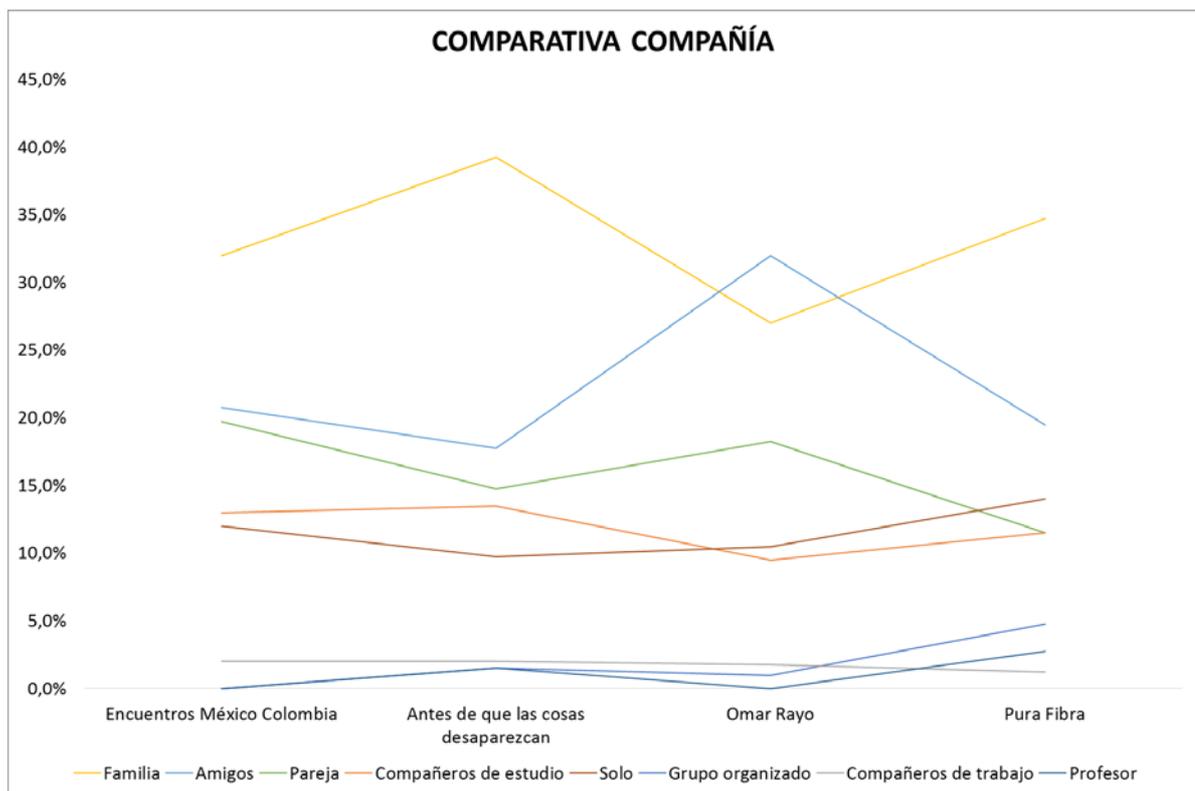


Al comparar los datos de los estudios de público (Gráfica 11.2) encontramos lo siguiente:

- El porcentaje de personas que asistieron con su familia al Museo, el grupo más grande en las exposiciones, exceptuando Omar Rayo, ha mantenido una participación por encima del 32%, teniendo su porcentaje más significativo en Antes de que las cosas desaparezcan (39,3%) y el más bajo en Omar Rayo (27%).
- Las personas que asisten con amigos al Museo son el segundo grupo más representativo, los cuales tuvieron la participación más baja en Antes de que las cosas desaparezcan (17,8%); sin embargo, en Omar Rayo fueron el grupo más representativo (32%).

- Las personas que acuden al Museo acompañadas por su pareja, son el tercer grupo más grande la muestra, representando en promedio el 16.1% de las personas encuestadas. Este grupo tuvo la representación más alta en Encuentros México-Colombia (19,8%) y la más baja en Pura Fibra (11,5%).
- Los visitantes que acudieron al Museo Nacional acompañados por compañeros de estudio han tenido una representación en promedio del 11,9% de las personas encuestadas. Este grupo tuvo la representación más alta en Antes de que las cosas desaparezcan (13,5%) y la más baja en Omar Rayo (9,5%).
- Las personas que acuden al Museo con compañeros de trabajo o el profesor están en promedio en el 1,8% y 1,1% de la muestra, respectivamente. Por su parte, quienes acuden en un grupo organizado, llegan al 1,8% en promedio.

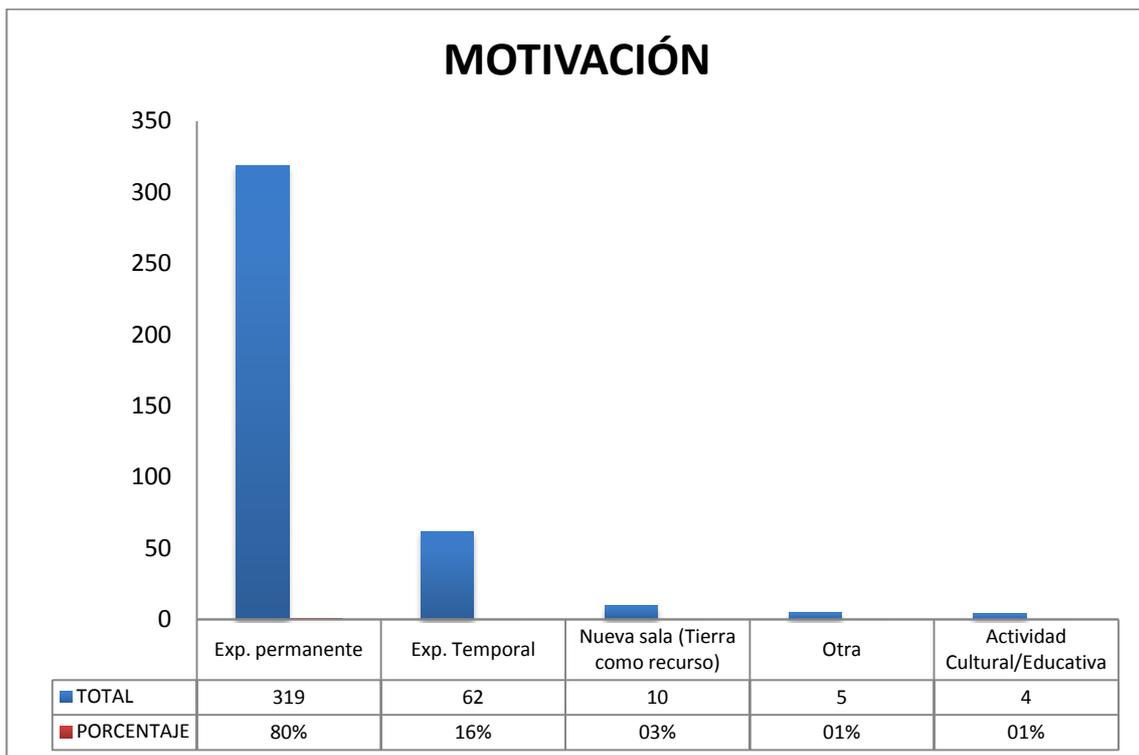
Gráfica 11.2 Comparativa compañía



Motivo de visita al Museo

Con relación al motivo de visita al Museo (Gráfica 12), del total de personas que participaron en la encuesta, el 79,8% del público encuestado acudió a visitar la exposición permanente (319 personas) es decir, vinieron motivados por el contenido de arte, historia, arqueología y etnografía que se encuentra en las salas que dan cuenta de la historia política y cultural del país. En segundo lugar, se encuentran las personas que indicaron como motivo principal haber asistido al Museo para ver la exposición temporal *Pura Fibra* (62 personas correspondientes al 15,5%), ya que tenían trabajos académicos relacionados con el contenido de la exhibición, fue una recomendación, o se sintieron motivados por el contenido mismo de la exposición. Por otro lado, el 2,5% vino a visitar la nueva *sala de Tierra como recurso* y el 1 % de las personas asistió a alguna actividad cultural o educativa organizada en el Museo.

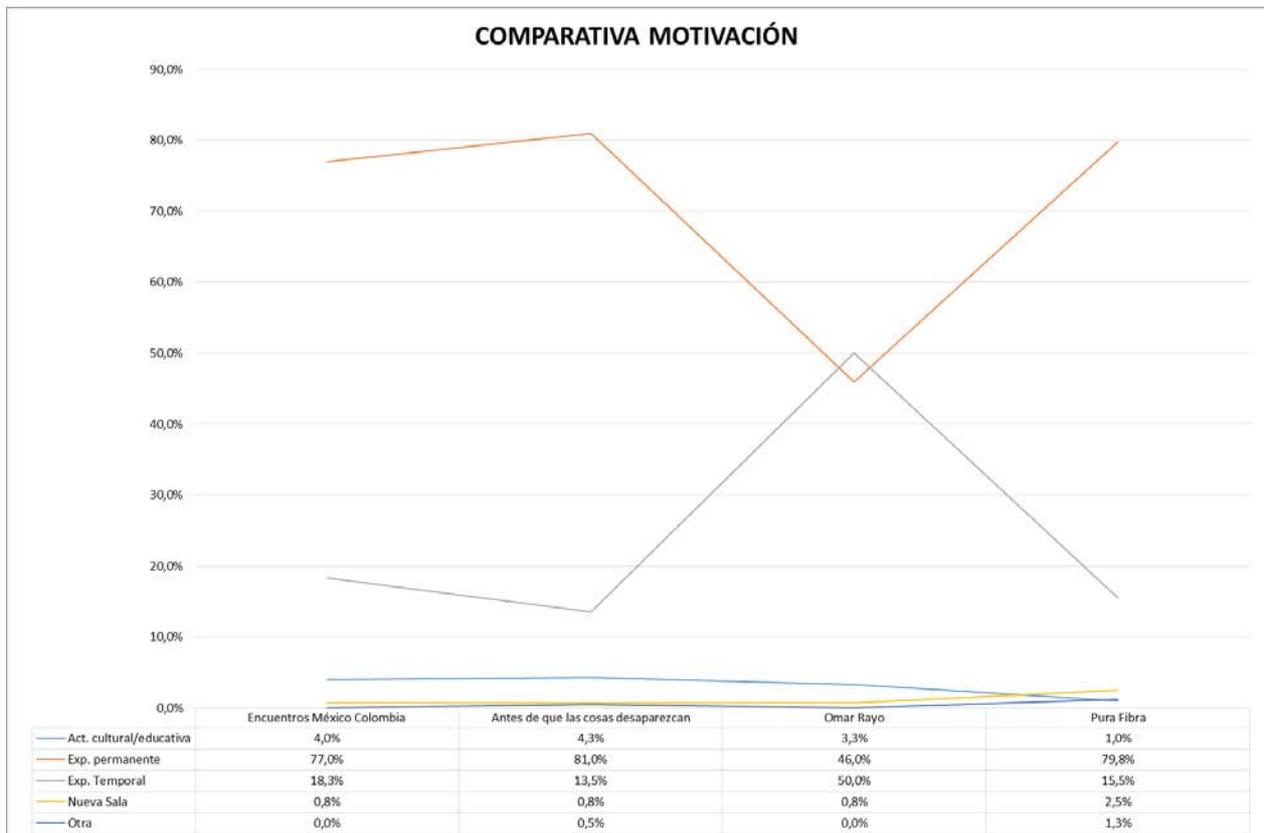
Gráfica 12 Motivo de visita al Museo



En comparación con las exposiciones temporales anteriores, vemos en la Gráfica 12.2, que el porcentaje de personas motivado por la exposición en la sala temporal ha tenido un comportamiento que fluctúa según la exposición, pasando del 18,3% en Encuentros México-Colombia, al 13,5% en Antes de que las cosas desaparezcan, al 50% en Omar Rayo: geometría vibrante y el 15,5% en Pura Fibra, siendo en promedio el 24,3% de motivación de los encuestados.

En lo que respecta al grupo de personas motivadas por las actividades culturales realizadas durante cada exposición temporal, observamos que este grupo de personas, representa, en promedio, el 3% de la población encuestada. Sin embargo, en Pura Fibra fue solo el 1%.

Gráfica 12.2 Comparativa motivo de visita al Museo



Una vez se le preguntó al público el motivo de visita al Museo, se le pidió indicar el interés particular en visitar el Museo. Esta pregunta solo fue realizada en el formato de Encuesta A, por lo cual se analizaron los datos de 136 cuestionarios. Las respuestas de los encuestados se clasificaron según el interés en: Académico, Compañía, Conocer el Museo, Aprendizaje Cultural, Ocio, Turismo, Temática de la Exposición y Otro.

Las personas que asistieron motivadas por la exposición permanente, vinieron, en su mayoría, para obtener un aprendizaje cultural de la historia del país (8,5%), motivos académicos (7,5%), conocer el Museo (3,5%), así mismo, vinieron a acompañar a otro visitante (1,5%), ocio (1,3%) y turismo (0,8%).

Quienes vinieron motivados por la exposición Pura Fibra, acudieron al Museo motivados por obtener un aprendizaje cultural (3,3%), motivos académicos (2%), la temática de la exposición (1%), recomendación (0,5%) entre otros.

Tabla 7.1. Interés por visitar el Museo Nacional.

Motivación	Clasificación	Interés visita	TOTAL	PORCENTAJE
Exposición permanente				
		NO APLICA	227	56,8%
		Cultural	34	8,5%
		Académico	30	7,5%
		Conocer el Museo	14	3,5%
		Compañía	6	1,5%
		Ocio	5	1,3%
		Turismo	3	0,8%
Total Exposición permanente			319	79,8%
Pura Fibra				
		NO APLICA	30	7,5%
		Cultural	13	3,3%
		Académico	8	2,0%
		Temática exposición	4	1,0%
		Recomendación	2	0,5%
		Compañía	2	0,5%
		Ocio	2	0,5%
		Conocer el Museo	1	0,3%
Total Pura Fibra			62	15,5%
Nueva sala Tierra como recurso				
		NO APLICA	7	1,8%
		Cultural	3	0,8%
Total Nueva sala Tierra como recurso			10	2,5%
Otra				
		Ocio	3	0,8%
		Laboral	2	0,5%
Total Otra			5	1,3%
Actividad cultural/educativa				
		Ocio	2	0,5%
		Cultural	2	0,5%
Total Actividad cultural/educativa			4	1%
Total general			400	100%

SERVICIOS DEL MUSEO



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

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

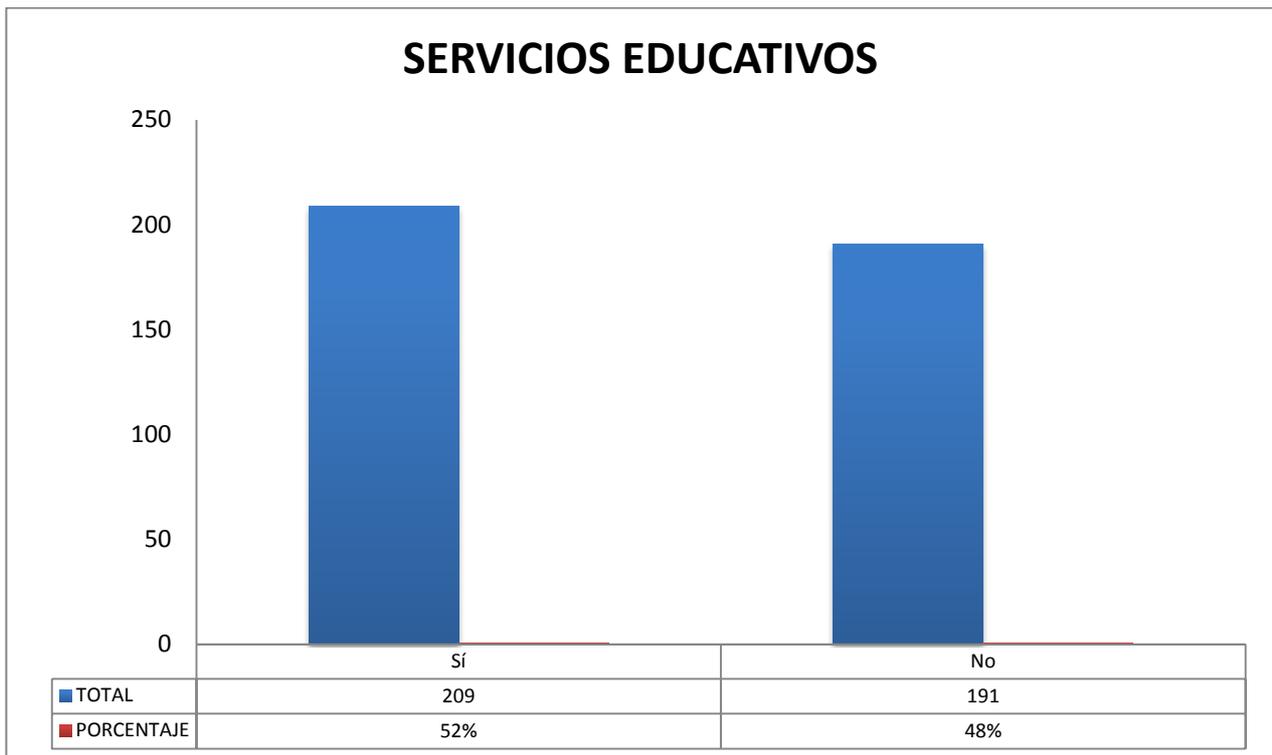
Servicios educativos

El Museo diseña estrategias para que el público se aproxime de una manera distinta a las exposiciones. Este servicio está a cargo del grupo de monitores de la División Educativa y Cultural, quienes cuentan con una sólida formación sobre los contenidos de las colecciones y la atención a los públicos⁸.

Durante la exposición se ofrecieron un total de 2.879 servicios educativos y culturales, los cuales beneficiaron a 15.207 visitantes. Entre las actividades, se realizaron talleres para familias, personas en situación de discapacidad y adultos mayores; visitas especializadas, conciertos y presentaciones de artes escénicas. Además, Rosario Jaramillo, hermana de Lorenzo, presentó dos performances en homenaje a su hermano.

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

Gráfica 14.1 Servicios educativos



En la Gráfica 14.1, se puede observar que un total de 209 personas se beneficiaron de alguno de los servicios educativos, es decir, el 52,3% de los visitantes encuestados, un 4% más de las personas que recibieron servicios educativos en la exposición *Omar Rayo, geometría vibrante*.

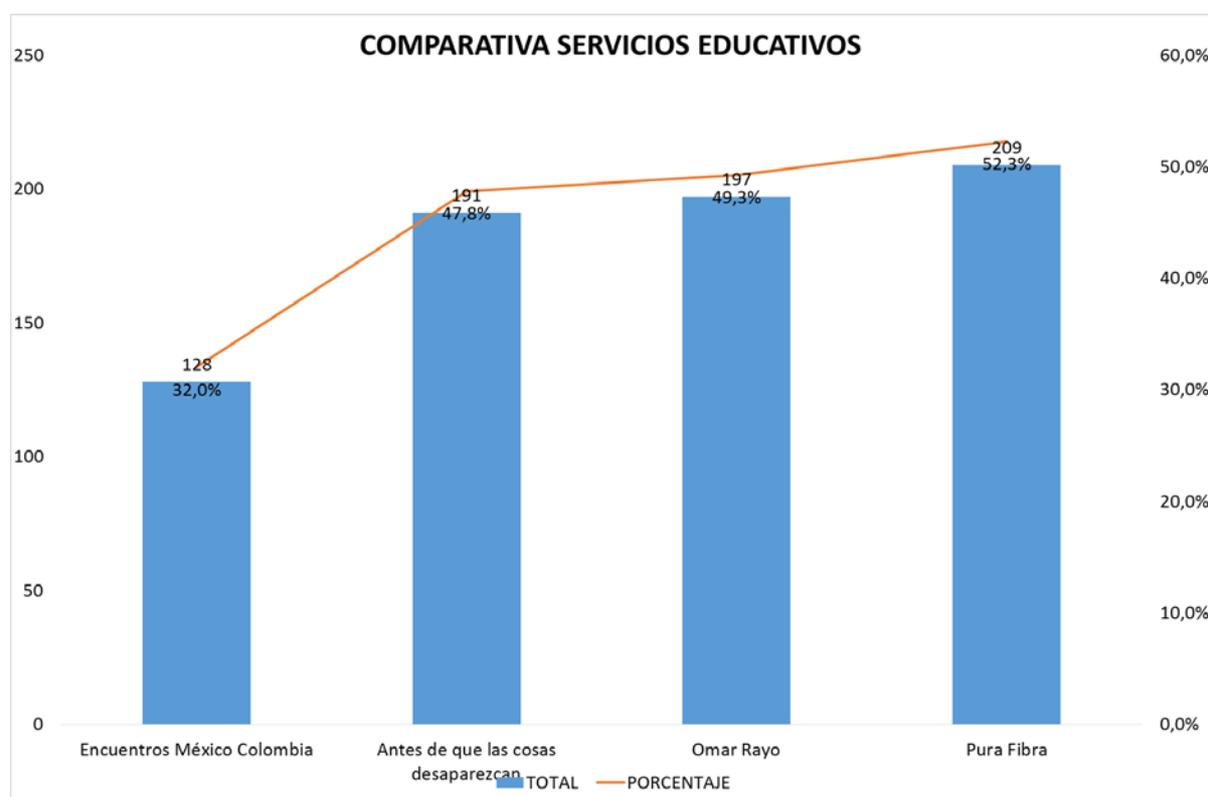
⁸ <http://www.museonacional.gov.co/su-visita/visitas-comentadas/Paginas/default.aspx>

Al respecto, algunos visitantes mencionaron que el aspecto que más les gustó fue la información que recibieron de parte de los monitores y las actividades en las que participaron a través de los servicios educativos. Así mismo, otro grupo de personas consideran que es necesaria una mayor disponibilidad de monitores, talleres para niños y adultos, así como visitas en inglés. También recomendaron mantener un tono de voz adecuado, para que no interfiera con la visita de otras personas que se encuentren haciendo el recorrido por su cuenta.

Al comparar el número de personas que indicó beneficiarse de alguno de los servicios educativos que se ofrecieron durante las últimas exposiciones temporales, encontramos que en la exposición Encuentros México Colombia el 32% de los encuestados recibió un servicio educativo, en Antes de que las cosas desaparezcan ese porcentaje subió al 48% de las personas encuestadas, en Omar Rayo un total del 49,3% de los encuestados se benefició de un servicio educativo, en Pura Fibra este porcentaje aumentó y llegó al 52,3%, siendo la exposición en donde más servicios educativos se han ofrecido.

Este porcentaje se encuentra 7 puntos porcentuales por encima del promedio de las últimas cuatro exposiciones (45,3% promedio) y muestra un aumento importante en el número de servicios educativos ofrecidos en las últimas exposiciones, lo cual resulta de las políticas del Museo de tener siempre monitores disponibles en la sala de exposiciones temporales.

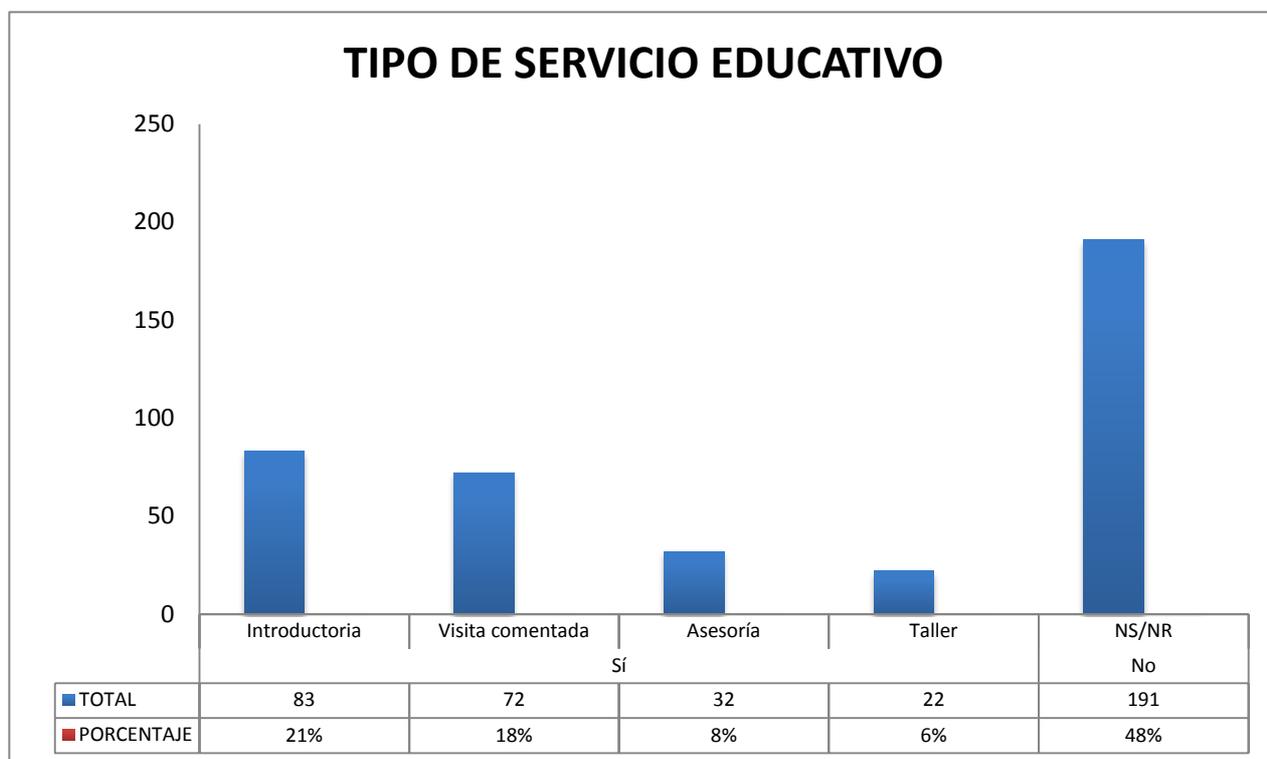
Gráfica 14.2 Comparativa Servicios educativos



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

- Un total de 83 personas encuestadas se beneficiaron de las charas introductorias, es decir, el 21% de la muestra. Este servicio consistía en dar una introducción acerca de la temática de la exposición y explicar la organización de la sala.
- El segundo servicio que más recibieron las personas encuestadas fueron las visitas comentadas, de las cuales se benefició el 18% de las mismas; esta visita consistió en un recorrido completo, guiado por un monitor, quien de manera detallada daba cuenta de los diferentes objetos que conformaban la muestra, así los oficios practicados por comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas y urbanas,
- Un 8% de los encuestados se benefició de asesorías a lo largo del recorrido. Estos visitantes tuvieron la oportunidad de acudir a los monitores para aclarar algunas dudas que surgieron durante la visita o ampliar la información respecto a los objetos y oficios practicados por estas comunidades.
- El 6% de los encuestados indicó participar en uno de los talleres dispuestos para la exposición Pura Fibra,

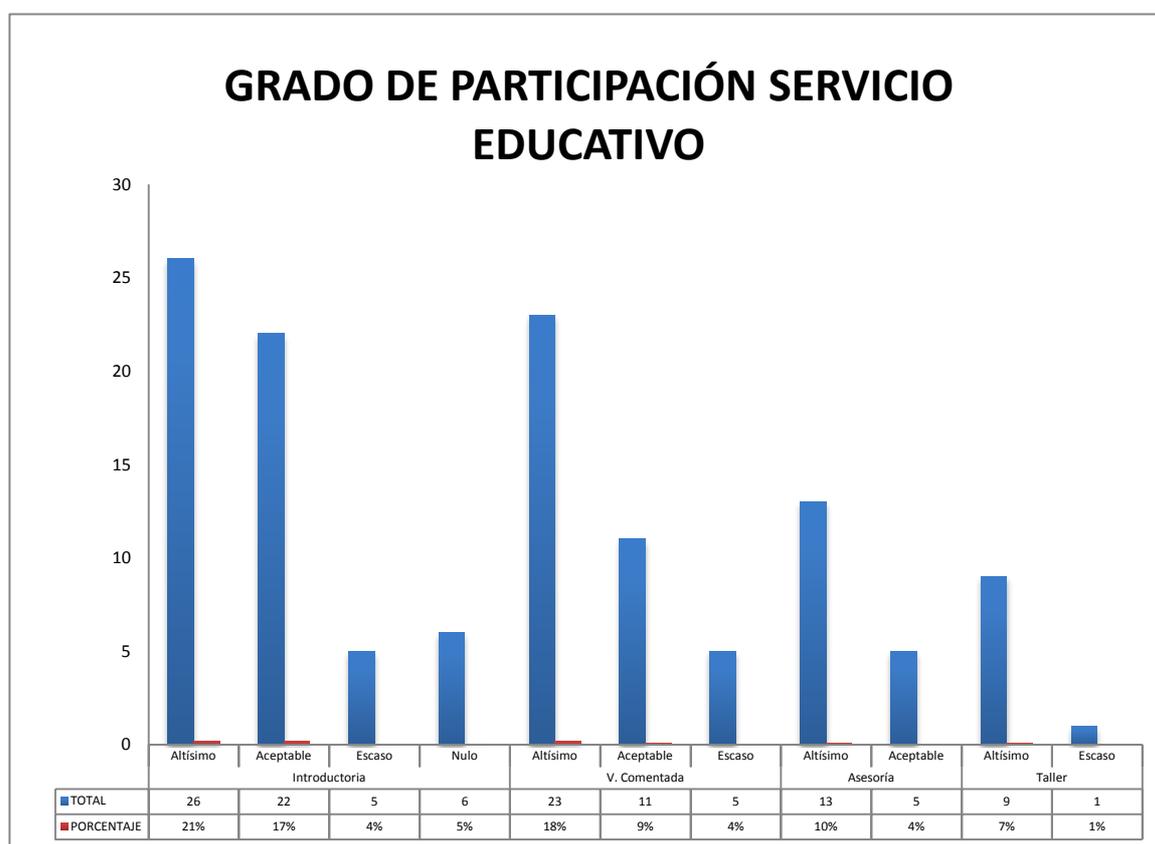
Gráfica 14.3 Segmentación servicios educativos



Al pedirles a las personas que calificaran el servicio educativo de acuerdo a la efectividad de la interacción entre estos y el monitor, se obtuvieron los resultados que se observan en la Gráfica 14.4. (Esta pregunta hace parte del Formato B de encuesta, es decir fue contestada por 264 personas)

En la gráfica se observa, que las personas que recibieron información introductoria dijeron, en su mayoría, que el servicio permitió un grado de participación Altísimo (26 personas); las personas que recibieron una visita comentada, dijeron que la interacción entre estos y el servicio fue Altísima (23 personas); las personas que recibieron una asesoría dijeron, en su mayoría, que ésta permitió un grado de participación altísimo (13 personas); y las personas que asistieron a alguno de los talleres relacionados con la exposición, dijeron que estos tuvieron un grado de participación altísimo (9 personas cada calificación).

Gráfica 14.4 Calificación Efectividad de la Interacción



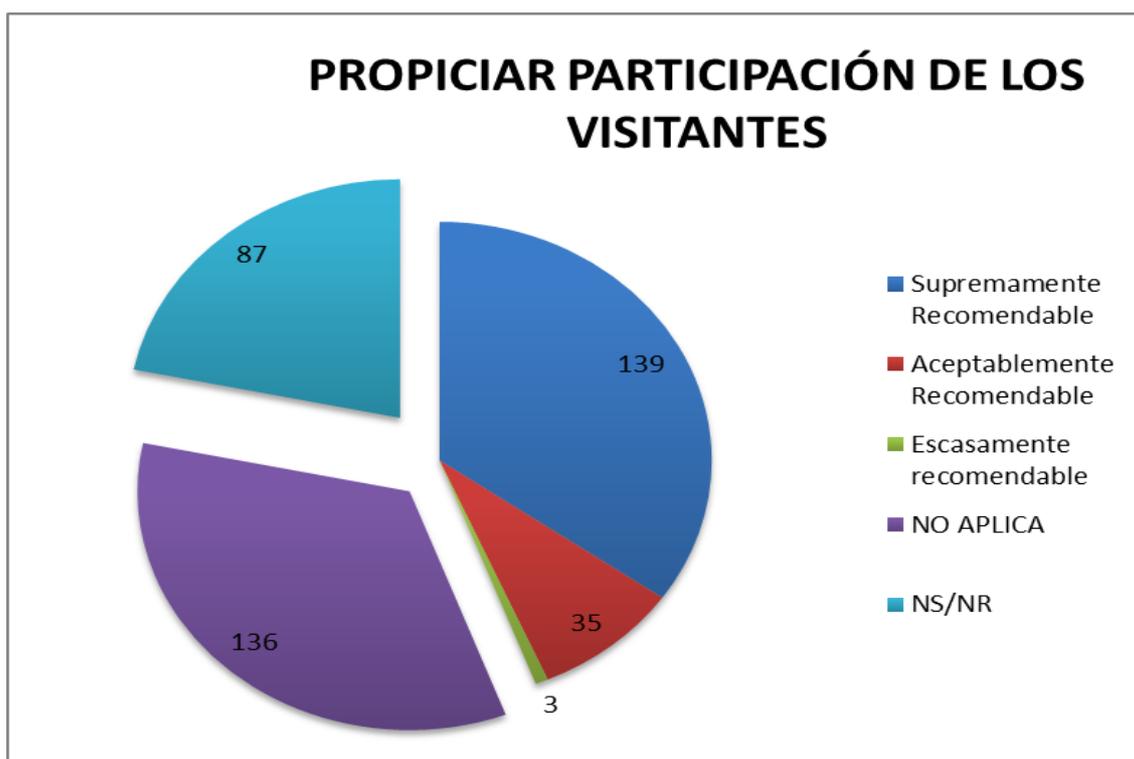
Importancia de ofrecer servicios participativos

Ahora bien, se le pidió al público encuestado calificar la importancia ofrecer servicios que propicien la interacción entre los visitantes y los monitores. Los servicios podían ser calificados, según lo mencionado anteriormente, de 1 5, siendo 1 irrelevante y 5 Supremamente Recomendable. Esta

pregunta fue contestada por 177 personas de las que recibieron un servicio educativo y los resultados se observan en la Gráfica 14.5

Al respecto, se observa que un total de 139 personas consideran Supremamente Recomendable ofrecer un servicio educativo interactivo; 35 personas consideran que es Aceptablemente Recomendable y 3 personas lo consideran Escasamente Recomendable.

Gráfica 14.5 Importancia de ofrecer servicios interactivos



Interacción entre el público y la exposición

En este apartado se les pidió a las personas indicar si la interacción entre ellos y la exposición en su conjunto (obras, personal de apoyo, espacio, información ofrecida, servicios especializados) fue efectiva y enriquecedora. (Esta pregunta hace parte del Formato B de encuesta, es decir fue contestada por 264 personas)

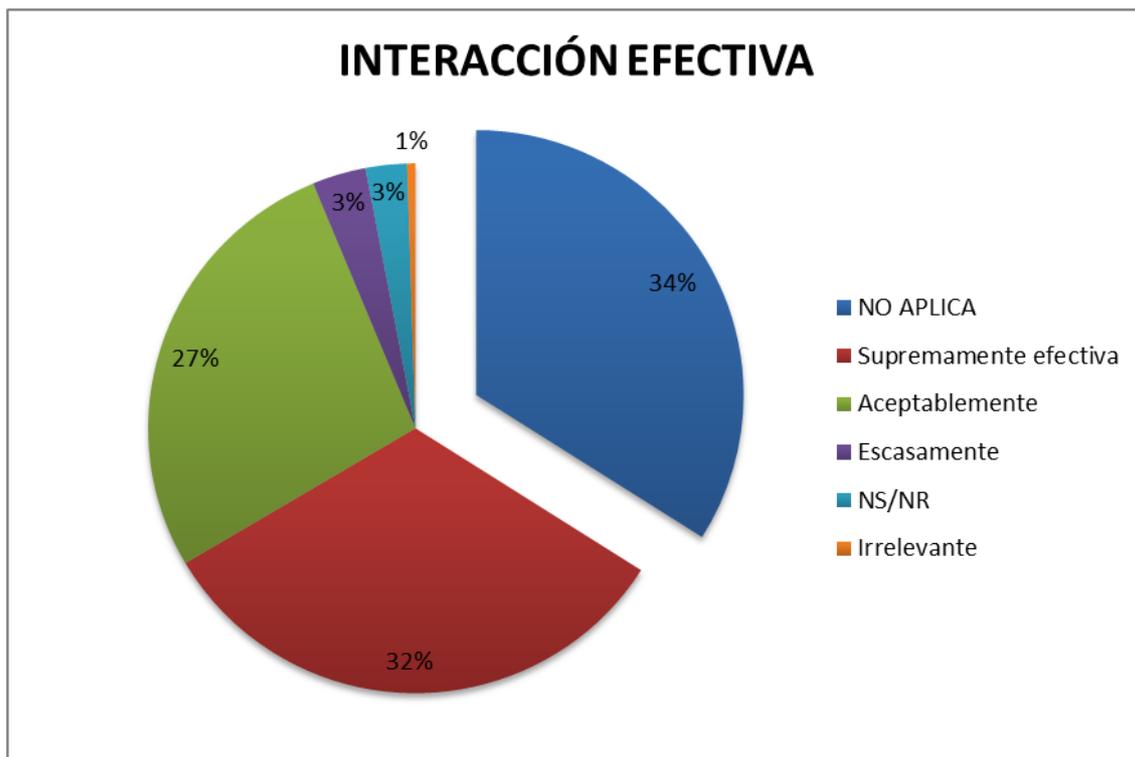
Al respecto, de las 264 personas que contestaron esta pregunta, 130 personas indicaron que la interacción entre estos y la exposición fue Supremamente efectiva; 109 personas indicaron tener un nivel de interacción Aceptablemente efectivo; 13 personas indicaron que el nivel de interacción fue Escasamente Efectivo y 2 personas dijeron que el nivel de interacción fue irrelevante.

De las respuestas que mencionaron un nivel de interacción Escasamente Efectivo, algunas mencionaron el hecho de no poder participar en alguno de los talleres programados para la

exposición, la falta de un guía, o aspectos específicos de la curaduría del museo, como la falta de objetos o recursos interactivos dentro de la exposición.

Por su parte, quienes consideran que la relación que se dio entre la exposición en su conjunto y ellos fue irrelevante, no mencionan elementos que evidencien descontento o críticas a la exposición.

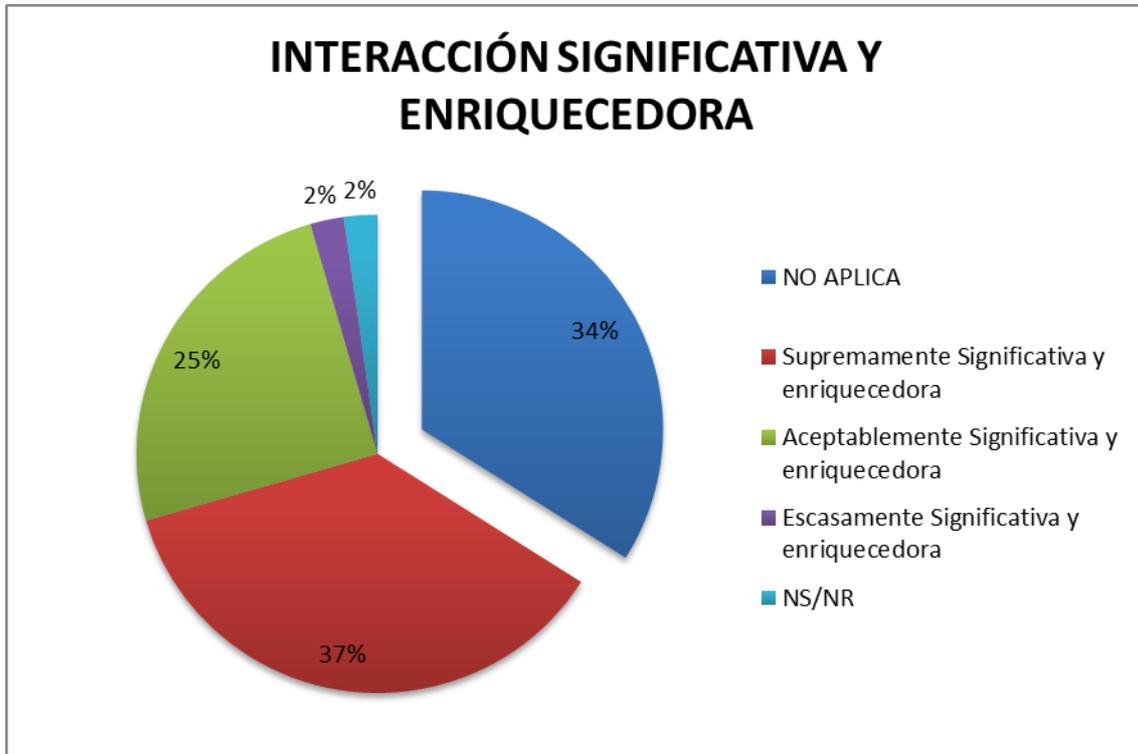
Gráfica 14.6 Interacción entre el público y la exposición (nivel de efectividad)



Según el nivel de interacción y lo enriquecedora que esta fue para los visitantes, en la Gráfica 14.7 observamos que de las 267 personas que contestaron el Formato B de encuesta, 146 consideran que la interacción con la exposición fue Supremamente Significativa y enriquecedora, 100 personas consideran que la misma fue Aceptablemente Significativa y enriquecedora; y 9 personas dijeron que la interacción fue Escasamente Significativa y enriquecedora.

Del grupo de personas que indicó tener una experiencia Escasamente Significativa y enriquecedora encontramos que para algunos faltaron más objetivos, recursos audiovisuales, una mejor organización de la sala y monitores disponibles en la sala, así como abrir espacios de opinión que permitan la interacción entre el Museo y sus visitantes.

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



PERCEPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN



En este capítulo se analizaron con detalle las respuestas del público de acuerdo con su percepción de la exhibición Pura Fibra: se analizaron los conocimientos obtenidos una vez visitaron la muestra, los elementos que causaron curiosidad, los aspectos que menos gustaron al público y el mensaje que les dejó la exposición. Así mismo, se incluyeron las sugerencias que surgieron después de visitar la sala de exposiciones temporales y el nivel de satisfacción de los encuestados respecto a la muestra.

Así mismo, se debe tener en cuenta, que en el Formato A de entrevista se incluyen tres preguntas que no fueron contestadas por el público que contestó el formato B de encuesta: ¿Cuál fue el elemento que más le gustó de la exposición?, ¿Cuál fue el elemento que menos le gustó?, ¿Qué nuevo aprendizaje o reflexión surgió después de la visita? (*136 personas contestaron a estas preguntas)

En el formato B de encuesta las preguntas que se incluyeron fueron las siguientes: ¿Qué nuevo conocimiento adquirió?, ¿Qué elemento le causó mayor curiosidad?, ¿Cuál fue el elemento que menos le agrado?, ¿Cuál cree es el mensaje que pretender dejar la exposición?

Finalmente, la pregunta relacionada con las sugerencias para mejorar la labor del Museo Nacional se realizó en ambos formatos, por lo tanto los resultados de la misma se analizaron en conjunto.

Elementos que gustaron al público (FORMATO A)

En este apartado, los encuestados respondieron acerca de aquellos elementos de la exhibición que más les agradaron durante su recorrido en la exhibición de Pura Fibra. Para el análisis de esta pregunta se agruparon las diferentes respuestas en siete categorías Objeto Tejido, Historia detrás del tejido, Curaduría, Servicios educativos, Museografía, Técnicas de tejido, No impactó (Ver Tabla 10).

Tabla 10 Elementos que gustaron al público

Elementos que gustaron al público	Total comentarios	Porcentaje
NO APLICA	264	66,0%
Objeto tejido	44	11,0%
Historia detrás del tejido	27	6,8%
Curaduría	24	6,0%
Servicios educativos	13	3,3%
Museografía	12	3,0%
Técnicas de tejido	11	2,8%
No impactó	5	1,3%
Total general	400	100%

En la Tabla 10, podemos observar que a 44 personas lo que más les impactó fue algún Objeto Tejido de la exposición (11%). Estas personas hicieron referencia a sombreros (2,8%), Objetos de pesca (0,8%), Chinchorro (0,8%), canastos (0,8%), Jarrones, los Brazaletes y Objetos para los niños. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Los sombreros: el sombrero del Guaviare”*; *“Son objetos hechos a mano, lo cual es artístico”*; *“Los trabajos en fibra, sombreros. Exposición representativa”*.

El segundo elemento que más gustó a los visitantes, fue algún aspecto relacionado con la historia detrás del tejido (44 personas correspondientes al 6,8%). Estas personas hicieron referencia a la importancia del tejido en la trasmisión de conocimiento entre las culturas, así como el valor social que tiene en estas comunidades y lo que representa la labor de tejer, así como los objetos que se tejen. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La importancia del tejido y la transmisión de conocimiento de generación en generación”*; *“El significado de la práctica como un ritual”*; *“cómo se hacía la repartición de labores en la Orinoquía y según el género el uso de los*

objetos.”; “La relación de tejer el tiempo con tejer el pensamiento y que los tejedores cuenten del tejido con su voz.”; “El uso de las fibras e cómo el conocimiento pasa de generación en generación”; “Ver la cultura de cada objeto y ver el valor e historia que le dan los indígenas”.

El tercer elemento que más gusto a los visitantes fue la curaduría de la exposición (24 personas correspondientes al 6%). Estas personas hicieron referencia a los objetos seleccionados para hablar sobre el oficio del tejido, así como la diversidad de objetos que se encontraban en la sala, la manera en que los textos de la sala transmitían información y la oportunidad de ver una exposición que hablara del tejido. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Se presenta una cosa colombiana y que nos es desconocida: le gusta el objetivo de la exposición”; “Pertenece a la comunidad emberá y es interesante ver este contenido en el Museo”; “La primera parte de la exposición transformación.”*

El cuarto elemento que más gustó a los visitantes está relacionado con los servicios educativos que ofrece el Museo y de los cuales se beneficiaron algunos visitantes (13 personas correspondientes al 3,3%). Estas personas estaban satisfechas con la información que habían recibido de parte de los monitores, los talleres para realizar objetos tejidos y la disponibilidad de una guía en inglés para visitantes extranjeros. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La exposición del guía a los extranjeros en inglés”; “El guía muy bueno y la temática de la expo es muy concreta”; “Los guías sabían bastante. El enlace con la naturaleza”; “La actividad porque se sale de la rutina del museo de solo mirar (taller)”.*

El quinto aspecto que más gusto a los visitantes fue la museografía que se empleó en la exposición (12 personas correspondientes al 3%). Quienes hicieron referencia a este aspecto mencionaron la disposición de las piezas, la organización de las piezas y la escenografía. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La exposición de los artefactos está bien”; “Bien exhibido, accesible a la vista, guía bien documentado”.*

Finalmente, 11 personas (2,8%) hablaron de las diferentes técnicas de tejido que pudieron evidenciar en la exhibición, ya que les permitió conocer diferentes tipos de tejido y el proceso de elaboración de los mismos.

Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición (FORMATO A)

En este apartado se le preguntó a los visitantes de la exhibición, cuál fue el elemento que menos les gustó durante su experiencia en la exposición: se clasificaron las respuestas en 7 categorías: Curaduría, Museografía, Objeto tejido, Servicios educativos, Recursos del Museo, Experiencia en la sala, Otro (Ver Tabla 11).

Tabla 11 Elementos que menos agradaron al público de la exhibición

Elementos que menos agradaron al público	Total comentarios	Porcentaje
NO APLICA	264	66,0%
NS/NR	89	22,3%
Curaduría	17	4,3%
Museografía	14	3,5%
Objeto tejido	5	1,3%
Servicios educativos	4	1,0%
Otro	3	0,8%
Recursos del Museo	2	0,5%
Experiencia en la sala	2	0,5%
Total general	400	100%

Un total de 47 personas mencionaron algún elemento que no les gustó de la exhibición, es decir, el 11,8% de las personas encuestadas. Las personas se refirieron, en su mayoría, a la curaduría que se realizó para la exposición (17 personas correspondientes al 4,3%). Estas personas hicieron referencia al tamaño de la muestra, es decir, la cantidad de objetos exhibidos, la pertinencia de exhibir los objetos realizados por otras comunidades, la falta de información y la organización cronológica. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Se deja de lado la tradición afro”*; *“La información está mezclada por región”*; *“No se habla del trabajo de las comunidades afro”*; *“Falta de información en algunos objetos”*.

Respecto a la Museografía empleada, el 3,5% de las personas hizo referencia a este elemento como el que menos les agrado. Estas personas mencionaron aspectos como la iluminación de la sala, el espacio reducido para exhibir todos los objetos y la disposición de las piezas. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“No hay un espacio para descansar”*; *“Pequeña la letra de las fichas”*; *“Poca luz para adultos mayores”*.

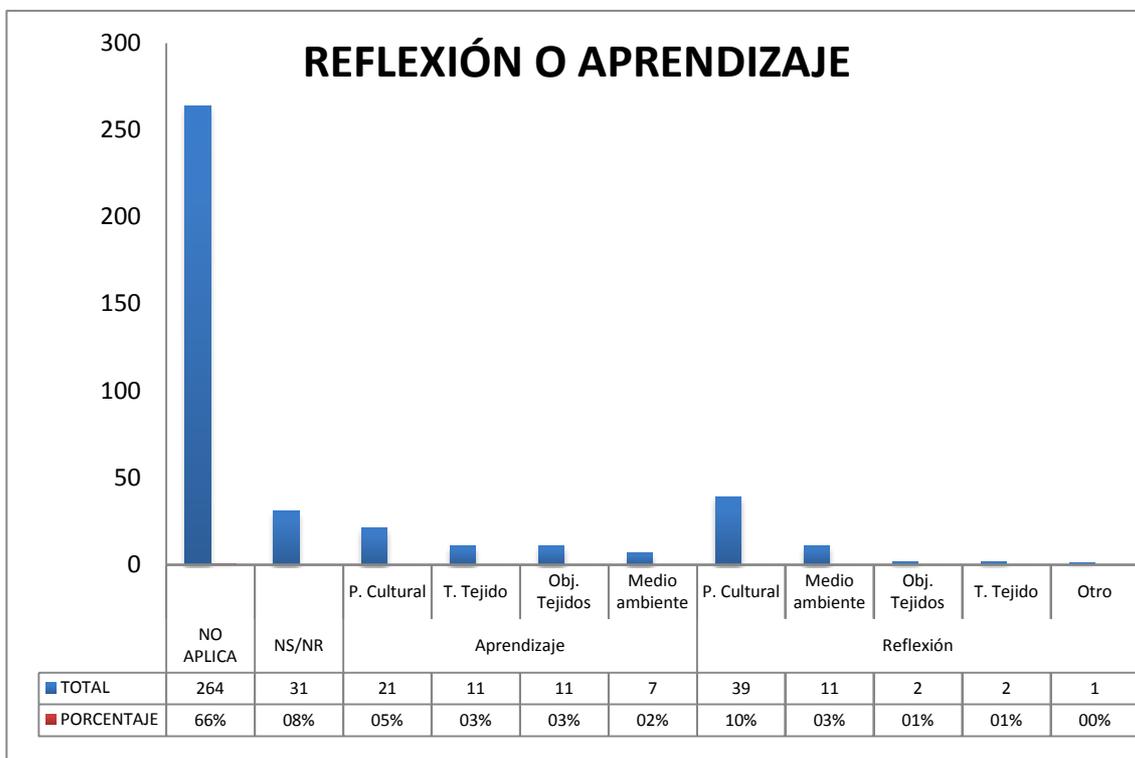
Por otra parte, el 1% de las personas hizo referencia a los servicios educativos como el aspecto que menos les agrado, indicando que no había disponibilidad de monitores o talleres, el tono de voz de los monitores (alto) o la falta de interés por atender al público en la sala. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La chica que se encontraba en la sala hacia visita con el visitante sin tener en cuenta la visita”*; *“No disponibilidad de talleres”*; *“Faltó un guía”*; *“Los monitores hablan muy duro”*.

Aprendizaje o reflexiones del público (FORMATO A)

En este apartado, se le pidió al público expresar que aprendizaje o reflexión surgió después de visitar la exposición *Pura Fibra*. La finalidad de esta pregunta era saber el conocimiento que los visitantes adquirieron después de ver la exposición y el impacto que tuvo la exposición en ellos: a

136 personas se les hizo esta pregunta, de las cuales 105 contestaron, es decir el 26,3% del total de las personas encuestadas. Las respuestas del público se clasificaron en Aprendizajes o Reflexiones y según estos en cuatro categorías: Patrimonio Cultural, Técnicas de Tejido, Objetos Tejidos y Medio ambiente.

Gráfica 15. Aprendizaje o reflexión del público de la exhibición



El 12,5% de las personas encuestadas indicó aprender algo nuevo relacionado durante su visita a la exposición. De este grupo de personas, el 5,3% aprendió sobre el Patrimonio Cultural, haciendo referencia a las historias de nuestros ancestros y sus conocimientos entorno a la labor de tejer. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Conocimiento de la cultura y las tradiciones de pueblos indígenas”*; *“El significado detrás de la tradición del tejido para las culturas”*; *“Me ha enseñado mucho sobre las culturas indígenas y nuestra identidad”*.

El 2,8% de las personas aprendió sobre técnicas de Tejido, es decir cómo se elaboran los diferentes objetos, los materiales y la diversidad de los mismos en la fabricación de los objetos y las diferentes técnicas de tejido. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Aprendió a hacer manillas”*; *“Un aprendizaje de la fabricación de los objetos”*; *“Diversidad del uso de un material”*; *La cantidad de cosas que se pueden hacer con fibras”*:

Las personas que dijeron aprender sobre Objetos Tejidos (2,8%), aprendieron sobre el significado de los mismos y los conocimientos que estos transmiten dentro de la comunidad. Así mismo, quienes aprendieron sobre el Medio Ambiente (1,8%), hicieron referencia al uso de materiales

reciclados para la fabricación de objetos tejidos, la transformación del plástico en fibra, entre otros aprendizajes.

Por su parte, quienes hicieron una reflexión después de su visita al Museo (13,8%), hicieron mención, en su mayoría, al Patrimonio Cultural (9,8%). Estas personas mencionaron la importancia de valorar las riquezas de nuestras plantas y los conocimientos que se desprenden de la fabricación de los objetos tejidos, así como recordar nuestras raíces y que todos los colombianos, desde los más niños a los más adultos, conozcan la riqueza natural y cultural del país. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“La riqueza de nuestras plantas y la elaboración de elementos.”*; *“Nuestro arraigo cultural es amplio y es interesante conocer las culturas y lo que hay detrás de sus actividades”*; *“Colonizan los espacios del Museo. Dar espacio a la construcción de memoria”*; *“Los conocimientos y herramientas de estos pueblos son útiles actualmente”*; *“Un esfuerzo muy significativo del Museo muy bonito el cuestionamiento que plantea la exposición”*; *“La cultura colombiana en fibras tiene aspectos maravillosos que no conocemos.”*

Quienes hicieron una reflexión en torno al Medio Ambiente (2,8%), mencionaron la importancia de no perder la conexión con la naturaleza, preservar el patrimonio natural del país y hacer uso de materiales reciclables en la elaboración de los objetos. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Tenemos que cuidar la naturaleza”*; *“debemos cuidar la madre tierra y los recursos que arroja la tierra”*; *“Estamos dejando de usar las fibras para usar plástico, pese a que deberíamos regresar a la fibra.”*

Nuevo Conocimiento (FORMATO B)

En este apartado, los encuestados respondieron acerca de los nuevos conocimientos que adquirieron una vez visitaron la exposición Pura Fibra. En la Tabla 12, podemos observar que un total de 249 personas respondieron esta respuesta, es decir, el 62,3% del total de la población encuestada, y las respuestas se clasificaron de acuerdo a las siguientes categorías: Procesos con fibras, Patrimonio Cultural, Objetos tejidos y Patrimonio Natural (Ver Tabla 12).

Tabla 12 Elementos que gustaron al público

Nuevo Conocimiento	Total comentarios	Porcentaje
NO APLICA	136	34,00%
Procesos con fibras	100	25,00%
Patrimonio Cultural	73	18,25%
Objetos tejidos	39	9,75%
Patrimonio Natural	37	9,25%
NS/NR	15	3,75%
Total general	400	100%

Como se observa en la Tabla 12, el 25% de las personas que respondió a esta pregunta mencionó algún aspecto relacionado con los Procesos con Fibras. Al respecto, las personas dijeron aprender sobre los tejidos y procesos para la obtención de fibras naturales, los diferentes tipos de tejidos, así como las plantas de donde se extraen las fibras y los objetos de uso cotidiano. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Acerca de los proceso y conocimientos de la fibras naturales”*; *“Como de la naturaleza se sacan recursos para hacer objetos”*; *“Las diferentes fuentes de donde se obtienen las fibras”*; *Conocimiento acerca de tejido e historia colombiana*; *dándole un buen manejo a un material sencillo, se puede hacer tejidos bonitos*; *“El uso del tejido para la fabricación de objetos de necesidad básica”*.

El segundo aspecto que mencionaron las personas encuestadas en cuanto a los conocimientos que obtuvieron después de ver la exposición está relacionado con un aprendizaje en torno al Patrimonio Cultural del País (18,3%). Al respecto, las personas hicieron referencia a la importancia del tejido en la construcción social de las comunidades indígenas, y el conocimiento que es transmitido de generación en generación, así como el conocimiento de aspectos sobre la cultura de las comunidades retratadas en esta exposición y su cosmovisión. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Nuevas historia conocimientos del Amazonas”*; *La trascendencia del tejido en la cultura*; *“Conocimiento de la antigüedad”*; *“Una forma manual expresa el conocimiento y la historia de un pueblo”*; *La importancia de entender la culturas indígenas*; *“las cosmovisiones de la tribu y el uso que le daban a distintos materiales”*.

Un tercer grupo de personas aprendió sobre los Objetos Tejidos presentados en la exposición (9,8%). Estas personas aprendieron sobre los objetos usados para la pesca, los sombreros, abanicos, los telares, los bejucos, y otros objetos que son de uso diario en las sociedades indígenas y son tejidos por la misma comunidad. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Los diferentes tipos de sombreros”*; *“Conocer más rituales en diferentes culturas en otros objetos (canastos)”*; *“Como los tejidos se usan para las diferentes actividades en la cultura”*; *“El sombrero que representaba que representaba la vía láctea y los corrales para las aves (cuaripunto)”*.

Finalmente, un grupo de personas dijo aprender acerca de nuestro Patrimonio Natural (9,3%). Estas personas, hicieron referencia a la riqueza de plantas que hay en el territorio y las cuales son transformadas para la elaboración de objetos tejidos, el conocimiento de nuevas plantas y la relación que se da entre nuestra cultura y la naturaleza y acerca de la importancia de cuidar el Medio ambiente. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Ver diferentes plantas nos solo las tradicionales como fique”*; *“La relación entre la*

cultura y la naturaleza”; “Preservar el medio ambiente”; “Debemos relacionar lo natural con la vida cotidiana”; “Diferente vegetación colombiana y sus aplicaciones indígenas”.

Elementos que mayor curiosidad generaron (FORMATO B)

En este apartado se les preguntó a los visitantes de la exhibición, cuál fue el elemento que mayor curiosidad les generó de la exhibición. Esta pregunta fue contestada por 226 personas, es decir, el 56,5% del total de la población encuestada. Las respuestas se clasificaron en 7 categorías: Objetos tejidos Procesos con fibras, Patrimonio Cultural, Patrimonio Natural, Curaduría, Museografía y Servicios Educativos (Ver Tabla 13).

Tabla 13 Elementos que mayor curiosidad generaron

Elementos que mayor curiosidad generaron	Total comentarios	Porcentaje
NO APLICA	136	34,0%
Objetos tejidos	99	24,8%
Procesos con fibras	61	15,3%
NS/NR	38	9,5%
P. Cultural	38	9,5%
P. Natural	11	2,8%
Curaduría	10	2,5%
Museografía	6	1,5%
Servicios Educativos	1	0,3%
Total general	400	100%

Como se observa en la Tabla 13, el 24,8% de las personas que respondió a esta pregunta mencionó alguno de los Objetos Tejidos como el elemento que mayor curiosidad generó, debido al valor simbólico que se les da, los detalles con los cuales son tejidos y su importancia en la vida social. Los objetos mencionados por los visitantes fueron los abanicos, los sombreros, canastos, manillas, objetos para los bebés, entre otros. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“el abanico y su uso para sacar la maldad”; “El chinchorro y la importancia de este”; “Los chinchorros son un tejido que resisten mucho peso”; “Mantener intactos los objetos para su función (cuidado); “Todos los detalles siempre ha visto de estas manualidades”.*

El segundo elemento que mayor curiosidad generó entre los visitantes fueron los Procesos que se realizan para la transformación de las fibras a partir de materiales naturales (15,3%). Estas personas hicieron mención a las técnicas empleadas para la elaboración de los tejidos, así como la variedad de formas y materia prima. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“Como es el proceso de sacar el cianuro a la yuca amarga”; “Los elementos que uno puede desconocer y que se pueden hacer con la fibra y son de uso*

cotidiano”; “Como se extraen los materiales”; Los procesos de tejido de plantas para herramientas diarias”.

Las personas que hicieron mención al Patrimonio Cultural como lo más curioso (9,5%), hablaron de cómo la familia y la sociedad se ve envuelta en la tradición del tejido y como esta hace parte de la identidad de estas comunidades. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“La trascendencia del tejido en cada etapa de la vida”; “Como el arte acaba con el arte la familia y cultura”; “como las familias se identifican con ciertos elementos de la cultura”; “tejer es una forma de entrelazar nuestros pensamientos”.*

Quienes sintieron curiosidad por el Patrimonio Natural (2,8%), hablaron de los recursos naturales que tiene el país y algunos pocos comunes que despertaron la curiosidad en el público debido a los procesos en los cuales intervienen, como el veneno que se extrae de la yuca.

Respecto a los elementos curatoriales (2,5%), las personas hicieron referencia a los mensajes escritos en las paredes de la sala y el mensaje de reflexión en torno a “Pensar tejiendo” que vieron transmitido a través de la muestra. En cuanto a la Museografía (1,5%) las personas mencionaron la propuesta y composición del espacio, así como el montaje.

Elementos que menos agradaron a los visitantes de la exhibición (FORMATO B)

En este apartado se le preguntó a los visitantes de la exhibición, cuál fue el elemento que menos les gustó durante su experiencia en la exposición: se clasificaron las respuestas en 7 categorías: Curaduría, Museografía, Objeto tejido, Servicios educativos, Experiencia en la sala, Recursos del Museo y Otro (Ver Tabla 14).

Tabla 14 Elementos que menos agradaron al público de la exhibición

Elementos que menos agradaron al público	Total comentarios	Porcentaje
NS/NR	186	46,5%
NO APLICA	136	34,0%
Curaduría	39	9,8%
Museografía	14	3,5%
Objeto tejido	9	2,3%
Servicios educativos	8	2,0%
Experiencia en la sala	3	0,8%
Recursos del Museo	3	0,8%
Otro	2	0,5%
Total general	400	100%

Un total de 78 personas mencionaron algún elemento que no les gustó de la exhibición, es decir, el 19,5% de las personas encuestadas. Las personas se refirieron, en su mayoría, a la curaduría de la

exposición (9,8%), ya que consideraron había falta mayor información de los objetos, así como incluir otros objetos tejidos y regiones del país. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“falta muestra o video de la elaboración o proceso; “faltan otros objetos más llamativos”; “lo poco en términos de elementos tejidos de lana”; “no se aprovechó la información, muy resumida”; “presencia de material de la misma región, faltan otras regiones”*

Otro grupo de personas mencionó algún aspecto relacionado con la Museografía que se realizó de la sala (3,5%). Estas personas hicieron referencia al uso del espacio, el cual consideran no se aprovechó debidamente, así como la iluminación de la sala y la organización de las piezas. Entre los comentarios del público relacionados con esta categoría encontramos los siguientes: *“el uso de espacios todo amontonado”; “la organización, demasiada lectura objetos con poco espacios, muy amontonados”; “poca luz en la sala todo muy blanco y gris”.*

En cuanto a los servicios educativos las personas se quejaron por la falta de un monitor para dar información de la exposición, así como la imposibilidad de participar en un taller. También hicieron referencia a la acumulación de gente en algunos puntos de la sala, debido a actividades que se llevaban a cabo dentro de la misma.

Mensaje de la exhibición (FORMATO B)

En este apartado, se le preguntó al público encuestado cual creían era el mensaje que la exposición quería compartir con los visitantes. Las respuestas del público se clasificaron en tres categorías: Preservación de la cultura, Uso de recursos naturales y Diversidad de tejidos.

Tabla 15 Mensaje de la exhibición

Mensaje	Total comentarios	Porcentaje
Preservación de la cultura	147	36,8%
NO APLICA	136	34,0%
Uso de recursos naturales	68	17,0%
NS/NR	33	8,3%
Diversidad de tejidos	16	4,0%
Total general	400	100%

Un total de 231 personas contestaron esta pregunta, es decir, el 57,8% de la población encuestada. Al respecto, el 36,8% de las personas que contestaron consideraron que el mensaje que transmitía la exposición se basaba en la Preservación de nuestra cultura. Al respecto, las personas mencionaron la importancia de conservar el conocimiento de las comunidades ancestrales, ya que muchas veces no se divulga y se puede perder. Así mismo, hicieron mención de la importancia de valorar este conocimiento y valorar la historia de las comunidades indígenas.

Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“a través del tiempo hay que tejer con el pensamiento”; “aprender a valorar las cosas colombianas que se pasan desapercibidos”; “como colombianos no nos apersonamos de nuestras riquezas”; “conocer la cultura de las comunidades a través de tejidos” “conocimiento sobre nuestros indígenas y sus prácticas ancestrales”.*

Para un segundo grupo de personas, el mensaje de la exposición se basa en el uso de los recursos naturales (17%). Estas personas consideran que el mensaje que compartía la exposición estaba basado en el aprecio de los recursos naturales que se pueden encontrar en el territorio, así como el uso adecuado que se debe hacer de los mismos y la importancia de cuidar los recursos para un mundo sostenible. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“como se aprovecha los recursos naturales para la necesidad del humano”; “demostrar cómo evoluciona el medio en el que estamos”; “el cuidado de las reservas naturales para aprovechar lo nuevo”; “hay que aprovechar los recursos naturales, la destrucción que ha causado el hombre por ignorancia”; “pensar en volver a tener empaque en fibra tener programada la materia prima, no dañar la naturaleza”; “que la cultura y costumbres anteriores debemos volver si queremos un mundo sostenible.*

Finalmente, el 4% de la población encuestada, considera que la exposición transmite un mensaje que consiste en conocer la diversidad de tejidos que existen. Al respecto, las personas hablaron de la gran variedad de objetos que se pueden hacer a partir de fibras y su construcción a partir de diversas técnicas de tejido. Entre los comentarios de los visitantes encontramos los siguientes: *“conocimiento del tejido; “el conocimiento y paciencia detrás de la fibra”; “las fibras y sus usos”; “los diversos usos de los objetos”.*

Sugerencias hechas por el público de la exhibición (FORMATO A Y B)

En esta sección se le pidió a los encuestados consignar las sugerencias que consideraron pertinentes para mejorar la labor del Museo Nacional. Un total de 80 personas hicieron alguna sugerencia, es decir, el 20% de los encuestados. Para el análisis las respuestas se clasificaron en 4 categorías: Curaduría, Servicios Educativos, Museografía, y Recursos del Museo (Ver tabla 16).

Tabla 16 Sugerencias o modificaciones realizadas por el público de la exhibición

Sugerencias	Total comentarios	Porcentaje
NS/NR	320	80,0%
Curaduría	28	7,0%
Servicios educativos	21	5,3%
Museografía	19	4,8%
Recursos del Museo	12	3,0%

Total general	400	100%
----------------------	------------	-------------

Las personas que hicieron referencia los elementos curatoriales (7%), mencionaron la importancia de incluir más información acerca de los objetivos exhibidos, así mismo de las comunidades que los realizan y el proceso de creación, incluir otras comunidades y ofrecer contenido para niños. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Anexar información de los afrodescendientes y aportes de culturas indígenas actuales”*; *“Más acompañamiento e información de algunos objetos”*; *“Mencionar más de la parte histórica de los objetos. Exhibir más elementos”*; *“un video con el proceso de creación de los tejidos”*.

Las sugerencias respecto a los servicios educativos que prestan los monitores (5,3%) hicieron referencia a mayor disponibilidad de monitores en la sala, grupos más pequeños para las visitas comentadas y más talleres para niños y adultos mayores. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“Actividades didácticas para niños”*; *“personas de apoyo y explicar algunas cosas”*; *“que el museo tenga más vínculos y conexión con los adultos mayores”*.

En cuanto a los aspectos Museográficos, 4,8% de los comentarios hicieron referencia a este tema. Las personas se refirieron a disponer de un mapa de la sala, mejor la iluminación, hacer un uso más eficiente del espacio y distribuir los objetos en toda la sala. Entre los comentarios del público encontramos los siguientes: *“banca para ver el video, y más lentos los subtítulos”*; *“hacer uso eficiente del espacio”*; *“mejorar la iluminación. Resaltar los objetos”*; *“un mapa en donde de la sala para ubicar las diferentes etnias”*.

En cuanto a los recursos del Museo, las personas sugieren abrir espacios de opinión, mayor información para los visitantes al momento del ingreso, llevar el Museo a otros lugares del país y la ampliación física de la sala.

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

La exposición Pura Fibra, permitió a los colombianos conocer acerca de la tradición de los pueblos indígenas entorno a la elaboración de objetos de uso cotidiano a partir de la extracción de fibras de la naturaleza y el arte del tejido. Los visitantes reportaron aprender sobre las técnicas de tejido, los materiales que son extraídos de la naturaleza, los objetos que se fabrican con estos y el significado cultural que tienen los mismos dentro de la construcción social de estas comunidades.

De igual manera, las personas se hicieron conscientes de la importancia de salvaguardar este conocimiento ancestral y la importancia de cuidar el medio ambiente, así como el empleo de materiales biodegradables en la fabricación de objetos de uso diario.

En general, se observa que las características sociodemográficas del público que visita las exposiciones se mantienen, es decir, los porcentajes de representación en sexo, edad, nivel educativo, ocupación, lugar de nacimiento y de residencia tienen características similares en los últimos estudios realizados.

Según la información reportada por los visitantes, podemos observar que se cumplió con el objetivo curatorial de la exposición. Sin embargo, el público sugirió algunas mejoras para las futuras exposiciones como lo son: mayor información de las piezas que conforman las muestras, así como el uso de herramientas audiovisuales e interactivas, para una experiencia más completa en las salas.

En cuanto a la Museografía, las personas siguen mencionando la falta de iluminación en la sala de exhibiciones temporales y en la exposición Pura Fibra consideran, algunas personas, que el uso del espacio puede realizarse de manera tal que las piezas estén distribuidas por toda la sala, de manera tal que todas resalten.

En este aspecto, el investigador del estudio, evidenció que un número importante de personas que visitó la muestra permanente del Museo no visitó la exposición temporal Pura Fibra. Al verificar esta información, se evidenció que uno de los muros de la sala no permitía ver la exposición y la misma pasaba desapercibida. Teniendo en cuenta lo anterior, se recomienda tener en cuenta que el montaje de las exposiciones no obstaculice la visión que se tiene desde el vestíbulo del Museo, lo cual puede resultar en un menor número de visitantes.

En cuanto a los servicios educativos, algunos visitantes mencionaron que el aspecto que más les gustó fue la información que recibieron de parte de los monitores y las actividades en las que participaron a través de los servicios educativos.

No obstante, otro grupo de personas solicitan la presencia de más monitores dentro de las exposiciones, ya que estos permiten tener información precisa de la exposición, su propósito y datos de las piezas que conforman las muestras. Así mismo, piden más cupos para los talleres que se desarrollan en torno a las exposiciones temporales, ya que varias personas no pudieron participar de los mismos.

En este sentido, vale la pena mencionar, que el porcentaje de servicios educativos ha aumentado considerablemente en las últimas exposiciones. El porcentaje de servicios ofrecidos en Pura Fibra se encuentra 7 puntos porcentuales por encima del promedio de las últimas cuatro exposiciones (45,3% promedio) y muestra un aumento importante en el número de servicios educativos ofrecidos en las últimas exposiciones, lo cual resulta de las políticas del Museo de tener siempre monitores disponibles en la sala de exposiciones temporales.

Los visitantes también esperan más visitas en inglés y que los monitores mantengan un tono de voz adecuado, para que no interfiera con la visita de otras personas que se encuentren haciendo el recorrido por su cuenta.

En lo que respecta a los visitantes de otros países, aunque el número de visitantes de origen extranjero disminuyó en la última exposición, así como el porcentaje de visitantes hispano-parlantes, es importante ofrecer herramientas en inglés, ya que la apertura del país al turismo hace que cada día el Museo reciba visitas de personas de diferentes lugares, aun cuando esto no se evidencie en el estudio.

Es importante ofrecer servicios y ayudas en inglés orientadas al público extranjero que no dominan el español, para que puedan visitar las distintas exposiciones que alberga el Museo de manera autónoma y de esta manera entender el contenido de las mismas, lo cual se traduce en un mayor aprovechamiento de la oferta cultural del Museo y la satisfacción de este grupo de visitantes.

En cuanto a los recursos del Museo, las personas sugieren abrir espacios de opinión, mayor información para los visitantes al momento del ingreso, llevar el Museo a otros lugares del país y la ampliación física de la sala.

Respecto a los visitantes de la localidad de Los Mártires, cercana al Museo, tienen el nivel más bajo de participación en las últimas exposiciones, siendo del 0,7%, en promedio. Teniendo en cuenta lo anterior, se pueden considerar estrategias de comunicación para que los residentes de estas localidades se muestren interesados en visitar el Museo y participar de las actividades que se llevan a cabo en el mismo.

En cuanto a la divulgación en los diferentes medios de comunicación, se evidencia una relación entre el número de veces que fueron nombradas las exposiciones en los medios de comunicación y el número de personas que indicó enterarse a través de estos medios de la exposición, situación que no se había evidenciado en estudios anteriores y que permite dar a conocer la importancia de los medios en la divulgación de las actividades y exhibiciones que se llevan a cabo en el Museo.

Informes de los monitores

En esta exposición no se revisaron comentarios del libro de visitas, ya que no se consignaron. Al revisar los informes de los monitores, estos hacen recomendaciones en los siguientes aspectos:

Museografía: Mejorar la iluminación de la sala; fichas técnicas que sean accesibles a todos los públicos, así como su correcta ubicación respecto al objeto que identifican; mejor uso del espacio para la exhibición de las piezas, así como el recorrido de la sala, ya que en algunos puntos de la misma se acumulaban los visitantes y esto no permitía una buena fluidez del público dentro del espacio y dificultaba el manejo de los grupos para el desarrollo de los servicios educativos; El aviso de la entrada debe ser llamativo y permitir una mayor visibilidad, para atraer al público desde un primer momento.

Curaduría: mayor información que permita aclarar algunos aspectos de la exposición, como lo son datos acerca de las piezas y comunidades que las elaboran; incluir más objetos de otras comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

Así culminó la exposición temporal Pura Fibra. Colección Sura. Museo Nacional de Colombia: Comunicado oficina de Comunicaciones. Bogotá, junio de 2016.

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

Estudio de público "Encuentros México-Colombia". Museo Nacional de Colombia. Bogotá, noviembre de 2015.

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

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

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

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