

Estudio de Satisfacción



Realizado del 02 de Diciembre de 2017 al 25 de Febrero de 2018
Informe: abril de 2018

Diseño y análisis: Mayali Tafur Sequera
Encuestas/digitación: Luisa Fernanda Castañeda Urrea



Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Objetivos del estudio

1. Determinar el perfil general de nuestros visitantes que asistieron entre el 2 de diciembre de 2017 y el 24 de febrero de 2018
2. Medir el grado de satisfacción de la experiencia de visita en la exposición temporal
3. Conocer las percepciones de los visitantes acerca del objetivo de la experiencia planteado para la exposición temporal *Endulzar la palabra, memorias indígenas para pervivir* en aspectos como mensajes, nivel de recordación, de agrado y desagrado

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Metodología

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

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

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

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

El estudio se organiza de la siguiente manera:

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

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Ficha Técnica

Población Objetivo	Personas mayores de edad que hayan asistido a la exposición <i>Endulzar la palabra</i> y llevaran al menos la mitad del recorrido en sala.
Universo	29.295 Asistentes
Diseño	Cuantitativo – Descriptivo
Técnica	Encuesta cara a cara
Muestra	400 Encuestas
Diseño Muestral	Aleatorio
Error Muestral	4,9%
Nivel de confianza	95%
Aspectos a Evaluar	Sociodemográficos, hábitos y consumo, Experiencia, objetivos de la experiencia de visita

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

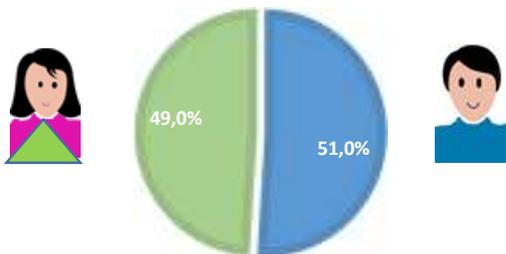
Variables Sociodemográficas



Variables Sociodemográficas

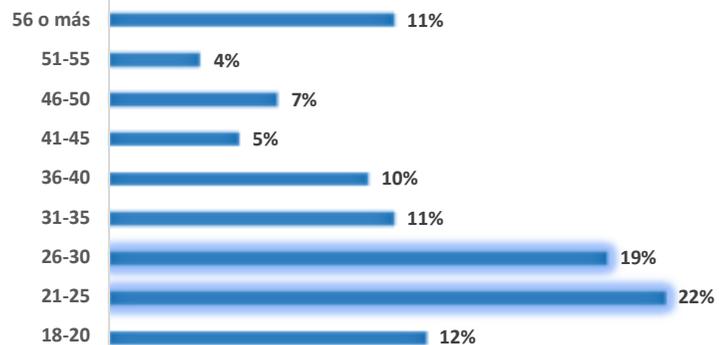
Base: 400

GÉNERO



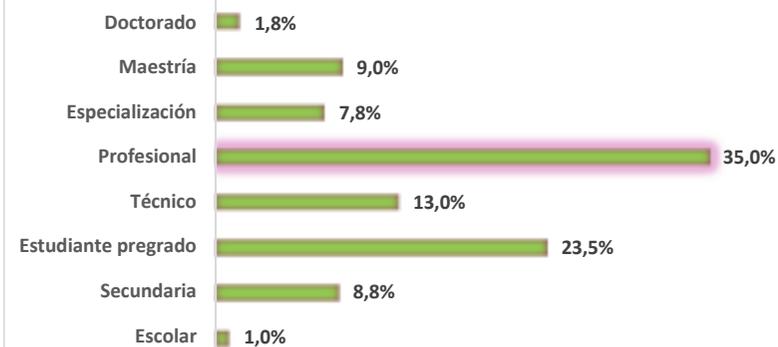
Base: 400

Edad



Base: 399

Escolaridad



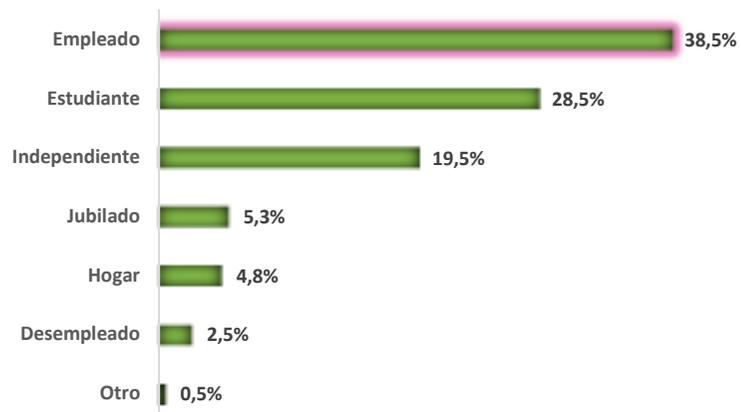
Base: 400

Estado_Civil

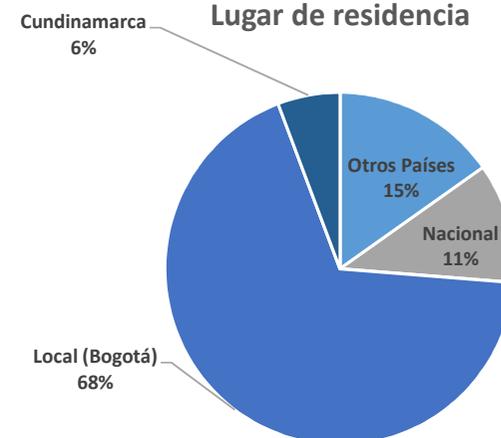


Base: 398

OCUPACIÓN

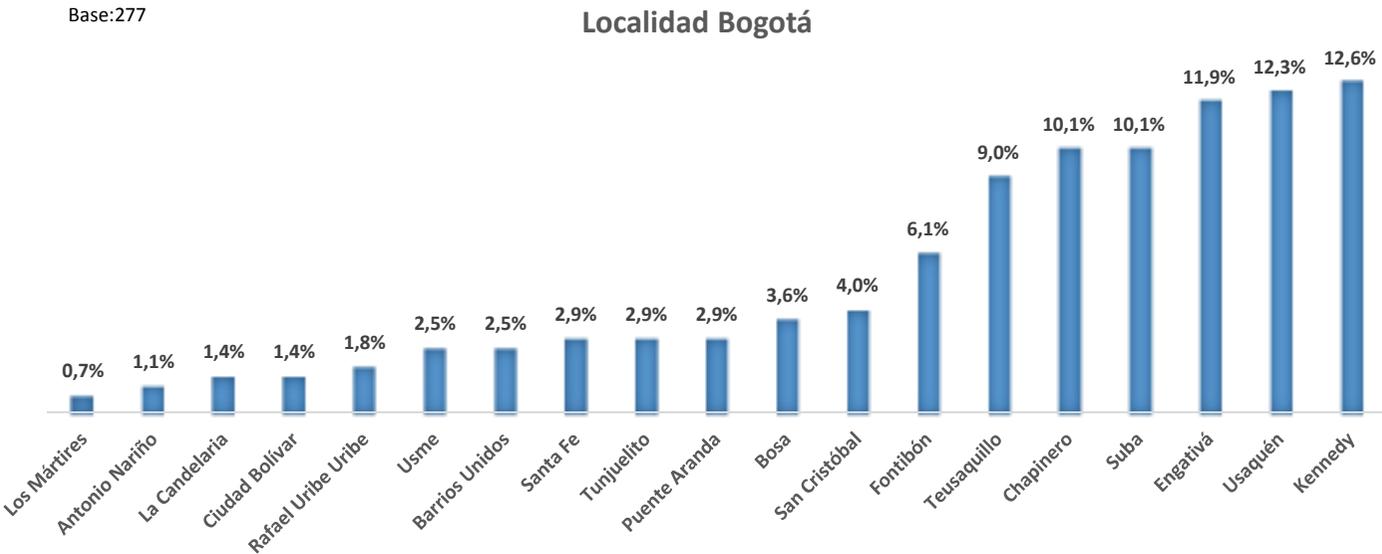


Lugar de residencia



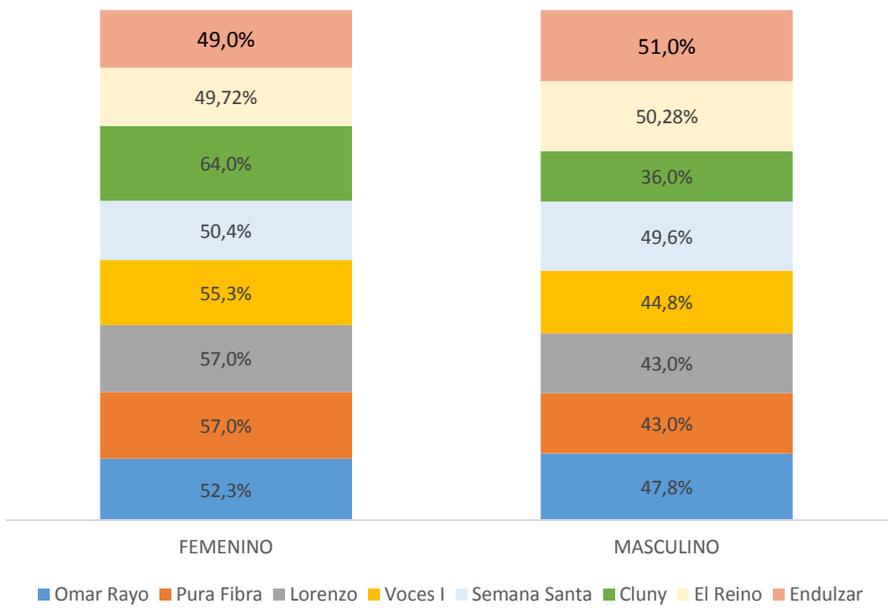
Variables Sociodemográficas

Localidad	Porcentaje de visitantes
Los Mártires	0,72%
Antonio Nariño	1,08%
La Candelaria	1,44%
Ciudad Bolívar	1,44%
Rafael Uribe Uribe	1,81%
Usme	2,53%
Barrios Unidos	2,53%
Santa Fe	2,89%
Tunjuelito	2,89%
Puente Aranda	2,89%
Bosa	3,61%
San Cristóbal	3,97%
Fontibón	6,14%
Teusaquillo	9,03%
Chapinero	10,11%
Suba	10,11%
Engativá	11,91%
Usaquén	12,27%
Kennedy	12,64%

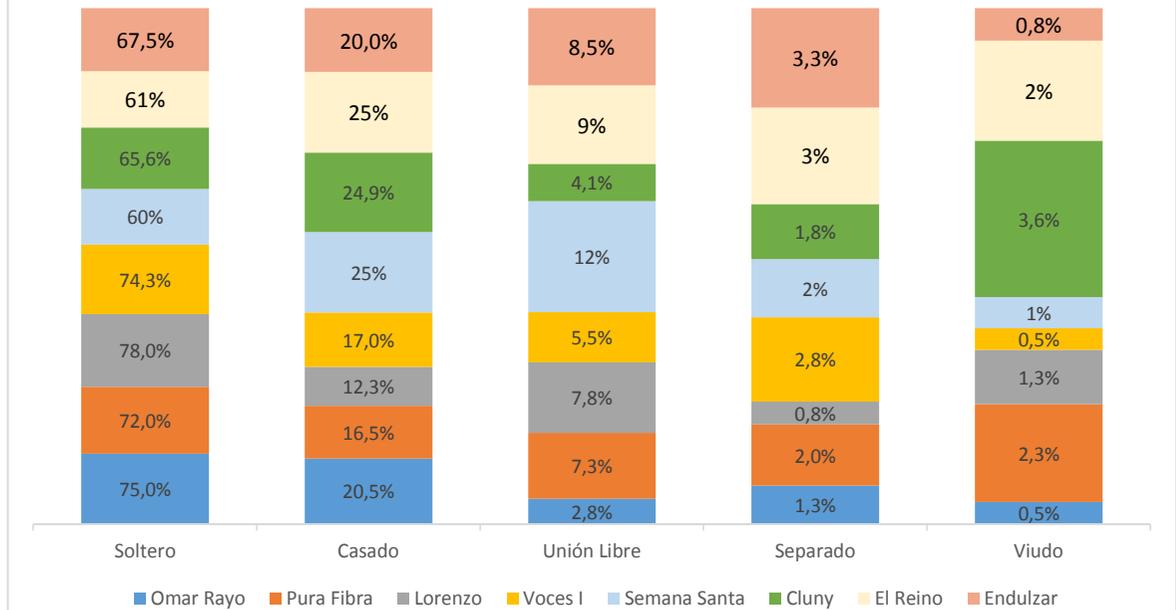


Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

COMPARATIVA GÉNERO ÚLTIMAS EXPOSICIONES

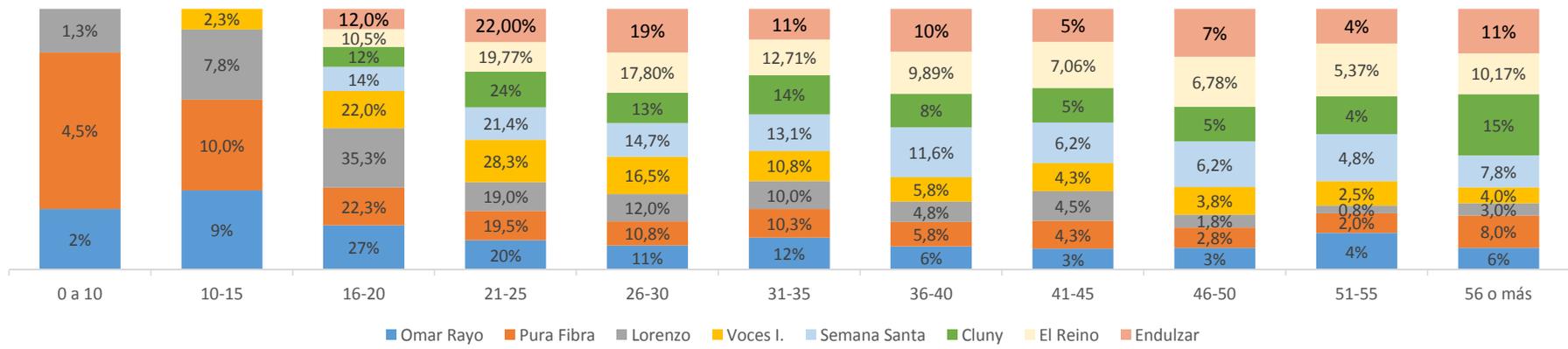


COMPARATIVA ESTADO CIVIL ÚLTIMAS EXPOSICIONES

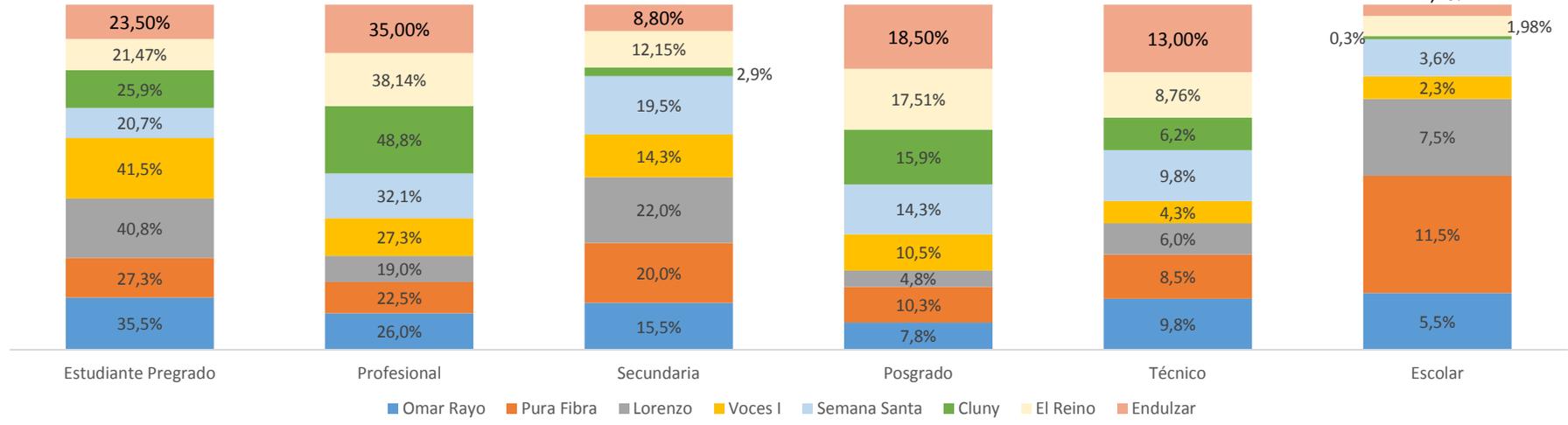


Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

COMPARATIVA EDAD ÚLTIMAS EXPOSICIONES

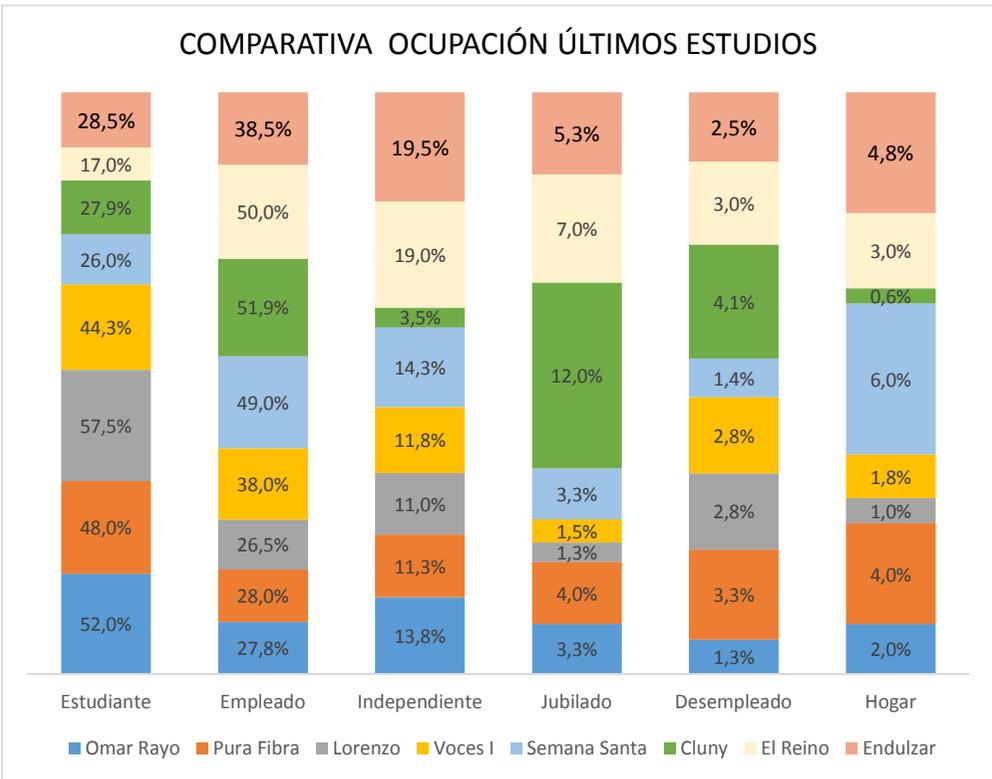


COMPARATIVA NIVEL DE ESCOLARIDAD ÚLTIMAS EXPOSICIONES

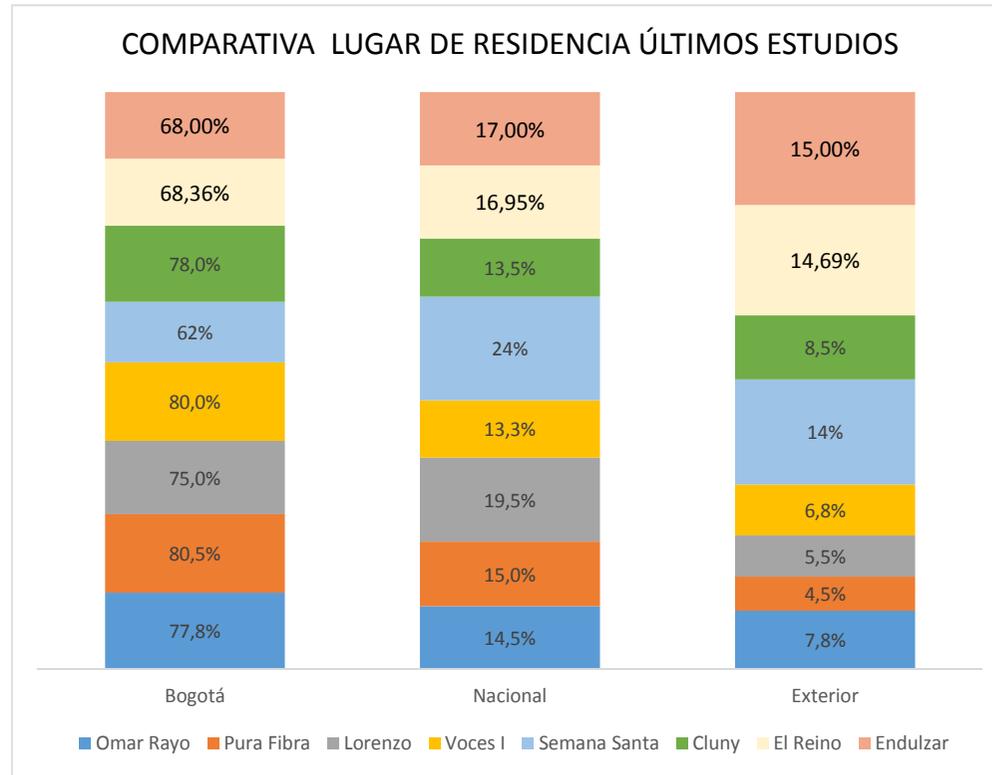


Comparativa sociodemográficas con otras temporadas del año

COMPARATIVA OCUPACIÓN ÚLTIMOS ESTUDIOS



COMPARATIVA LUGAR DE RESIDENCIA ÚLTIMOS ESTUDIOS



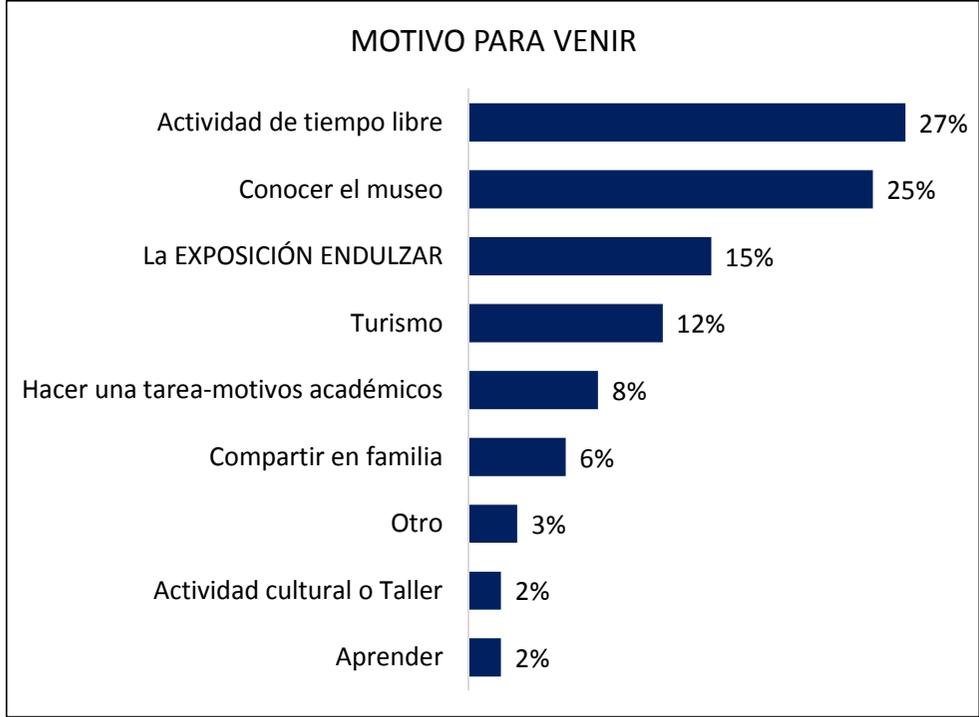
Hábitos y Usos



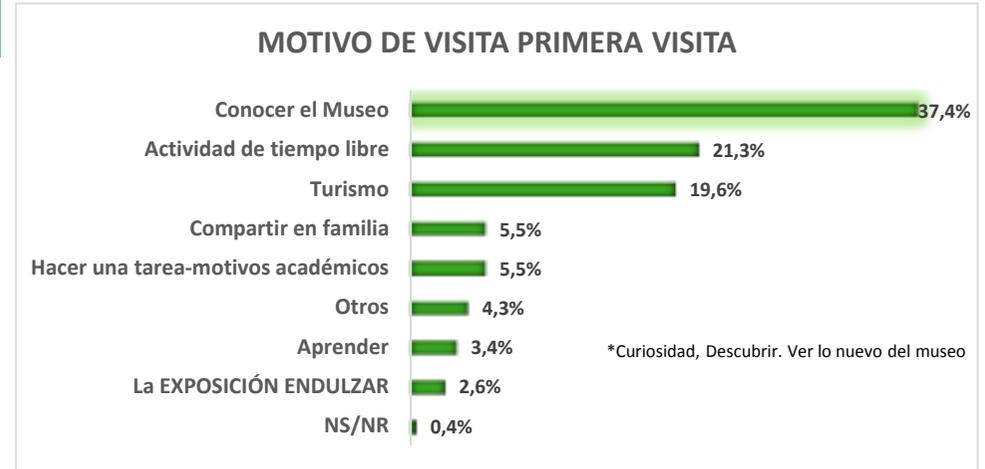
Hábitos y Usos – Frecuencia, motivación y compañía



Hábitos y Usos – Frecuencia, motivación y compañía



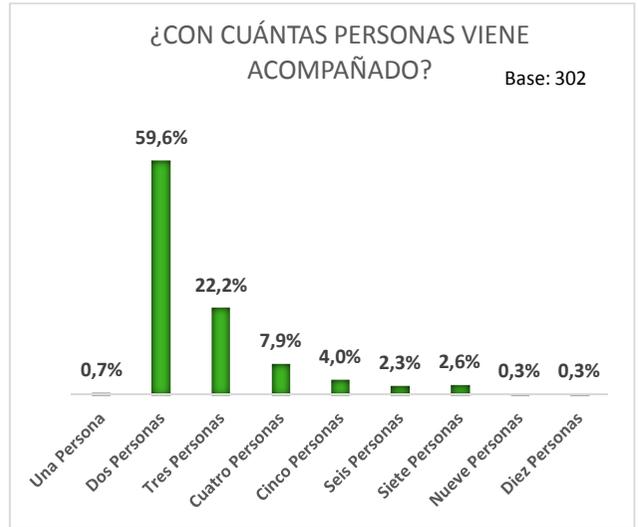
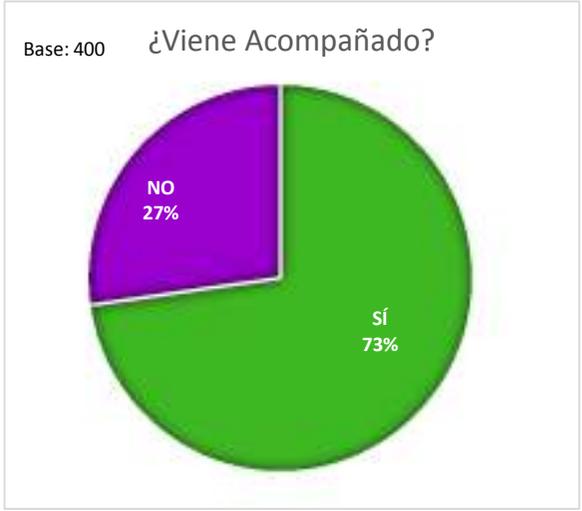
Base: 235 Menciones



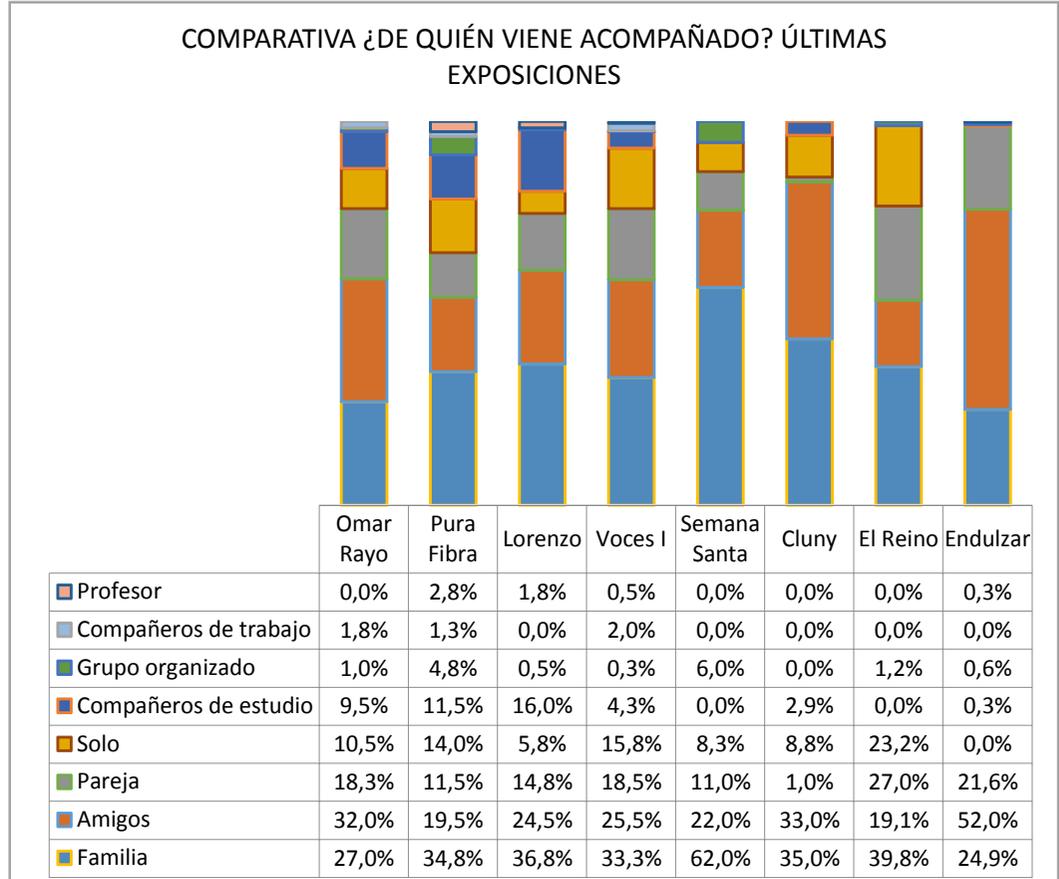
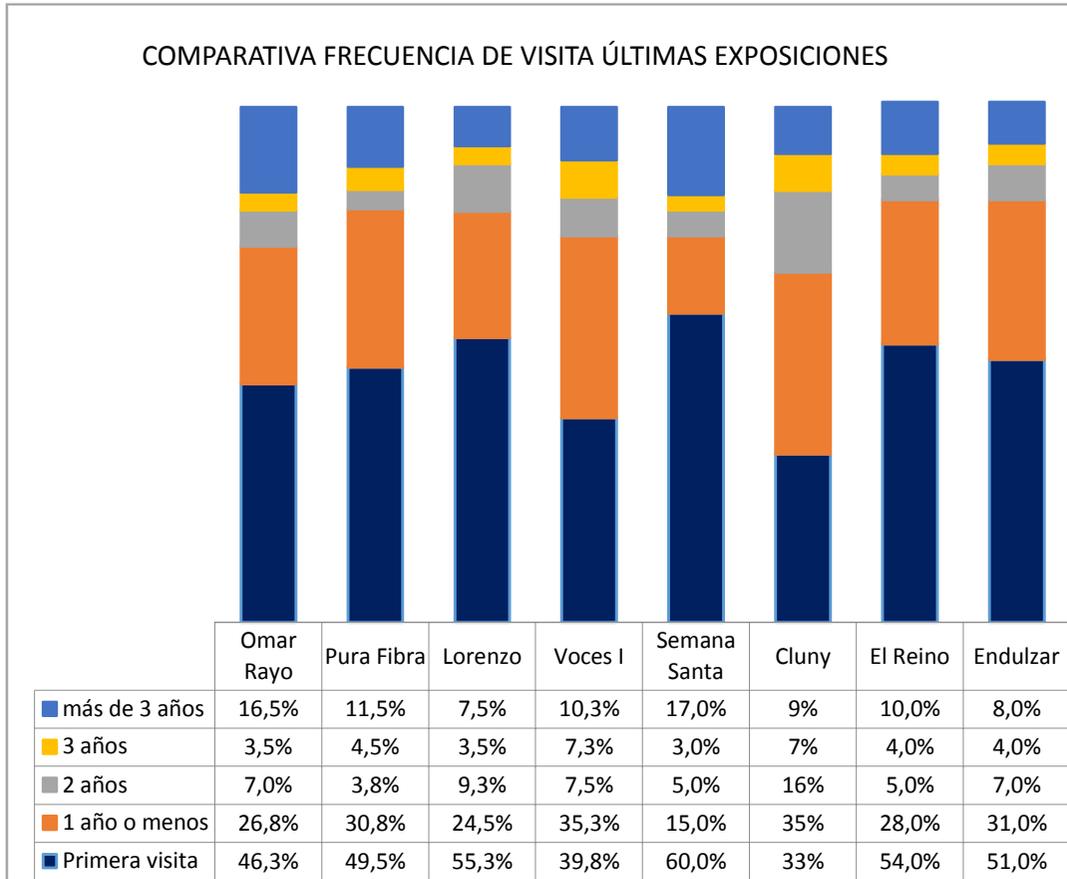
Base: 228 Menciones



Hábitos y Usos – Frecuencia, motivación y compañía

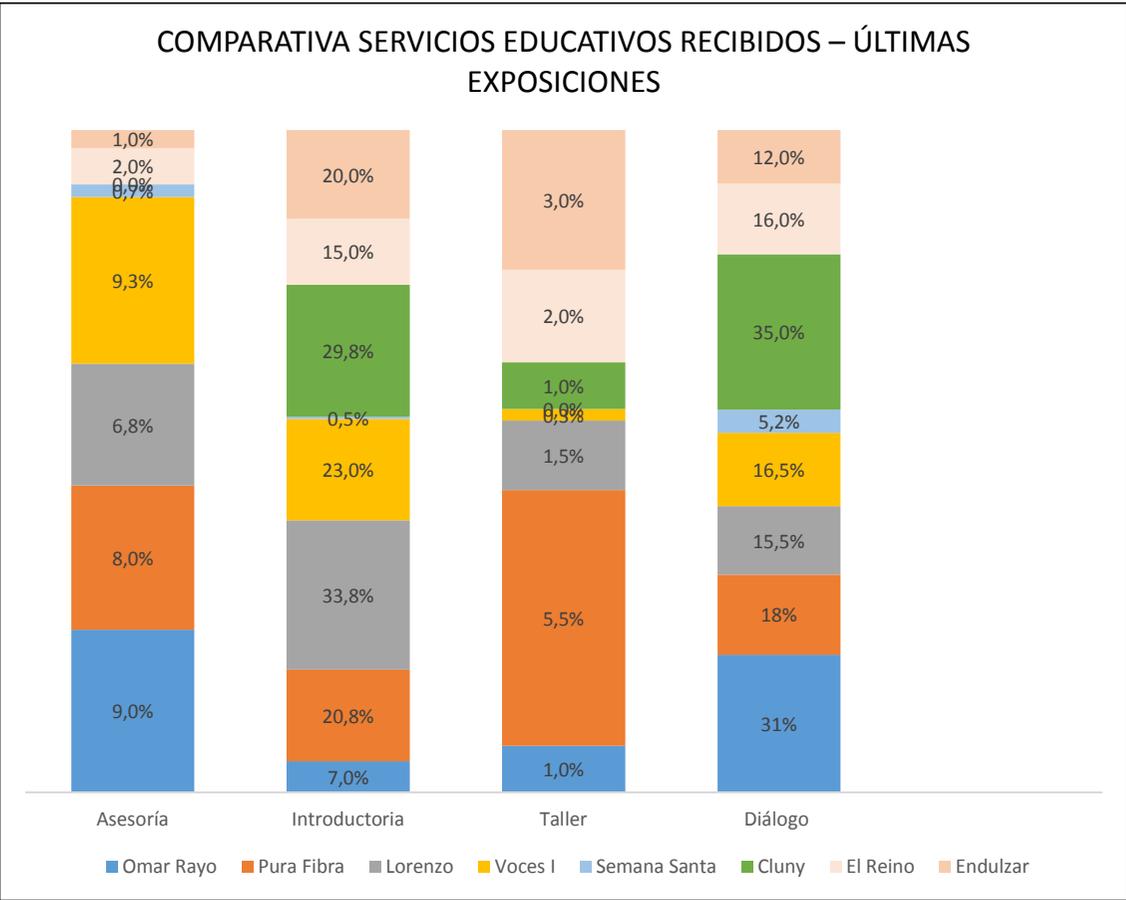


Hábitos y Usos – Comparativa Frecuencia de visita y compañía



Hábitos y Usos – Servicios educativos recibidos

¿RECIBIÓ ALGÚN SERVICIO EDUCATIVO?		¿CUÁL?	
SÍ	36%	Introdutoria	20%
		Diálogo	3%
		Taller	3%
		Asesoría	1%
NO	64%		



Hábitos y Usos – Divulgación

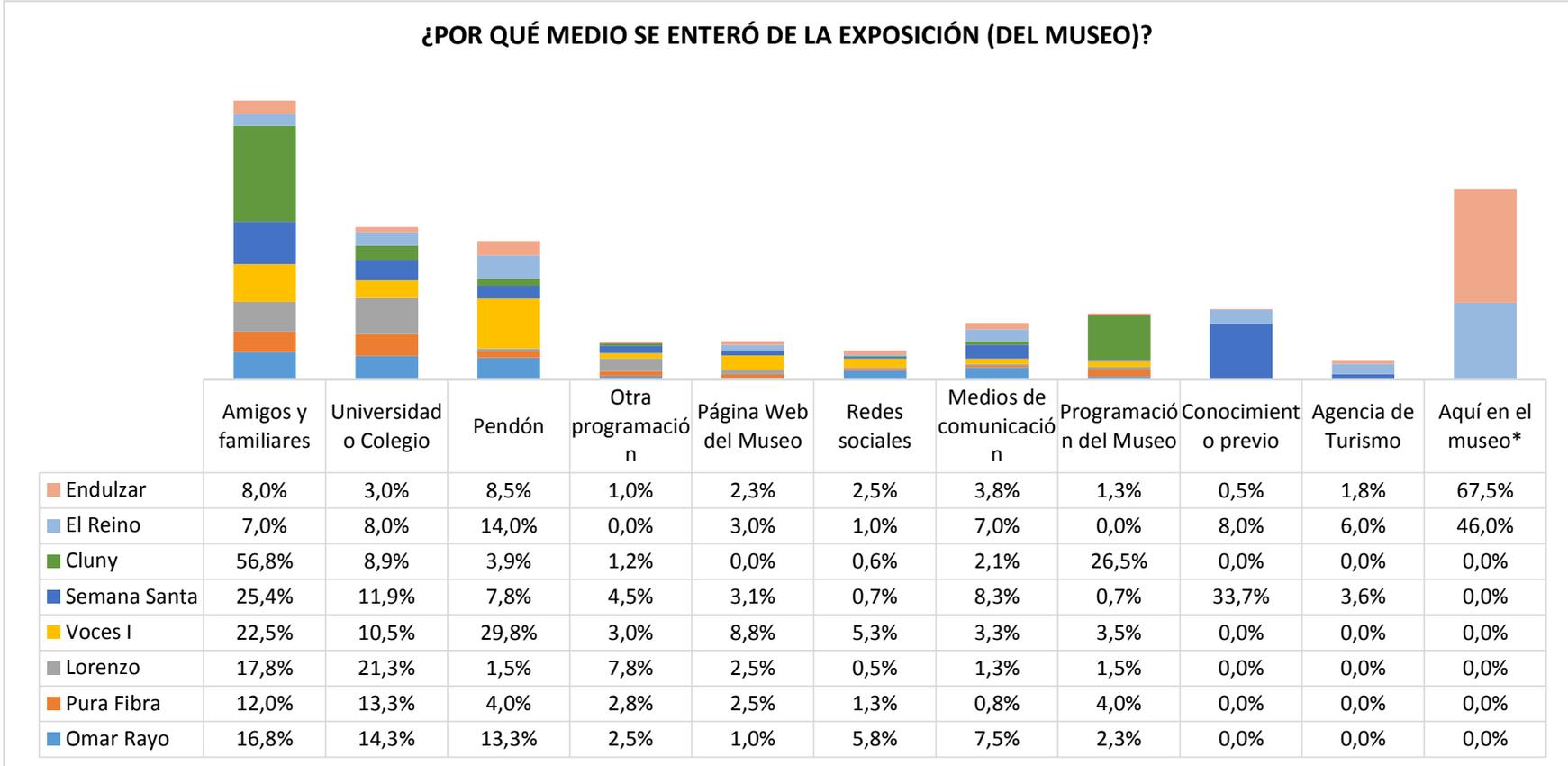


Medio	Primera Visita	Regreso
Agencia de turismo	2,5%	1,02%
Amigos o familiares	6,9%	9,14%
Conocimiento previo	0,5%	0,51%
Programación del Museo	0,5%	2,03%
Pendón de la fachada	3,9%	13,20%
Página web del Museo	2,5%	2,03%
Universidad o colegio	0,5%	5,58%
Otra página web	3,0%	0,51%
Redes sociales	0,5%	4,57%
Otro medio	0,5%	3,55%
AQUÍ EN EL MUSEO	78,8%	55,84%
AAMN		2,03%

1. Cívico, El Tiempo, Facebook, Google, UCMC
 2. Caracol, Colegio Reino Unido, El Espectador, El Tiempo, Facebook, Instagram, Javeriana, La W, Parque de la 93, Maleta Étnica, USTA, Twitter, U. Pedagógica, U. Central.



Hábitos y Usos – Comparativa Divulgación



*Esta opción se incluyó desde el estudio de “El Reino frente al Rey” en 2017



Hábitos y Usos – Recomendar el Museo

¿A Quién Recomendaría venir al Museo?	No de Menciones
Amigos	145
A todas las persona	127
Familiares (Padres, Hermanos, Abuelos, Sobrinos, hijos, pareja)	111
extranjeros/ Turistas	12
Público escolarizado (estudiantes, universitarios, docentes, colegios y universidades)	12
Niños, Adolescentes y Jóvenes	7
No lo Recomendaría	3
Todo el que pregunte	4
colombianos	3
Personas con interés en el museo	5
Otros	4
NS/NR	2
Tota Menciones	435

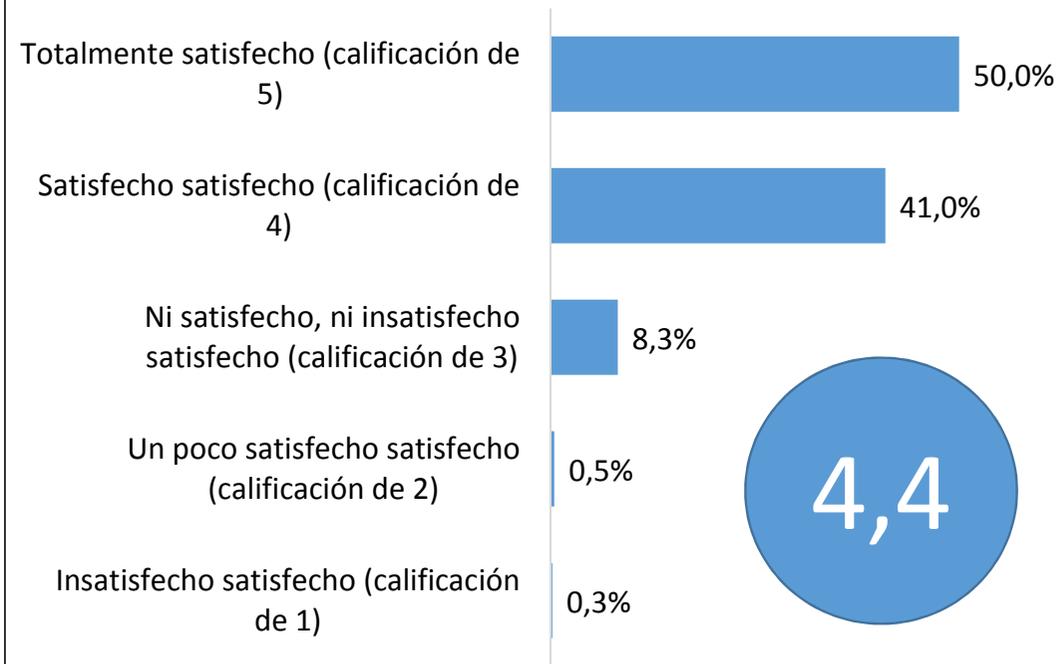


Satisfacción

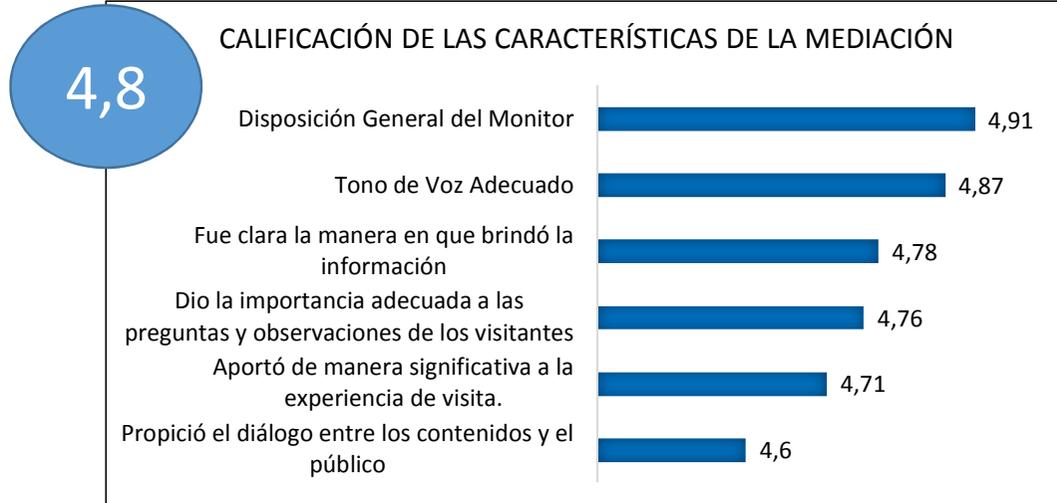


Satisfacción: general y atributos

SATISFACCIÓN GENERAL



CALIFICACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MEDIACIÓN



CALIFICACIÓN CARACTERÍSTICAS SALA TEMPORAL ENDULZAR LA PALABRA



Motivos satisfacción o insatisfacción

Insatisfacción (calificación de 1 a 3)

Aspecto	Menciones	Ejemplos
Curaduría (contenidos que faltan)	5	<p>“Esperaba más profundidad en el contenido”.</p> <p>“No habla información del conflicto en Cauca”</p> <p>“No lo esperaba mostrar más vida de cada uno”</p>
Museografía	8	<p>“Desordenado”</p> <p>“Es confuso recorrido y la temática”</p>
Información en otros idiomas y contexto para extranjeros	12	<p>“Todo en español, nada en inglés”</p> <p>“Es difícil para extranjeros”</p> <p>“Por el idioma uno queda perdido”</p>
Servicios educativos: falta de monitores	10	<p>“No Hay Guías”</p> <p>“Debería haber guías indígenas”</p>
Motivos personales	8	<p>“No entiende mucho de los orígenes”</p> <p>“No hubo nada que le llamara mucho la atención”</p>

Insatisfacción – Satisfacción (calificación de 4 o 5, con comentarios para mejorar)

Aspecto	Menciones	Ejemplos
Curaduría	12	<p>“Es Confuso el recorrido”, “no entiendo mucho sobre los orígenes”, “no habla del conflicto en cauca”, “no hubo nada que le llamara la atención”, “no tiene mucha, información”, “es muy simple”, “tenía otras expectativas”.</p> <p>“Faltaron cosas de la maleta étnica”; “Está polarizado el tema”; “Falta decir de qué regiones se está hablando”; “Información de cultura incompleta;” “Mucha violencia”; “Faltan algunas comunidades;” “La información no es del todo clara”; “A veces la información se repite”; “Falta información”.</p>
Museografía	24	<p>“Esperaba encontrar más material de los pueblos indígenas”; “Falta material audiovisual”; “Hacen falta muestra cultural”; “Faltan más fotografías”; “Falta más interacción”.</p> <p>“Falta luz; “Es pequeña; “Videos sin audio en el panel”; “Está muy saturada”; “Falta de organización”; “El mapa de las líneas no se entendió”; “La ubicación de las tribus está afuera y se pierden dentro del recorrido”; “Falta señalización”; “Le falta innovar; “Más interactivo”</p>
Otros	7	<p>“Ni me gustó ni me disgustó” ,”No fue interesante”.</p>

Motivos satisfacción o insatisfacción

Satisfacción (calificación de 4 o 5)

Aspecto	Menciones	Ejemplos
Curaduría	112	“Lúdico, novedoso, interesante”; “Buena información”; “Tiene sentido histórico”; “La actividad es chévere”; “Muy bien explicada, permite reflexionar”; “la temática y explicación es buena, entendible”; “La información es clara y completa”; “El contenido es bueno, es dinámica”; “La temática conmueve”; “Es bastante pedagógico”; “La investigación es buena, hay diversidad, contenido histórico, muy buena exposición”.
Museografía	40	“La ambientación es buena”; “Contextualiza con los recurso”; “Múltiples estrategias comunicativas”; “Está organizado”; “Los textos gustaron”; “Es interactiva”; “Bien organizado”; “Fácil de leer”; “Ambiente agradable, imágenes ilustrativas”; El montaje permite cercanía al tema”; “Me sorprendió lo que hay en la sala”; “Ayudas audiovisuales buenas”.
Servicios educativos	27	“Recibió apoyo del guía”; “Los guías son amables y saben del tema”; “Los guías explican bien”.
Aspectos Generales	13	[Sobre el museo] “Hay Seguridad, es tranquilo”; “Genera conocimiento”; “Cumplió con mis expectativas”; “Ahora comunica más y es más diverso”; “Vienen por primera vez y les gustó, hay cosas nuevas”.
Otros	120	Todo muy bonito Chévere, es nuestra cultura, cumple las expectativas, le gustó, es bueno

Percepción



Objetivo de la experiencia del visitante

El **objetivo general** de la experiencia que el Museo se propuso para esta exposición, fue:

Dar a conocer los aportes al país en lo relacionado con sanación y construcción de paz de los pueblos nasa del norte del Cauca, barí del Catatumbo, awá de Nariño, Putumayo y Ecuador, wiwa de la Sierra Nevada de Santa Marta y bora, ocaina, muinane y uitoto M+N+K+A de La Chorrera en el Amazonas, mediante la visibilización de sus recientes procesos de memoria histórica.

Y los **objetivos específicos** fueron:

- *Reconocer el proceso de hacer memoria de los pueblos indígenas como una ruta o propuesta de sanación personal y colectiva.*
- *Acercar a los visitantes a las cosmovisiones de los pueblos indígenas que hicieron parte del proyecto.*
- *Propiciar la reflexión sobre el conflicto colombiano a partir de las memorias de los pueblos indígenas que han sido actores del conflicto.*

Objetivo de la experiencia del visitante

La primera pregunta que se diseñó fue

¿Luego de asistir a la exposición, ¿Cuáles serían sus ideas sobre cómo se puede hacer memoria histórica en nuestro país?

Esta se aplicó los primeros dos días. La mayoría de las respuestas fueron "No entiendo la pregunta", y pedían explicación de qué era hacer memoria histórica. Entre las pocas respuestas obtenidas, estaban: "La memoria ya está hecha", "Traer colegios", "Compartir y comentar".

El término "Memoria histórica" no era bien entendido. Además, desde la pregunta se estaba asumiendo que había un entendimiento por parte del visitante de la relación entre la exposición y el aporte que las comunidades están haciendo al proceso de memoria histórica del país. Se planteó entonces hacer preguntas generales, para así acercarnos a aquello que los visitantes percibían como mensaje de la exposición.

Se realizaron entonces las siguientes preguntas:

¿Cuál cree que es el aporte que hacen los pueblos indígenas a Colombia?

¿Me podría nombrar algún pueblo indígena que haya conocido en la exposición?

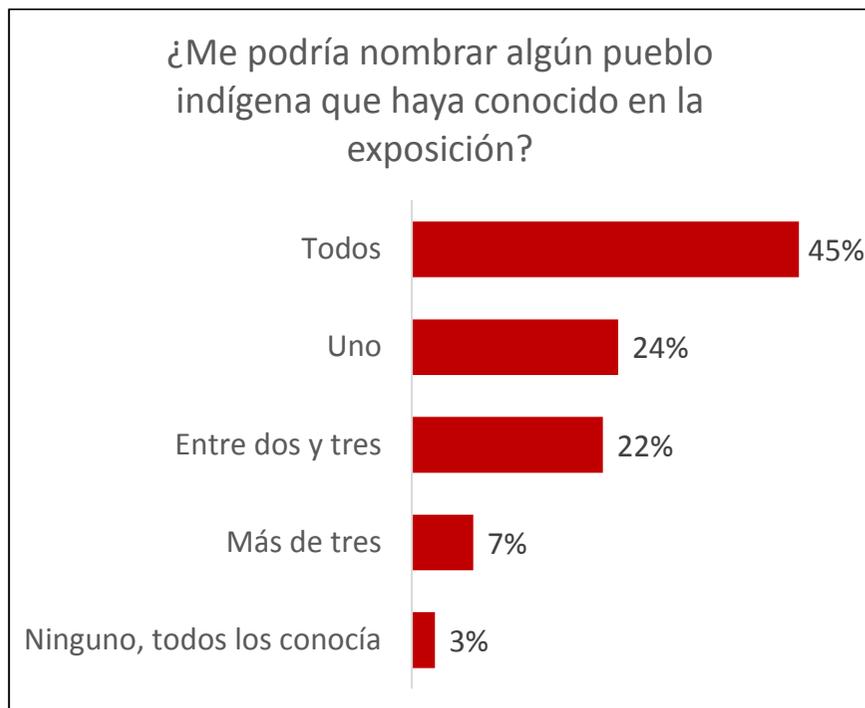
¿Qué cosas nuevas se lleva después de asistir a esta exposición?

También se realizó una pregunta que nos permite acercarnos a la experiencia general del visitante:

¿Algo de su visita hoy no le agradó? Experiencia, contenidos, maneras de exponer.

Objetivo de la experiencia del visitante

¿Me podría nombrar algún pueblo indígena que haya conocido en la exposición?...



El **97%** de los visitantes conocieron algún pueblo indígena en esta exposición. Entre el 24% de los visitantes que conocieron un nuevo pueblo indígena, mencionaron con mayor frecuencia los pueblos **Awá, Wiwa, Nasa y Barí**. Quienes nombran más de 3, mencionan los de La Chorrera, Putumayo o Amazonas. Estos últimos grupos son más difíciles de recordar pues sus nombres tienen pronunciación diferente: ***“Amazonas, no recuerdo el nombre”***.

Algunos visitantes nombraron pueblos que no estaban como los de Barichara, los Waypu, los Ticuna, Los Quimbaya, los Nukak.

La exposición cumple con el objetivo de dar a conocer los pueblos indígenas de Colombia. Aquellos cuyo nombre es más fácil para el español, son los de más alta recordación. La ubicación también fue importante para recordar: Los del Cauca, los de Putumayo, los del Amazonas.

Objetivo de la experiencia del visitante

Temas asociados a los pueblos indígenas (115) 29%
Historia de los pueblos indígenas (60) 15%
Todo fue nuevo, mucho conocimiento (73) 18%
Reflexiones (53) 13%
Comentario general (35) 9%
Otros (26) 6%
Nada, todo lo conocía (21) 5%
Conceptos indígenas (10) 2%
Lugares sagrados (10) 2%

¿Qué cosas nuevas se lleva después de asistir a esta exposición?

Pueblos indígenas

Menciones a pueblos indígenas o lugares geográficos

Lo nuevo fue darse cuenta que había tantos y que "aún existan"

Entender que están en riesgo de extinguirse

Temas de su cultura y su pensamiento

Historias de los pueblos indígenas

Más conocimiento de esta parte de la historia de Colombia o conocer más el conflicto y cómo se han afectado las comunidades indígenas ("masacre de las caucheras")

Los lugares sagrados se nombran en su relación a la interconexión, a su importancia y a la afectación:

Conceptos de los pueblos indígenas, endulzar la palabra fue el más recordado

Reflexiones, se incluyeron experiencias personales como "Dolor" y "Tristeza", así como otras que surgieron luego de la visita

En comentarios generales, varios se enfocan a resaltar lo importante que es abrir espacio para estos temas en el museo:

"Primera vez una exposición de pueblos indígenas, aporte atraes del sufrimiento que han vivido, para construir historia".

"Que el museo proponga estos temas".

"Es un espacio que muestra que el museo les dio la oportunidad de estar y se tuvieron en cuenta los pueblos indígenas".

También se hicieron 3 comentarios relacionados a la exposición:

"Es novedosa la exposición".

"El foro es bonito".

"La canasta y el círculo de la palabra invita al diálogo".

Objetivo de la experiencia del visitante

Respecto a la mención específica de **memoria** y aporte de las comunidades indígenas a la manera de hacer memoria histórica, fueron pocas las menciones (5) pero es interesante resaltarlas:

"Cómo permite sanar la memoria"

"La memoria indígena"

"Los pueblos; la importancia de las mingas; el uso del lenguaje como re significación de la historia, identidad y memoria"

"El nombre de los ríos en memoria de los niños que murieron como una manera de hacerlos recordar"

"Reconstrucción de la memoria, endulzarla palabra a través del dolor; conocimiento del conflicto y la experiencia".

Además, hay reflexiones que van evidenciando cómo estas exposiciones aportan a la memoria histórica del país:

"Importancia de los indígenas en Colombia no sabía por lo que habían pasado";

"Ver el pasado de otra manera, lo de los campos de concentración la tortura el conflicto en Colombia."

Objetivo de la experiencia del visitante

¿Algo de su visita hoy no le agradó? Experiencia, contenidos, obras.

70% Todo me agradó
30% (116 menciones)

Museografía (42)
Servicios de la exposición (30)
Conexión con la exposición (16)
Curaduría (10)
Espacio de la exposición (10)
Varios (7)

Museografía: *fallas técnicas* (4 menciones): "No se oía el último testigo vivo de la casa Arana"; "Relato cauchera no se escucha"; "Video de Iluminar está dañado". Las otras 38 menciones tienen que ver con letra pequeña, baja luz, dibujos que tienen un número sin conexión, mucho texto, poca interactividad, muy plana, difícil la señalización y mucho ruido.

Comentarios:

"Los colores la hacen triste"; "El mapa de los lugares sagrados para los pueblos indígenas"; "Muy saturada"; "El diseño mobiliario".

En el anexo 2 se incluye la totalidad de menciones, para que sea revisada en detalle

En **conexión con la exposición**, se incluyen aspectos que tienen que ver con el desagrado por las temáticas desde aspectos sensibles: "Me produjo tristeza"; "Recordé a los diputados del Valle"; "Mucho sufrimiento reiterado y no se saca lo bueno"; "No le gusta la violencia, pero la exposición la toca".

Varios de los aspectos que los visitantes mencionan de no agrado, hacen ver la importancia que quien pasa por la exposición, les da a los temas allí tratados.

Objetivo de la experiencia del visitante

¿Algo de su visita hoy no le agradó? Experiencia, contenidos, obras.

En **servicios de la exposición** se incluyeron la *“falta de guías”* (13 menciones), la *“falta de información en inglés”* (9 menciones), molestias porque no se empezó a tiempo con la programación (2 menciones) y temas sobre la mediación (6 menciones) en donde se comenta la falta de actividades para niños y la necesidad de tener más compañía en el recorrido. También se menciona algo que puede ser una sugerencia para futuras exposiciones de este corte: “Contar con guías indígenas complementaria la información”.

Curaduría (contenidos)

“Había frases contra las fuerzas militares”

“Falta vincular la exposición con la vida normal de las personas”

“Solo se habla de crímenes de las Farc y el Estado y los paramilitares también tiene que ver”

“Que no tuvieran más cosas de ellos (pueblos indígenas)”

“Presentación de la minga como guerrilla”

Hubo además 10 menciones sobre el **espacio de la exposición**, con relación a que era demasiado pequeño para temas tan importantes:

“Muestra muy pequeña al comparar la población alta de pueblos indígenas de reconocimiento a ellos”

“Muy corta para todo lo que abarca”

“La contribución de los pueblos indígenas es grande para una exposición tan pequeña”

Varios de los aspectos que los visitantes mencionan de no agrado, hacen ver la importancia que quien pasa por la exposición, les da a los temas allí tratados.

Objetivo de la experiencia del visitante

Su cultura (114 menciones) 27%
Aporte relacionado con la **"Madre Naturaleza"**, el medio ambiente y la naturaleza (97 menciones) 23%
Aporte histórico (69 menciones) 17%
Aporte con **reflexiones en torno a manejo de conflicto y reconciliación** (34 menciones) 8%
Aporte con relación a la **memoria** (25 menciones) 6%
Sus **conocimientos y saberes** (20 menciones) 5%
Otros aportes (25 menciones) 6%
Comentarios generales (18 menciones) 4%
Todo (13 menciones) 3%

¿Cuál cree que es el aporte que hacen los pueblos indígenas a Colombia?

La **memoria** como aporte, en la dimensión de tener las historias más completas:

"Ayudan a recordar que no somos los únicos que estamos y que más memoria indígena nos implica a todos"

"Constitución de la memoria"

"Más grupos y memorias silenciadas"

"Memoria histórica"

"Procesos de memoria y el rescate del territorio"

"Reflexión, brindan historia e información para la memoria y nosotros como jóvenes no lo sabemos"

"Toda nuestra memoria histórica"

A curar la memoria, del genocidio, por ejemplo

"Reflexión de todo y al final sanar"

"[...] Memoria histórica, desde donde han estado, han sido testigos de la lucha del país".

"Protección de la memoria"

Sugerencias

Categoría	# de menciones
Museografía	63
Servicios Educativos: Actividades en el Museo, ideas de la mediación, encuestas	30
Servicios del museo: servicios en el edificio y apoyos en inglés (otros idiomas)	17
Personal del museo (monitores y vigilancia)	57
Curaduría	11
Divulgación	38
Comentarios generales	23

"Participación de las personas que contribuyeran en la exposición".

Para la mediación también sugieren que haya *más "Contextualización para extranjeros o quien no sepa la información",* así como *"cosas para niños".*

MUSEOGRAFÍA

"Mejorar el montaje, la exposición temporal es la puerta del museo"

"Algunos cuadros y fotos no tienen ficha técnica"

"Algunos videos importantes al menos con subtítulos (iluminar la Memoria desde lo propio La chorrera)"

"Exposición más dinámica para que la gente interiorice"

"Fotos de pueblos indígenas, más material"

"Faltan fotos que complementen los grupos indígenas"

"Mejor acceso para discapacidad"

"Localización del mapa adentro de la sala"

SERVICIOS EDUCATIVOS

Frente a las actividades de programación, proponen *"Más conversatorios"; "contar cuentos y mímicas de los pueblos indígenas".* También proponen: *"Tener artesanías que las vendan ellos mismos"; "Con los dibujos de los indígenas elaborar una carpeta para la venta al público y los dineros destinarlos a las comunidades indígenas".* Dan ideas concretas de cómo dinamizar la exposición, hacen énfasis en que la mediación también esté a cargo de miembros de los pueblos indígenas: *"Indígenas guías para poder entablar diálogo";*

Sugerencias

DIVULGACIÓN

Se tuvo un número considerable de menciones asociadas con este tema (37 menciones). Puede estar asociado a la importancia que le dieron los visitantes a la exposición y el interés de ver estos temas en medios:

“Mayor divulgación, aprovechar medios para divulgar lo que los pueblos indígenas viven actualmente”

“Informar más de lo que se hace”

“Más difusión actividades del museo que lleguen a más gente popular común y corriente”

“Más publicidad por medios de comunicación”.

Se sugiere al museo que se revise la página web y sus redes sociales: *“Mover más twitter”*; *“La página del museo no es tan amable para buscar contenido”.*

CURADURÍA *“Contextualizar que se desarrolla por el proceso de paz y es importante para la historia”*
“Explicación histórica de Colombia, solo hay trozos sin hilo conductor”

“Faltan muchos pueblos indígenas en diferentes partes del país”

“Más objetos para saber a qué se dedica cada comunidad”

“Más tribus indígenas”

“Más videos, más partes de la cultura de Colombia”

“Mostrar cómo están ellos ahora”

“Mostrar sus tejidos y telares”

“No mostrar tantas cosas malas, hay muchas buenas”

“Poner énfasis sobre la memoria histórica y la importancia de ellos en nuestro país”

“Que haya cosas y pertenencias de ellos”.

SERVICIOS DEL MUSEO

“brindar información de la exposición en inglés”: Entrada gratis- para estudiantes o aumentar los días de entrada libre.

Tener *“Bebederos de agua”* y una *“Mejor logística para la información para las personas”*; *“Bajar los precios de la tienda y que sean productos más asequibles”.*

Contenido



Objetivos



Metodología



Ficha Técnica



Resultados



Conclusiones

Conclusiones

Perfil sociodemográfico

Los visitantes fueron hombres y mujeres (en la misma proporción, en su mayoría con edades entre los 21 y 30 años (52%), solteros (67%), profesionales o con posgrado (53,6%), empleados (38,5%) y estudiantes (28,5%) que viven en Bogotá (68%). El 17% de los asistentes viven en otros lugares de Colombia y el 15% en el exterior.

Hábitos y usos.

Un alto porcentaje de quienes visitaron la exposición (63%), habían venido al museo durante el último año. El 26,8% de quienes ya han venido, manifestaron como motivación ver la exposición *Endulzar la palabra*, mientras que quienes vinieron por primera vez manifestaron en un 2,6% la misma motivación. Este porcentaje permite constatar que las exposiciones temporales son la estrategia de recompra y fidelización para el MNC.

La primera motivación para quienes vienen por primera vez al museo es el de conocer (37,4%) seguido por realizar una actividad de tiempo libre (21,3%); la primera motivación de quienes ya han venido es realizar una actividad de tiempo libre (32%), seguida por la exposición temporal. Esto evidencia que el museo es una alternativa de tiempo libre.

Un 25% de los asistentes vino solo y quienes vinieron acompañados lo hicieron con amigos (39%), familiares 19% y su pareja (16%). Esta exposición ha sido la que menor porcentaje de visitantes vinieron acompañados de sus familiares con relación a las temporadas de los últimos dos años.

En cuanto al medio por el que se enteraron de la exposición, el mayor porcentaje se enteró en el museo (67,5%), seguido por el pendón de la fachada (8,5%) y por familiares y amigos (8%).

Conclusiones

Satisfacción

La calificación promedio es de 4,4 (sobre 5); el 50% de los visitantes calificó con 5 (se siente totalmente satisfechos) y el 41% calificó con 4 (se siente satisfecho).

En la calificación de atributos de la mediación, la disposición del monitor fue el atributo que obtuvo la mayor calificación (4,91 sobre 5), mientras que la característica de propiciar el diálogo es la que tiene menor calificación (4,5 sobre 5), aspecto que se debe seguir trabajando en los procesos de formación de los guías.

Frente a los atributos de la museografía en *Endulzar la Palabra*, los tres aspectos relacionados con la claridad, el propiciar la reflexión y el uso de herramientas museográficas, fueron calificados con 4,5 sobre 5; mientras que la señalización de la sala recibe la más baja calificación (4,3 sobre 5), tema que se menciona en aspectos como los motivos de insatisfacción o los aspectos que no agradaron al visitante.

- **Percepción**

Las preguntas realizadas sobre **Percepción frente a la exposición Endulzar la palabra**, nos permite acercarnos a la experiencia del visitante, qué le genera nivel de recordación, qué no fue de su agrado, cuál es el mensaje que perciben se brinda con las exposiciones.

Las reflexiones que suscita la exposición, tienen que ver con el aporte de estas historias a la memoria del país y a la posibilidad de tener más completa la historia del conflicto.

Al analizar los aportes que los visitantes hacen a partir de su experiencia, se fortalece la idea de que las exposiciones son estrategias efectivas para informar y sensibilizar en los temas que tienen que ver con memoria histórica del país.

Conclusiones

La constante **sugerencia** a la “divulgación” que hacen los visitantes, tiene que ver con la necesidad no tanto de informar la fecha y la hora de la exposición, sino de circular en medios estas temáticas.

Los temas en que profundiza, hacen que se requiera un contexto más amplio; no solo para los extranjeros, sino para los locales que no tienen claro el contexto nacional. La falta de guías o de acompañamiento que se reclama también (en motivos de insatisfacción, sugerencias, no agrado), se relaciona más que con tener más mediadores, con dar más herramientas a los visitantes para abordar la exposición de manera más segura.

Es una exposición que impacta, muchos de los comentarios de *no agrado* tienen que ver con la tristeza o el dolor que generó la visita; es así como recomiendan no solo ahondar en “la violencia”, “lo negativo”, sino en más aspectos.

Recomendaciones

- Esta exposición fue visitada en su mayoría por menores de 35 años residentes de Bogotá; el 97% manifestó que conoció al menos un nuevo pueblo indígena (45% los conoció todos), y se tuvo una gran cantidad de menciones a que el contenido de la exposición fue totalmente nuevo. En conclusión, es un tema nuevo para la población (al menos la de Bogotá).
- Esto supone la necesidad de dar muchas más herramientas de contexto a quien explora exposiciones con estas temáticas. Esto además supone una divulgación que vaya más allá de una estrategia comunicativa concreta como lo es la exposición; alguien mencionaba “hay información que no se encuentra en Internet”, que es un llamado de atención a trascender en medios y en lenguajes la difusión de estos procesos y de estos temas.
- Un mayor contexto y mayor cantidad de herramientas, es también necesario para la población extranjera. Así que se debe pensar en tener material de contexto y ubicación en otro idioma (al menos en inglés).
- Es importante que se revisen los aportes de visitantes (a través de insatisfacción, no agrado o sugerencias) en temas como la museografía, la curaduría y la mediación, para abordar de manera fortalecida otras exposiciones con estos temas en el futuro.
- Es de resaltar que hubo comentarios relacionados con celebrar que en el museo se realicen este tipo de exposiciones, actuales, polémicas, con temas que conmueven y que deben estar presentes.