

DE LAS

IDEAS

A LA

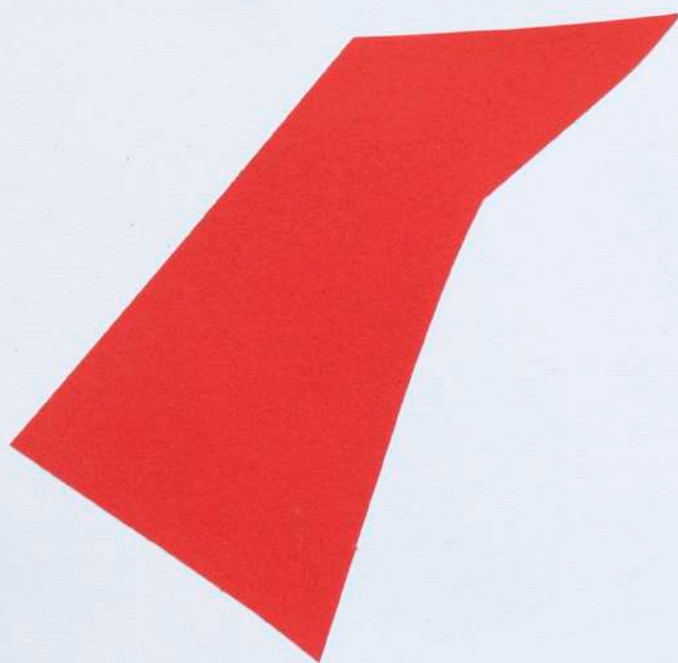
PRÁCTICA

UN ITINERARIO PARA CREAR EXPOSICIONES

LAS RAÍCES DE UNA EXHIBICIÓN

SUBDIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS
MINISTERIO DE LAS CULTURAS,
LAS ARTES Y EL PATRIMONIO

índice



¿QUIÉNES SOMOS?

PRESENTACIÓN

LAS DIMENSIONES DE UN RELATO

• ME ENCANTA EL MUSEO!

DE LAS IDEAS A LA PRÁCTICA: UN ITINERARIO

DIAGNÓSTICO Y LEVANTAMIENTO de TEMAS

- CON LOS PIES EN LA TIERRA
- LLUVIA de IDEAS
- "PREGUNTANDO SE LLEGA A ROMA"
- MOSTRAR MÁS, DECIR MENOS

ESTRATEGIA INTERPRETATIVA:

LA CARTA DE NAVEGACIÓN

• ANTECEDENTES

• MENSAJES CENTRALES

• MANIFIESTO

• VISITANTES

• OBJETIVOS

• RECURSOS

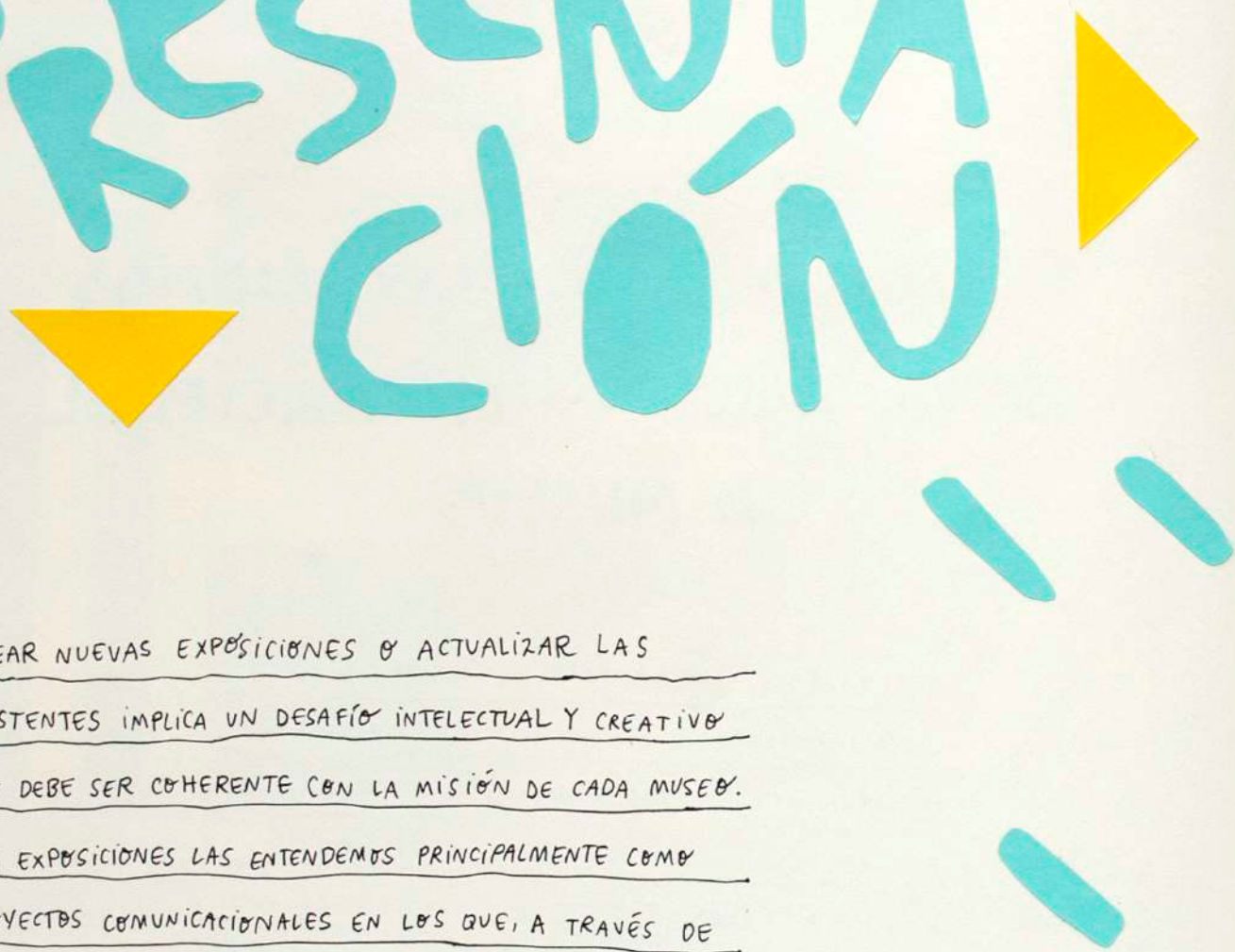
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

SOMOS

EL ÁREA de EXHIBICIONES de la SUBDIRECCIÓN NACIONAL de MUSEOS

TRABAJAMOS EN LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN
DE EXPOSICIONES, BUSCANDO QUE SEAN RELEVANTES,
INTERESANTES, ENTRETENIDAS Y QUE TENGAN UN
ROL SOCIAL DENTRO DE SUS COMUNIDADES.
NUESTRA LABOR ES CON Y PARA LOS MUSEOS
QUE FORMAN PARTE DEL SERVICIO NACIONAL del
PATRIMONIO CULTURAL. ADemás COLABORAMOS CON
OTRAS INSTITUCIONES A LO LARGO DE
NUESTRO TERRITORIO.

PRESENTACIÓN



CREAR NUEVAS EXPOSICIONES O ACTUALIZAR LAS
EXISTENTES IMPLICA UN DESAFÍO INTELLECTUAL Y CREATIVO
QUE DEBE SER COHERENTE CON LA MISIÓN DE CADA MUSEO.
LAS EXPOSICIONES LAS ENTENDEMOS PRINCIPALMENTE COMO
PROYECTOS COMUNICACIONALES EN LOS QUE, A TRAVÉS DE
MÚLTIPLES COMPONENTES, SE PONEN A DISPOSICIÓN DE LAS
PERSONAS CIERTOS CONTENIDOS.

CADA PROPUESTA MUSEOGRÁFICA, ÚNICA Y PARTICULAR, SE
CONSTRUYE EN UN ESPACIO Y UN TIEMPO DEFINIDO, CON
COLECCIONES PARTICULARES, Y OCUPA COMO CANALES DE COMUNICACIÓN
DOCUMENTOS, TEXTOS, GRÁFICAS, INTERACTIVOS Y AUDIOVISUALES,
ENTRE OTROS ELEMENTOS.

EL ÁREA de EXHIBICIONES de la
SUBDIRECCIÓN NACIONAL de MUSEOS, en
el MARCO del PLAN de MEJORAMIENTO
Integral de MUSEOS, VIENE IMPLEMENTANDO
HACE MÁS de DOS DÉCADAS PROYECTOS
EXPOSITIVOS en las INSTITUCIONES
DEPENDIENTES DEL ACTUAL SERVICIO
NACIONAL del PATRIMONIO CULTURAL, a
lo LARGO del PAÍS. DURANTE ESTOS AÑOS,
y a TRAVÉS de MÚLTIPLES Y DIVERSAS
INTERVENCIONES, SE HA ACUMULADO
UNA EXPERIENCIA QUE NOS HA PERMITIDO
GENERAR UNA PROPUESTA METODOLÓGICA
DE TRABAJO PARA ASUMIR ESTE TIPO
DE INICIATIVAS.

POR lo ANTERIOR Y CON el OBJETIVO
de COMPARTIR Y TRANSMITIR de
MANERA CLARA Y ACCESIBLE ESTA
EXPERIENCIA PRÁCTICA, BASADA
FUNDAMENTALMENTE en el HACER Y
ALEJADA de CUALQUIER PRETENSIÓN
ACADÉMICA, ES QUE HEMOS DEFINIDO
DAR FORMA a UN MANUAL. ESTE SE HA
CONCEBIDO COMO UNA SERIE QUE COMIENZA
CON ESTE PRIMER CUADERNILLO, ENFOCADO
en el PENSAMIENTO QUE DA ORIGEN a
UNA EXPOSICIÓN Y al DESARROLLO de SU
ARGUMENTO. LOS SIGUIENTES NÚMEROS
ESTARÁN ENFOCADOS en el GUIÓN
MUSEOGRÁFICO, la ETAPA de EJECUCIÓN
de la EXPOSICIÓN y su EVALUACIÓN.
ESPERAMOS QUE ESTA INFORMACIÓN SEA de
UTILIDAD PARA QUIEN QUIERA EMPRENDER
ESTE EMOCIONANTE DESAFÍO QUE IMPLICA
REALIZAR UNA EXHIBICIÓN.

ALAN TRAMPE TORREJÓN

SUBDIRECTOR NACIONAL de MUSEOS
SERVICIO NACIONAL del PATRIMONIO CULTURAL

las

DIMEN- SIONES

de un

RELATO

LAS EXHIBICIONES SON, ESENCIALMENTE, ESPACIOS DE COMUNICACIÓN: LOS OBJETOS,
LOS TEXTOS, LAS IMÁGENES, LAS ESCENOGRAFÍAS E INCLUSO LAS AUSENCIAS M
OMISIONES ENTREGAN INFORMACIÓN a las y los VISITANTES, QUIENES ESTABLECEN
RELACIONES Y CREAN SIGNIFICADOS a PARTIR de SUS PROPIAS HISTORIAS.

¡ME ENCANTA el MUSEO!

NUESTRO DECA'LOGO DE UNA BUENA EXHIBICIÓN

ESTE CUADERNILLO BUSCA COLABORAR CON MUSEOS, PERSONAS O COMUNIDADES EN
EL DISEÑO DE EXPOSICIONES QUE TRANSMITAN MENSAJES, AYUDANDO A DEFINIR SUS TEMAS,
OBJETIVOS Y RECURSOS, LOS QUE INSPIRARÁN EL TRABAJO DE TODOS LOS EQUIPOS INVOLUCRADOS.

DE
SÁGACIA
CÁ
LO
GO

ESTE CUADERNILLO BUSCA COLABORAR CON MUSEOS, PERSONAS & COMUNIDADES EN

EL DISEÑO DE EXPOSICIONES QUE TRANSMITAN MENSAJES, AYUDANDO A DEFINIR SUS TEMAS,

OBJETIVOS Y RECURSOS, LOS QUE INSPIRARÁN EL TRABAJO DE TODOS LOS EQUIPOS INVOLUCRADOS.

SIGNIFICATIVA

SIMPLE

CONCISA

CRÍTICA

ENTRETENIDA

EMPÁTICA

ACTUALIZADA

EFICAZ

ACCESIBLE

de las
I D E A S

a la
PRÁCTICA

UN ITINERARIO

ESTE CUADERNILLO ESTÁ DEDICADO a las DOS

PRIMERAS ETAPAS, QUE CORRESPONDEN al

PENSAMIENTO DETRÁS de las EXHIBICIONES.



1. DIAGNÓSTICO Y LEVANTAMIENTO de TEMAS



2. ESTRATEGIA INTERPRETATIVA: la CARTA de NAVEGACIÓN

3. INVESTIGACIÓN

4. GUION

5. DISEÑO MUSEOGRÁFICO

6. CONSTRUCCIÓN Y ELABORACIÓN

7. MONTAJE

8. INAUGURACIÓN

9. EVALUACIÓN

10. AJUSTES



CON LOS PIES EN LA TIERRA

NO SE PUEDE IGNORAR el ENTORNO. LO QUE EXHIBAS ESTARÁ
INSERTO EN UN LUGAR CONCRETO, EN UN MOMENTO ESPECÍFICO Y
MÁS IMPORTANTE AÚN: PARA Y EN UNA COMUNIDAD DETERMINADA.
ES ESENCIAL INVESTIGAR, CONVERSAR, ENTENDER SUS NECESIDADES e
INTERESES Y la RELACIÓN QUE TIENEN CON los TEMAS QUE QUIERES ABORDAR.

DIAGNÓSTICO

LEVANTAMIENTO de TEMAS

En esta primera etapa se busca identificar la situación o los temas que quieres abordar, los problemas, las condiciones o preocupaciones, y se esbozan ideas de solución y acción.

ALGUNAS PREGUNTAS QUE PUEDEN

GUIAR TU DIAGNÓSTICO

¿CUÁL ES la MISIÓN del MUSEO o la INSTITUCIÓN?

¿QUÉ RELACIÓN TIENE CON SU ENTORNO?

¿QUÉ MOMENTO ESTÁ VIVIENDO LA COMUNIDAD, REGIÓN o PAÍS?

¿QUEREMOS CONSOLIDAR al PÚBLICO EXISTENTE y/o ATRAER a NUEVAS VISITAS?

¿CUÁLES SON MIS CAPACIDADES Y RECURSOS? ¿PARA QUÉ NECESITO AYUDA?

Lluvia de ideas

IDENTIFICA POSIBLES TEMAS.

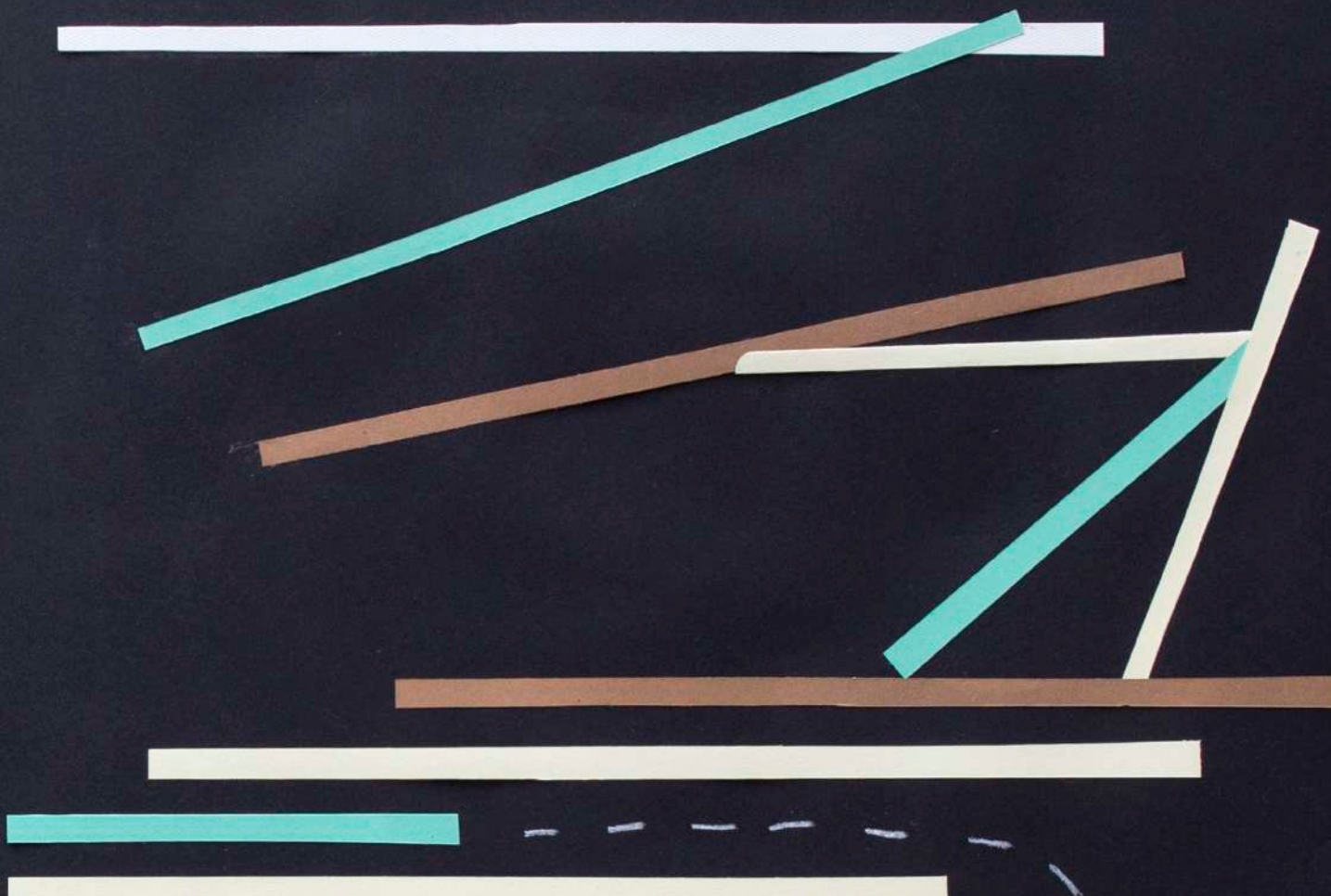
NO ES NECESARIO INVESTIGAR AL DETALLE...

...EN ESTA ETAPA, PERO SÍ TENER UNA LISTA...

...PRELIMINAR PARA ASOCIAR CON LAS
COLECCIONES Y OTROS RECURSOS.

Piensa en distintos tipos
de visitantes y reflexiona:
¿Por qué le puede interesar
este tema?
¿Por qué le
debería interesar?

¡ESCRIBE Y DIBUJA!... QUE EL PROCESO NO SEA SOLO
MENTAL. LOS DIAGRAMAS, ESQUEMAS, LISTADOS O
BOCETOS TE PUEDEN AYUDAR A ORDENAR LAS IDEAS,
ENCONTRAR HILOS CONDUCTORES Y PROPONER AGRUPACIONES.



"PREGUNTANDO
SE
LLEGA
A
ROMA"



NO BASTA CON INVESTIGAR EN LIBROS
E INTERNET. PARA IDENTIFICAR Y ABORDAR
NUEVOS TEMAS ES BÁSICO ACERCARSE A
LAS PERSONAS EXPERTAS. ADEMÁS DE TRANSMITIR
SU PASIÓN, NOS AYUDAN A ACTUALIZAR
LOS ENFOQUES Y LAS PROBLEMÁTICAS.
TAMBIÉN ASÍ SE INVOLUCRA A DISTINTOS
ACTORES Y SE AMPLÍA LA COMUNIDAD
EN TORNO AL MUSEO.

MOSTRAR
MA'S
DECIR
MENOS



¿CON QUÉ RECURSOS PUEDES
CONTAR Y APOYAR TU RELATO?
SI CUENTAS CON COLECCIONES,
ES IMPORTANTE REVISAR SI ESTÁN
DOCUMENTADAS Y CUÁL ES SU
ESTADO DE CONSERVACIÓN. SI NO
TIENES OBJETOS PATRIMONIALES,
IDENTIFICA FOTOS, VIDEOS U OTROS
RECURSOS RELACIONADOS
CON LOS TEMAS.

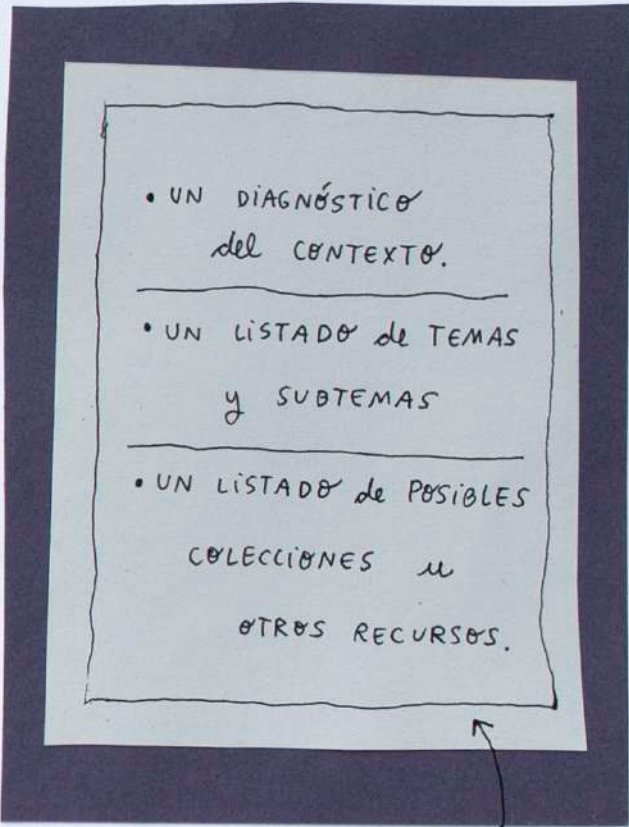
PARA UNA PRIMERA
APROXIMACIÓN A LAS
COLECCIONES, PIENSA:

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

¿POR QUÉ LO QUIERES MOSTRAR?

¿POR QUÉ ESTO PODRÍA INTERESAR A OTROS?

LUEGO PUEDES ESTABLECER
CATEGORÍAS Y CLASIFICAR
CADA OBJETO POR MATERIALIDAD,
ÉPOCA, USO Y ESTADO DE
CONSERVACIÓN, ENTRE OTRAS.

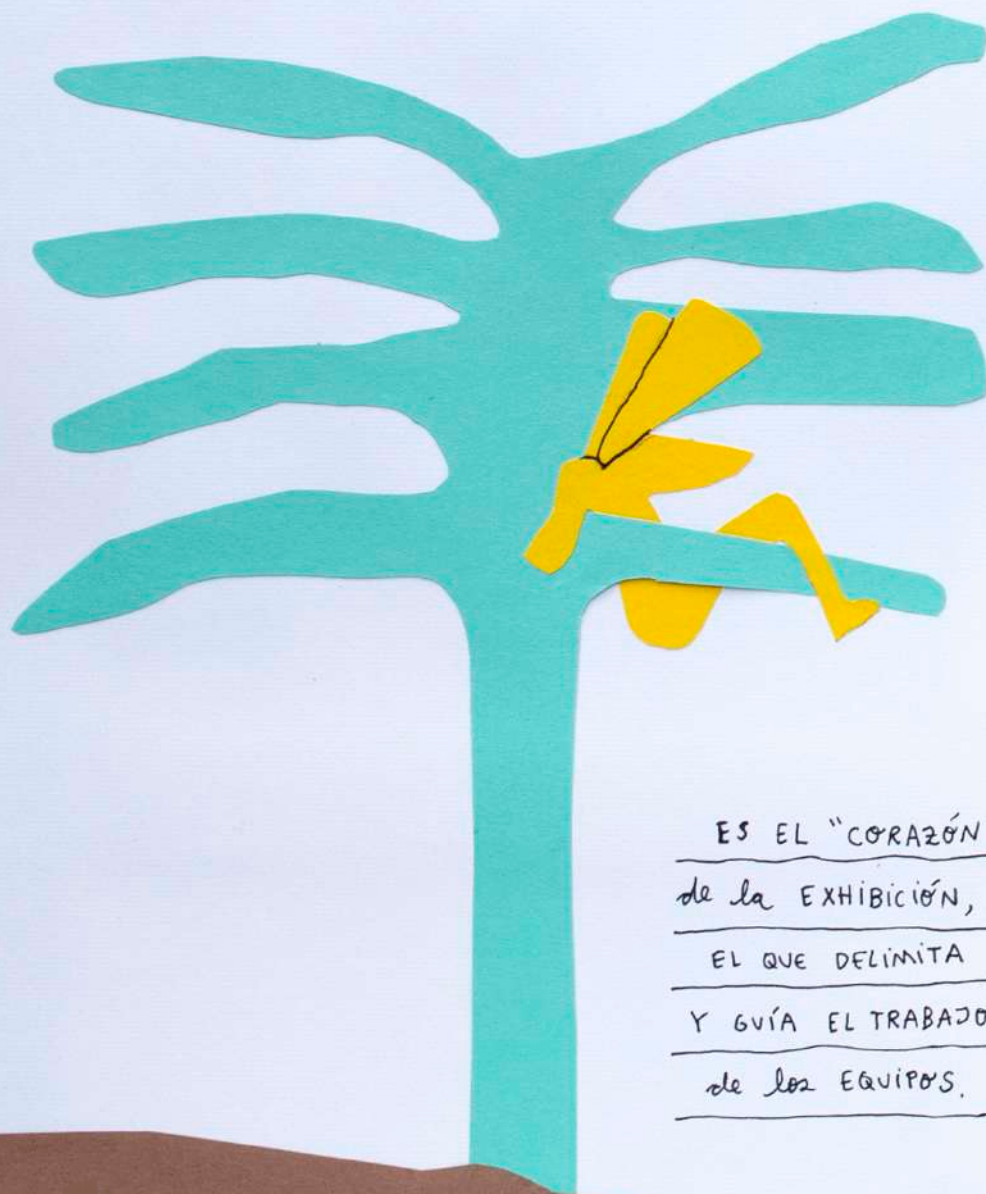
- 
- UN DIAGNÓSTICO del CONTEXTO.
 - UN LISTADO de TEMAS y SUBTEMAS
 - UN LISTADO de POSIBLES COLECCIONES u OTROS RECURSOS.

Al finalizar esta primera etapa de trabajo deberías tener



La carta de navegación

ESTRATEGIA INTERPRETATIVA



ES EL "CORAZÓN"
de la EXHIBICIÓN,
EL QUE DELIMITA
Y GUÍA EL TRABAJO
de los EQUIPOS.

A MEDIDA QUE AVANZAS
EN EL DIAGNÓSTICO Y
LEVANTAMIENTO TEMÁTICO, TU
EXHIBICIÓN IRÁ TOMANDO FORMA
Y LA ESTRATEGIA INTERPRETATIVA
TE AYUDARÁ A ORDENAR TUS
IDEAS. ES UN DOCUMENTO QUE
TOMA LA INFORMACIÓN
RECOPILADA Y SOBRE ESA
BASE DEFINE LOS LINEAMIENTOS
PARA EL DESARROLLO DEL GUION Y
EL DISEÑO DE LA MUESTRA.





ESTE ES EL MOMENTO DE PROCESAR LOS CONTENIDOS
Y ES CLAVE TOMARSE EL TIEMPO NECESARIO YA QUE SE
ESTA TRABAJANDO EN EL PILAR DE LA EXHIBICIÓN.
DESARROLLAR BIEN Y EN DETALLE ESTE DOCUMENTO
HARÁ MÁS EFICIENTES Y EFECTIVAS LAS SIGUIENTES ETAPAS.



ANTE CUALQUIER DUDA, vuelve a la

estrategia interpretativa. Si en el camino surgen preguntas y nuevas ideas, este documento te ayudará a ver cuán pertinentes son o si colaboran en la comunicación de los mensajes definidos.



Toda esta escrito en piedra.

ARMAR UNA EXPOSICIÓN ES UN PROCESO COMPLEJO, CON AVANCES Y
RETRÓCESOS QUE REQUIEREN DE FLEXIBILIDAD POR PARTE DE
TODOS LOS EQUIPOS. LA ESTRATEGIA ES LA HOJA DE RUTA, PERO
PUEDE TENER AJUSTES EN EL CAMINO, LOS QUE HAY QUE CORREGIR

EN EL DOCUMENTO.

ÍNDICE de la ESTRATEGIA INTERPRETATIVA



1.
ANTECEDENTES

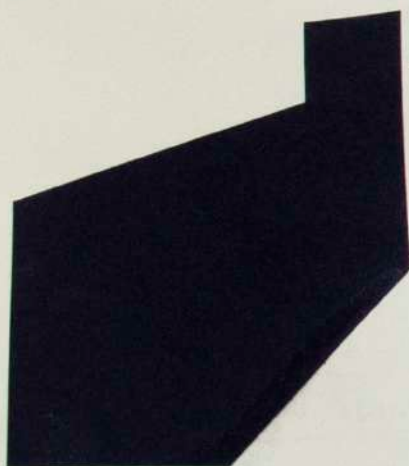
2.
MANIFIESTO

3.
OBJETIVOS

4.
PREGUNTAS
Y MENSAJES
CENTRALES

5.
VISITANTES

6.
RECURSOS /
CÓMO SE CONTARÁ
EL RELATO



PARA EMPEZAR
A ATERRIJAR LAS IDEAS,
PIENSA:

¿QUÉ QUIERES CONTAR?

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE CONTARLO?

¿PARA QUÉ CONTARLO?

¿A QUIÉN QUIERES LLEGAR?

¿CÓMO QUIERES CONTARLO?

ANTE CEDE NTES

ES EL CONTEXTO BAJO EL CUAL
SE CREA UNA EXHIBICIÓN, QUE
LLEVÓ A PROPONER SUS OBJETIVOS
Y CONTENIDOS. CONSIDERA LOS
ELEMENTOS QUE INFLUYEN,
CONTRIBUYEN O JUSTIFICAN SU
CREACIÓN, AQUELLOS QUE IDENTIFICASTE
EN EL TRABAJO de DIAGNÓSTICO.

MANIFIESTO

¿DE QUÉ SE TRATA LA EXHIBICIÓN?

ES EL PUNTO CLAVE DEL DOCUMENTO, EN EL CUAL SE DESCRIBEN EN
POCAS PALABRAS LOS CONTENIDOS Y LA MANERA EN QUE SE PRESENTARÁN

En el cine a esta pequeña descripción se le conoce como
sinopsis. Piensa en una película que conozcas bien y
describela en pocas palabras. Trata de hacer el mismo
ejercicio con tu idea de exhibición.

UN ESBOZO: una aproximación al pasado, no cerrada y que puede continuar abierta.

LLEGAR a ESTA DESCRIPCIÓN PUEDE SER MÁS DIFÍCIL de lo QUE PARECE. CONVERSA EN EQUIPO: ¿CON QUÉ IDEA QUIEREN QUE SE QUEDEN LOS VISITANTES? ¿CÓMO DESCRIBIRÍAN LA EXHIBICIÓN A LA PRENSA?

ESCRIBE CUATRO O CINCO CONCEPTOS CLAVE Y EMPIEZA A PRÓBAR DIFERENTES REDACCIONES.

OBJETOS Y CONTEXTO:

tal como trabaja la arqueología.

EJEMPLO:

"UN ESBOZO, A PARTIR de los OBJETOS Y SU CONTEXTO, de las MÚLTIPLES FORMAS en que LOS GRUPOS HUMANOS HAN HABITADO la REGIÓN de COQUIMBO a lo LARGO de la HISTORIA PREHISPÁNICA, FAVORECIENDO la CONEXIÓN de este PASADO con NUESTRO PRESENTE"

• MUSEO ARQUEOLÓGICO de LA SERENA •

REGIÓN de COQUIMBO:

establece el territorio.

HISTORIA PREHISPÁNICA:

establece límites temporales.

MÚLTIPLES FORMAS:

existieron y convivieron distintos modos de vida.

PASADO CON NUESTRO PRESENTE:

hace vínculos entre ayer y hoy.

"UN RECORRIDO ESPACIAL Y TEMPORAL POR LA REGIÓN de
AYSÉN, DONDE EL TERRITORIO Y LA ÉPICA de POBLAR y
HABITAR HAN CONFIGURADO UN PAISAJE PARTICULAR
Y ÚNICO." (MUSEO REGIONAL de AYSÉN).

"UN VIAJE NATURALISTA
POR LA REGIÓN de VALPARAÍSO,
DESDE las PROFUNDIDADES del OCEANO
PACÍFICO HASTA las MÁS ALTAS
CUMBRES de la CORDILLERA de
los ANDES." (MUSEO de HISTORIA
NATURAL de VALPARAÍSO).

"UN RELATO
de la VIDA
y el LEGADO
URBANO en
SANTIAGO de
BENJAMÍN VICUÑA
MACKENNA".
(MUSEO BENJAMÍN
VICUÑA MACKENNA).

EJEMPLOS:

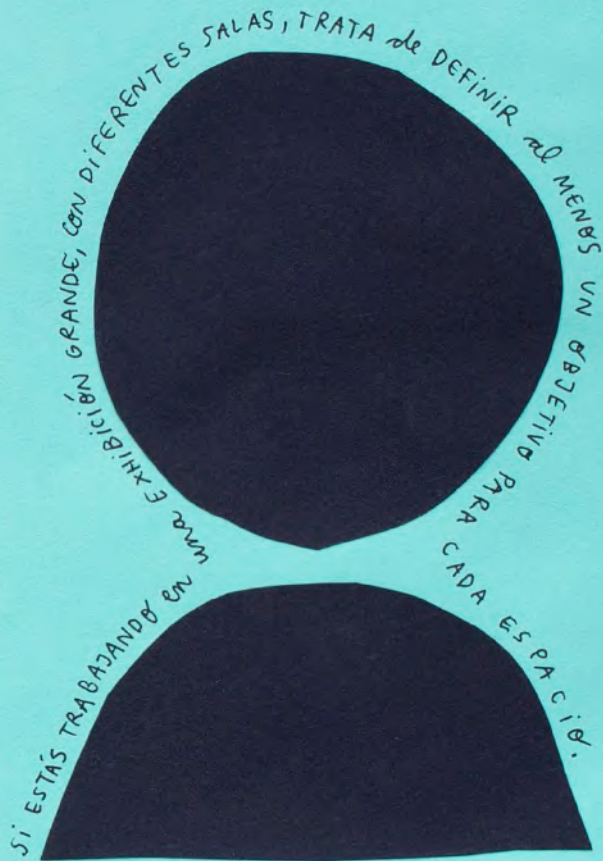
OBJETIVOS

¿PARA QUÉ HACER la EXHIBICIÓN?

ESTE PUNTO PRESENTA LO QUE SE QUIERE LOGRAR EN Y CON la EXHIBICIÓN. PUEDEN SER METAS A CORTO PLAZO, QUE SERÁN LOS OBJETIVOS, O A LARGO PLAZO, A LAS QUE LLAMAREMOS FINALIDAD.



PARA LOS OBJETIVOS PIENSA EN METAS CONCRETAS,
LO QUE ESPERAS LOGRAR CON TU EQUIPO EN LA
EXHIBICIÓN. POR EJEMPLO: dar cuenta de la
Región de Atacama como un territorio excepcional
de riquezas patrimoniales, culturales y de un
alto interés científico.



PARA la FINALIDAD PIENSA en GRANDE

¿QUÉ HUELLA ESPERAS DEJAR con TU EXHIBICIÓN?

¿QUÉ VALORES QUIERES TRANSMITIR?

Algunos ejemplos: contribuir al fortalecimiento de la identidad,
reflexionar respecto a la equidad de género, valorar a los
pueblos originarios, fortalecer la educación cívica entre la juventud,
reflexionar en torno a la migración.

SON LOS CONTENIDOS CLAVES de la EXHIBICIÓN,

LO QUE TODA PERSONA DEBERÍA INCORPORAR.

SI AL FINALIZAR LA VISITA LE PREGUNTAS A

LAS PERSONAS QUE APRENDIERON, DEBERÍAN NOMBRAR

ALGUNOS de LOS MENSAJES QUE TE PROPUSISTE TRANSMITIR.

MENSAJES CENTRALES:

*¿Qué se
quiere contar?*

Definir estos mensajes te ayudará a diseñar
las herramientas de evaluación de tu exhibición.

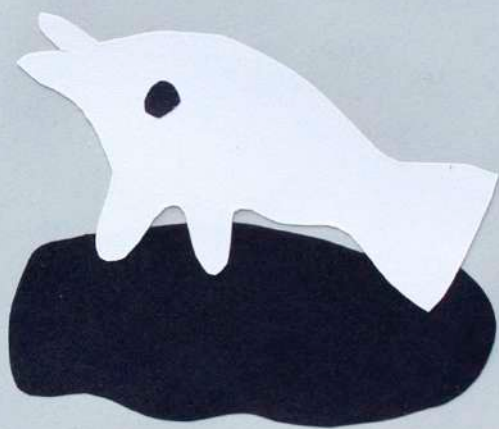
Si los visitantes no son capaces de identificar
estos temas, es posible que haya un problema
en la muestra y que requiera ajustes.

DETERMINA DOS A CUATRO MENSAJES CENTRALES. PARA GRANDES EXPOSICIONES, PUEDES ESTABLECER UNO PARA CADA SALA.

VISITANTES

¿ A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDA LA EXHIBICIÓN ?

ES CLAVE DEFINIR A QUIÉN SE ESPERA LLEGAR CON LOS MENSAJES CENTRALES.
ESTO DETERMINARÁ NO SOLO EL TIPO DE LENGUAJE A USAR, SINO QUE
TAMBIÉN EL DISEÑO MUSEOGRÁFICO Y USO DE RECURSOS.



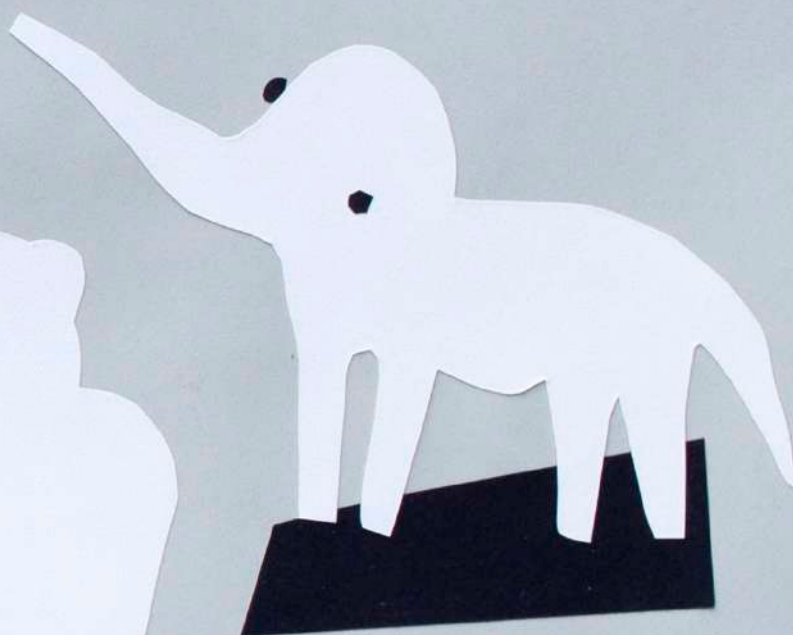
PÚBLICO PRIMARIO

Son los y las visitantes principales, que definen el tipo de lenguaje de los textos, los recursos, los interactivos, la cantidad de contenidos, la altura de los dispositivos, entre otros.



PÚBLICO SECUNDARIO

Dentro de la muestra siempre hay espacios, mensajes o recursos dirigidos especialmente a este grupo.



PÚBLICO Terciario

Se presentan algunos recursos dentro de la exhibición dirigidos a estos visitantes.

← PUEDES USAR ESTAS CATEGORÍAS

EVITA EL CONCEPTO

"PÚBLICO GENERAL" E INTENTA
DEFINIR CON PRECISIÓN A QUIÉN
ESTARÁ DIRIGIDA LA MUESTRA.

NO ES LO MISMO HACER UNA EXHIBICIÓN
PARA ESTUDIANTES SECUNDARIOS, QUE PARA
FAMILIAS O PARA TURISTAS.



¿QUIÉNES NOS VISITAN?

¿QUIÉNES QUEREMOS QUE NOS VISITEN?

SI LA MUESTRA SE VA A MONTAR EN
UN MUSEO O CENTRO CULTURAL, REVISAR
SUS ESTUDIOS DE AUDIENCIA PARA
CONOCER AL PÚBLICO

EXISTENTE Y AL POTENCIAL.



RECURSOS

¿CÓMO CONTAR EL RELATO?

EN ESTE PUNTO DEL DOCUMENTO SE PRESENTA EL ENFOQUE QUE SE DARÁ A LOS CONTENIDOS Y CÓMO VAN A ESTAR DISPUESTOS EN EL ESPACIO. TAMBIÉN SE DA CUENTA DE LA VOZ QUE SE USARÁ, LAS COLECCIONES QUE FORMARÁN EL RELATO, LA ATMÓSFERA QUE SE QUIERE REPRESENTAR Y LAS SENSACIONES QUE SE BUSCA TRANSMITIR A QUIENES LA VISITEN, ENTRE OTROS.

COLECCIONES:

Las grandes protagonistas

A MEDIDA QUE EL PROYECTO TOMA FORMA, ES NECESARIO

VOLVER A MIRAR LOS OBJETOS Y HACER UNA CLASIFICACIÓN

MÁS PRECISA DE SU DISTRIBUCIÓN Y USO DENTRO DE LA

EXHIBICIÓN. ES MOMENTO TAMBIÉN DE PROGRAMAR POSIBLES RESTAURACIONES Y

CONSERVACIONES PREVENTIVAS.

Fotografías, audiovisuales, relatos orales, escenografías o maquetas: todos estos elementos te pueden ayudar a contar el relato o transmitir ciertos mensajes.

Este punto del documento es clave para guiar la labor de las diferentes especialidades, entregando conceptos o información que pueden inspirar su trabajo.



BIBLIOGRAFÍA

ALISON GREY, TIM GARDEN Y CATHERINE BOOTH, 2006.

Saying it Differently. A handbook for museums refreshing their display.
LONDON: LONDON MUSEUMS HUB.

DANIEL CASTRO BENÍTEZ Y CAMILO ANDRÉS SÁNCHEZ ARANGO, 2014.

Buenas prácticas en la planeación, diseño y comunicación museográfica.
BOGOTÁ: MINISTERIO DE CULTURA.

CHORA CREATIVE, 2014.

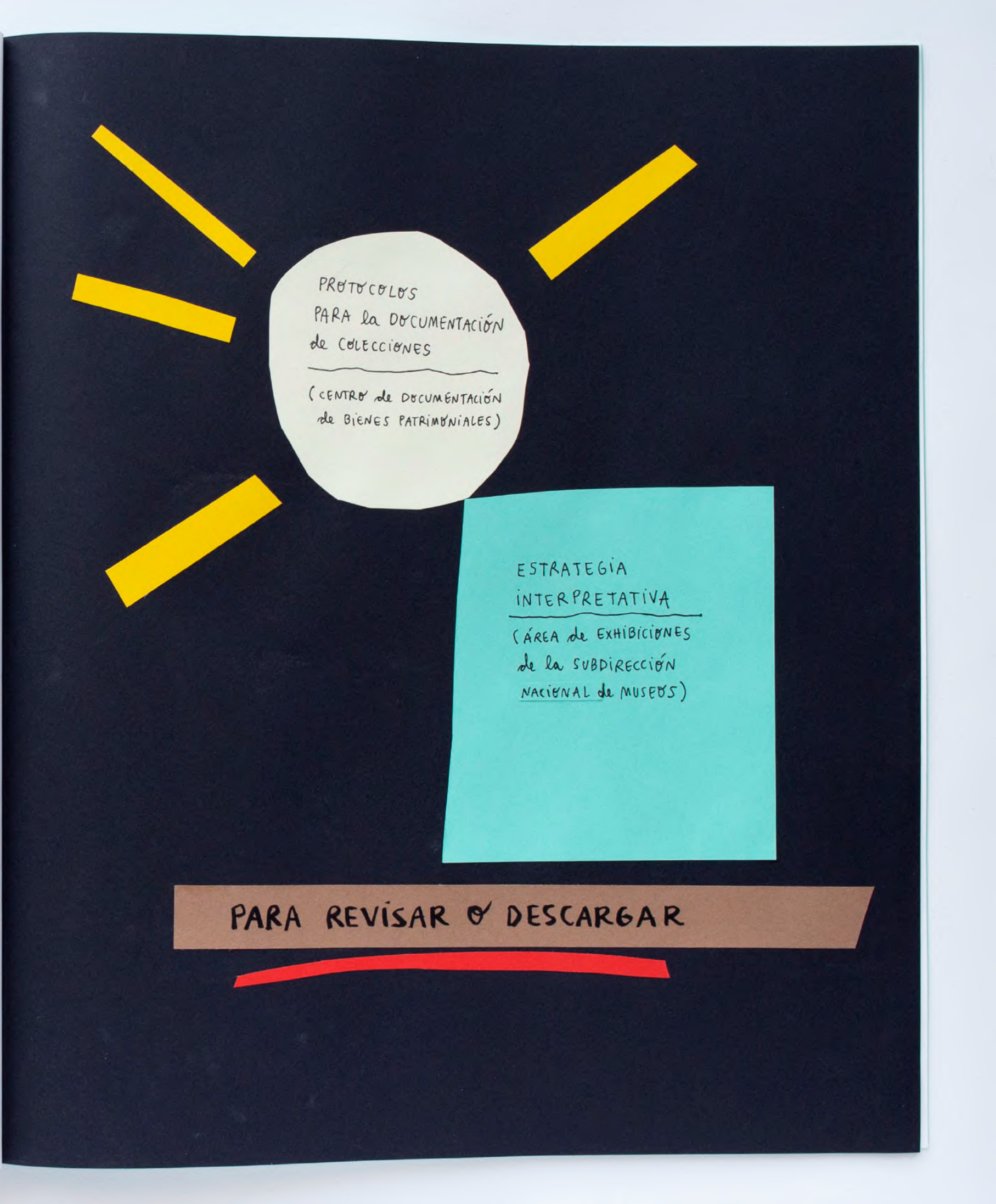
Creative Exhibits.

DOCUMENTOS DE TRABAJO.

EE.UU.

SMITHSONIAN EXHIBITS, 2018.

A guide to exhibit development.



PROTOCOLOS
PARA la DOCUMENTACIÓN
de COLECCIONES

(CENTRO de DOCUMENTACIÓN
de BIENES PATRIMONIALES)

ESTRATEGIA
INTERPRETATIVA

(ÁREA de EXHIBICIONES
de la SUBDIRECCIÓN
NACIONAL de MUSEOS)

PARA REVISAR & DESCARGAR



LAS RAÍCES de UNA EXHIBICIÓN

SERIE DE LAS IDEAS A LA PRÁCTICA,
UN ITINERARIO PARA CREAR EXPOSICIONES

MINISTRA de las CULTURAS, LAS ARTES Y el PATRIMONIO

JULIETA BRODSKY HERNÁNDEZ

SUBSECRETARIA DEL PATRIMONIO CULTURAL

CAROLINA PÉREZ DATTARI

DIRECTORA SERVICIO NACIONAL del PATRIMONIO CULTURAL

NÉLIDA POZO KUDÓ

SUBDIRECTOR NACIONAL de MUSEOS

ALAN TRAMPE TORREJÓN

ENCARGADA ÁREA de EXHIBICIONES

ANDREA MÜLLER BENÓIT

TEXTOS

@JAVIERA MAINO

@ANDREA MÜLLER

DISEÑO E ILUSTRACIONES

SANDRA MARÍN / ESTUDIO REPISA

SUBDIRECCIÓN NACIONAL de MUSEOS

SANTIAGO de CHILE, NOVIEMBRE 2022

SE AUTORIZA LA REPRODUCCIÓN PARCIAL CITANDO LA FUENTE.

CON LA ESTRATEGIA INTERPRETATIVA YA
TIENES LAS BASES DE LA EXHIBICIÓN,
SUS RAÍCES. LUEGO, LA INVESTIGACIÓN
EN PROFUNDIDAD PERMITE EL DESARROLLO
DEL GUIÓN Y EL DISEÑO MUSEOGRÁFICO.
AHÍ ES CUANDO LOS CONTENIDOS,
OBJETIVOS Y MENSAJES EMPIEZAN
A TOMAR FORMA.
EN EL PRÓXIMO CUADERNILLO
ABUNDAREMOS EN ESTA ETAPA.

