
De las ideas a la práctica,
un itinerario para crear exposiciones

Cuaderno N.º 1

Las raíces de una exhibición



De las ideas a la práctica,
un itinerario para crear exposiciones

Las raíces de una exhibición

Ministro de las Culturas,
las Artes y el Patrimonio
Francisco Undurraga Gazitúa

Subsecretario del Patrimonio Cultural
Emilio de la Cerda Errázuriz

Director (s) Servicio Nacional
del Patrimonio Cultural
Manuel Marín González

Subdirector Nacional de Museos
Alan Trampe Torrejón

Área de Exhibiciones
Andrea Müller Benoit, encargada de área
Nicole González Herrera
Carolina Gumucio Mallat
Javiera Maino González
Mariana Vidangossy González

Diseño e ilustraciones
Florencia García de la Huerta Eluchans

Subdirección Nacional de Museos
Santiago de Chile, octubre 2026.

Se autoriza la reproducción parcial
citando la fuente.

Área de Exhibiciones, SNM, 2026. De las ideas
a la práctica, un itinerario para crear exposiciones.
1. Las raíces de una exhibición [En línea] <https://www.museoschile.gob.cl/serie-de-las-ideas-la-practica-un-itinerario-para-crear-exposiciones>. Santiago de Chile: Subdirección Nacional de Museos, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Introducción 3

1 Las dimensiones
de un relato 5

Nuestro decálogo 7
De las ideas a la práctica 9



Museo de Historia Natural de Valparaíso

2 Diagnóstico:
el punto de partida 11

Con los pies en la tierra 13
“Preguntando se llega a Roma” 15
Lluvias de ideas 17

3 Colecciones:
las grandes protagonistas 19

Gabinete de diversidades 21



Museo Regional de Atacama



Museo Histórico Gabriel González Videla

4 Estrategia interpretativa:
la carta de navegación 23

Antecedentes 25
Manifiesto 27
Objetivos 31
Mensajes centrales 32
Visitantes 33
Recursos 35

Corolario 37
Imprimibles 39
Bibliografía 45

Introducción

Un manual desde la experiencia

Crear nuevas exposiciones o actualizar las existentes implica un desafío intelectual y creativo que debe ser coherente con la misión de cada museo. Las exhibiciones las entendemos principalmente como proyectos comunicacionales en los que, por medio de múltiples componentes, se ponen a disposición de las personas ciertos contenidos.

Cada propuesta museográfica 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 desde hace más de dos décadas proyectos expositivos en las instituciones dependientes del actual Servicio Nacional del

Patrimonio Cultural (antes Dibam), a lo largo del país. Durante estos años, y a través de múltiples y diversas intervenciones, se ha acumulado una experiencia que ha permitido generar una propuesta metodológica de trabajo para asumir este tipo de iniciativas.

Por lo anterior, con el objetivo de compartir y transmitir de manera accesible esta experiencia práctica, basada fundamentalmente en el hacer y alejada de cualquier pretensión académica, es que se ha dado forma a un manual. Este se ha concebido como una serie que comienza con este primer cuaderno, enfocado en el pensamiento que da origen a una exposición y al desarrollo de su argumento. Los siguientes números estarán enfocados en el guion museográfico, la etapa de ejecución de la muestra 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

1

Selección y distribución de estribos para la renovación museográfica del Museo O'Higiniano y de Bellas Artes de Talca (MOBAT).

Las dimensiones de un relato

Las exhibiciones son, esencialmente, espacios de comunicación: los objetos, los textos, las imágenes, las escenografías e incluso las ausencias u omisiones entregan información a las y los visitantes, quienes establecen relaciones y crean significados a partir de sus propias historias.

Desde 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 del territorio.



Conoce más del trabajo
de la Subdirección Nacional
de Museos **aquí**

CONSEJOS

Creemos que una exhibición debe ser:

Significativa

Presenta contenidos relevantes para quienes la visitan y promueve la apropiación de sus valores.

Simple

Los contenidos están presentados de forma clara y concisa, aunque se trate de temas complejos.

Crítica

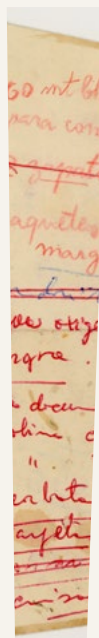
Plantea preguntas, destruye mitos, propone nuevas visiones, motiva el aprendizaje e invita a la reflexión.

Entretenida

Es un espacio de educación no formal y una oportunidad para pasarlo bien. Los temas serios no tienen por qué abordarse de manera aburrida.

Empática

Entiende y se hace cargo del lugar donde está, para que su propuesta haga sentido a quienes la visitan.



Museo del Limarí

Actualizada

Utiliza información de fuentes confiables, con datos verídicos y vigentes.

Eficaz

Comunica los contenidos y valores que se propuso difundir.

Accesible

Identifica y atiende las necesidades de los distintos grupos etarios, haciéndose cargo también de la accesibilidad física, cognitiva y sensorial.

Resonante

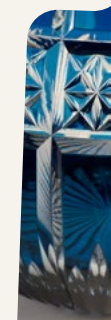
La experiencia vivida trasciende el espacio físico y temporal dejando una huella memorable en las personas.

Inspiradora

Ofrece perspectivas refrescantes y creativas que despiertan nuevos propósitos en sus comunidades.

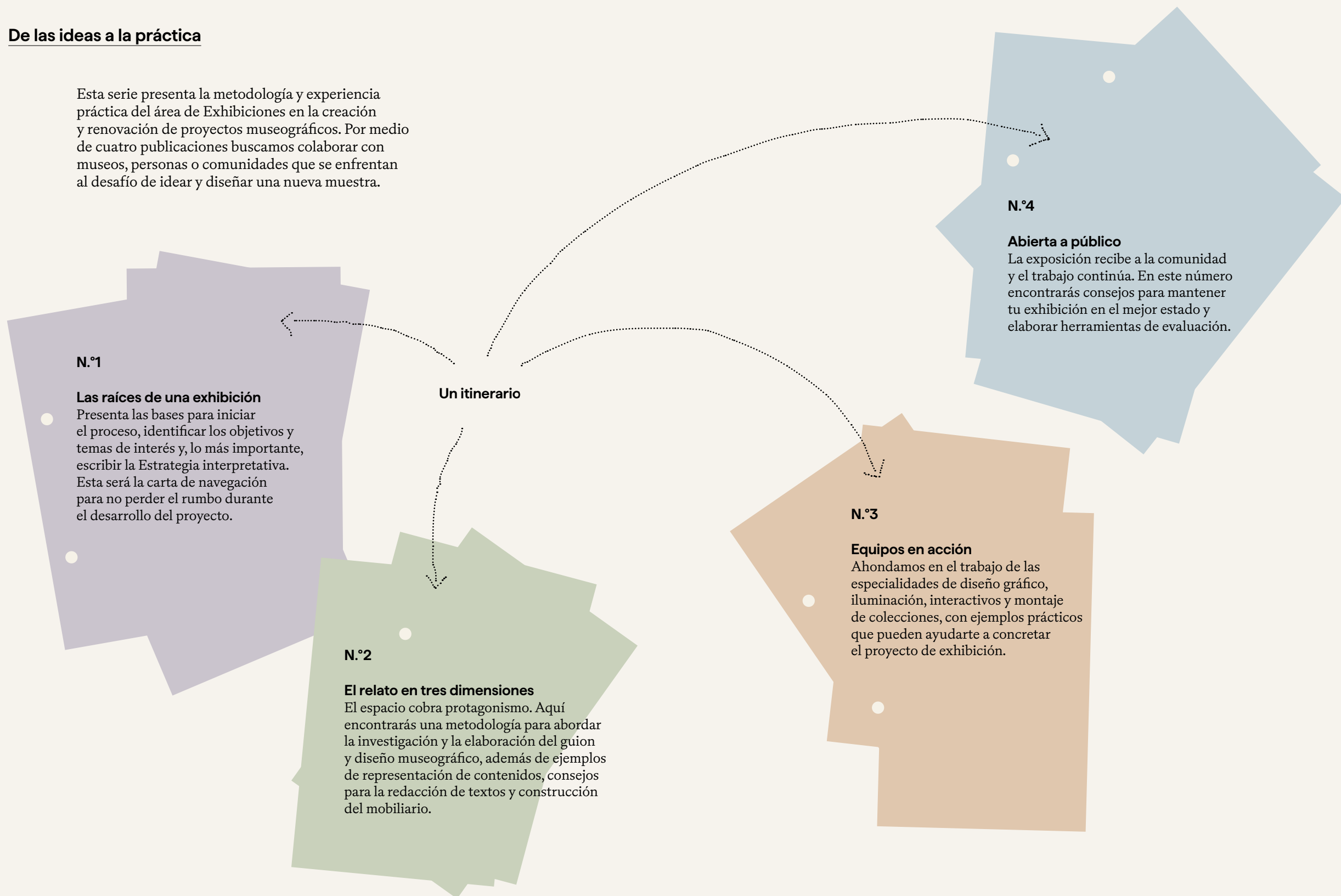


Museo de Historia Natural de Valparaíso

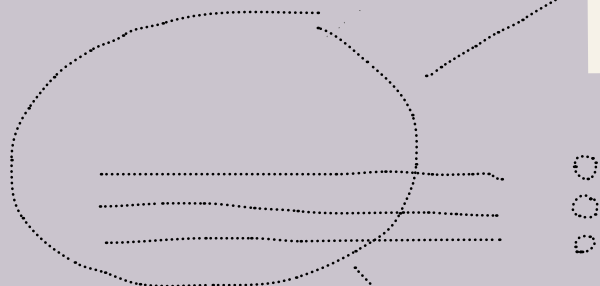


De las ideas a la práctica

Esta serie presenta la metodología y experiencia práctica del área de Exhibiciones en la creación y renovación de proyectos museográficos. Por medio de cuatro publicaciones buscamos colaborar con museos, personas o comunidades que se enfrentan al desafío de idear y diseñar una nueva muestra.



2



Diagnóstico: el punto de partida

La primera etapa de toda exhibición es identificar la situación o los temas que quieres abordar, los problemas o preocupaciones y esbozar 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 nuevas
visitas? ¿Cuáles son mis
capacidades y recursos?
¿Para qué necesito ayuda?

CONSEJOS

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.

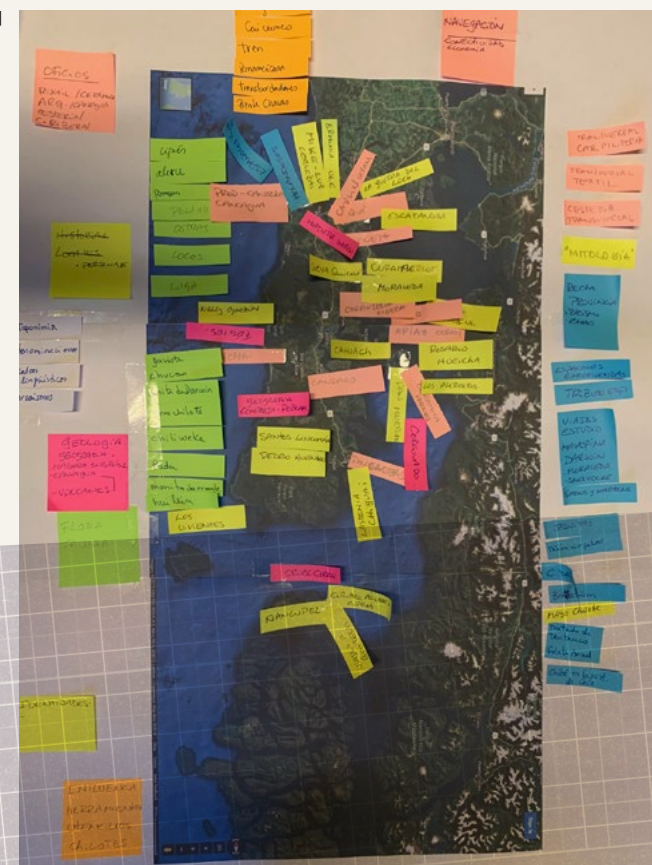


Es esencial investigar, conversar, entender sus necesidades e intereses y la relación que tienen con los temas propuestos.

[1]



[2]

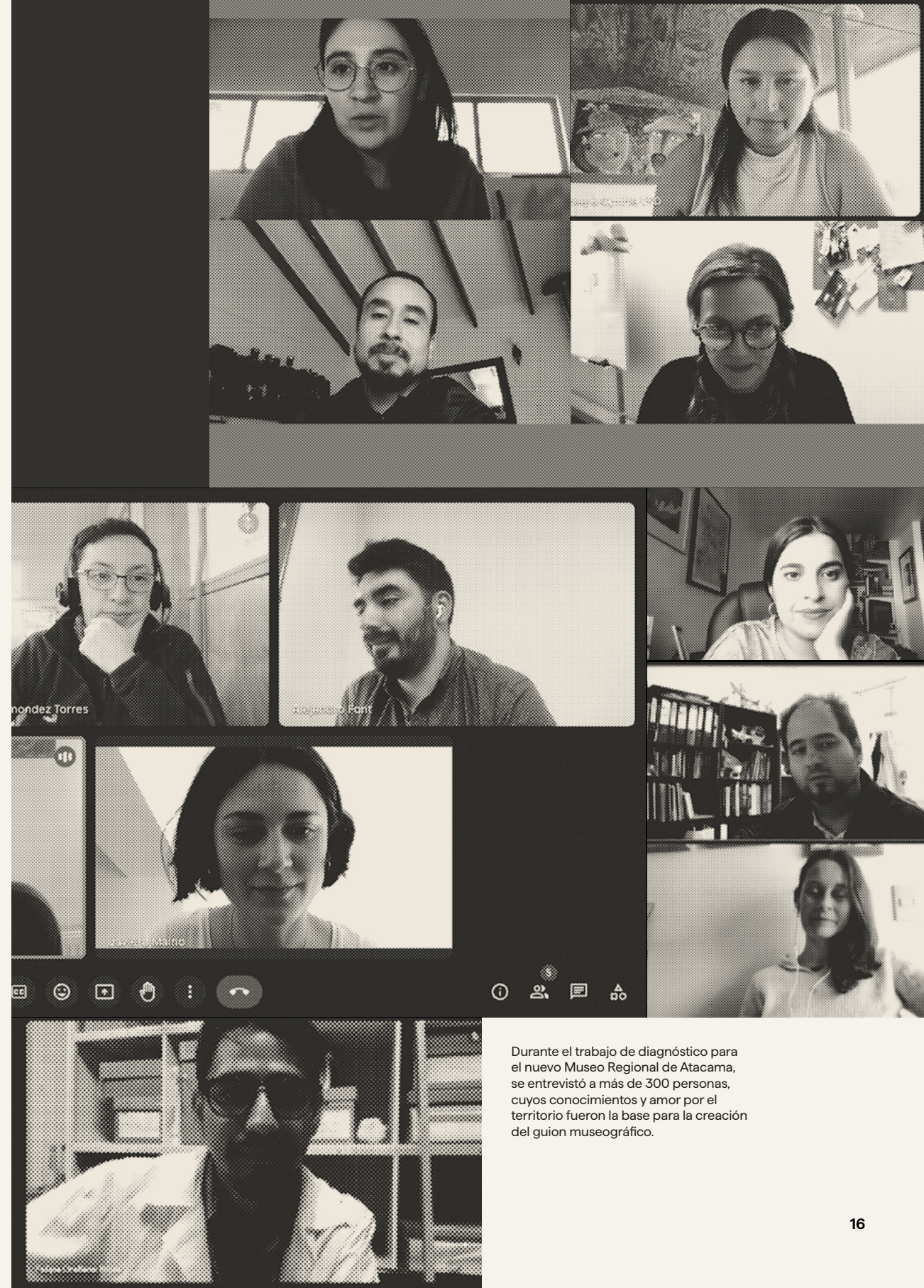


[1]
Ejercicio de socialización en el Museo Regional de Aysén.

[2]
En el Museo Regional de Ancud se establecieron post-it de colores por categorías y se fueron distribuyendo en un mapa. Esto permitió hacer agrupaciones y relaciones.

No basta con investigar en libros e internet, es fundamental acercarse a las personas expertas. Además de transmitir su pasión, ayudan a actualizar los enfoques y las problemáticas. Así también se involucra a una red más amplia en torno al museo.

¡No hay una última palabra!
Los temas se siguen investigando
y puede aparecer nueva información
que será necesario incorporar.



Durante el trabajo de diagnóstico para el nuevo Museo Regional de Atacama, se entrevistó a más de 300 personas, cuyos conocimientos y amor por el territorio fueron la base para la creación del guion museográfico.

¡Escribe y dibuja! Que el proceso no sea solo mental. Los diagramas, esquemas, listados o bocetos, pueden ayudar a ordenar las ideas, encontrar hilos conductores y proponer agrupaciones.

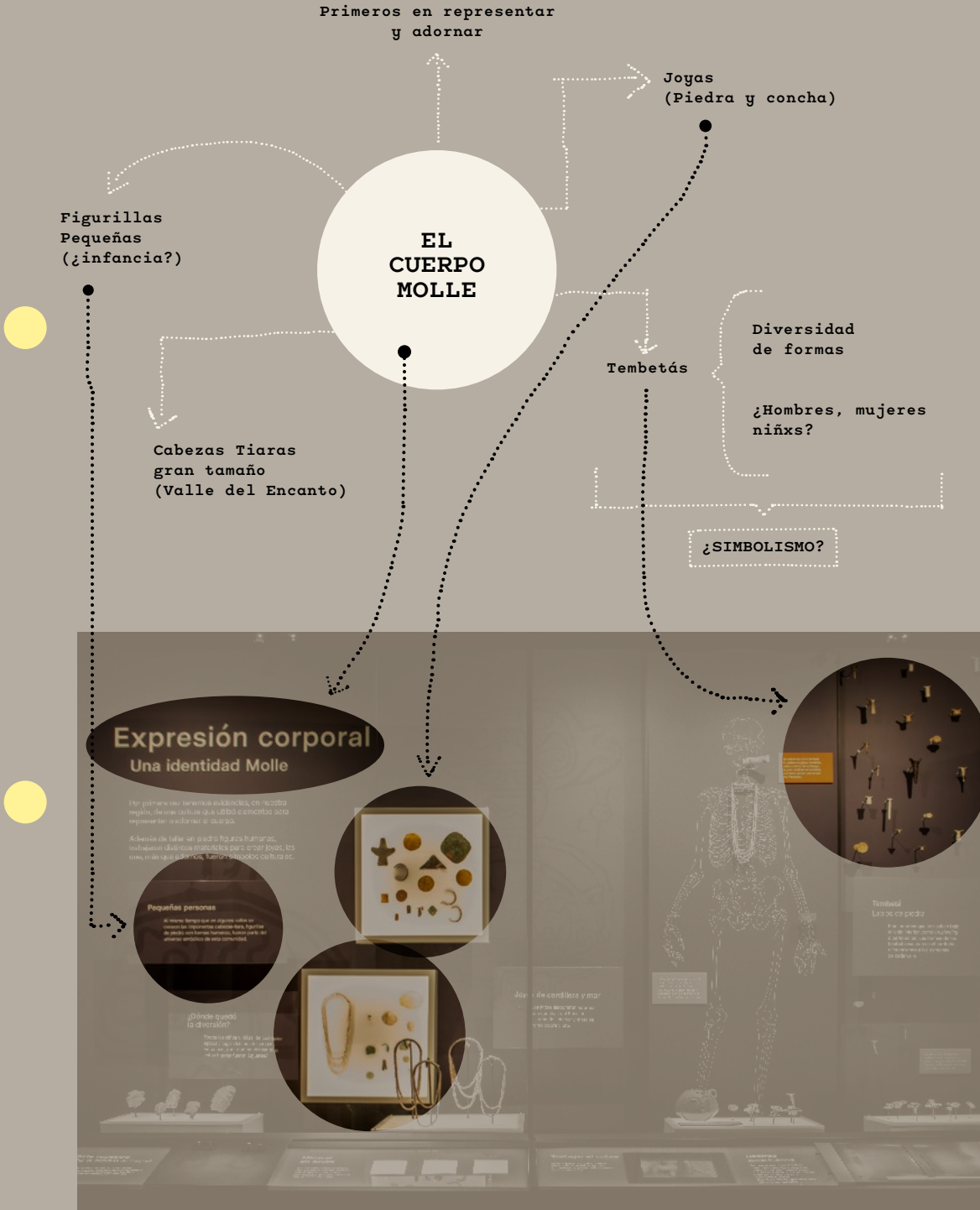
CONSEJOS

No es necesario investigar al detalle en esta etapa, pero sí tener un listado preliminar de temas, para asociar con las colecciones y otros recursos.



ESTUDIO
DE CASO

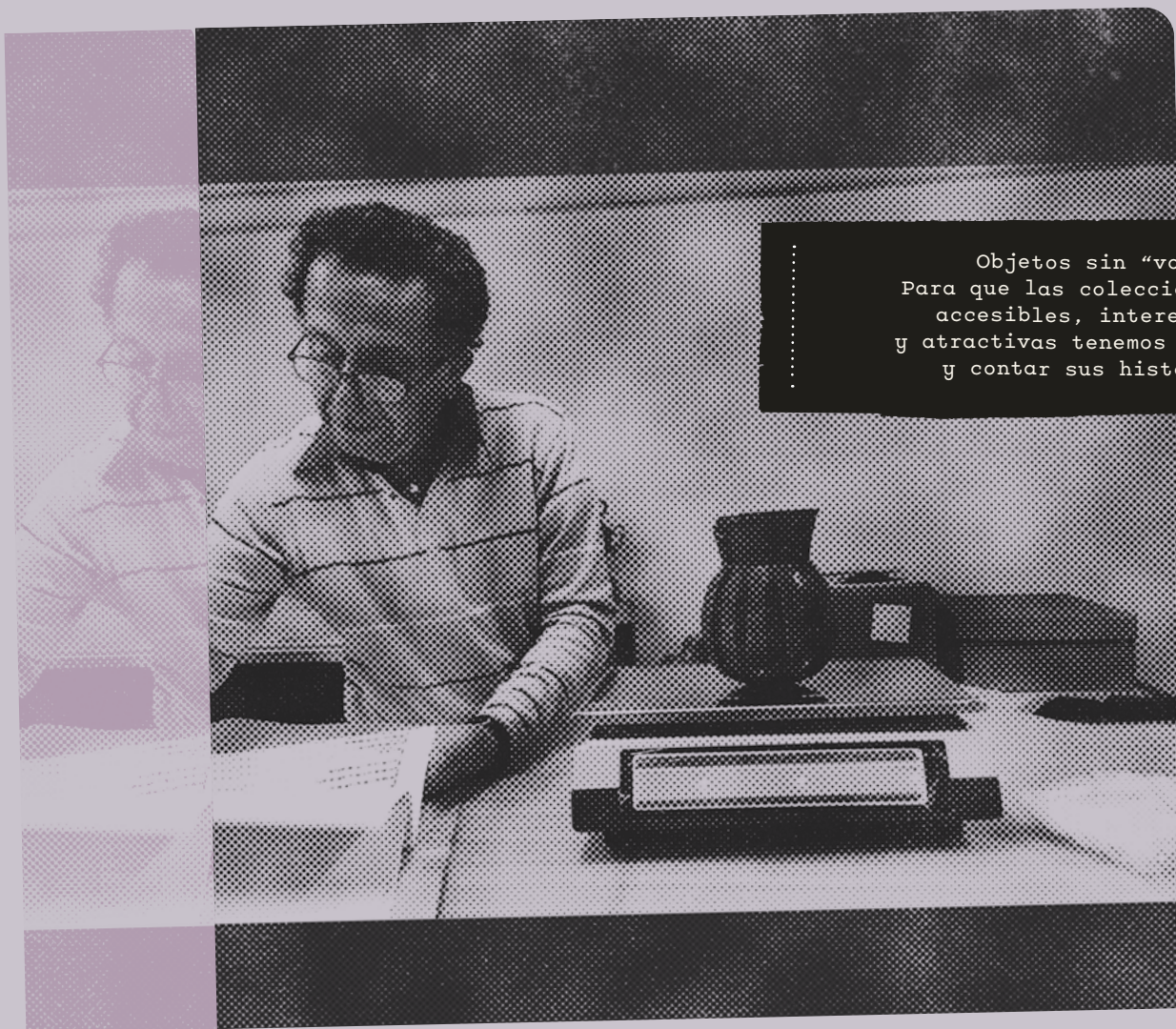
Mapa conceptual para el diseño de una vitrina dedicada a la expresión corporal del pueblo Molle en el Museo Arqueológico de La Serena.



3

Colecciones: las grandes protagonistas

Son las que sostienen y conducen el relato. En esta primera etapa, es importante hacer un listado que permita identificarlas, para dimensionar el tamaño de la muestra, las relaciones con sus temas y las restauraciones que se podrían necesitar.



Objetos sin “voz”.
Para que las colecciones sean
accesibles, interesantes
y atractivas tenemos que crear
y contar sus historias.

Trabajo de identificación y
clasificación de colecciones
con Wilson Pérez, en el Museo
Arqueológico de La Serena.

Gabinete de diversidades

Las colecciones pueden ser objetos materiales como obras de arte, cartas, fotografías, muebles, entre otros, pero los museos también preservan el patrimonio inmaterial, como saberes, recetas, técnicas o tradiciones. Lo importante es que todas requieren medidas de resguardo y puesta en valor con una misma dedicación y esfuerzo.



Museo Regional de Ancud



Museo de Historia Natural de Valparaíso

¿Quién está a cargo de las colecciones?
Idealmente una persona especialista que conoce la historia y los cuidados que requieren, y que además maneja información relevante sobre períodos, disciplinas, incluso publicaciones o catálogos que hablan sobre las piezas.



Museo Regional de Aysén

Museo Arqueológico de La Serena



Museo de Historia Natural de Valparaíso



MOBAT

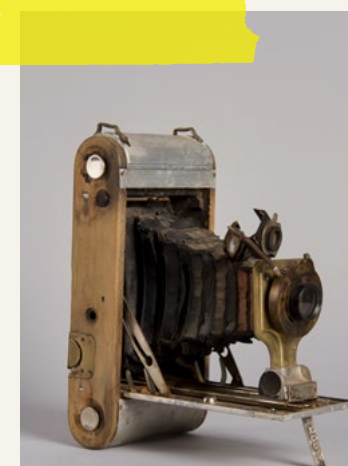
Museo Territorial Yagan Usi



MOBAT



Museo Regional de Aysén



4

Contenidos de este capítulo

- Antecedentes
- Manifiesto
- Objetivos
- Mensajes centrales
- Visitantes
- Recursos

Estrategia interpretativa: la carta de navegación

A medida que avanzas, tu exhibición irá tomando forma y la Estrategia interpretativa te ayudará a ordenar tus ideas. Es un documento que recoge y organiza los hallazgos del diagnóstico, y define los lineamientos para el desarrollo del guion y el diseño de la muestra. Es la hoja de ruta que delimita y guía el trabajo de los equipos.

Lento pero seguro.
Este es el momento de procesar los contenidos y es clave tomarse el tiempo necesario ya que se está trabajando en el pilar del proyecto. Desarrollar bien y en detalle este documento hará más eficientes y efectivas las siguientes etapas.

La Estrategia interpretativa es la carta de navegación, pero puede tener ajustes en el camino.

CONSEJOS

Para empezar a aterrizar las ideas conversa con tu equipo: ¿Qué quieres contar? ¿Cómo quieres contarlo? ¿Por qué es importante? ¿Para qué y para quién es importante?

Antecedentes:

¿Por qué o para qué iniciar este proyecto?

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.

Antes



Después



Permanente:

Es la museografía estable.

Temporal:

Es de carácter pasajero y busca refrescar o dinamizar la oferta.

Itinerante:

Es móvil y se presentará en otras dependencias.

Los antecedentes te van a conducir al tipo de exposición más adecuada:

Manifiesto:

¿De qué se trata la exhibición?

Es el punto clave del documento, donde se describen en pocas palabras los contenidos y la manera en que se presentarán. El manifiesto te servirá como filtro para decidir cuáles temas quedan dentro y cuáles fuera de la muestra.

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

CONSEJOS

Llegar a esta descripción puede ser más difícil de lo que parece. Conversa con tu equipo: ¿cuáles son las 2 o 3 ideas centrales?, ¿es un relato cronológico, territorial o temático?, ¿hay temas transversales a toda la exhibición?

Escribe 4 o 5 conceptos claves y empieza a probar diferentes redacciones.

ESTUDIO
DE CASO

Manifiesto de la exhibición
permanente del Museo Arqueológico
de La Serena

“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”.

Una aproximación al pasado, no cerrada, que puede continuar abierta.

Tal como trabaja la arqueología.

Existieron y convivieron distintos modos de vida.

Establece el territorio.

Establece límites temporales.

Hace vínculos entre ayer y hoy.



Objetivos: ¿Para qué hacer la exhibición?

Este punto presenta lo que se quiere lograr en y con la muestra. 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 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? Por ejemplo: 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.



Si estás trabajando en un proyecto grande, con diferentes salas, trata de definir al menos un objetivo para cada espacio.



Mensajes centrales: ¿Qué se quiere contar?

Son los contenidos claves, lo que todo visitante debería ser capaz de nombrar al finalizar la visita. Dependiendo del tamaño de la muestra, determina entre dos a cuatro mensajes centrales. Para grandes exposiciones, puedes establecer uno para cada sala.

Definir estos mensajes te ayudará a diseñar las herramientas de evaluación. Si las personas no son capaces de identificar estos temas, es posible que haya un problema en la muestra y que requiera ajustes.

Visitantes:

¿A quién está dirigida la exhibición?

Es importante definir a las personas a las que se espera llegar con la muestra. Esto determinará no solo el tipo de lenguaje a usar, sino también la museografía y sus recursos. Evita el concepto “público general” e intenta establecer el perfil de los visitantes a los que se dirige. No es lo mismo diseñar para estudiantes secundarios, que para familias o para turistas.

Puedes usar estas categorías:

Público primario:

Son las y los 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.

¿Quiénes nos visitan? ¿Quiénes queremos que nos visiten? Si la muestra se va a montar en un museo o centro cultural, revisa sus estudios de audiencia para conocer al público existente y al potencial.



Recursos:

¿Cómo se contará el relato?

En este punto del documento se presenta el enfoque que se dará a los contenidos y cómo van a estar distribuidos en el espacio. Se da cuenta de la voz que se usará, las colecciones, la atmósfera que se quiere representar y las sensaciones que se busca transmitir a quienes la visiten. También es el momento de presentar las herramientas interpretativas que se utilizarán para comunicar los contenidos. Puedes elegir cuáles se ajustan a tu proyecto y la experiencia que quieres lograr.



Museo de Historia Natural de Valparaíso



Museo de Historia Natural de Concepción

Este punto es clave para establecer el espíritu de la muestra y guiar la labor del equipo, entregando información que pueda inspirar el trabajo.



Museo de Historia Natural de Valparaíso



Museo Arqueológico de La Serena



Museo Regional de Aysén



Subdirección Nacional de Museos



Museo Regional de Aysén

Con la Estrategia interpretativa ya tienes las bases de la exhibición, sus raíces. Luego, la investigación en profundidad permite el desarrollo del guion y el diseño museográfico. Ahí es cuando los contenidos, objetivos y mensajes empiezan a tomar forma. En el cuaderno N.º 2 ahondaremos en esta etapa.

Estrategia interpretativa

①

Antecedentes ↓

②

Manifiesto ↓

Palabras claves

Manifiesto

③

Objetivos y finalidad ↓

④

Mensajes centrales ↓

Objetivos ¿por qué?

Finalidad ¿para qué?

⑤

Visitantes ↓

⑥

Recursos ↓



Primario

Secundario

Terciario

Área de Estudios, Subdirección Nacional de Museos.

Panorama de los museos en Chile. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Ministerio de Cultura de Colombia. (2014). Buenas prácticas en la planeación, diseño y comunicación museográfica. Bogotá: Corcas Editores Ltda.

Chora Creative. (2014). Creative exhibits. Documentos de trabajo.

Grey, A., Gardom, T. y Booth, C. (2006). Saying it differently: A handbook for museums refreshing their display. London Museums Hub.

Smithsonian Exhibits. (2018). A guide to exhibit development.

