

# Encuesta de Satisfacción de Usuarios Externos 2016

---

*Análisis de información cualitativa*

*Área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos*

*Septiembre de 2017*

El informe aborda los resultados cualitativos de la encuesta de satisfacción de usuarios aplicada en 2016 a los museos de la Subdirección Nacional de Museos. Los resultados destacan aspectos relacionados a las expectativas que los usuarios tienen de los museos, a los problemas que detectan en su experiencia de visita y las maneras que proponen para solucionarlos.

[Escriba texto]

<b>I.</b>	<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>Dimensiones de la muestra cualitativa</b> .....	<b>6</b>
<b>III.</b>	<b>La visita al museo: ¿una experiencia educativa?</b> .....	<b>12</b>
1.	Los objetos exhibidos y la línea temática según las colecciones .....	14
2.	Colecciones y espacios patrimoniales .....	18
3.	Edificio y remodelación .....	19
4.	El cuidado de los objetos patrimoniales .....	21
5.	Los textos escritos y “la flojera de leer” .....	22
6.	Fotografías e imágenes .....	24
7.	“Llevarse algo del museo” .....	25
8.	Contenidos didácticos .....	27
9.	Atmósfera, escenografía y comodidad .....	28
10.	Mantenimiento y deterioro .....	31
11.	Iluminación general de salas y objetos. ....	32
12.	Diseño de la exhibición y orientación en el museo.....	34
13.	Mediación humana y visita guiada.....	36
14.	Difusión y acceso.....	41
15.	Públicos específicos: niños, adultos mayores y discapacitados.....	43
16.	Renovación y hábito de visita.....	44
17.	Acceso de la comunidad al museo .....	47
18.	Idiomas extranjeros.....	49
<b>IV.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>51</b>
	Objetos .....	51
	Transmisión de información.....	52
	Edificio y recinto.....	53
	Atención y mediación humana.....	53
	Difusión y acceso.....	54

[Escriba texto]

## I. Introducción

La Encuesta de Satisfacción de Usuarios Externos 2016 es un instrumento de medición estadística y está compuesta por un cuestionario dividido en tres secciones, correspondientes al levantamiento de tres tipos de datos:

1. sociodemográficos,
2. sobre condiciones de visita y
3. evaluación del museo.

La tercera sección de la encuesta está a su vez dividida en tres evaluaciones, cada una con preguntas específicas, que fueron evaluadas de manera numérica (escala de 1 a 7) por los visitantes:

- a) evaluación de la exhibición,
- b) evaluación de la atención y
- c) evaluación de la experiencia general de la visita.

Esta evaluación de los distintos aspectos de la exhibición y la atención del museo, se planteó como un espacio donde el usuario podía expresar la valoración positiva o negativa de la exhibición permanente del museo, de acuerdo a su experiencia de visita. Los distintos componentes evaluados por los usuarios son los siguientes:

**Contenidos patrimoniales:** Los tres primeros tienen relación directamente con los contenidos del museo, vale decir los objetos y sus textos:

- 1) El interés de los objetos exhibidos
- 2) Aporte informativo de los textos escritos de la exhibición

**Condiciones de exhibición:** Los siguientes tienen relación con las formas de exhibición y presentación de los objetos y contenidos del museo.

- 1) Calidad de las fotografías e imágenes de la exhibición
- 2) Nivel de iluminación general para recorrer las salas de exposiciones
- 3) Nivel de iluminación para observar objetos
- 4) Tamaño de letra de los textos escritos de la exhibición
- 5) Nivel de iluminación para leer textos
- 6) Estética del diseño de la exhibición permanente
- 7) Limpieza y mantenimiento de la exhibición en general

**Evaluación del museo:** Enseguida, los visitantes pudieron evaluar la atención de los funcionarios y la mediación establecida entre el museo y el público en dos de sus aspectos:

[Escriba texto]

- 8) Recepción, acogida y trato recibido de parte de los funcionarios del museo
- 9) Información general recibida de los funcionarios del museo

Finalmente, se solicitó a los visitantes evaluar su **experiencia general de la visita**. Esta pregunta tiene un carácter sintético, a diferencia de las preguntas anteriores, que solicitan una evaluación del museo por partes. Asimismo, tiene un carácter vez subjetivo, pues la pregunta está formulada en términos de experiencia personal del visitante.

En cuanto a las **condiciones de visita** la encuesta consideró otras circunstancias que no provienen del museo, sino que de la manera que tienen los mismos visitantes de organizar su visita. Estas informaciones recabadas por la encuesta no son evaluaciones del museo y sus servicios propiamente tales, pero asumimos que podrían incidir de manera positiva o negativa en dicha evaluación y en la experiencia general de visita. Son las siguientes:

- 1) Mediación de la visita (visita guiada, materiales de apoyo)
- 2) Frecuencia y hábito de visita
- 3) Compañía de la visita (presencia de menores, adultos mayores, grupos auto-organizados o delegaciones, etc.)

Con el fin de levantar informaciones complementarias para una mejor comprensión de la evaluación de los indicadores GEP y de la experiencia de visita de los usuarios, les solicitamos dejar por escrito alguna insatisfacción (o solución de insatisfacción) de su experiencia de visita. Ese espacio permitía además al usuario insistir en aspectos propuestos por la encuesta sobre los cuales considera importante volver a dar su opinión o precisar algún detalle. Estos tipos de insatisfacciones nos permiten analizar los diferentes problemas en cuanto a la exhibición, la atención y otras condiciones de visita y, de modo más general, la experiencia subjetiva en el museo. Como complemento, emplearemos categorías emergentes del testimonio de los visitantes luego de su visita al museo **que no están en el cuestionario de la encuesta**. Así, la información cualitativa permite profundizar en cuestiones presentadas por la parte cuantitativa de manera superficial y replantear las categorías del instrumento, o proponer categorías e indicadores que puedan compararse con los resultados de encuestas pasadas o futuras. Esto nos permite dar continuidad histórica a los resultados de las Encuestas de Satisfacción de Usuarios, que se aplican anualmente desde el año 2010, y ampliar su alcance por medio de nuevas encuestas.

La encuesta dejó un espacio para una respuesta abierta a la pregunta: "*¿tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?*". De las 1.969 encuestas válidas, 878 respondieron a esta pregunta, lo que equivale a un 44,6% de las encuestas válidamente respondidas. En la versión 2015 de la encuesta, la pregunta estaba formulada en términos de "*¿cómo podemos mejorar?*", sin especificar algún aspecto del museo, mientras que en la encuesta actual, la pregunta fue formulada y dirigida específicamente hacia la exhibición permanente. A pesar del cambio de formulación de la pregunta, muchos y muchas se refirieron a aspectos de la visita que exceden a la exhibición propiamente tal. Ahora bien, sí es posible que el cambio de pregunta, mucho más

[Escriba texto]

dirigida, haya incidido en la disminución de la tasa de respuesta del año 2016 (44,6%) en comparación con el 2015 (57%).

Muchos visitantes dejaron comentarios diciendo que no había nada que mejorar, subrayando las cosas que sí les gustaron o felicitando al personal del museo, entre otras expresiones positivas. Como el fin de nuestros análisis es **detectar necesidades, problemas y eventualmente soluciones expresadas por los usuarios**, hemos omitido ese tipo de testimonios, que son muy numerosos. Solamente hemos conservado en el análisis aquellas felicitaciones sobre temas específicos que aportan informaciones relevantes para comprender la satisfacción general de la visita o para la solución de ciertos problemas, con el fin de potenciar estos efectos positivos en los diferentes museos.

[Escriba texto]

## II. Dimensiones de la muestra cualitativa

Si observamos las **características sociodemográficas** de quienes respondieron a este ítem, notamos que la proporción de respuesta (44,6%) y no respuesta (55,4%) de se mantiene estable, con excepción de ciertos grupos específicos, que cuentan con tasas más altas de respuesta que el total de la muestra: los visitantes mayores de 75 años (48,30% de respuestas) y los visitantes altamente educados (47,3% los universitarios y 48,9% los postgraduados). Observamos, en cambio, bajas tasas de respuesta entre quienes se identifican con el género “otro” (33,3%), las personas sin escolaridad (30%), los dueños/as de casa (37,4%) y los extranjeros (39%).

Género	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		
	Sí	No	Total
<b>Femenino</b>	492	619	1111
	44,30%	55,70%	100,00%
<b>Masculino</b>	381	462	843
	45,20%	54,80%	100,00%
<b>Otro</b>	5	10	15
	33,30%	66,70%	100,00%
	878	1091	1969
	44,6%	55,40%	100,00%
<b>Edad</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		
	Sí	No	Total
<b>de 14 a 24</b>	212	249	461
	46,00%	54,00%	100,00%
<b>de 25 a 34</b>	261	333	594
	43,90%	56,10%	100,00%
<b>de 35 a 44</b>	157	209	366
	42,90%	57,10%	100,00%
<b>de 45 a 54</b>	108	134	242
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>de 55 a 64</b>	81	97	178
	45,50%	54,50%	100,00%
<b>de 65 a 74</b>	45	54	99
	45,50%	54,50%	100,00%
<b>75 y más años</b>	14	15	29
	48,30%	51,70%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Escolaridad</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		

[Escriba texto]

	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Sin escolaridad</b>	3	7	10
	30,00%	70,00%	100,00%
<b>Educación Básica</b>	20	30	50
	40,00%	60,00%	100,00%
<b>Educación Media</b>	194	275	469
	41,40%	58,60%	100,00%
<b>Educación Técnico-profesional</b>	143	210	353
	40,50%	59,50%	100,00%
<b>Educación Superior</b>	407	453	860
	47,30%	52,70%	100,00%
<b>Posgrado</b>	111	116	227
	48,90%	51,10%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Ocupación</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Trabajador/a dependiente</b>	394	515	909
	43,30%	56,70%	100,00%
<b>Trabajador/a independiente</b>	151	165	316
	47,80%	52,20%	100,00%
<b>Cesante</b>	23	34	57
	40,40%	59,60%	100,00%
<b>Pensionado/a o jubilado/a</b>	60	66	126
	47,60%	52,40%	100,00%
<b>Dueño/a de casa</b>	46	77	123
	37,40%	62,60%	100,00%
<b>Estudiante</b>	180	205	385
	46,80%	53,20%	100,00%
<b>Otro</b>	24	29	53
	45,30%	54,70%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Nacionalidad</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Extranjeros</b>	105	164	269
	39,00%	61,00%	100,00%
<b>Chilenos</b>	773	927	1700
	45,50%	54,50%	100,00%

[Escriba texto]

	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%

En cuanto a las **condiciones de visita**, no observamos diferencias significativas, con excepción de la frecuencia de visita, pues el 51,5% los visitantes frecuentes (que visitan el museo una vez al año o más) dejaron comentarios. El testimonio de este segmento de visitantes es interesante por el hecho de que dejan sus impresiones del museo basándose en experiencia previa. Otro grupo importante está constituido por quienes recibieron folletería, pues un 56,9% de ellos dejaron comentarios, lo cual nos invita a pensar en una relación de cercanía, y a hasta de reciprocidad, entre la lectura y la escritura.

También es importante señalar que, al hacer un esfuerzo por escribir y dedicarle tiempo a ello, podemos deducir que este **grupo de visitante tiene una mayor motivación por colaborar** con el museo que los que no responden, aunque sus comentarios no sean necesariamente positivos. No debemos, sin embargo, dejar de considerar la incidencia de la variable “escolaridad”, ya que las personas de mayor nivel educativo podrían sentirse más cómodos y por tanto “más dispuestos” a expresar sus ideas usando la escritura.

Compañía de visita	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	Sí	No	
<b>Solo</b>	114	132	246
	46,30%	53,70%	100,00%
<b>Con familiares o amigos</b>	576	715	1291
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>En delegación</b>	186	240	426
	43,70%	56,30%	100,00%
<b>NS/NR</b>	2	4	6
	33,30%	66,70%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
Presencia de menores	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	Sí	No	
<b>Sí</b>	334	377	711
	47,00%	53,00%	100,00%
<b>No</b>	538	704	1242
	43,30%	56,70%	100,00%
<b>NS/NR</b>	6	10	16
	37,50%	62,50%	100,00%

[Escriba texto]

	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Frecuencia de visita</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
<b>Por primera vez</b>	544	745	1289
	42,20%	57,80%	100,00%
<b>Menos de una vez al año</b>	119	140	259
	45,90%	54,10%	100,00%
<b>Una vez al año o más</b>	207	195	402
	51,50%	48,50%	100,00%
<b>NS/NR</b>	8	11	19
	42,10%	57,90%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Visita guiada</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
<b>Sí</b>	249	331	580
	42,90%	57,10%	100,00%
<b>No</b>	621	750	1371
	45,30%	54,70%	100,00%
<b>NS/NR</b>	8	10	18
	44,40%	55,60%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%
<b>Folletería</b>			
	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
<b>Sí</b>	243	184	427
	56,90%	43,10%	100,00%
<b>No</b>	622	871	1493
	41,70%	58,30%	100,00%
<b>NS/NR</b>	13	36	49
	26,50%	73,50%	100,00%
	878	1091	1969
	44,60%	55,40%	100,00%

[Escriba texto]

Donde **sí** encontramos diferencias significativas es en la tasa de respuesta por museo, pues hay algunos en que es muy alta, como los museos de Linares (100%) de Artes Decorativas (61,7%), de Ancud (61,2%) Concepción (59,8%), Limarí (55,3%), Gabriel González Videla (54,4%) o Valparaíso (53,4%). Y, por su parte también hay museos donde la tasa de respuesta es sumamente baja, como Vicuña (16,5%), Vicuña Mackenna (28,6%), Pascua (29,50%) o Antofagasta (32,5%). Cabe destacar que los museos más masivos, que cuentan con una muestra proporcional de mayor tamaño (Niebla y Valparaíso), tienen una fuerte presencia en el informe, aunque no sean proporcionalmente los que tengan mayor tasa de respuesta.<sup>1</sup>

Museo	¿Tiene una sugerencia para mejorar nuestra exhibición permanente?		Total
	Sí	No	
<b>Antofagasta</b>	26	54	80
	32,50%	67,50%	100,00%
<b>Atacama</b>	7	9	16
	43,70%	56,30%	100,00%
<b>GGV</b>	37	31	68
	54,40%	45,60%	100,00%
<b>Vicuña</b>	20	101	121
	16,50%	83,50%	100,00%
<b>Limarí</b>	26	21	47
	55,30%	44,70%	100,00%
<b>Valparaíso</b>	266	232	498
	53,40%	46,60%	100,00%
<b>Pascua</b>	23	55	78
	29,50%	70,50%	100,00%
<b>Vicuña Mackenna</b>	8	20	28
	28,60%	71,40%	100,00%
<b>MAD MHD</b>	29	18	47
	61,70%	38,30%	100,00%
<b>Linares</b>	36	0	36
	100%	0,00%	100,00%
<b>Concepción</b>	64	43	107
	59,80%	40,20%	100,00%
<b>Araucanía</b>	29	43	72
	40,30%	59,70%	100,00%
<b>Niebla</b>	198	368	566
	35,00%	65,00%	100,00%

<sup>1</sup> No contamos lamentablemente con información sobre las condiciones materiales de los encuestados para escribir, como mesa o sillas u otro soporte para llenar la hoja de que se entrega al visitante, lo cual sin duda incidiría en la tasa de respuesta por museo.

[Escriba texto]

<b>Ancud</b>	41	26	67
	61,20%	38,80%	100,00%
<b>Magallanes</b>	59	62	121
	48,80%	51,20%	100,00%
<b>Gusinde</b>	9	8	17
	52,90%	47,10%	100,00%
	878	1091	1969
<b>Total</b>	44,60%	55,40%	100,00%

[Escriba texto]

### III. La visita al museo: ¿una experiencia educativa?

Los resultados de la encuesta realizada en 2015 fueron presentados en 2016 en un informe general, que destacó los temas principales detectados en los testimonios de los encuestados de todos los museos de la SNM, y una serie de informes particulares, que presentó en detalle los problemas y necesidades de cada museo. Este año, hemos decidido proceder de manera diferente, presentando en un mismo informe los resultados generales y específicos, señalando con claridad cuáles son los museos que se caracterizan por tal o cual tipo de problema, necesidad o cualquier otra falencia, carencia u elemento de solución detectado en la experiencia de los usuarios.

Particular atención hemos prestado a las informaciones respecto del **conocimiento** suscitado durante la experiencia de visita, esto es, las preguntas y respuestas sobre contenidos informativos que ofrece el museo a través de sus textos, objetos, dispositivos audiovisuales o interactivos, mapas, imágenes o fotografías complementarias<sup>2</sup>. Asimismo, prestamos atención también a todo tipo de interferencias que pudiera haber en los procesos de aprendizaje, pues una de las misiones y desafíos más importantes de los museos Dibam consiste en favorecer el aprendizaje de conocimientos científicos, históricos, artísticos o humanistas por medios diferentes a los de la educación formal. El uso de museos por parte de instituciones escolares así como la existencia de unidades pedagógicas dedicadas a facilitar estas experiencias educativas son una expresión de ello, pero también son importantes los usos que dan a los museos los visitantes espontáneos (que no llegan en delegación) y libres (que no reciben mediación), que deciden visitar los museos con una intención recreativa pero con efectos educativos.

Desde un punto de vista general, podemos destacar que existen dos tipos de problemas o insatisfacciones para los usuarios, independientemente de los museos y de los elementos puntuales de la exhibición, de la atención o de los distintos espacios adentro del recinto: las falencias y las carencias. Una **falencia** es entendida como cualquier elemento de la visita que funciona mal respecto a la expectativa del visitante. Una **carencia** es entendida como un elemento museográfico o de servicio que está ausente en el museo, pero presente en las **expectativas** del visitante. Las expectativas del visitantes, a su vez, pueden venir del visitante (*espero encontrar dinosaurios*) pero también pueden ser generadas en el museo y por el museo (*si me muestran insectos, ¿por qué no me muestran arañas?*).

En este sentido, hay ciertas carencias que pueden ser interpretadas más precisamente como insuficiencias, es decir necesidades satisfechas pero no lo suficiente, y se expresan generalmente bajo el signo de “queremos más”. Aquí algunos ejemplos:

*Un poco más grande. Me hubiese gustado ver más reliquias (MA de Pascua)*

---

<sup>2</sup> Las fotografías patrimoniales son consideradas como piezas del museo.

[Escriba texto]

*Más exposiciones (Antofagasta)*

*Más salas (MAD MHD)*

*Sugiero, en lo posible mayor exhibición de objetos. <sup>β</sup> Más información sobre la cultura mapuche. / Más mapas y más datos históricos. (Niebla)*

*Ojalá ampliar la muestra (Limarí)*

*Más amplitud y más exhibición. / Que sea más extenso, más grande. (MHN de Concepción)*

*Faltan más Salas / Más Salas de Exposiciones. (MR de Ancud)*

*Más temas que presentar / Más variedad, está súper bueno / La muestra está tan bien hecha y con un recorrido excelentemente logrado que la visita se hace corta. Ojalá fuera más larga. Felicitaciones al museo. (MHN de Valparaíso)*

*Más variedad y más información (MR de La Araucanía)*

*Traer más adquisiciones. (BVM)*

Muchas veces los visitantes explicitan los errores puntuales, en ánimo de colaborar a la gestión de un espacio que aprecian. Más grande, más profundidad, más conocimiento, más información, pero también más objetos específicos. Este tipo de solicitudes fueron tratadas en el informe de la encuesta 2015 en términos de “insatisfacción positiva”, que refiere a que el museo se hace chico para la motivación que despierta en los visitantes, quienes se manifiestan interesados por lo que propone y se quedan “con gusto a poco”. Esto se diferencia de las disfuncionalidades: servicios o elementos de la exhibición que funcionan mal.

Hay que señalar que, al revisar las opiniones de los usuarios que hemos transcrito, pues en numerosas ocasiones, una misma situación puede ser valorada positiva o negativamente, dependiendo del sujeto: las remodelaciones son bien vistas por algunos y criticadas por otros, algunos prefieren tener en los museos objetos patrimoniales y otros piden dispositivos didácticos, algunos consideran que a los textos les falta información mientras que otros sencillamente no quieren leer, algunos prefieren el silencio y otros prefieren escuchar a un guía, algunos piden

---

<sup>3</sup> Para no perder la especificidad los cada museo, hemos agrupado las citas un mismo párrafo por museo, separadas por una barra *slash (/)*. Un problema al que se han visto enfrentado el trabajo de análisis de las últimas encuesta GEP es el de conjugar la singularidad de cada museo y la generalidad de los museos. De tal modo, el lector interesado en alguno de ellos acudir directamente las partes del informe que serán útiles, pero también puede compararlas con situaciones de otros museos o hacerse una idea a nivel nacional. Otra información importante respecto a las citas de los encuestados es que las declaraciones de un mismo individuo pueden tocar diversos tópicos; en tales casos, hemos separado sus enunciados para clasificarlos en las categorías de análisis que estructuran este informe.

[Escriba texto]

música de época y otros música ambiental, algunos creen que los museos deben ser coherentes y no salirse de sus temas mientras que otros solicitan que haya diversidad y renovación permanente de temas. Un análisis cualitativo es una herramienta útil para sondear el sentido común de un grupo humano, en este caso, los visitantes de los museos dependientes de la Subdirección Nacional de Museos. El sentido común no tiene que ver con la verdad o con una opción correcta o incorrecta, sino con el campo de cosas que pueden ser pensadas y dichas.

A continuación, veremos este tipo de observaciones enunciadas por los usuarios en función de una serie de temas recurrentes. Muchos de ellos están presentes en el cuestionario de la encuesta, pero también, en ocasiones, agregan nuevas dimensiones complementarias al conocimiento de la satisfacción y de la experiencia de los públicos en sus visitas.

### 1. Los objetos exhibidos y la línea temática según las colecciones

Como señalamos en las líneas anteriores, las menciones a los objetos y colecciones exhibidos están relacionadas con expectativas del visitante, que pueden ser generadas durante la misma visita (*queremos ver más de lo que nos muestran*) o pueden venir desde antes de la visita (*pensé que iba a ver esto y no lo encontré*).

Lo que más se destaca de las solicitudes y observaciones concernientes a los objetos radica principalmente en la pertinencia de las mismas: muchas veces las expectativas que tienen los visitantes no se ajustan a lo que puede ofrecer el museo en el marco de su línea temática y de sus colecciones, como es el caso de los visitantes que solicitan contenidos de historia natural en museos de historia regional o de arte, o contenidos de historia urbana en museos de centrados en la historia natural, o incluso contenidos de nivel nacional cuando se trata de un museo cuya temática es de alcance más local. En este contexto, los visitantes sugieren para mejorar la muestra:

*Tener personas vestidas con trajes típicos de cada región en distintos tiempos (colonia)*  
(MHN de Valparaíso)

*Que exhiban más esqueletos del gato u otros animales, me parece muy interesante* (GGV)

En esta línea de análisis, llama la atención el tema de los pueblos originarios y los objetos etnográficos o arqueológicos, que son muchas veces asociados a la Historia Natural, tal como sucede en el Museo Nacional de Historia Natural de Santiago, pues en sus dioramas pone a los indígenas “integrados a la naturaleza”.

*Poner Rapa Nui, darle más relevancia. / Que esté incorporada la cultura mapuche, creo que es necesario considerarla para exponer algo de nuestras raíces culturales. / Pongan una*

[Escriba texto]

*exposición de Rapa Nui y algo de nuestros pueblos originarios. / Mostrar sobre otras culturas. (MHN de Valparaíso)*

*Mostrar un poco más de la Isla de Pascua y alguna momia. / Mostrar video, películas sobre la cultura Mapuche. (MHN de Concepción)*

Y lo mismo sucede con la historia urbana, lo que da a entender que para ciertos usuarios un museo debe ser un museo local, independientemente de su línea temática:

*Mejorar el salón de historia de Valparaíso, con objetos y/o imágenes antiguas de la ciudad, lugares arquitectónicamente interesantes. / Historia de Valparaíso, recordar la historia, sucesos importantes. / La historia de Valparaíso con videos, folletos, estatuas... La llegada de los españoles y vivencia de mapuches. / Podría existir una sala sobre historia de Valparaíso, desde su descubrimiento, etapas, los indígenas, aunque fueran ilustraciones y/o fotografías o pinturas. (MHN de Valparaíso)*

*Realizar una, alguna comparación del antes y actual de Concepción. (MHN de Concepción)*

Aunque ciertos contenidos sí conectan con el museo por el conocimiento científico que movilizan:

*Señalar que los edificios se diseñan con la presión sobre el suelo. (MHN de Valparaíso)*

En ocasiones observamos un cuestionamiento a la línea temática, como es el caso del museo de Magallanes (con ironía), o a la manera de exhibir los objetos, desde el punto de vista moral del visitante. De este modo, los valores actuales en ocasiones se ven tensionados por lo que museo ofrece a sus visitantes, quienes de algún modo critican al museo o solicitan 'acciones imposibles', como recuperar piezas arqueológicas usurpadas:

*Me conmovió retroceder en la historia, ver tanta belleza y me dieron ganas de vivir la casa completamente de la época con las 5 familias de servidumbre para revivir esa situación de mierda social (MR de Magallanes)*

*Falta contingencia, crítica sobre temas como la continuación [contaminación] salmonera. / Existen otras maneras de educar sobre la vida, no con animales muertos. (MHN de Valparaíso)*

*Bring back exhibits from London !! (MA de Pascua)*

Desde un punto de vista más amplio, hay visitantes que más que criticar objetos o la falta de estos, exigen coherencia temática al museo, en cuanto a las exhibiciones temporales:

[Escriba texto]

*Además, la exhibición "40 Años de Lucha" parece desubicada; no tiene nada que ver con el contexto. (Niebla)*

Por otra parte, sí observamos demandas pertinentes, vale decir, que se ajustan a la línea del museo, como los aspectos de la región que están ausentes del Museo Regional:

*Aspectos naturales? Araucanía? (MR de La Araucanía)*

Estas demandas pertinentes pueden llegar a ser muy específicas. El caso de los insectos en Valparaíso es sorprendentemente frecuente:

*Una mejor y completa muestra de insectos. / Encuentro que estuvo bien, solo faltaron un poco más de insectos, pero lo demás súper bien. / La colección de insectos la encuentro muy pobre. / Más exposición de insectos. / Faltan más insectos. (MHN de Valparaíso)*

Y no es la única petición de conocimientos científicos u objetos naturales:

*Un cocodrilo y elefante. / Una ballena más grande y un elefante. / Muy buena exposición. Podrían agregar una exposición de astronomía en la zona o Chile. / Le falta una exhibición de peces de roca de la costa chilena. Solo vi choritos y cangrejo. / Aumentar fauna abisal. / Agregar una exhibición de fósiles prehistóricos (dinosaurios chilenos por ejemplo). (MHN de Valparaíso)*

Así como mostramos recién que los visitantes solicitan objetos específicos y coherentes con la línea del museo, lo mismo hacen con la información sobre los objetos, fotografías o áreas dedicadas a conocimientos puntuales:

*Mostrar si las especies son nativas o introducidas. / Más información de las cadenas tróficas, tipos de alimentos y otros. / Me hubiera gustado ver fotos de animales o humanos en forma masiva. / Mayor información en algunas especies. Mejorar el área de minerales con guías y mayor explicación de su información. (MHN de Valparaíso)*

Aunque en esta última cita el visitante confunda la región natural con la región administrativa:

*Y tener más sobre Chile insular que es parte de la región. (MHN de Valparaíso)*

Existen, por su parte, museos en que la comprensión temática se da sin mayores dificultades, como es el caso de los museos biográficos, como es el caso de Gabriela Mistral (Vicuña), de la familia Braun Menéndez (Magallanes) o de la vida y la obra del presidente González Videla:

*Mis más sinceras felicitaciones por este museo tan hermoso que mantienen vivo el recuerdo de Gabriela Mistral. / Un agrado conocer el legado que nos deja la gran poetisa*

[Escriba texto]

*Gabriela Mistral. / Una excelente idea, me voy con las mejores imágenes y poesías de Gabriela Mistral. Solo dejar mis felicitaciones. (MGM de Vicuña)*

*Me faltó tener información de la historia de la familia con mayor detalle, no vi folletos. / Me gustaría haber recibido más información específica de la familia y sus costumbres (Braun - Menéndez) para aprovechar de conocer más de la época. / Mayor información sobre las horas de ocio de estas personas como así la servidumbre respecto a su vida familiar; ¿o eran algo así como esclavos de sirvientes? / Ojalá se pudieran mostrar más fotos o relatos de los dueños de casa. / No tengo sugerencias, pero me gustó mucho visitar el museo, jamás pensé que en esa época se podía vivir tan cómodamente. (MR de Magallanes)*

*Information/ Guide on story of president Gabriel González Vidalia [sic]. / Me gustaría saber cómo vivía GGV. (GGV)*

E incluso solicitan fuentes muy específicas:

*Unos videos de Gabriela en Estados Unidos. (MGM de Vicuña)*

En otros casos, la expectativa temática está dictada por la imagen típica que los visitantes tienen de la localidad del museo, en este caso la mitología de Chiloé:

*Falta mitología de Chiloé, historia. / Más Historia y Mitología de Chiloé. (MR de Ancud)*

Asimismo, se solicita una mayor presencia de representaciones geográficas y naturales de la isla:

*Fotografías aéreas de la isla, fauna y aves. / Mostrar dioramas de Chiloé. / Más fotografías antiguas y la ruta de los Molinos. / Flora y fauna de Chiloé. (MR de Ancud)*

Muchas veces los temas solicitados tienen un fuerte carácter histórico, y particularmente temas locales muy específicos:

*Debería ser la historia de los últimos años, también parte fundamental de la muestra (las fugas, la compañía etc.). (MA de Pascua)*

*Mostrar más del terminal de ferrocarril y descargas de productos. (Antofagasta)*

Y probablemente sean solicitados porque la persona ya tiene información previa. Aquí, el visitante implícitamente está haciendo una pregunta, y espera que el museo le dé la respuesta.

*¿De dónde viene el nombre de Chile y cómo terminó teniendo el territorio que hoy tiene? (Niebla)*

[Escriba texto]

En cuanto a los otros contenidos históricos solicitados por los visitantes, destacan también informaciones específicas sobre el tiempo y el espacio (cronología y cartografía), sin los cuales no puede haber un aprendizaje historiográfico efectivo.

*Falta línea temporal y pie de objeto en inglés. (MR de Ancud)*

*Fechar fotos. (Antofagasta)*

*Indicar fecha de algunos objetos, además creo que faltan textos explicativos. (GGV)*

En cuanto a los tipos específicos de información solicitados por nuestros visitantes, está la información de los objetos, pero también la información de los autores de esos objetos, en el caso de las obras de arte, o sobre la historia de cómo el objeto llegó a parar al museo.

*Explicación sobre la procedencia de los animales. (MHN de Valparaíso)*

*Una mejor indicación de lo que se muestra, resaltar a los autores, su historia, el trasfondo y objetivo de la exposición. / Más información de los pintores de la exhibición. / Una mejor indicación de lo que se muestra, resaltar a los autores, su historia. (Linares)*

En esta última cita, observamos una alta exigencia por parte del usuario, que no solamente pide que le expliquen los objetos, sino además que se le aclare la coherencia y el relato de la exposición, cuestión que abordaremos en el apartado nº13 sobre mediación humana y visita guiada.

## **2. Colecciones y espacios patrimoniales**

Hay visitantes preocupados por las colecciones del museo, es decir, que entienden su función patrimonial y que van en busca de eso. Así, para ellos, el museo es un conector entre la historia y el presente, a través de sus objetos más que a través de dispositivos audiovisuales e interactivos, elementos que, como veremos en el apartado nº4 sobre el cuidado de los objetos patrimoniales, tensionan la vocación patrimonial de los museos:

*Faltan artefactos originales, el museo se basa mayormente en textos e imágenes. / Más objetos históricos. / Más colección mapuche de la época. / Más objetos de procedencia española como mapuche, en la exhibición permanente del museo. (Niebla)*

*Algunos objetos antiguos de las salitreras, hay muy pocos. (Antofagasta)*

[Escriba texto]

En este caso, solicitan cosas que son posibles, pero que no suceden por desconocimiento del público:

*Mostrar, si es que se puede, los libros antiguos. Ver más objetos. (MAD MHD)*

En ocasiones, aluden a la función patrimonial de la institución sin mayores especificaciones de contenido, pero frecuentemente asociado a la identidad local o nacional y a la educación (o “culturización”):

*Más promoción a nuestro patrimonio. / Cuidar mucho este patrimonio. / Felicitaciones por la buena conservación. / Seguir conservando tal cual está cada parte, porque es un gran aporte a la educación. (MHN de Concepción)*

Pero en otras observamos una crítica directa a los objetos, que son considerados sin importancia, o bien reclaman objetos especiales que los museos han decidido sacar de su exhibición, lo cual nos lleva a reflexionar sobre los criterios tanto de selección de las colecciones como de la museografía:

*En la exposición de semillas, muy básicas, más que básico, pobre. / Todo lo que se exhibe es bueno, pero faltan piezas más relevantes. / Exponer la guagua de dos cabezas. (MHN de Valparaíso)*

### **3. Edificio y remodelación**

La importancia patrimonial de los museos aparece con claridad cuando se trata de un edificio que tiene un valor histórico o arquitectónico, lo que subraya el carácter patrimonial de la institución. El museo también es un monumento, el espacio tiene valor patrimonial, más allá de (e incluso mayor que) los objetos que contiene:

*Ojalá pudieran finalizar la restauración de este precioso edificio patrimonial. / Ojalá pudieran restaurar adecuadamente este edificio tan espectacular (antigua estación de trenes de Ovalle). (Limarí)*

*Deberían poner un video explicativo de este palacio. (MR de Ancud)*

*Más información sobre el fuerte (monumento nacional). (Niebla)*

Las remodelaciones del edificio resaltan el contraste entre lo nuevo y lo antiguo. Hay lugares como Niebla donde la remodelación es un tema muy presente, de manera positiva o negativa dependiendo del visitante. En el caso de las opiniones positivas, ven en las intervenciones una modernización del museo, un progreso y una señal de dinamismo, como generalmente sucede

[Escriba texto]

también con la renovación de contenidos de la exhibición permanente o las exhibiciones temporales (ver el caso de Linares, en el apartado nº16).

*Es un lugar muy lindo y remodelado. / Es un museo excelente y está muy bien remodelado y muy bien cuidado. / Me encantó encontrar el museo o fuerte mejor equipado. Impresionante el adelanto y cuidado. Felicitaciones. / Muy lindas las instalaciones, me gustó mucho el lugar y se nota una buena mantención. Gracias. / Felicitaciones por cómo han mejorado la infraestructura. (Niebla)*

*Excelente- muy bien mejorado todo-. (MHN de Valparaíso)*

*Felicitaciones por el mejoramiento del edificio junto con sus funcionarios. (MGM de Vicuña)*

Los visitantes que tienen una perspectiva de las transformaciones del museo en el tiempo son, necesariamente, los que ya conocen el museo. En ese sentido, no debemos subestimar el aporte de los visitantes poco frecuentes, pues ofrecen una mirada más distante y perciben bien los cambios.

*Felicitaciones. Mi última visita era en el año 2007, de modo que hay bastante progreso. / No, solo decir que a lo largo de los años ha tenido una muy buena mejoría. / Me asombró gratamente, no venía hace 5 años y el cambio es espectacular. / Me deslumbró el avance que tiene el museo, excelente, muy bien. / Excelente, la última vez que vine no existía (+ 15 años), precioso. / Vengo [desde] hace 25 años y lo dejaron hermoso. / Felicito la mejora del museo, ya que la vez anterior (7 años) que vine no estaba de este modo. (Niebla)*

En general, se valora la remodelación y la renovación, pues hay visitantes que esperan encontrar a un museo dinámico. Pero al mismo tiempo se resalta más el deterioro de ciertos detalles o el contraste con el entorno. El caso de Niebla es un buen ejemplo de intervenciones físicas para la conservación del monumento que alteran la naturaleza del mismo, según los visitantes, que muchas veces demandan disimular los arreglos para apreciar el monumento en su naturaleza:

*La remodelación no va de acuerdo a los sucesos históricos de este fuerte. / Lo único que no me gustó es la intervención de las rampas exteriores; interrumpen, a mi juicio, el museo de sitio. / La nueva construcción un poco invasiva frente al maravilloso fuerte. Tal vez pintar la estructura verde para incorporarla al paisaje. / Tratar de esconder el metal de las pasarelas. (Niebla)*

En otros casos los visitantes celebran la adecuación del museo al entorno. Aquí se trata de un edificio no histórico, sino de valor arquitectónico más moderno.

*Excelente museo, acorde al contexto. (MA de Puerto Williams)*

[Escriba texto]

#### 4. El cuidado de los objetos patrimoniales

También en relación al cuidado patrimonial de los objetos museales, observamos una serie de comentarios relacionadas con el deseo de acercarse y tocar los objetos, lo cual es una clara muestra de interés. Este punto aparece en ocasiones como una crítica (*no permitan que la gente toque los objetos*) y en ocasiones como una solicitud (*queremos acercarnos y tocar los objetos*).

En cuanto a lo primero, notamos que, en su experiencia de visita, el visitante desea una cierta solemnidad, tranquilidad y silencio para poder apreciar el patrimonio, pero también de respeto por las “reliquias” históricas. Subentendemos que comprende tanto el valor de los objetos como las necesidades que implica de su protección:

*Colocar todas las estatuas en pedestales cerrados, ya que la gente la toca, sin importar las indicaciones entregadas. / Poner vitrinas para proteger todas las exposiciones. Para evitar ser tocadas. (MA de Pascua)*

*No permitir desorden de algunos grupos que distraen a los demás. / La exposición gratis es un incentivo para que venga más gente; sin embargo, debe haber personal que cuide porque mucha gente no tiene respeto al sacar fotos, riéndose de las figuras y no permiten la lectura, por no mantener el debido silencio. (Niebla)*

Aunque la falta de condiciones sociales para tener una visita cómoda no se explica siempre por la actitud de los visitantes, sino por la infraestructura del museo:

*La capacidad del museo para recibir gente debido que hay lugares que se atochan. (MHN de Valparaíso)*

En el segundo caso, la necesidad de tocar o ver de cerca puede estar asociada a cierta ansiedad, pero también una manera de aprender más directa, como queda muy claro en algunas de las citas.

*Se debería poder observar de cerca los cañones, como era antes de la remodelación. / Acceder a los cañones. / Déjenos bajar a los cañones. (Niebla)*

*Objetos táctiles. / Me gustaría un contenido más tangible y animales disecados. (MR de La Araucanía)*

*Más experiencias táctiles. / Incorporar cosas didácticas de mayor manipulación (niños). (MHN de Valparaíso)*

*Poder, en lo límite [dentro de lo posible], tocar los objetos. (MR de Magallanes)*

Las experiencias sensoriales son de hecho reconocidas y bien valoradas:

[Escriba texto]

*Muy interactivo y sensorial. (MHN Valparaíso)*

Volveremos en los ítems nºs 6, 7 y 8 sobre esta necesidad que manifiestan algunos visitantes de acercarse a los objetos y aprender de ellos más que lo que ofrece la aproximación visual. Pero antes abordaremos el modo tradicional de transmisión de conocimientos, a saber: los textos explicativos de los objetos exhibidos.

## **5. Los textos escritos y “la flojera de leer”**

Independientemente de los contenidos temáticos, un elemento que se repite es la solicitud por textos que potencien el interés de los objetos. Los objetos tienen que estar con sus textos, pues es lo que diferencia a un objeto patrimonial de un objeto cualquiera: su documentación y la investigación en el contexto de la colección.

*Algunas muestras están sin información. (MHN de Valparaíso)*

*Me encanto la experiencia del museo, me encantaría que hubiera más cosas con su información. (MA de Pascua)*

*Mejor identificación de figuras (números) o tablillas explicativas. (MAD MHD)*

*Mayor información de los objetos (proceso de construcción, uso, etc.). (MR de La Araucanía)*

*Subtitular algunas fotos con los nombres. (MR de Atacama)*

Esta exigencia no aparece asociada solamente a los objetos patrimoniales exhibidos, sino también a dispositivos destinados a facilitar la comprensión de los objetos y temas del museo, como se menciona en el apartado nº8, sobre contenidos didácticos:

*Los personajes tipo maniqués no tienen información o explicación de su presencia. (Niebla)*

*En la "cartografía interactiva" no hay indicaciones para leerla de manera adecuada. (Niebla)*

La información debe estar completa, pero no ser demasiado extensa, como aparece en citas siguientes. También es importante señalar que el contenido de los textos no puede ser asimilado por el visitante independientemente de los aspectos formales, como la forma de redacción.

[Escriba texto]

*Textos un poco más resumidos y de fácil comprensión. / Creo que el aprendizaje y relación del común de las personas es más significativo cuando hay más imágenes y objetos que tanto texto. Atte., Docente a cargo de delegación. (Niebla)*

Esta última cita explicita muy bien la necesidad de un equilibrio entre textos y objetos (lo lingüístico y lo visual) para conseguir aprendizajes efectivos. Podría pensarse que en delegación son prioritarias las imágenes y los textos sonoros, pues para leer textos escritos se requiere una atención que se dispersa en el grupo social. En las citas siguientes también destacamos la dificultad de leer por parte de ciertos visitantes, así como otras soluciones para facilitar la transmisión de conocimiento que el texto escrito:

*En el museo-casona sugiero menos información escrita-imagen. Se podría agregar algo con audio o audiovisual, ya que la lectura a veces se torna monótono. / Demasiado texto, creo que falta algo más interactivo, como audio, video, infografías, etc. (Niebla)*

*Más audios, a veces da flojera leer. / Más material audiovisual o interactivo, complementarios al texto ¡los niños ya no leen! lamentablemente, pero les gusta aprender (MHN de Valparaíso)*

Otro elemento, menos novedoso pues aparece en el cuestionario de evaluación de la encuesta, es el de las condiciones objetivas de lectura de los textos. Los factores determinantes son la iluminación de los textos y el tamaño de sus letras, y muchas veces se combinan para conspirar contra la lectura:

*Agrandar la letra de los textos, ya que la luz no facilita lo visual aquellos que presentan dificultad visual. / Solo que sea más grande la letra de los textos de la vitrina, de los que informan cómo se llaman las cosas. (MR de La Araucanía)*

*Letra más grande... (MA de Pascua)*

*Mejorar tamaños de textos informativos. (Linares)*

*Algunos carteles tienen la letra bastante pequeña, podrían colocarla más grande. / Mejorar iluminación para lectura de textos. / Mejorar iluminación y letra de los textos, son pequeñas. / La iluminación para la exhibición de los textos, en el museo, en general. (Niebla)*

*La letra, los textos no se alcanza a ver muy bien, todo lo demás excelente. / Solo las letras de las exposiciones. / Agrandar el tamaño de las letras para poder visualizarlas mejor. / Agrandar las letras de la exhibición. / Agrandar tamaño de la letra. / Aumentar la letra. / Agrandar los textos, mejorar iluminación. / Mejorar texto, muy pequeño y oscuro. /*

[Escriba texto]

*Mejorar la iluminación de los textos puesto que en algunos casos es difícil leerlos. / Algunos textos eran muy pequeños. (MHN de Valparaíso)*

*La luminosidad de las vitrinas, no permite un buen contraste de las leyendas explicativas. / Más iluminación en textos, pero en general todo bien. / Aumentar el tamaño de la letra de los textos escritos en la exhibición. (MHN de Concepción)*

*Un poco más de iluminación. / Textos en vidrios: se notan poco, hay que buscarle el ángulo ya que la iluminación es tenue (pero ad-hoc). (MR de Magallanes)*

*Mejorar los textos con que se ejecutan las obras, igual que la iluminación y poner los cuadros en las paredes según su porte para apreciar mejor. (GGV)*

Como vemos, las condiciones subjetivas y objetivas para la lectura no son siempre las más favorables y no son pocos los que solicitan otros medios de transmisión o enseñanza considerados más amables, didácticos o interactivos. Revisemos con mayor detalle cuáles son.

## **6. Fotografías e imágenes**

El ítem de Fotografías e imágenes de la exhibición ya fue evaluado en la encuesta. Este apuntaba a la calidad de las fotografías exhibidas, pero no a la necesidad de más fotografías. Volvemos al tema de la insatisfacción en un sentido positivo, que ocurre cuando un visitante aprecia algo y solicita una mayor cantidad o diversidad de ello:

*Más fotografías. Está increíble. Gracias! (MA de Puerto Williams)*

*Más fotografías. (MA de Pascua)*

*Más fotografías. (MHN de Valparaíso)*

*Más fotografías en las exhibiciones. (Niebla)*

En ciertos casos, la solicitud por fotografías apuntaba a imágenes de los mismos objetos exhibidos en el museo, con el fin de “ver mejor” el objeto. El valor de la foto, en estos casos, radica en la ampliación del detalle o en la capacidad de mostrar distintos ángulos de los objetos. En ese sentido, son bastante equivalentes a los esquemas o infografías.

*Fotos ampliadas de lo expuesto, cerámicas y los motivos que en ellas se encuentran. (Limarí)*

[Escriba texto]

*Hay un libro con fotos...eso lo haría en grande, tipo láminas y quizás por sector donde está cada cosa. (MR de Magallanes)*

*Fotos más grandes. (MGM de Vicuña)*

*Agranda detalles para mejorar exposición. / Imágenes gigantes. (MHN de Valparaíso)*

*Hacer más explicativos y mejores esquemas petroglifos. (MA de Pascua)*

En menor medida, aparece la función de contextualizar visualmente los objetos arqueológicos y entornos físicos de donde son extraídos los objetos:

*Incorporar más fotografías de las zonas donde habitaron las tribus. (Limarí)*

## **7. “Llevarse algo del museo”**

Una alternativa a tocar los objetos, que es propuesta por los usuarios para poder acercar los objetos a la vista, es su iluminación, específicamente para poder fotografiarlos adecuadamente, así como los “recuerdos” como folletería, objetos a la venta en las tiendas o las fotos postales.

*Podrían hacer posters para llevar con las fotos de la exposición. (MHN de Valparaíso)*

*Lo único objetable es que hay mucha norma para llevarse un recuerdo, o sea, una foto. / Un poquito más cercanía con los objetos y ¿por qué no se puede usar flash? (MR de Magallanes)*

*La luz, ya que como las fotos son sin flash no se pueden sacar bien. (Antofagasta)*

En las citas anteriores, se solicita condiciones para poder tomar fotografías, como una manera de poder llevarse la imagen del objeto, a falta de poder llevarse el objeto u otro recuerdo del museo. Pero lo que aparece de manera masiva para satisfacer este deseo es la folletería y, en menor medida, mercancías relacionadas con los contenidos del museo.

*Artesanía cara. (MR de La Araucanía)*

*Un libro con fotografías profesionales y texto detallado para comparar al terminar o iniciar el recorrido (Magallanes)*

*Vender libros sobre la historia de la isla. (MA de Pascua)*

[Escriba texto]

La folletería puede tener múltiples funciones, es también o una herramienta de difusión, pues el visitante puede compartir el folleto con otros, pero también es un recuerdo de la visita (*souvenir*) y puede ser un elemento pedagógico que le sirva para recordar conocimientos concretos de historia, ciencia o arqueología que ofrece el museo. Por último, puede servir como un presentador y orientador del museo, vale decir de acompañamiento durante la visita, como un mapa de contenidos (volveremos sobre este importante punto en los apartados nº12 y nº13).

*Elementos como folletos, catálogos. / Entrega de trípticos. Pero en general una buena atención e indicaciones. Precioso museo!!! (MHN de Concepción)*

*Algún documento volante o folleto con información para llevar. / Más apoyo de audio guías, folletos, catálogos. / Más folletos informativos. / Entregar material de folleto. / Entrega de folletos informativos. (MHN de Valparaíso)*

*Información en trípticos. / Entrega de material informativo. / Entregar más folletos o catálogos. / Folleto para el recuerdo, informativo, salas de TV explicativo. / Folletos o cartillas informativas y gráficas, para que uno se lleve de recuerdo. / Folletos. / Folletos. / Folletos. / Folletos. / Falta de folletos y falta de personal para explicarnos el contexto histórico. / Falta folletería. / Sugiero la entrega de folletos informativos. / Más folletos de información complementaria. / Sería bueno tener folletos de información o una guía turística para recorrer el museo. / Falta visita guiada y contar con folletos explicativos, de modo de interiorizarse un poco más de esta época de la historia. (Niebla)*

*Cuando se visita un grupo debería entregarse folletos para todos los integrantes no solo para uno. / Dar más información a sus visitantes con folleto, etc. / Más información de apoyo como folletos. (GGV)*

*Que entreguen folletos informativos, sería bueno. / Podrían entregar más guía informativa para llevar. (MA de Pascua)*

Las pocas observaciones negativas sobre la folletería tocan tanto a su forma (tamaño de la letra) como a su contenido (pertinencia temática):

*Mejorar el tamaño de la letra de los folletos. (Linares)*

*Si bien es cierto he recibido folletos, estos deberían ser acordes a lo que se expone. (MHN de Valparaíso)*

[Escriba texto]

## 8. Contenidos didácticos

Desde el punto de vista de la misión pedagógica del museo, conviene diferenciar el cómo (formas de transmisión conocimiento) del qué (temas y contenidos). Por “didáctica”, palabra muy frecuente en las respuestas de los visitantes, entendemos los recursos museográficos concebidos para facilitar la transmisión de contenidos. Por ejemplo, las fotos patrimoniales y los objetos de las colecciones son contenidos, pero las imágenes como detalles o esquemas son imágenes recursos complementarios y facilitadores.

*Deberían tener más material didáctico. (MHN de Valparaíso)*

*Más información didáctica durante el recorrido en el museo. (Antofagasta)*

*El museo es muy bonito y agradable, sin embargo debería ser más didáctico e interactivo. (GGV)*

Muchas veces, el sentido de la palabra “didáctico” se asocia a tecnológico, audiovisual e interactivo, tipos recursos que por su parte no son lo mismo, pero tienen en común la característica de facilitar un aprendizaje. Los visitantes que los mencionan están, de algún modo, pensando en la pedagogía y asumen que van al museo a adquirir o reforzar conocimientos. Asimismo, también aparecen las necesidades didácticas asociadas a una posible ampliación de públicos, principalmente hacia los más jóvenes. Por último, la mediación audiovisual muestra un potencial de remplazo de la mediación humana, principalmente porque se encarga de contar la historia de los objetos patrimoniales del museo, y algo similar sucede con las audio guías. Aquí puede apreciarse la diversidad de recursos facilitadores:

*Me gustaría ver más exposiciones interactivas y más audiovisuales, gracias. (Linares)*

*Más imágenes, algún video explicativo de los grupos originarios. (Limarí)*

*Faltan más touch. (MGM de Vicuña)*

*Podrían tener videos cortos explicativos de lo que se ve en la isla, su historia, los descubrimientos. (MA de Pascua)*

*La audio guía debería incluir descripción de las esculturas e imágenes exhibidas. (MR de La Araucanía)*

*Contar más de la historia, quizás incluir elementos interactivos. / Propongo crear materiales interactivos que permitan llegar a un público más amplio (video, audio, rompecabezas...). / Más ejercicios interactivos en cada sala para incrementar la reflexión sobre lo aprendido. Complementar con videos. / Un muy lindo museo, muy buena*

[Escriba texto]

*información, sin embargo se agradecería tener mayor apoyo didáctico, como audios y videos ambientando cada sala. / Apoyarse con material audiovisual. Folletos. / Imágenes o audio. / Incluir videos y audios sobre la temática. Los puedo asistir en [www.anukmedios.cl](http://www.anukmedios.cl) (Niebla)*

*Sugiero tener muestras tecnológicas, para fomentar el interés de los jóvenes, una vez trajeron acuarios. ¡Fue una muestra excelente! / La música mejorarla y más actividades prácticas. / Aún le falta más tecnología. (MHN de Valparaíso)*

*Material interactivo, pantallas touch y proyecciones de los animales en su estado natural. / Tener más video de educación para la gente, pero el museo en general es muy bueno. (MHN de Concepción)*

*More digital better. / More interaction is easier to remember. (MR de Atacama)*

Existen contenidos específicos de enseñanza para los cuales los medios interactivos y audiovisuales podrían ser idóneos, como mecanismos y procesos.

*Sumar otras muestras interactivas del proceso de materiales como se funde la plata, cerámica. (MAD MHD)*

*Algo más interactivo que muestre en movimiento, por ejemplo: Cómo se elevaban y ponían de pie los Moai. Videos. (MA de Pascua)*

*Algún medio audiovisual para impactar sobre el tema del universo. (MHN Concepción)*

Asimismo, las tecnologías no solamente pueden facilitar aprendizajes sino además contribuir a la tranquilidad ambiente necesaria para el disfrute de la exhibición:

*Podrían tener experiencias "multimedia", con audífonos e imágenes, para no molestar y ayudar a quienes les cuesta más leer. Felicidades. :) (Niebla)*

## **9. Atmósfera, escenografía y comodidad**

Resulta interesante destacar cómo los recursos tecnológicos, principalmente auditivos, tienen una doble utilidad, ya sea como un medio ambiental, ya como un medio de transmisión directa de contenidos. De manera más general, independientemente de que el recurso sea o no “tecnológico”, existe entre los visitantes una atención, no por los contenidos ni su forma de transmisión, sino por el ambiente o la atmósfera en que se encuentran. Estas condiciones se refieren sobre todo a la ambientación, valorando o solicitando elementos que permitirían “interiorizarse” mejor en la temática del museo o “viajar a las épocas pasadas” o sencillamente

[Escriba texto]

tener un ambiente adecuado para la contemplación y la inspiración. Este tipo de recursos son fundamentalmente musicales o sonoros y teatrales u otras formas de representación, que podemos calificar como elementos “escenográficos”, como los disfraces y las presentaciones teatrales. Estos elementos museográficos no solamente acercan los contenidos del museo a los visitantes, sino que le dan vida al museo. De este modo, los visitantes solicitan recursos diversos, intuitivos y sorprendentes:

*Maquetas de batallas, más embarcaciones y navíos de la época. Videos educativos. Música ambiental. Dioramas. / Podrían mejorar los maniqués y mejorar las experiencias con audio (batallas, poemas, explicaciones, etc.). / Que los muñecos pestañeen. / Buenísimo, maniqués. También podría haber en el exterior. / Realizar más representaciones teatrales en relación a la historia del castillo. / Que los trajes de época sean utilizados y expuestos por personas. (Niebla)*

En cuanto a los recursos sonoros, podemos decir que facilitarían una inmersión en el museo, y se dividen en música atmosférica y en músicas temáticas, como música de época. La segunda puede ser considerada como contenido del mensaje museográfico, la primera como un complemento, como una comodidad (ambiental).

*Sugiero poner música típica de la zona o relacionada con lo expuesto en el museo. (Antofagasta)*

*Incluir música inspiradora. (Limarí)*

*Poner música. / Pongan reggae. / Que pongan reggae. / Quizás agregar en general música clásica en las zonas libres. (MHN de Valparaíso)*

*Música ambiental. / Música de la época. / Música, para que no sea tan silenciosa la visita. / Me gustaría música ambiental adecuada a la fecha. (Niebla)*

Asimismo, también aparecen otro tipo de recursos sonoros relacionados con el tema del museo:

*Utilizar más sentidos en la mayoría de las exhibiciones, no solo en la del mar. / Solo pondría más sonidos de los animales, pero lo demás excelente / Poner más sonidos / Apoyar imágenes y objetos en exhibición con sonidos ambientales. (MHN de Valparaíso)*

También encontramos solicitudes de relatos con contenidos históricos o literarios en volumen abierto (no en auriculares), pues las consideramos como remplazo de texto y transmisión directa de conocimiento, como audio guías, y no un recurso atmosférico.

*Audios explicando cada sala. (MHN de Valparaíso)*

[Escriba texto]

*Música ambiental, decoración en el techo e integrantes del museo disfrazados de acuerdo a la época de ese entonces. (BVM)*

En menor medida aparecen otros elementos experienciales que inciden en el gusto o la molestia de recorrer el museo, como es el caso del olor y el aire:

*Me gustó el olor a madera, que te hace estar como en esos tiempos. (MR de Ancud)*

*Mejorar el olor ambiental de las salas con animales disecadas y el museo en general. / Mejorar el aire acondicionado, salas muy calurosas (MHN de Valparaíso)*

Esta última cita también refiere a la atmósfera de la visita, pero nos lleva ya no a los contenidos del museo sino al tema de las necesidades la comodidad que manifiestan los diferentes usuarios, como es el caso de niños y adultos mayores, como es el caso de la temperatura y los lugares de descanso y restauración. Estas citas demuestran que debe haber un mínimo de comodidad para la apreciación de los objetos y los textos, pues la experiencia de museo es una experiencia de lecto-observación que requiere de un esfuerzo físico.

*Ventiladores :) (Antofagasta)*

*Evaluar la posibilidad de calefaccionar espacios o indicarlo antes del ingreso para evitar enfriamiento de menores y/o adultos mayores. / Mantener la temperatura agradable en invierno. / Asientos para la tercera edad. / Podría haber una cafetería, sobre todo en invierno. Excelente todo. ¡Gracias!/ un poco de calefacción para los días de lluvia. / Mejorar y aumentar espacios para el descanso y la sombra. Tener más elementos de exhibición dentro del museo. / Sugiero lugares de hidratación. / Vendan agua. (Niebla)*

*Más asientos para el público en la sala Pedro Olmos. / Poner asientos en el museo. (Linares)*

*Regalar café. / Alguna atención H2O vasitos. Bidones para auto atenderse para hidratarse. / Hace frío abajo, pero todo muy bien. / Podrían tener mayores espacios para sentarse a leer y que la biblioteca de museo tenga horarios más flexibles (no cerrar a la hora de almuerzo). (MHN de Valparaíso)*

*Implementar una cafetería. / Sillas para descansar. (GGV)*

*Casino, ya que visitan el museo colegios, familias, etc. / Deberían tener como mínimo un casino para que los niños o personas adultas puedan sentarse a almorzar. (MHN de Concepción)*

[Escriba texto]

Sin duda, las situaciones de confort pueden contribuir en los procesos de aprendizaje en el museo. Sin embargo, conviene preguntarse por los límites de estos servicios complementarios de comodidad y agrado. ¿Hasta qué punto un museo debe brindar este tipo de servicios no patrimoniales?

*Más juegos infantiles. (MGM de Vicuña)*

*Dulces a la entrada. (MR de La Araucanía)*

## 10. Mantenimiento y deterioro

Las opiniones se dividen entre quienes consideran que la mantención y la limpieza de la exhibición es suficiente y quienes la consideran insuficiente, lo cual significaría que existen distintos grados de exigencia por parte del público o, lo que sería más probable, que los niveles de limpieza cambian según el momento.

*Cabe destacar la limpieza y orden. Gracias. / Está todo claro y muy bien cuidado. / Excelente experiencia. Ojalá perduren el cuidado y limpieza. / Más limpieza en el museo, encuentro mucha suciedad. Más mantención. Gracias. (Niebla)*

*Solo felicitaciones por mantener en excelentes condiciones este lugar. (MHN de Concepción)*

*Es agradable por su limpieza. / El ingreso más limpio pintado de las puertas exteriores. (GGV)*

Asimismo, el orden de los objetos es valorado por ciertos usuarios:

*Se encuentra todo bien organizado y ordenado. (Niebla)*

*Felicitaciones por la higiene, la prolijidad y por permitir gratuidad de ingreso para quienes no pueden pagar una entrada. / Solo quisiera felicitar el mantenimiento del museo, ojalá sea siempre gratis. / Deberían cobrar entrada para mejorar la mantención y destinar, si es que sobra, para apoyo social. (MR de Magallanes)*

*Me gustó el orden de las cosas históricas, muy ordenado, ojalá se mantenga así, ya que en muy pocas ciudades se pueden apreciar este tipo de historias (MHN de Concepción)*

Otros visitantes, en cambio, destacan las malas condiciones:

[Escriba texto]

*La información (infografías) en el exterior está quemada por el sol, cambiarlas con regularidad o hacer grabados. (Niebla)*

*Cadena del baño en mal estado. / Manejar el aseo de los baños y mantención (cadena mala). El resto muy bueno excepto la iluminación. / Más Basureros. (MHN de Valparaíso)*

*Le hace falta el mantenimiento al piso, la cerámica está en muy mal estado. (MA de Pascua)*

Otro aspecto importante es la percepción del deterioro de ciertos elementos de la muestra, así como en los museos que reciben a cantidades importantes de público, como Niebla y MHN de Valparaíso. Sin embargo, ambos manifiestan problemas específicos y diferentes. El primero tiene que ver con el desgaste los letreros a la intemperie y el segundo con la inactividad de elementos tecnológicos.

*Algunos puntos de información histórica ubicados en los miradores están ilegibles y quemados por el sol. Se sugiere que los reemplacen. / Dentro del recinto existen afiches educativos que están quemados por el sol. / Hay algunos afiches exteriores que están desteñidos; esto hace imposible su lectura y es información que me gustaría tener y mantener. / Renovar informativos en acrílico (están desgastados producto del sol y de la lluvia). / Letreros quemados [reparar]. / Cambio de textos ubicados en el exterior. (Niebla)*

*Que estén todas las pantallas funcionando. / Algunas exposiciones con material audiovisual no establece en funcionamiento. / Algunas pantallas estaban apagadas. / Arreglar las luces de los objetos a exhibir. / Alguna pantalla interactiva apagada, por lo demás estética, diseño e iluminación excelente! / Algunas figuras no tenían luz ni video, procurar exponer totalidad de figuras. / Verificar las pantallas, algunas no funcionan. / Mejorar y verificar que todas las pantallas funcionen. / Revisar ciertas pantallas no encendidas, lo demás excelente ¡felicitaciones! / Verificar que todas las pantallas con información funcionen, ya que algunas estaban apagadas. (MHN de Valparaíso)*

Asimismo, se pide que no haya lugares desprovistos de algún objeto o accesorio museográfico, para que así no se vea el espacio dejado o fuera de cuidado.

*Agregar más información en la parte periférica del castillo. (Niebla)*

## **11. Iluminación general de salas y objetos.**

Si bien las preguntas relativas a la luz son sumamente específicas, los usuarios ocupan este espacio para insistir en la importancia que la luz tiene para la experiencia de visita, y sobre todo nos

[Escriba texto]

entregan detalles que la evaluación numérica no puede transmitirnos. En ciertos museos los visitantes señalan el problema de manera general:

*Más luminosidad. / Mejorar la Iluminación. (GGV)*

*Aumentar la iluminación del recinto. (MR de La Araucanía)*

*Falta iluminación en general. / Falta iluminación. / Falta iluminación. / Falta iluminación. / Mayor iluminación. / Muy poca iluminación. / Mala iluminación. / Mejorar o aumentar iluminación en museo. ¡Solo eso! / Mejor iluminación. / Un poco más de iluminación, nada más que eso, pero felicitaciones, un aporte a la cultura. (Niebla)*

*Mejorar iluminación, gracias. / Mejora la iluminación. / Sigán así, buen trabajo, podrían poner mejor iluminación. (Linares)*

*Más iluminación. / Mejor iluminación. / Más luminosidad, había espacios con poca luminosidad. (MHN de Concepción)*

*Mejorar la iluminación. / Más luz. / Mejorar la iluminación. (Limarí)*

Pero por lo general los visitantes nos informan de problemas más específicos como la falta o exceso de luz, los reflejos, deterioro o dirección del foco, ángulo de recepción o ciertos lugares puntuales como zonas de tránsito o salas:

*Aumentar la iluminación en sectores de tránsito hacia las exhibiciones. (GGV)*

*Solo la iluminación, creo los salones debiesen estar más iluminados. (Antofagasta)*

*Muy buena exposición, colocar un poco más de iluminación en los textos explicativos de los objetos en exhibición. (MHN de Concepción)*

*Mejor iluminación de los objetos para una mayor apreciación de los detalles. (MR de La Araucanía)*

*Se requiere colocar focos en los escritos, para mayor resaltación y leer. Colocar más folletos [ilegible]. Libro de registro. (Niebla)*

Mientras que en otros hacen bastantes son específicos, como por ejemplo lo que se señala en Concepción, en que la luz no tiene por qué ser homogénea y regular, y aportan algunas posibles soluciones:

[Escriba texto]

*Mayor tamaño en los textos y mayor iluminación en áreas estratégicas. (MHN de Concepción)*

*Iluminación de textos, objetos y salas. / Mejor iluminación hacia los paneles. / Modificar las luces, reflejan mucho. (MA de Pascua)*

*Cambiar las luces que hay para tener mayor visibilidad. / Cambiar los focos quemados. / Mejor iluminación en las esquinas. / (Niebla)*

*Aumentar la cantidad de visitas nocturnas para obtener mejor uso de las luces. (Niebla)*

*Algunos focos dicróicos se encuentran apagados, por lo cual no hay buena iluminación en los tableros informativos del museo (casa). (Niebla)*

*Mejorar la calidad de la luz para los objetos. Algunos no se pueden observar en detalle. / Los vidrios reflejan mucha luz y no dejan ver en detalle la exposición / Mejorar la iluminación en las habitaciones para obtener mejores fotografías, debido a las ventanas se produce mucho contraluz. / Podrían colocar más luz en algunos sectores (MR de Magallanes)*

*Más iluminación. / Una mejor iluminación en los objetos y textos. (MAD MHD)*

*Muy buena, pero mejorar la luz de textos y objetos. / Si bien, comprendo que el tipo de iluminación es para preservar, creo que es demasiado baja. (Limarí)*

*Muy bueno todo, falta más iluminación. / Colocar interruptores en las exhibiciones oscuras. (MHN de Valparaíso)*

## **12. Diseño de la exhibición y orientación en el museo**

Si bien la encuesta pregunta por la estética del diseño de la exhibición, las menciones a este ítem no hacen nunca juicios estéticos (bonito o feo), sino más bien sobre la funcionalidad y la manera en que está pensada la exhibición, principalmente en relación al espacio en el que se distribuyen los objetos y textos. Los usuarios observan aspectos espaciales dignos de destacar, pues en ocasiones logran un nivel muy detallado y técnico para describir problemas museográficos –y proponer soluciones– sobre el uso del espacio.

*Poner un poco más juntas las exposiciones. (Antofagasta)*

[Escriba texto]

*Muy linda la colección, el guion cronológico, también me gustó que las vitrinas fueran triangulares, pero creo que falta iluminación a los objetos y resaltar mejor aquellos elementos que merecen más atención (puede ser con luz). (MAD MHD)*

*Mejorar la distribución de los artefactos e información. / Aprovechar algo más los laterales, pudiendo acompañar con más historia, ahondando más, fotografías (que no estén en conjunto con bisagras, sino todas expuestas). (Niebla)*

*La sección de peces está muy alta, podría estar a mediana altura y organismos más grandes arriba, ya que se ven mejor. (MHN de Concepción)*

*Luz en los techos de tiburones (algo que asemeje fondo marino) y también para techo de los pájaros. (MHN de Valparaíso)*

*Si es posible, pensando en no intervenir, una unión entre el piso superior y zócalo. / Hay espacios que se pierden a la vista, en las esquinas, porque no se puede pasar. (MR de Magallanes)*

*Mejorar áreas verdes y habilitar más espacios para la exhibición. (MR de La Araucanía)*

Sin embargo, la demanda más frecuente dice relación con la orientación de la visita en el museo y el orden a seguir: dónde comienza, dónde termina, pero también dónde quedan lugares específicos, como el baño o lugares de descanso.

*Poner señalización hacia el baño, que sea visible. / A veces es difícil encontrar el orden a seguir para ir de un panel a otro. / Mejor señalización de lugares dentro del castillo. / Más señaléticas (Niebla)*

*Falta señalética. (MR de Ancud)*

*Que tenga flechas en el paso, que indique la dirección de la exposición, ojala con relieve. (MR de La Araucanía)*

*En relación a la exposición permanente, quizás más flechas. Guías para seguir la idea del museo, por ejemplo cuando se cambia de habitad de una sala a otra. A pesar de eso, encuentro que es un muy buen museo (MHN de Valparaíso)*

Como aparece en las citas anteriores, la solución más evidente es la señalética, pero no es la única. Tanto o más importante es la información brindada por el personal del museo y la entrega de folletería específicamente concebida para presentar los contenidos del museo en el espacio, que no es lo mismo que el folleto como recuerdo, que abordamos en las páginas precedentes.

[Escriba texto]

*Debería haber un lugar específico, en la entrada, con folletos para guiar a qué lugar dirigirse. Entrega de material de apoyo para guiar autónomamente la visita. Para guiar autónomamente. / Falta más información al entrar; falta entrega de folletos. (Niebla)*

*Más guías o un manual o panfleto que te sirva para dónde ir. (MHN de Valparaíso)*

Y en este caso, encontramos un recurso para orientarse en el espacio y a la vez adquirir un conocimiento histórico específico, todo por medio del mismo documento:

*Tener un plano con la descripción de las salas, habitaciones originales de la casa, antes de ser museo. (MR de Magallanes)*

Pero sin duda lo que se lleva las preferencias es la orientación humana. Un elemento de solución que aparece frecuentemente radica en la labor introductoria de los trabajadores del museo. Si bien en la encuesta la recepción y la información brindadas por parte de los funcionarios son separadas en dos preguntas, para muchos usuarios aparecen íntimamente ligadas. Pues, qué otro servicio podría brindar un trabajador de un recinto que por definición es educativo.

### **13. Mediación humana y visita guiada**

Los visitantes son bastante claros en especificar que se necesita una presentación general de los contenidos del museo y de las claves para comprenderlo al comenzar la visita al museo. En ese sentido, la recepción (que fue evaluada de 1 a 7 en la encuesta) debe ser entendida como un momento informativo sobre lo que el visitante irá a encontrar en este espacio, aun cuando no se profundice en los contenidos. Es una manera de asegurar que se tengan nociones previas mínimas a partir de las cuales interpretar lo que ofrece la exhibición.

*Mejorar información en recepción. (MR de La Araucanía)*

*Una breve explicación o visita guiada al momento de ingresar para así tener más información del museo / es necesario un guía para más información. (GGV)*

*Deberían al entrar darnos algunas orientaciones e información del museo. (MHN de Valparaíso)*

*Al ingresar al fuerte no hay personas que reciban a los visitantes o por lo menos a nosotros no nos guio nadie. / Alguien que haga un pequeño resumen de todo lo que hay acá. / Quizás para muchos sería importante contar con mayor información histórica previa a la llegada al museo, específicamente durante el recorrido por el castillo, de esta manera motivaríamos a las personas en su llegada al museo. (Niebla)*

[Escriba texto]

Como vimos con la demanda por folletería, el proceso de aprendizaje termina después de la experiencia de visitar el museo, pero también podemos decir que empieza antes. Ahora bien, la orientación en el museo no es solamente un asunto del inicio de la visita, sino de toda la duración de la visita. Se solicita una distribución inteligente y razonada de los guías informantes en el espacio del museo. La mediación aparece, a la vez e inseparablemente, para satisfacer la necesidad de orientación en el espacio y para la transmisión de conocimientos: si el visitante se pierde en el espacio del museo, también se pierde en el relato y la experiencia de aprendizaje. Así, el recinto puede ser visto como el espacio para hacer un paseo, pero también como un laberinto cognitivo.

*No queda claro el recorrido a seguir y por qué. Al entrar por un lugar específico y que señala un comienzo, no se entiende después el criterio que por qué sigue. / Más personal indicando accesos, orientando. (MHN de Valparaíso)*

*Un guía que fuera explicando el circuito del museo. (MR de Atacama)*

*Más personal aportando información en los puntos significativos del lugar. / Más personal o guías que indiquen el recorrido. / La presencia de personal del museo que pueda realizar visitas guiadas en caso requerido, si bien la visita auto guiada es de buena calidad gracias a material expuesto. (Niebla)*

La mediación humana que solicitan los usuarios puede adoptar dos modalidades muy claras. Una es la visita guiada propiamente tal, en la que el guía acompaña a los visitantes de manera continua. Otra son los guías ubicados en puntos específicos del recinto, como por ejemplo en cada sala, y proporcionan información relativa a los contenidos de ese lugar del museo. El segundo es solamente un informador, un apoyo complementario a la visita autónoma, mientras que el primero es un acompañante, y es muy valorado por los usuarios, tanto por el vínculo humano que se genera, pero sobre todo por la eficacia en la transmisión de conocimientos.

*Agradecemos la visita guiada y la buena disposición. / Muy amable la guía, muy agradable la presentación. (MHN de Concepción)*

También las menciones a la visita guiada aparecen como una solicitud, cuando el visitante no pudo acceder a este servicio. Se puede concluir de ellos que la experiencia en el museo y la adquisición de conocimientos habrían sido mejor con el apoyo de un guía.

*Poner alguien que guíe y explique. / Realizar visitas guiadas. / Tener a guías que hagan más interesante el museo. / Visitas guiadas. / Todo muy buenos excelente más guías. / Tener ocasionalmente guías para la exposición permanente. / Un guía para todo público. / Falta guía. / Faltan guías que expliquen. / Gente para que guíe la visita. / Más guías. / Más guía para las personas y debería haber una zona de corrido [recorrido?]. (MHN de Valparaíso)*

[Escriba texto]

*Más guía del museo. (MHN de Concepción)*

*Más presentación. Mayor atención al público. / Falta personal que guíe la visita. / Creo que hace falta más personal. / Ofrecer visitas guiadas. / Funcionarios en el museo apoyando la visita. / Guías. Más guías. / Más guías. / Más guías turísticos. / Mayor apoyo de guías. / Guía permanente para delegaciones. / Tener un guía experto u otro tipo de funcionarios. / Que la visita sea guiada. / Sería excelente que existiera visita guiada, atraería mayor cantidad de turistas y público en general. Gracias. / Felicidades por el museo, ojalá se expanda la visita. Gracias. (Niebla)*

*Más personal y guías. / Que existan guías en forma permanente, lo cual permita realizar el tour dentro del museo. (MR de Ancud)*

*Es muy agradable de la estadía pero faltan guías para explicar situaciones y lugares. / Tener más guías que nos ayuden. (GGV)*

*Sería interesante ser acompañado por un guía. (Antofagasta)*

*Se necesita persona que haga guía personalizada. (MGM de Vicuña)*

Asimismo, aparecen ciertos detalles sobre las dificultades que puede surgir durante la visita, en este caso, en cuanto a su ritmo, pues hay diferencias entre los tiempos para la lectura y los tiempos para la escucha.

*Que las guías estén más tiempo en cada sala pues no se puede leer bien de que parte país y tiempo de su antigüedad son me encanto todo lo que vi, es maravilloso. (MAD MHD)*

Como venimos señalando, una cosa es una visita guiada (continuidad del grupo) y otra es el guía especializado por sala (otra experiencia social, más fragmentada). Esta segunda modalidad –un consultor ubicado en lugares puntuales del museo– aparece solamente como solicitud:

*Que existan guías, para guiar los distintos sectores del museo. / Quizás que aumente el número de informantes o encargado por cada sala. Y demasiado interesante el lugar. ¡Felicidades! / Que tengan algún guía para ir explicando cada lugar del museo. / Podría haber un guía que vaya explicando cada sección. (Niebla)*

*Más apoyo del personal del museo. / Mejor atención de funcionarios o alguna persona de guía. / Más guías en las salas de demostración. / Colocar un guía por sala para poder hacerle consultas. (MHN de Valparaíso)*

[Escriba texto]

*Más personal para que pueda atender en vitrinas, ya que el personal existente atiende el mesón y no da abasto para el requerimiento del turista. (Antofagasta)*

En ocasiones, la solicitud adquiere un tono de queja, pero en otras felicitan a los guías cuando reciben sus servicios. Existen muy pocos reclamos sobre la calidad de los relatos o la calidad del vínculo personal con los guías, aparte de estas excepciones.

*Mejorar la atención y capacitar al personal. / Un poco más de empatía. (MHN de Valparaíso)*

En una sola ocasión la visita guiada o la información brindada por los funcionarios es considerada insuficiente.

*Deberían dar más información que los de un guía. (MHN de Valparaíso)*

Pedir que se conteste la encuesta sin dar nada a cambio puede influir negativamente en la evaluación de la mediación humana ofrecida por el museo (razón suplementaria para disponer de una encuesta auto aplicada).

*En ítem III evalué con nota 1 debido a que no observé funcionarios dentro del museo, exceptuando quien me entrega esta encuesta. Es un museo muy bueno, con mucha información, aunque algunas letras son pequeñas y creo que no todo adulto mayor las puede leer. / No se nos acercó ningún funcionario ni nadie nos explicó nada. Solo nos hablaron para responder esta encuesta. (Niebla)*

En ciertas ocasiones, los visitantes establecen un vínculo personal con los trabajadores del museo y celebran la hospitalidad del recinto. Así, es muy explícito que los visitantes valoran no solamente la información brindada por el personal, sino además el trato y el vínculo personal que se establece con ellos.

*Una vez más, quiero agradecer la amabilidad de los funcionarios que trabajan en este museo. En esta oportunidad nos atendió el señor Juan Belmas quien nos orientó, nos contó la historia de este lugar y principalmente nos deja con las ganas de volver, ya que su excelente disposición y gentileza hace que este museo sea un lugar bellísimo. / Nada que sugerir. Aquí se nota un excelente trabajo. Personal muy amable. / Muy contenta las instalaciones y la bienvenida que nos entregan. (MHN de Valparaíso)*

*Museo piccolo ma molto interessante. Eccellente l'ospitalita. Grazie. (BVM)*

*Sin observación, todo limpio, buena disposición del personal a cargo. (MR de Ancud)*

[Escriba texto]

*Muy buen relato del guía. / Muy lindo el museo. Y había una persona que nos relató toda la historia. / Felicitaciones por la dedicación de explicar la historia, además la limpieza de cada lugar. Buena disposición [del supervisor de seguridad] Walter Guzmán. / Qué bueno que estos espacios sean gratis, espacios seguros y buena atención y recibimiento. :)*  
(Niebla)

*Muy buena disposición del personal, enfatizando en la preparada exposición de la guía. ¡Felicitaciones! / Felicitaciones por la muestra, está muy bien dirigida por los guías.*  
(Linares)

*Para mí fue suficiente. Mis agradecimientos a la señorita Silvia en la Secretaría por su gran gentileza en la recepción y guía. (MR de Atacama)*

Sin duda la cortesía es importante en el museo como en cualquier otro servicio público, pero esta se reduce a la pura simpatía si no va acompañada de un contenido informativo. Aquí podemos ver cómo visitantes aluden al relato de los guías ('que nos cuenten la historia') y en ocasiones hacen alusión directamente a contenidos educativos de la visita guiada:

*Que haya más guías que cuenten la historia. / El sistema de guiado es bastante necesario y bueno para comprender mejor la historia del museo. / Más guías, para facilitar el entendimiento de todo lo expuesto en el museo. / Persona guía para las personas para poder tener mayores antecedentes históricos. / Mayor información y personas encargadas de contar un poco de historia. / Se agradecería que hubiera un guía quien pueda ir contándonos y describiendo todo lo que aparece en este lugar. / Más guías turísticos que puedan relatar la historia de este hermoso museo. (Niebla)*

También se solicita la visita guiada en función de públicos y de momentos específicos:

*Un guía para la persona que también viene sola, que no solamente como delegación o colegio. (MR de Atacama)*

*En temporada baja también deberían existir visitas guiadas. / En días festivos y domingos principalmente aumentar cantidad de guías con el fin de tener una experiencia mejor.*  
(Niebla)

Otra herramienta diseñada para orientar el recorrido y transmitir conocimientos en remplazo de la mediación humana es la audio guía, que llama la atención por la falta de menciones en la parte cualitativa de la encuesta.

*Fomentar la utilización de audífonos. (MR de La Araucanía)*

*Proporcionar audio guías. (MHN de Valparaíso)*

[Escriba texto]

## 14. Difusión y acceso

En la versión 2016 de la encuesta fue eliminada la pregunta por la manera en que el visitante se enteró de la existencia del museo y las razones de su visita. Sin embargo, no son escasas las menciones a este respecto. No se trata tanto de la explicitación de las razones de la visita sino más bien de ideas sobre cómo atraer público, considerando que la falta de éste es un elemento a mejorar, lo cual se expresa con los términos de publicidad, propaganda o difusión, sin mayores especificaciones:

*Informar más acerca de las interesantes exposiciones que hay en el museo, para así fomentar el interés y las visitas. (Linares)*

*Más publicidad, para ser más conocidos por el público. / Que se dé más a conocer para haya más visitantes. / Ser más conocidos. (MAD MHD)*

*Deberían realizar más publicidad, ya que no es un museo que se conozca mucho y es una pérdida para el turismo, ya que es muy interesante y atractivo. (Niebla)*

*Debería ser mejor publicitada y ser más continua. / Mayor difusión. / Más propaganda. / Mayor publicidad. / Mayor publicidad. / Mayor publicidad para que venga más público. / Mejor difusión del museo. / Todo muy lindo, gracias, más difusión. / Tener más publicidad para saber y visitarlo, es muy bueno. (MHN de Valparaíso)*

*Generar mayor atracción al público. (BVM)*

Sin embargo, como estrategias específicas, se mencionan avisos en el espacio público e internet:

*Mejorar difusión (redes sociales). / Mejorar la apuesta comunicacional de difusión. (MHN de Concepción)*

*Página web. (Niebla)*

*Dar a conocer por medio de redes sociales las diferentes exposiciones a modo de tener conocimiento de ellas. (Linares)*

En cuando a la información de acceso, los visitantes solicitan indicaciones para poder llegar al museo desde distintos puntos de la ciudad, como plazas o terminales de buses, en las cercanías del museo. Estos avisos, además, tienen una función publicitaria, pues son una forma de dar a conocer el museo:

[Escriba texto]

*Mapas en terminal de ómnibus. (Niebla)*

*Y faltan más letreros e información donde saber que existe un museo. (MHN de Concepción)*

*Información al exterior del museo para que llame la atención entrar. Mucha gente pasa por la Alameda o fuera del museo sin saber si hay exhibición o no. (Linares)*

*Mayor información desde afuera. Publicidad del lugar. (MAD MHD)*

*Colocar un letrero. (Limarí)*

*Diga museo afuera (GGV)*

En cuanto a informaciones específicas de acceso, solicitan que se informe del horario de apertura o de actividades puntuales. También se pide que se amplíen el horario y los días de apertura, y se felicita cuando eso sucede, como es el caso de Museos de Medianoche:

*Me encantó ver la exposición en este horario, deberían realizarlo en más oportunidades. / Fuera del museo con el horario. / Informar el horario. (MHN de Concepción)*

*Mayor apertura o conocimiento de horario. (Limarí)*

*Alargue de horario. / Extender el horario de atención después de las 18:00 hrs. / Mayor información respecto de la fecha y horario de la actividad. (MHN de Valparaíso)*

*Que el horario de cierre es muy temprano, al menos para mí, vengo de Valdivia, llegué a las 4:45 y cierran a las 5, eso. / Alargar el horario. / Solo me faltó más tiempo. (Niebla)*

*Difusión de las exposiciones y horarios. (GGV)*

*Atención los sábados. (BVM)*

Pero probablemente lo más interesante sea las menciones a públicos específicos, que deben ser informados y con quienes se debería tener alianzas estratégicas, principalmente para atraer a estudiantes y adultos mayores por medio de invitaciones.

*¡Más publicidad! deberían venir más estudiantes. / Hacer invitaciones a los alumnos de Pedagogía de Universidad San Sebastián (Bellavista). / Visitar nuevamente este lugar recibiendo invitación (3era. Edad Ñuñoa). (MAD MHD)*

[Escriba texto]

*Que envíen invitaciones a los colegios. / Solo sugerirles enviaran invitaciones a los DAEM de las comunas de la región para que muchos estudiantes puedan disfrutar de este "baño de cultura". (MHN de Concepción)*

*Hacer más invitaciones a la gente para que venga a conocer, ya que es un lugar donde uno también puede venir con la familia. / Promoción, excelente museo pero poco promocionado a nivel regional. (MHN de Valparaíso)*

## **15. Públicos específicos: niños, adultos mayores y discapacitados**

No solamente los visitantes detectan que los contenidos del museo pueden ser aprovechados por públicos específicos, señalan además que deben ser transmitidos de maneras específicas para estos públicos. Nuevamente, la luz y el tamaño de los textos, la folletería y los relatos de los guías aparecen como elementos que deben tener consideraciones especiales, distinguiendo a tipos de públicos como escolares y preescolares:

*Guía del museo para explicar especialmente a grupos escolares. / Incluir exposiciones de dinosaurios para niños/as preescolares. (Limarí)*

*Ampliar la información en lenguaje para pre-básica. / Brindar guías de aprendizaje para desarrollar con los alumnos. / Mayor iluminación a los textos, pensando tanto en los niños como en los adultos mayores. Todo lo demás excelente. (MHN de Concepción)*

También aparecen las menciones a recursos didácticos audiovisuales e interactivos para los más jóvenes, así como actividades especiales destinadas a sus gustos:

*Pensar en la primera infancia. / Incorporar información audiovisual. Videos educativos para los niños. / Bello museo, hacen falta cosas didácticas para niños. / Personal apoyando la visita cuando se ingrese con niños. (MHN de Valparaíso)*

*Aprovechar la sala de pintado y cine para actividades más didácticas que aprecian los niños. (MHN de Concepción)*

*Y exponer alguna feria científica de estudiantes de enseñanza básica y media. (MHN de Valparaíso)*

*Difundir este programa a los escolares. (BVM)*

Entre los públicos específicos, también son mencionados la tercera edad y los discapacitados físicos y visuales en relación a problemas puntuales de acceso físico y cognitivo:

[Escriba texto]

*Para nuestra edad es un poco oscuro, pero comprendo que deben conservar los colores. (Limarí)*

*Mejor adaptabilidad en la entrada del museo, para personas que usan sillas de ruedas, muletas, etc. pero en general muy buena disposición. / Poner más rampas para sillas de rueda o coches. / Para una persona que no tiene buena vista es difícil poder leer el tamaño de las letras. (MHN de Valparaíso)*

*Rampas en las escaleras para que los minusválidos puedan alcanzar más arriba. / Podría mejorar colocando algún relato audible, pensando en las personas no videntes. / Poner códigos QR o sistemas de sonido para personas no videntes. / Que los textos tengan apoyo auditivo o sistema Braille para gente ciega. / También tener más parejo los pasillos para adultos mayores y discapacitados. (Niebla)*

*Explicar un poco más, y para las personas con poca visualización, que se puede desarrollar más ya que no puede ver las cosas y me gustaría que hubiese algo para tocar. (MR de Ancud)*

Encontramos además muy buenos comentarios cuando el visitante siente que hay una atención para estos públicos específicos y un respeto por su diferencia:

*Fue muy buena experiencia por nuestra visita y una buena vivencia para nosotros los como adulto mayor que venimos de los Andes (GGV)*

*Gracias por la amabilidad y taller a los niños-as. (MAD MHD)*

*Me es muy grato venir, es un espacio de esparcimiento y tranquilidad por ende, es muy bueno, educativo y familiar. / Ninguna, pues el espacio está muy bien equipado y resulta muy interesante para el grupo de niños / Solo agregar que este museo es una "joyita" en Valparaíso, tanto para niños y adultos. / El servicio e información en general fue de todo mi agrado, de forma interactiva e interesante para personas de todas las edades. Muy conforme y feliz con la visita. (MHN de Valparaíso)*

## **16. Renovación y hábito de visita**

Si bien la encuesta no indagó en las razones de la visita, hemos podido mostrar algunas de las expectativas de los usuarios, así como sus satisfacciones, insatisfacciones y algunas ideas para poder satisfacerlas. Los visitantes que no visitan los museos por primera vez tienen expectativas más claras de lo que esperan encontrar. Son ellos quienes mejor nos informan sobre el equilibrio entre las dos misiones fundamentales del museo: conservar los objetos patrimoniales y exhibirlos al público de manera atractiva.

[Escriba texto]

Desde esta perspectiva, podemos encontrar dos tipos de visitantes frecuentes. Los primeros son los que vienen para encontrar lo mismo (como ir a un parque), o que al menos no manifiestan la necesidad de renovación. Como vimos anteriormente, el orden es bien valorado por ciertos usuarios. Esto, probablemente, los vuelva idóneos para hacer la difusión del museo y atraer a nuevos públicos para que vean lo mismo que ellos vieron.

*En general me gusta este museo, desde su renovación de vez en cuando me dejo caer... como sugerencia única debería subir un poco la iluminación en algunas salas pero en general esta excelente. (MHN de Valparaíso)*

*Me encanta, el museo es ideal para traer a los niños y niñas o venir solo, todo en su lugar y la información es excelente. (MHN de Valparaíso)*

Acá la persona vuelve porque encuentra siempre la misma calidad. Las personas que llevan a otros, ya sea a niños o amigos, no buscan necesariamente una “constante variedad”, como dijo un visitante, sino una ‘constante constancia’, por decirlo de algún modo. Incluso vemos a visitantes frecuentes que siguen la oferta anual del museo sin mayores insatisfacciones.

*He visto varias exposiciones y la exposición permanente y ambas me parecen buenísimas así como están. / Creo que el museo va muy bien encaminado, las exposiciones son bellas, interesantes y didácticas. (MHN de Valparaíso)*

*Todo muy buenas condiciones siempre un gusto volver. (MGM de Vicuña)*

*Generalmente las exposiciones a las que vengo siempre cuentan con todo lo adecuado para hacer agradable la visita. ¡Muchas gracias! (GGV)*

Asimismo, podemos observar cómo se produce por primera vez el hábito de visita a museos y la fidelización, en visitantes nuevos que aseguran que volverán al museo.

*No mucho la verdad. Es la primera vez que vengo y quede fascinado, vendré con mi hijo sin duda. / Voy a visitar este museo de nuevo, sin dudas. (MHN de Valparaíso)*

Un segundo grupo de visitantes frecuentes son aquellos que vuelven al museo para encontrar novedades. Sin duda, son mayoritarios los visitantes frecuentes que demandan cambios en la exhibición permanente, o bien que se agreguen exposiciones temporales a la programación del museo, así como otras actividades de corta duración.

*Excelente muestra, esperamos más exposiciones para los niños, recuerdo excelentísimo, nada que ver con otros años. (GGV)*

[Escriba texto]

Esto es muy notorio en el museo de Linares, que se caracteriza por un público altamente local y fidelizado, que conoce bien el museo y que solicita mayor renovación de contenidos.

*Hacer un cambio en las salas de exposición permanente. / Renovación de exhibiciones. Juego con las colecciones. / Que las esculturas tengan más rotación. / Que las salas temporales tengan rotación de objetos. / Cambiar algunas pinturas antiguas. Cambiar algunas pinturas de la exposición permanente y mejorar el manejo de público para los guardias. Rotación de pinturas en salas permanentes. / No hay sugerencias, todo está muy bien, aunque se podrían cambiar pinturas. / Es importante para las personas de Linares la visita de exposiciones itinerantes. (Linares)*

Para poner remedio a lo que ven como un estancamiento, los visitantes proponen otro tipo de actividades que dinamizarían la vida del museo, como charlas (lo que es muy cercano a una visita guiada, pero espacios diferentes), talleres o actividades temáticas especializadas. Como señalamos al comienzo de este informe (apartado nº1), los límites de los temas propios del museo son a veces difusos, y esto puede verse muy bien con las propuestas que hacen los visitantes para darle dinamismo al museo y sacarlos de la rutina. Nótese que algunas citas especifican momentos puntuales del día, de la semana o en ciertas fechas del año:

*Realizar visitas guiadas o breves charlas que expliquen sobre los objetos de la muestra permanente. (Limari)*

*Hacer e informar más sobre los talleres e integrar un guía por el museo. (GGV)*

*Guías nocturnas para fechas especiales con temáticas relacionadas al museo ejemplo: Halloween, murciélagos, etc. / Días temáticos y decoración de acuerdo a días de celebración. / Creo que deberían hacer algún tipo de espectáculo mediante la jornada. / Días temáticos y decoración de acuerdo a días de celebración. / Creo que deberían hacer algún tipo de espectáculo mediante la jornada. / Talleres de reciclaje. / Talleres remanentes. (MHN de Valparaíso)*

*Continuar con este tipo de actividades, incentivan a venir al museo. / Más actividades, nuevas exposiciones y temas. / Más actividades interactivas. (MHN de Valparaíso)*

*Actualizar las imágenes y fotografías. Seguir introduciendo actividades nuevas para mantener el interés de los niños por visitar el museo. / Hacer más eventos nocturnos. / Fin de semana, muestra de bailes típicos de Chile: sur, norte, centro, mapuche. / Presentar trabajos de investigación realizados en la región. Ser el vínculo entre I+D y sociedad. (MHN de Concepción)*

*Habilitar alguna clase de visita nocturna fotográfica. / Que los días domingo hagan presentaciones. (Niebla)*

[Escriba texto]

Asimismo, proponen mantener un calendario dinámico de exhibiciones temporales, así como una rotación de los objetos entre la exhibición y los depósitos:

*Constante variedad. / Renovación de las exposiciones. / Renovar, y más material visual. / Tener dinamismo con exposiciones frecuentes. / Variar más las exposiciones, pues ya hay muchos elementos repetidos con respecto a otras visitas que realicé en el año. / Cambiarla cada cierto tiempo de historia de nuestro país a algo internacional. Deberían cambiar algunas cosas de la exposición para que se haga más entretenido y venir más seguido. Pues, las exhibiciones son muy buenas, pero ya repetitivas necesita nuevas exhibiciones / Cambios de exposiciones más seguidos, ya que hemos venido por más de 4 meses y sigue la misma exposición. / No, mejorarlo más bien cada cierto tiempo ir cambiando las temáticas a mostrar. Pero eso. Muy bueno y didáctico, sobre todo para los pequeños. / Seguir renovando con nuevas áreas de exposición ya que el museo es muy bueno pero las veces no han colocado muchas salas de exposición. (MHN de Valparaíso)*

*Renovar la colección, disponer de más vitrinas para exhibir objetos en bodegas, ambientar con música los espacios, realizar visitas guiadas. (GGV)*

*Renovación del museo a través de los años. (Niebla)*

## **17. Acceso de la comunidad al museo**

Hemos visto que los visitantes tienen a veces ideas diferentes de los servicios culturales que efectivamente pueden encontrar en el museo, sin por ello sentirse defraudados, en la mayoría de los casos. Para comprender mejor estas posibles brechas entre las expectativas y los servicios que pueden ser brindados, conviene revisar la manera que tienen los visitantes de entender la función del museo, la cual es ante todo es social, educativa e identitaria a nivel local.

En el análisis de las citas que aluden a la didáctica o a la difusión, la ampliación de públicos, el fortalecimiento de la relación entre el museo y las personas es una preocupación importante de nuestros visitantes. Se asume que el museo es un espacio de esparcimiento, pero ante todo es un lugar de aprendizaje y, asimismo, se solicita que tenga en cuenta de la diversidad de los visitantes. De este modo, el museo hace un aporte cultural a la sociedad, aunque en ocasiones el museo tenga que romper la imagen que tiene de estar cerrado sobre sí mismo para quienes no tienen el hábito de visitarlos, como se señala en la primera cita:

*Realizar más actividades hacia la comunidad y no mantenerse tan herméticos. / Felicitaciones por compartir conocimientos con los niños y la comunidad. Todo excelente. / El conocimiento enriquece a las comunidades. / Mantener exposiciones de nivel público*

[Escriba texto]

*(niños, adolescentes) y mantener exposiciones que culturicen y ayuden a la comunidad.*  
(MHN de Valparaíso)

*Realizar talleres gratuitos a la comunidad, con el fin de fomentar la cultura, visitas guiadas.*  
(GGV)

*Adelante como la mejor educación.* (MAD MHD)

*Muy hermosa región, cumple con todos sus requisitos, enseña mucho a la comunidad.*  
(MGM de Vicuña)

Hay visitantes van más allá de la experiencia individual de visita:

*Replicaría la idea en el resto de la región, Excelente.* (MA de Puerto Williams)

*Yo vengo de Santiago y la verdad creo que la fórmula que hicieron para mejorar este museo debería ser aplicado al de la capital, porque las exhibiciones y las salas son vacías y la participación con lo expuesto. / Excelente museo, he recorrido los museos de Santiago, pero este lo dejo en primer lugar, muy lindo.* (MHN de Valparaíso)

Es igualmente importante la valoración identitaria del museo para los lugareños, que ven allí un espacio para el preservar una cultura considerada propia, sea a un nivel local, como la ciudad, regional o nacional. El uso del pronombre “nosotros” así como la declaración “yo soy” dan cuenta de esta valoración identitaria. Desde esta perspectiva, basta con que el visitante señale su procedencia para comprender que el museo tiene una relación con la identidad territorial de las personas, independientemente si los objetos y conocimientos exhibidos sean artísticos, naturales o arqueológicos. Todos son considerados “nuestros”.

*Soy de Valparaíso y quedé sorprendido al ver el museo en tan buen estado. Es hermoso. Felicitaciones.* (MHN de Valparaíso)

*Soy valdiviana y residente en otra región. / Bueno, mi ciudad es maravillosa y la promoción de estos lugares es una historia que no solo los valdivianos debemos tener, existen cuevas que también deberían estar registradas y mostradas. Bella la iniciativa. Felicidades.* (Niebla)

*Realizar actividades y/o eventos para difundir nuestra cultura.* (Limarí)

En ciertos casos, esta apropiación del museo llega grados muy altos, como el museo de los linarenses, que asumen que el museo es para ellos, un espacio donde se muestra lo propio de Linares y que además es una ventana desde la que se puede ver el patrimonio exterior a Linares.

[Escriba texto]

*Exponer más material de artistas linarenses. / Más expositores linarenses. / Que siga tal cual, tal vez mejorar cantidad de obras linarenses. / Mantener más antigüedades de Linares. (Linares)*

En este mismo museo, vemos que hay usuarios que buscan honrar entre los artistas linarenses al mismo fundador del museo, lo cual habla de un alto grado de identificación y apropiación de la historia del museo:

*Deberían también recordar a quién tuvo la iniciativa de hacer el museo y que llevó la tarea a cabo. Deberían tener a don Milton Espinoza Espinoza quién diseñó el museo, él trabajó un año sin paga para trasladar pinturas desde Santiago. Pienso que lo mínimo que podrían hacer es tener su foto como integrante de personajes ilustres. (Linares)*

Pero también notamos una fuerte identificación a nivel ya no local sino que nacional:

*¡Excelente! Los felicito y agradezco permitir observar tantas maravillas de nuestro país. (MHN de Valparaíso)*

*Fue una experiencia muy enriquecedora ya que nos recordó cómo fueron nuestros inicios y mis hijos lograron ver las riquezas que poseía Chile y sus antepasados. Muy satisfecha con la visita! (MHN de Concepción)*

O que buscan combinar las necesidades identitarias con la multiculturalidad:

*Incorporar más exposiciones sobre la identidad regional, pero basándose en la multiculturalidad. (GGV)*

## **18. Idiomas extranjeros**

Sin duda la traducción de textos y folletos, así como las visitas guiadas en lenguas extranjeras, son la principal herramienta para mostrar los contenidos del museo a los visitantes que no pertenecen a la cultura y el territorio en el que se encuentran los museos. Estos visitantes son los turistas, un público importante para el desarrollo de los museos de la SNM. Pero no son ellos los únicos preocupados de que la información de los museos les llegue, sino también los visitantes locales. Como puede apreciarse, el idioma más solicitado es el inglés:

*Need letter explanation in English of Moai eye. (MA de Pascua)*

*Maybe some more texts in English. / More English descriptions inside the house. Thank you. (Niebla)*

[Escriba texto]

*Relatar los textos en alemán, inglés. / Tal vez deba agregarse textos en inglés para turistas extranjeros. / Traducción simultánea de los relatos. Son muy interesantes pero solo están escritos en español. (Niebla)*

*The ere not English texts. / There are no English texts. / Falta idioma inglés (MGM de Vicuña)*

*Más traducciones en inglés. / Más traducciones en inglés. (MHN de Valparaíso)*

*Como un visitante no español podría apreciar solo la visualización. / As a non spanish speaking visitor, could not fully appreciate the display. (GGV)*

*Descriptions/translations to english. / Maybe english signs o audio handset because my spanish is not goodenough for some of the text. It's very interesting I wish I could understand more! / Maybe English would be appreciated. Thanks. / Some English traslation would have been very useful for me! (MA de Puerto Williams)*

*Descriptions in english / Falta traducción en ingles / Falta información en inglés. / Faltan textos en inglés. (MR de Ancud)*

*Me gustaría ver más información en inglés. / También añadir textos y sonido en inglés al museo. / Tal vez traducir al francés, hay mucha gente francesa. Falta boutique. (MR de Magallanes)*

También encontramos algunas falencias en la traducción de los textos:

*La traducción en inglés podría ser mejorado. ¡Gracias! (Niebla)*

*Improve lighting of diving room, please review the English textbook, it is sometime hard to read translate exhibition text in English. (MR de Magallanes)*

En una sola oportunidad vemos el problema inverso, donde los relatos están en inglés y no en español:

*El audio guía estaba en inglés, por lo tanto para las personas que no manejan el idioma se hace difícil entender, sugiero revisar esto. (MR de La Araucanía)*

[Escriba texto]

## IV. Conclusiones

Así como la parte cuantitativa de esta encuesta está orientada a conocer los grados de satisfacción de los visitantes de nuestros museos, la parte cualitativa busca saber cómo mejorarían los usuarios los museos que han visitado. La información levantada, gracias a la pregunta abierta *¿Tiene alguna sugerencia para mejorar en nuestra exhibición permanente?*, fue agrupada prácticamente su totalidad en los 18 ítems relacionados entre sí. A continuación los elementos más destacables y algunas reflexiones finales.

### Objetos

No hay por parte de los visitantes una crítica notable a los objetos; estos, según la evaluación hecha por los encuestados, son considerados interesantes. En ciertos casos, notamos que los visitantes solicitan muestras mayores (más objetos) y, en ocasiones, otro tipo de objetos, que podrían no coincidir con las líneas temáticas del museo y ni de las colecciones. A este respecto, sería necesario conocer la actitud y la reflexión de los directores de museos respecto al grado de apertura temática de sus museos, ya sea en sus exhibiciones permanentes, ya sea en actividades complementarias. Esto nos lleva directamente a un tema que va más allá de los museos y que toca a las políticas culturales en todo ámbito y nivel, que es el de la participación ciudadana. ¿Cómo definir la línea temática (compra de colecciones, decisiones museográficas) de un museo? ¿Desde la tradición propia del museo o desde lo que solicitan sus usuarios?

Una manera de ajustar la expectativa de estos visitantes puede ser explicar brevemente, ya sea por medio de textos o de los funcionarios, el **marco temático** de los museos, y su propio contexto histórico (historia de las colecciones).

Observamos el deseo, por una parte importante del público, de acercarse y tocar los objetos exhibidos, lo cual va en contra de la misión de resguardo patrimonial de los museos, e incluso de la propia seguridad de los visitantes, como es el caso de los cañones del fuerte de Niebla, cuyo acceso fue eliminado porque el muro se estaba cayendo al mar.

Una manera de ajustar la expectativa de estos visitantes puede ser explicar brevemente, ya sea por medio de textos o de los funcionarios, la **función patrimonial de los museos**. Así, el visitante no solamente aprenderá la historia materializada en los objetos patrimoniales, sino además los esfuerzos necesarios para conservar esa materialidad. Por otra parte, también es posible, como los mismos visitantes sugieren, sustituir los originales por réplicas que sí puedan ser manipuladas, como de hecho sucede en algunos de nuestros museos (MHNV).

[Escriba texto]

También notamos el deseo de llevarse algo tangible de la visita al museo, como fotografías tomadas por los mismos visitantes, o bien algún recuerdo que pueda venderse, como libros y postales, o folletería de reparto gratuito. Todas estas posibilidades tienen como consecuencia además ser elementos de difusión.

## Transmisión de información

Considerando que los textos asociados a los objetos exhibidos son el medio principal de información sobre esos objetos, se sugiere cuidar su iluminación y el tamaño de sus letras (como aparece claramente con la parte cuantitativa de la encuesta), pero también su extensión, que no debe ser excesiva (y menos si la letra es pequeña) y su redacción.

También aparecen solicitudes por otros medios informativos, de diverso tipo:

- Visuales, como fotografías o infografías, que pueden reforzar ciertos contenidos del guion museográfico.
- Auditivos, como relatos en audioguías o en parlantes.
- Audiovisuales, como películas, que también pueden ser proyectadas en pantallas individuales con auriculares o colectivas en alto volumen.
- Elementos interactivos de estímulo/respuesta, como pantallas touch.

En todos estos casos se trata de medio tecnológicos, cuya implementación puede facilitar efectivamente la transmisión de contenidos, pero también opacar lo que es principal en los museos, que es la exhibición de las colecciones patrimoniales. Es muy frecuente, además, que cuando hay un dispositivo tecnológico presente, pero sin funcionamiento, los visitantes lo señalen como una falencia.

Una forma de evitar estas insatisfacciones puede ser retirar del espacio museal los objetos que no están funcionando en caso de que no puedan ser reparados prontamente. Incluso cuestionamos la utilidad de estos dispositivos, considerando que los objetos principales en el museo son los objetos patrimoniales y que los otros objetos –complementarios– suelen tener un alto costo de adquisición y mantención, así como una vida útil necesariamente limitada (a diferencia del objeto patrimonial, cuya vida útil es larga).

Además de estos medios de transmisión de información, destacamos la necesidad manifestada por usuarios de elementos de comodidad (como lugares de descanso y restauración) que puedan facilitar los aprendizajes, considerando que la visita al museo, aunque sea grata, significa un esfuerzo mental y físico para el visitante. Estas peticiones están la mayoría de las veces relacionadas con públicos específicos, como niños, adultos mayores y discapacitados.

[Escriba texto]

## Edificio y recinto

El edificio aparece en el registro de los visitantes principalmente cuando (1) es parte de la oferta museográfica, en el sentido que es un monumento y un objeto patrimonial en sí mismo que entra en el guion, como es el caso del MR de Magallanes o de Niebla, o cuando (2) está siendo remodelado, intervenido o restaurado, en caso de ser un edificio patrimonial (como sucede con el Museo del Limarí, que es en efecto patrimonial –antigua estación de trenes– pero que no está relacionado con la oferta museográfica –pues se trata de un museo de objetos prehistóricos). En el caso de Niebla, las intervenciones marcan un contraste entre lo antiguo y lo moderno que puede ser bien o mal valorado según los visitantes.

Para ajustar las expectativas de los visitantes a estas necesidades de remodelación o restauración, conviene informarles de las razones de las intervenciones y los beneficios que el público las colecciones pueden sacar de estas.

## Atención y mediación humana

Destacamos principalmente dos roles de los trabajadores del museo muy valorados por los encuestados.

El primero es la función informativa que, como venimos señalando, es clave para la decodificación del museo por parte del visitante. Esta necesidad se manifiesta de tres maneras:

- Visita guiada durante todo el recorrido
- Guía por sala
- Información al ingresar al recinto que presente al museo y sus contenidos (ajuste de expectativas).

La segunda función del personal del museo no tiene que ver con contenidos informativos sino con la actitud que ciertos visitantes esperan encontrar. Con esto se refieren a la amabilidad, la cortesía y el buen trato, , comoportamientos que hablan de la expectativa de encontrarse con un museo “más humano”. Como hemos señalado en otra instancia<sup>4</sup>, la recepción y acogida de ciertos visitantes poco acostumbrados a visitar museos puede ser muy favorable para que estos sean percibidos como espacios de aprendizaje amigable, y no como recintos donde se conservan conocimientos herméticos o para la elite cultural.

Destacamos además que en los museos de mayor tamaño –Niebla sobre todo– los visitantes solicitan más mediación, probablemente por su carácter abierto, que requiere una mayor orientación.

---

<sup>4</sup> [Notas para comprender el carácter público de los museos estatales](#), OC 33, CNCA, 2017.

[Escriba texto]

## Difusión y acceso

Llama la atención que los visitantes señalen la difusión (“dar a conocer el museo”) como una necesidad importante, pues si se encuentran en el museo, ya saben que el museo existe. Esto puede ser interpretado de dos maneras no excluyentes: la primera, que el visitante le hubiera gustado saber antes de la existencia del museo (esto vale para los visitantes nuevos); la segunda, que los visitantes aprecian el museo y quieren “compartirlo” con los demás, lo cual hablaría de un cierto grado de identificación con el museo. Esta solicitud no se limita a difundir el conocimiento del museo, sino también de las actividades específicas que ocurren en este, como talleres o muestras temporales, entre otros.

La difusión es tematizada en términos de publicidad, pero también de acceso, en el sentido de informar a los potenciales visitantes de la ubicación del museo en la ciudad y la manera de llegar, o incluso de invitar a ciertos públicos y ofrecer formas de acercamiento.

En cuanto a la gratuidad de acceso a los museos, medida adoptada desde marzo de 2015, podemos afirmar que la percepción es positiva, aunque existe también una asociación entre gratuidad y descuido del museo, probablemente por pensar que este se debe a la falta de recursos. Podemos ver en la encuesta diferentes testimonios: algunos usuarios valoran con entusiasmo el ingreso libre de pago, como algo que agrega valor a la experiencia de visita; otros, sin criticar la medida, manifiestan que estarían dispuestos a hacer algún aporte, voluntario u obligatorio, si es que significa una mejora para el museo.