

Florencia Puebla nos presenta en este libro los resultados de un exhaustivo y original estudio de público realizado en el Museo del Área Fundacional de la Ciudad de Mendoza. Este trabajo, el primero de su tipo realizado en la región, pone en primer plano la relación que la sociedad entabla con el patrimonio histórico y arqueológico de la ciudad, focalizándose en la experiencia que las personas viven al enfrentarse con el pasado regional. Abarcando tanto variables cuantitativas como cualitativas, la autora despliega una diversidad de metodologías (como son entrevistas, encuestas, mapeos, observaciones, conversaciones provocadas), en la búsqueda de respuestas que ayuden a reflexionar sobre como la divulgación y exposición del patrimonio impacta en la sociedad. Finalmente, y en virtud de los resultados obtenidos, se realizan propuestas que colaboren, desde el ámbito museológico, con la consolidación de un vínculo más fluido y activo entre la sociedad y su patrimonio.

María Florencia Puebla es Maestra en Museología de la Escuela Nacional de Conservación Restauración y Museografía Manuel del Castillo Negrete, ENCRYM-México (año 2015), Maestra en Arqueología y Curaduría en Museos de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, ENAH-México (año 2016), profesora de historia y licenciada en arqueología por la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina (año 2012). Desde el 2007 trabaja en museos arqueológicos, desempeñándose en diversas labores que conciernen al ámbito museológico en general y curatorial en particular.

Sus temas de investigación son la relación del museo con su comunidad, museología comunitaria e indígena, discursos curatoriales y representación museal del pasado en la realidad contemporánea de América Latina. El abordaje de estas problemáticas se ve plasmado en sus tesis de licenciatura y maestrías, y en la publicación de diversos artículos en revistas con referato de México, Argentina, España y Venezuela.



Centro de investigaciones
RUINAS DE SAN FRANCISCO



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
FILOSOFÍA Y LETRAS

CIENCIA Y TÉCNICA
SECRETARÍA DE CIENCIA,
TÉCNICA Y POSGRADO

ISSN 1678-0837-27795-400



ISBN 978987217766408

ESTUDIO DE PÚBLICO EN EL MUSEO DEL ÁREA FUNDACIONAL DE MENDOZA

La relación sociedad y patrimonio
en un sitio arqueológico

Florencia Puebla

Serie PUBLICACIONES DEL CIRSF

**Estudio de Públicos en el Museo del Área
Fundacional de Mendoza. La relación sociedad y
patrimonio en un sitio arqueológico**

María Florencia Puebla



CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO

Ficha técnica:

Puebla, Florencia

Públicos y museo: análisis de visitantes al museo del área fundacional de Mendoza. - 1a ed. - Mendoza: Facultad de Filosofía y Letras UNCuyo, 2013. 210 p.; 21x15 cm. - (Publicaciones del CIRSF / Horacio Chiavazza; 9)

ISBN 978-987-27766-4-0

1. Museología. I. Título
CDD 069

Fecha de catalogación: 16/04/2013

Esta estrictamente prohibido su copiado como el plagio del contenido.

Agencia Argentina ISBN
Cámara Argentina del Libro
Av. Belgrano 1580, 4º Piso
C1093AAQ Buenos Aires
Argentina
Tel: (54 11) 4381-8383

Contratapa Libro

Florencia Puebla (Mendoza, 1987) nos presenta en este libro los resultados de un exhaustivo y original estudio de públicos realizado a 2027 personas en el año 2011, en el Museo del Área Fundacional de la Ciudad de Mendoza. Este trabajo, el primero de su tipo realizado en la región, pone en primer plano la relación que la sociedad entabla con el patrimonio histórico y arqueológico de la ciudad, focalizándose en la experiencia que las personas generan al enfrentarse con el pasado regional. Abarcando tanto variables cuantitativas como cualitativas, la autora despliega una diversidad de técnicas metodológicas (como entrevistas, encuestas, mapeos, observaciones, conversaciones provocadas), en la búsqueda de respuestas que ayuden a reflexionar sobre como la divulgación y exposición del patrimonio impacta en la sociedad.

*“el museo se está convirtiendo en la universidad del pueblo,
en el marco de una nueva interpretación de la educación,
que hoy se entiende como una labor
continua y permanente a lo largo de toda una vida”.*

Hooper Greenhill, 1998:10.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiese podido realizarse sin las diversas personas que ingresaron en el año 2011 al Museo del Área Fundacional de la Ciudad de Mendoza (MAF), y que amablemente colaboraron completando encuestas, entrevistas y otros ejercicios fundamentales para que esta investigación se desarrollara. También fue de suma importancia la ayuda brindada por el director del museo, el Dr. Horacio Chiavazza. A él le agradezco su apoyo y predisposición en todo momento. Además agradezco infinitamente al editor y diseñador de este libro, por el increíble trabajo que realizaron. Por último doy las gracias a todo el personal del MAF y el CIRSF por los momentos y experiencias compartidas.

INDICE

Introducción.	4
CAPÍTULO 1. EL MUSEO DEL ÁREA FUNDACIONAL (MAF).	6
¿Por qué un estudio de públicos?	16
Un acercamiento al tema desde la arqueología	20
Pensando el museo desde la contemporaneidad	21
Buscando una mejor definición de estudios de públicos	30
CAPÍTULO 2. ESTUDIOS DE PÚBLICOS: UNA CUESTIÓN DE LARGA DATA.	34
Estudios de públicos en el MAF	44
CAPÍTULO 3. PENSANDO UNA METODOLOGÍA PARA EL MAF.	50
Técnicas cualitativas	50
Técnicas cuantitativas	51
Clasificación de variables utilizadas en los públicos	52
Cálculo y resultado del universo muestral	54
Análisis y procesamiento de la información	57
CAPÍTULO 4. EN LA BÚSQUEDA DE LA EXPERIENCIA MUSEÍSTICA.	68
REFLEXIONES FINALES.	150
BIBLIOGRAFÍA	155
ANEXOS	172

INTRODUCCIÓN

La investigación presentada en esta tesis se trata de un estudio de públicos llevado a cabo en el año 2011, en el Museo de sitio arqueológico del Área Fundacional de la Ciudad de Mendoza (en adelante MAF) de Argentina. Esta problemática surgió a partir del interés de la autora por conocer y reflexionar sobre los comportamientos, opiniones y experiencias que tenían diversas personas cuando ingresaban y recorrían dicho espacio. Con este objetivo se propuso realizar una investigación que hasta ese momento no se había efectuado en Argentina con sus mismas características y alcances. Debido a esta carencia, todos los ejemplos con los que se contaba eran extranjeros, y pertenecían en su mayoría a museos no arqueológicos. Este desafío supuso adaptar el trabajo desde lo teórico y metodológico a la problemática local del MAF, y a sus públicos en particular.

No obstante, fueron de gran ayuda los diálogos efectuados con diversos investigadores especializados en esta problemática. Estos intercambios, en su mayoría, se desarrollaron en el marco de la capacitación realizada en el mes de septiembre del año 2011 en el Museo de Ciencias Naturales *Bernardino Rivadavia*, de Buenos Aires. La misma se tituló "*El Visitante tiene la palabra*", y fue impartida por la experta, y siempre recordada, Janet Kamien. Una vez obtenidos los conocimientos y ayudas necesarios se llevó a cabo el estudio de públicos, que fue dividido en dos partes. Una primera dedicada al trabajo de campo y específicamente a la recopilación de datos, y una segunda destinada a su sistematización e interpretación.

Esta tesis estructura la mencionada investigación en cuatro capítulos. En el primero se realiza una breve reseña del MAF, con el fin de conocer el contexto museal y su guión curatorial y museográfico. Como era un estudio inédito en la región, se expuso brevemente una justificación de la importancia de realizar estudios de públicos en museos en la actualidad. En segundo término, se presentó el marco teórico-conceptual que fundamentó este trabajo, así como sus objetivos y

preguntas más importantes. Para tener un mayor conocimiento del desarrollo de los estudios de públicos, se elaboró en el segundo capítulo un breve bosquejo de los antecedentes a nivel mundial realizados en esta problemática. Ya en el tercer capítulo se expuso la metodología utilizada durante el trabajo de campo; no obstante, como paso previo, se calculó la muestra representativa para conformar el número y características de las personas con las que se iba a trabajar. Realizado esto, se describieron las variables de análisis y técnicas metodológicas, divididas según su naturaleza cuantitativa (encuestas simples y actitudinales) y cualitativa (observaciones, mapas de significado personal y conversaciones provocadas). En el cuarto y último capítulo se expusieron los datos obtenidos según los tipos de visitas, junto al análisis, interpretaciones y conclusiones. Finalmente, se reflexionó sobre el año de trabajo que implicó desarrollar esta investigación.

CAPÍTULO UNO. EL MUSEO DEL ÁREA FUNDACIONAL (MAF).

El MAF, es un museo de sitio arqueológico ubicado en la cuarta sección de la ciudad de Mendoza, sobre la margen oriental de la plaza Pedro del Castillo, entre las calles Beltrán (norte), Alberdi (sur), Ituzaingó (oeste) y Costanera Norte (este). Éste fue excavado por primera vez en el transcurso de los años 1989-1992, por un equipo arqueológico convocado por la municipalidad de la Capital y codirigido por Daniel Schávelzon (UBA), Roberto Bárcena (UNCuyo) y Clara Abal (UNCuyo) (Bárcena y Schávelzon 1991). Los hallazgos de las excavaciones dieron paso a la inauguración del museo en 1993 (Tamiozzo 1997).

En el sitio arqueológico, ubicado en el casco histórico fundacional de Mendoza, se encuentran vestigios del antiguo cabildo de la ciudad. En la contigua plaza Pedro del Castillo (nombre que pertenece a su fundador español), la histórica plaza de armas de la ciudad, se halló una pila colonial que servía para abastecer de agua potable a los lugareños desde 1814 hasta 1861. La pila de agua y otra fuente construida en el año 1930 encima de la colonial, se recuperaron durante las excavaciones del año 1992 (Tamiozzo 1997); y se encuentran abiertas a los públicos actualmente. Hoy en día el museo, la plaza y las dos fuentes, forman parte del circuito histórico-arqueológico del Área Fundacional, junto con las Ruinas de San Francisco (único edificio que queda en pie tras la destrucción ocurrida por el terremoto del año 1861) y otras esculturas, ubicadas en diferentes puntos de la plaza, realizadas por artistas plásticos como *Chalo* Tulián, entre otros.

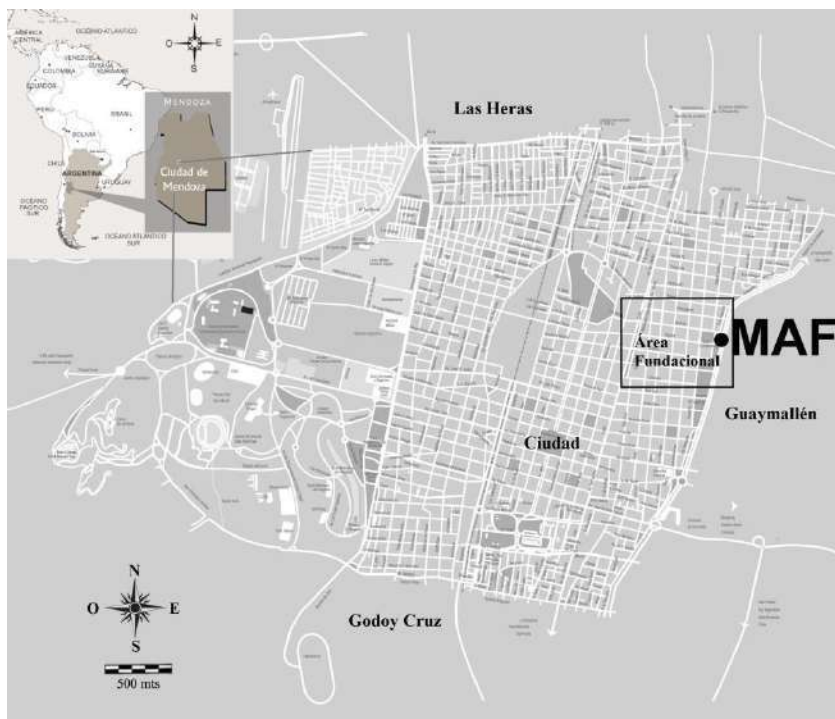


Imagen n°1: Ubicación del Museo del Área Fundacional (MAF), en la ciudad de Mendoza.

El cabildo y casi la totalidad del casco histórico fueron destruidos en el terremoto del año 1861. Este suceso obligó a trasladar el centro urbano hacia el oeste, donde actualmente se encuentra. Tras este acontecimiento, la zona quedó marginada del nuevo foco citadino, por lo que el espacio perteneciente al cabildo fue reutilizado por un matadero de animales, y posteriormente por una feria de frutas y verduras desde 1940-1950 hasta la inauguración del museo (Bárcena y Schávelzon 1991; Chiavazza, Zorrilla y Prieto 2011). Es importante mencionar el simbolismo que tuvo el haber transformado el espacio de máximo poder en el período colonial (como fue el cabildo) en un matadero de animales, imponiendo de manera metafórica que las viejas ideas y el poder español, formaban parte del pasado.

Actualmente, el museo trabaja en colaboración con el Centro de Investigaciones Ruinas de San Francisco (CIRSF), creado en el año 1998, realizando de manera conjunta trabajos relacionados con el patrimonio histórico-arqueológico regional. El MAF difunde, desde una labor educativa, las

investigaciones realizadas por el equipo interdisciplinario que conforma el CIRSF (Chiavazza 2002; Chiavazza Zorrilla y Prieto 2011).

El Museo permanece abierto 323 días al año, con los siguientes horarios de atención: de martes a sábados de 8.00hs-20:00hs, domingos de 12:00hs-20:00h y feriados de 11.00hs-19.00hs. El costo de ingreso en el momento en el que se llevó a cabo el estudio de públicos variaba entre una entrada general de ocho pesos argentinos y una entrada de estudiantes a cinco pesos, mientras que los niños menores de 8 años y los jubilados no abonaban. A esto se le agrega una entrada de ingreso a la cámara subterránea que contiene las dos fuentes de agua, por un valor de dos pesos argentinos. Asimismo, los días miércoles la entrada es libre y gratuita¹.

Los públicos que ingresan recorren tres salas de exposiciones permanentes y una de muestras temporales². A su vez, en el momento del estudio, los visitantes contaban con diversos servicios como folletería en idioma castellano e inglés; biblioteca; boutique; baños de damas, caballeros y discapacitados; aire acondicionado en todas las salas; agua fría y caliente; libro de quejas y sugerencias; folletería de otros museos e instituciones culturales de Mendoza e información general y recreativa útiles para el turista; vigilancia las 24 horas por sistema de cámara, presencia de un guardia dentro del museo y servicio de guía de sala especializado en diferentes grupos y niveles escolares.

Por otro lado, el MAF utiliza diversos medios de comunicación para llegar a la población, como una agenda cultural que distribuye la municipalidad de la Ciudad de Mendoza de forma gratuita, prensa televisiva y radial, y folletería e información general facilitada en centros de atención al turista (Chiavazza, Zorrilla y Prieto 2011). Además, existe una producción sistemática de trabajos y publicaciones científicas realizados por el equipo de investigación del CIRSF, que son expuestos en diversos congresos y jornadas de índole local, nacional e internacional.

¹ Datos actualizados a la fecha 2/2/2012.

² Ver las salas expositivas en figura n°1, ubicada en anexos.

Asimismo, este espacio lleva a cabo diferentes actividades anuales como inauguraciones de exposiciones temporales, charlas y conferencias de diversas temáticas, y actividades especiales, entre las que se encuentran clases de cátedras correspondientes a carreras universitarias públicas y privadas (como la licenciatura de Historia de la Universidad Nacional de Cuyo y la licenciatura de Arquitectura de la Universidad de Mendoza). Al mismo tiempo, todos los miércoles se lleva a cabo una obra de teatro llamada *Huellas*, realizada por el grupo de artistas denominado *Las Sillas*, bajo la dirección de la artista Pinty Saba.

La teatralización representa la fundación de la ciudad de Mendoza y está destinada a escuelas primarias de Mendoza y otras provincias de Argentina. El MAF cuenta también con programas educativos desarrollados todo el año, orientados a que los niños puedan descubrir y reflexionar de manera lúdica sobre los conocimientos de distintas ramas de la ciencia como la arqueología, geografía, ecología, etc. El programa se denomina *Club de Ciencias*, e incluye tres talleres destinados a personas en edad escolar inicial; estos son: *Arqueojuegos* (focalizado en la arqueología y el patrimonio) (Chiavazza 2009), *Ecología para niños* y *El laboratorio del tiempo* (focalizado en la teoría de la evolución) (Chiavazza et al. 2011a).

Con respecto a su temática, el guión museológico del MAF está basado en la historia de la ciudad de Mendoza, y se encontraba, hasta el momento del estudio de públicos, en español y en sistema de lectura braille. La exposición permanente fue renovada completamente en el año 2008³, tras la asunción del actual director-curador del MAF, el Doctor en arqueología Horacio Chiavazza. Su guión curatorial se focaliza en el patrimonio regional desde una mirada histórica/arqueológica, y fue diseñado para ser flexible y dinámico, para agregar o quitar contenidos, pudiendo de esta manera explayarse-contraerse, esto es sumar o quitar vitrinas y cédulas sin dejar huecos e incoherencias (Chiavazza 2011). La exposición permanente se compone de colecciones y excavaciones. Las primeras son en su mayoría de naturaleza arqueológica e histórica, y fueron recuperadas en

³ Para tener conocimiento sobre la exposición anterior al 2008 ver el artículo de Horacio Chiavazza: *El Área Fundacional de Mendoza* (2011).

los trabajos realizados en el recinto. Además incluye una parte de colecciones etnográficas. Todas se encuentran expuestas de forma contextual-histórica en las tres salas del museo correspondientes a las tres unidades que estructuran el guión curatorial. Por otro lado, las excavaciones arqueológicas son cuatro, y están ubicadas en diversas partes del museo. En la entrada a la exposición se encuentra un pozo de forma triangular que muestra la sucesión ocupacional del edificio, con los pisos originales del antiguo cabildo, y la vereda y escalinata de entrada a la feria de frutas y verduras. También hay una excavación rectangular situada en el centro del museo, que expone una posible sala principal de baldosas coloniales rectangulares. Por último, existen dos excavaciones en forma de trincheras ubicadas en los lados sur y norte de las salas. La trinchera Sur deja al descubierto un piso de cantos rodados perteneciente al cabildo, y la trinchera Norte exhibe el mismo piso, pero reutilizado por el matadero de animales⁴.

El guión curatorial de la exposición permanente contiene tres unidades acordadas a los períodos históricos regionales, estos son: etapa indígena (unidad n°1), etapa colonial (unidad n°2) y etapa moderna pos terremoto (unidad n°3). Cada unidad está conformada por núcleos temáticos/expositivos (en adelante N T/E)⁵, siendo 36 en total. La primera unidad se encuentra en el sector Sur-Oeste del museo y contiene 12 N T/E. Luego de una pequeña introducción que da la bienvenida al sitio arqueológico y al museo (N T/E n°1), inicia la exposición con información general de la diversidad geográfica y cultural del continente americano (N T/E n°2), y la presentación de los primeros pobladores del territorio mendocino conformados en grupos de cazadores-recolectores (N T/E n°3). Seguido de esto, se mencionan los importantes cambios a nivel tecnológico y de prácticas alimenticias que caracterizaron a la llamada cultura Huarpe, representada en diversos contextos geográficos-culturales (N T/E n°5, N T/E n°8) y domésticos-productivos (N T/E n°6, N T/E n°7). Por otro lado, el sector Este de la sala está dedicado a la influencia Inca tras la incorporación de la región al Tawantinsuyu (N T/E n°4, N T/E n°9, N T/E n°10). Además, se hace referencia al momento de

⁴ Ver la ubicación de las excavaciones en el espacio expositivo en la figura n° 2, ubicada en anexos.

⁵ Para la ubicación de los N T/E en el espacio expositivo ver figura n°3, ubicada en anexos.

confrontación bélica entre aborígenes y españoles (N T/E n°11). La sala indígena, finaliza con lo que el director-curador del museo denominó primer punto de inflexión en el guión curatorial, que es la fundación de la ciudad el 2 de marzo de 1561 por el español Pedro del Castillo (N T/E n°12). Los objetos expuestos en esta unidad varían entre objetos arqueológicos (cerámica, lítico, óseo fauna, semillas y marlos de maíz y otras especies de alimentos y material malacológico), esculturas, dioramas, planos, maquetas, paneles, fotografías, pinturas, reproducciones a diferentes escalas, dibujos y testimonios históricos.



Imagen n°2: Sala indígena, sector Sur-Oeste.

La segunda sala y unidad expositiva está dedicada al período colonial en Mendoza, se ubica en el sector Sur-Este del MAF y contiene 13 N T/E. Comienza con los cambios generados en el paisaje con la llegada de los españoles, y las nuevas formas de organización territorial (N T/E n°1). Además, se presentan cambios en la incorporación, producción y consumo de alimentos, y la llegada de nuevos productos de origen europeo (N T/E n°3, N T/E n°4, N T/E n°5, N T/E n°12, N T/E n°13). También se exponen los cambios más importantes acontecidos en la época, como los socio-políticos y económicos (N T/E n°6, N T/E n°7, N T/E n°10),

los religiosos e ideológicos (N T/E n°9, N T/E n°11) y los institucionales y jurídicos (N T/E n°8). Los objetos que se exponen varían entre diversos materiales arqueológicos e históricos (cerámica, óseo fauna, metal y cuero), esculturas (N T/E n°2), dioramas, planos, maquetas, paneles, testimonios históricos, pinturas y dibujos. Entre la sala indígena y la sala colonial está la excavación denominada Trinchera Sur, que muestran los pisos originales del antiguo cabildo de la ciudad. Existe un puente que conecta estas dos salas, y es utilizado como recurso museográfico para dar la idea de estar caminando sobre los pisos del cabildo, además de evidenciar el paso del tiempo y el cambio en la materialidad acontecido a partir del período colonial.



Imagen n°3 Sala Colonial y parte de la Trinchera Sur, sector Sur-Oeste.

Existe otro recurso museográfico que se ubica en una especie de corredor existente entre la excavación central y la pared Este del museo. Allí se exponen a una altura aproximada de 30 cm. del piso diversos planos históricos. El corredor

conecta la sala colonial con el segundo punto de inflexión⁶ del gui3n curatorial, que es el terremoto del d3a 20 de marzo del a3o 1861; suceso que destruye casi por completo la ciudad colonial. Por este sector se ingresa a la tercera unidad y 3ltima sala expositiva, correspondiente al per3odo moderno luego del terremoto. Se ubica en el sector Nor-Oeste y contiene 11 N T/E. Los planos se utilizan para describir el proceso hist3rico dado durante la primera mitad del siglo XIX, hasta llegar a las excavaciones del matadero (trinchera Norte).

Al inicio de la sala post-terremoto se puede apreciar mediante el lenguaje museogr3fico, el contraste entre la ciudad vieja y nueva, utilizando como recurso im3genes a gran escala de la urbe en ruinas por el terremoto, que marcan el paso hacia la ciudad moderna (Chiavazza 2011). La tercera unidad del gui3n curatorial relata el resurgimiento de Mendoza luego de la cat3strofe (N T/E n31), trasladando y reconstruy3ndose en un nuevo espacio (N T/E n35, N T/E n36, N T/E n310, N T/E n311). Adem3s se presenta la incorporaci3n de nuevos materiales modernos (N T/E n34, N T/E n37, N T/E n38, N T/E n39) y el proceso de marginalidad de la antigua ciudad colonial (Chiavazza 2011). Los objetos que conforman esta unidad var3an entre arqueol3gicos (loza, vidrio, porcelana y metal), hist3ricos (piano, c3mara de fotos y auto), constructivos y decorativos (N T/E n32). Adem3s se incluyen estructuras t3ctiles para no videntes (N T/E n33), planos, maquetas, paneles, fotograf3as y testimonios hist3ricos.

⁶ Ver puntos de inflexi3n en figura n3 4 ubicada en anexos.



Imagen n°4: Sala Post-terremoto, sector Nor-Oeste.

Es importante aclarar que la exposición del MAF se ha diseñado y montado para recorrerla tanto con o sin servicio de guía. La diferencia radica en que el guía aporta mayor información en ciertos temas, que en su mayoría tienen que ver con el proceso de investigación arqueológica. Además existen diversas modalidades de visitas guiadas, dependiendo de los públicos y las demandas que presentan.

Con respecto al total de la superficie expositiva que se encuentra abierta al público es de 1.500,2 m². De este total, 1.202,44m² corresponden al espacio dedicado a la exposición, marginando las excavaciones que tienen un total de 297,76m². De este número, 170 m² son la superficie de la excavación Central, 62.4m² a la trinchera Norte, 48.36m² a la trinchera Sur y 170 m² al triángulo arqueológico ubicado a la entrada.

Unidades	N T/E	Temática
Unidad introductoria	N T/E 1	Presentación y contextualización del sitio.
Unidad n°1 Sala Indígena 12 N T/E en total	N T/E 2	Diversidad geográfica y cultural de América.
	N T/E 3	
	N T/E 4	Grupos de cazadores-recolectores.
	N T/E 5	Alfarería Viluco.
	N T/E 6	Huarpes laguneros.
	N T/E 7	Cestería Huarpe.

	N T/E 8 N T/E 9 N T/E 10 N T/E 11 N T/E 12	Contexto doméstico indígena. Arte parietal indígena. Momia Inca del Aconcagua. Influencia Inca en la región. Confrontación de dos culturas (indígena y española). Fundación de la ciudad de Mendoza.
Unidad n°2 Sala Colonial 13 N T/E	N T/E 1 N T/E 2 N T/E 3 N T/E 4 N T/E 5 N T/E 6 N T/E 7 N T/E 8 N T/E 9 N T/E 10 N T/E 11 N T/E 12 N T/E 13	Maqueta de la ciudad colonial. Escultura de Pedro del Castillo. Vitrina de arqueofauna. Cerámica Carrascal. Objetos coloniales. Vestimenta del período colonial. Imágenes de profesiones económicas. Dioramas del Cabildo. Pintura de festividades populares. Pintura de los estamentos sociales Objetos religiosos. Cerámica importada. Batea de uso doméstico.
Unidad n°3 Sala Post-terremoto 11 N T/E	N T/E 1 N T/E 2 N T/E 3 N T/E 4 N T/E 5 N T/E 6 N T/E 7 N T/E 8 N T/E 9 N T/E 10 N T/E 11	Imágenes de las Ruinas de San Francisco y del Terremoto. Puerta Colonial. Esquema estratigráfico arqueológico de la ciudad de Mendoza. Objetos domésticos modernos. Maquetas de la Ciudad Nueva. Reconstrucción de la Nueva Ciudad. Auto de principio del siglo XX. Piano. Cámara fotográfica. Imágenes de la Mendoza post-terremoto. Educación en Mendoza a partir de 1863.

Tabla n°1: Núcleos temáticos/expositivos (N T/E) diferenciados por salas expositivas.

En los últimos años, el MAF ha desarrollado una marcada política orientada a la accesibilidad e inclusión de públicos. Cuenta con servicio de baño para discapacitados, rampas de acceso y amplia movilidad dentro del espacio expositivo, eliminando barreras físicas. Sumado a esto, existen guías especializadas en capacidades diferentes y sistema de lectura en braille en todas las cédulas y paneles. También cuenta con soportes táctiles de materiales arqueológicos, ubicados en todas las diversas salas con el fin de brindar una

mejor interpretación del guión museológico utilizando los diferentes sentidos y capacidades cognitivas (Chiavazza *et al.* 2011b).

Además de lo anterior, existen diversas modalidades de visitas guiadas. Las de tipo educativo están destinadas a escuelas primarias y secundarias provinciales, nacionales e internacionales. Para las escuelas primarias se lleva a cabo una visita lúdica-reflexiva del patrimonio, y para las secundarias el recorrido guiado tiene una modalidad comprensiva-reflexiva. Por otro lado, el museo oferta visitas guiadas desde un carácter crítico-reflexivo, a diversos públicos jóvenes y adultos. A esto se suman visitas especiales destinadas a personas que merecen una atención específica (con capacidades diferentes o individuos y grupos que buscan información particular). Con estas modalidades el MAF trata de cubrir una amplia gama de demandas sociales y de públicos.

Luego de brindar un claro panorama del contexto en el que se llevó a cabo este estudio, se desarrollará, en las líneas subsiguientes, la investigación realizada en el año 2011. El objetivo fue conocer en profundidad no sólo a los públicos del MAF, sino las experiencias que generaban cuando ingresaban, recorrían la exposición y entraban en contacto con el patrimonio histórico-arqueológico de la región.

Por qué un estudio de públicos

En la actualidad, los museos se han reconocido como espacios sociales de encuentro y reflexión ciudadana (Puebla 2015). Además de ser de los pocos lugares donde se resguarda la memoria histórica de los diversos colectivos sociales, generando un puente de contacto entre las personas y ciertos aspectos de su realidad que van más allá de su tiempo y espacio (Navarro 2006b). Esto los posicionó socialmente como instituciones que ejercen una importante influencia en las esferas políticas, socio-económicas y psicológicas. Con estos significados e identificaciones, resulta importante que el museo conozca y entable diálogos con sus públicos, ya que si no lo hace, puede correr el riesgo de volverse acrítico,

aislado y elitista. ¿Cuántas veces hemos entrado a museos con estas características?, que lo único que saben de sus visitantes es la cantidad promedio de gente que entra por año. Esta relación de carácter cuantitativa que generan muchos museos con sus públicos, los ha llevado a perder su razón de ser como el producto y fundamento social que comprenden en su origen, contenido y uso (Córdova *et al.* 2004).

Cambiar esta concepción fue un enorme desafío por parte de la museología contemporánea, que ha reflexionado y cuestionado ciertas prácticas históricas de poder y monólogo que ejercía con sus públicos. No obstante, para cambiar estas formas de relacionarse con la población hay que tener un amplio conocimiento sobre sus principales características, necesidades y demandas. Este punto de partida, ha posicionado a los estudios de públicos como herramientas primordiales de la práctica museológica, y un comienzo hacia un museo más abierto, reflexivo y democrático; tarea que cobra mayor importancia si se expone el patrimonio material de la ciudad que reside (Falk y Dierking 2000).

La investigación que se presenta en este libro pretende ser un insumo para la gestión del MAF, ya que podrá profundizar y potenciar aquellos aspectos que para los visitantes son valorados positivamente y restar, atenuar o cambiar los que consideran negativos (Sánchez 2009). Esto se encuentra en íntima relación con ejercer un buen planeamiento en el campo de la gestión cultural por un lado, y en el conocimiento crítico de la función de los museos como espacios abiertos y reflexivos en la construcción de las representaciones sociales del pasado. Por este motivo, resulta necesario comprender e incorporar las diferentes miradas que introducen los públicos (Montero 2007a), concebidos como agentes activos en la propia construcción de significados culturales.

De acuerdo con el museólogo crítico Oscar Navarro (2011), para que un museo tenga una auténtica inclusión social se debe dar un doble proceso paralelo, donde por un lado es la propia institución la que se abre a la comunidad y por otro, es la comunidad la que se abre al museo, experimentándolo en su profundidad. Siguiendo a Navarro, en el año 2011 se elaboró un estudio de públicos que incluyó observaciones, encuestas y mapas de significados personales a los visitantes que

concurrer al MAF, logrando tener una aproximación sobre su experiencia museística, y el vínculo que generaban con el patrimonio expuesto. De esta forma el museo puede abrirse a la sociedad conociendo el impacto, concepciones e imágenes que genera en las personas que lo visitan.

Por medio de una amplia metodología se intenta comprender en qué medida el objeto arqueológico e histórico se encuentra atado a la memoria, emociones y capacidades que tienen los visitantes al tener una experiencia museal personalmente significativa. Por otro lado, observando los comportamientos y actitudes de las personas frente a los materiales arqueológicos e históricos, se podrá tener una visión aproximada sobre la apertura que realizan los visitantes hacia el patrimonio material de la ciudad de Mendoza. De esta forma se pretende obtener información que permitirá reflexionar si el MAF está llevando a cabo el doble proceso de inclusión social planteado por Navarro (2011).

A su vez, un estudio de públicos en museos no es sólo de interés museológico, sino que también engloba una necesidad arqueológica y social. Esto es porque las colecciones que forman parte del MAF guardan una directa relación con la población local y el territorio donde se fundó y desarrolló la vieja ciudad de Mendoza, además de ser el único museo de sitio arqueológico de la provincia, y uno de los pocos del país que presenta excavaciones arqueológicas abiertas a los visitantes (Chiavazza 2011).

Desde el punto de vista de la arqueología, una de las tareas fundamentales es dar a conocer a la sociedad su pasado para que pueda comprender mejor la realidad presente en la que vive (Vargas y Sanoja 1993). Para cumplir con esto, el museo se presenta como el medio más difundido y democrático. Democrático porque gran cantidad de personas tiene la opción y libertad de poder visitarlo, al tiempo que es una herramienta que tiene gran divulgación, ya que la mayoría de la población no tiene acceso a la producción científica del conocimiento arqueológico, pero sí a una exposición museológica. Debido a esto, el museo se presenta como el puente de comunicación más utilizado por los científicos para que la sociedad conozca y comprenda y reflexione críticamente sobre su patrimonio e identidad.

Desde el punto de vista social, el conocimiento del patrimonio por parte de los ciudadanos, conlleva una valorización de las sociedades del pasado. Conocer, comprender y respetarlas implica una educación en valores socio-culturales. Siguiendo esto, el conocimiento del patrimonio cultural no constituye un fin en sí mismo; más bien es un medio que se puede utilizar para incidir en las formas y características cualitativas de las relaciones sociales de los pueblos (Fernández 2003). Es aquí donde es necesario saber si las personas tienen un acercamiento comprensible y reflexivo con el patrimonio arqueológico e histórico. Esta tarea sólo se puede lograr si se focaliza la atención en los públicos que observan los objetos expuestos en el MAF, y analizar si el mensaje museológico se transmite de forma clara y amena.

Para cerrar, coincido con los arqueólogos Randall Mc Guire y Rodrigo Navarrete (1999) en que la arqueología tiene la responsabilidad de reconsiderar constantemente el vínculo funcional con una sociedad que la demanda como una necesidad colectiva. Para esto, es necesario reevaluar en primer lugar la audiencia a la cual nos estamos dirigiendo como arqueólogos, así como los medios y mecanismos de comunicación que estamos utilizando (Mc Guire y Navarrete 1999). En este caso, el equipo de arqueólogos que forman parte del Centro de Investigaciones Ruinas de San Francisco (CIRSF), utilizan el Museo del Área Fundacional como medio de comunicación. Su fin es dar a conocer a la comunidad tanto mendocina como general los materiales arqueológicos recuperados en la zona, y sus interpretaciones sobre el pasado de la ciudad de Mendoza. Esto responde a la misión que guía al CIRSF, en su proceso de investigar, conservar y difundir (Chiavazza 2000), articulándose con el MAF en una labor educativa, focalizada en divulgar la historia y el patrimonio arqueológico local (Chiavazza *et al.* 2011a).

Para que la tercera tarea (difundir) sea desarrollada en profundidad, es importante conocer el impacto sobre que tales investigaciones generan en los públicos. No se puede concretar un vínculo sólido con las personas si apenas sabemos donde viven, su edad y sexo (Garde y Varela 2009-2010). Se necesita otro tipo de acercamiento que genere un cambio significativo en su relación con el

patrimonio cultural. Siguiendo esto, hacer un exhaustivo estudio de públicos en el MAF es conocer y valorar a la audiencia a la cual se dirigen las investigaciones arqueológicas. Este es el punto de partida para un replanteamiento crítico-reflexivo sobre el vínculo que generamos con la sociedad y el papel de arqueólogos como científicos sociales comprometidos con nuestra realidad.

Un acercamiento al tema desde la arqueología

La existencia del patrimonio cultural, y específicamente el arqueológico, constituye una de las principales herramientas del proceso de identificación y legitimación de los pueblos actuales con su pasado, ya que ayuda a mantener viva su memoria material e inmaterial, traspasando a generaciones futuras. Por esto es importante que las sociedades estén en contacto con su patrimonio, se reconozcan en él, y generen estrechos y profundos lazos de apropiación.

La definición de patrimonio arqueológico efectuada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS en su sigla en inglés), plantea que es la sociedad la única y principal beneficiada del conocimiento y acciones que se efectúan sobre y para con el mismo (ICAHM-UNESCO 1990). Es decir, que las investigaciones arqueológicas deberían ser destinadas y útiles a los pueblos, ya que es su pasado y patrimonio el que está siendo estudiado e intervenido (Capriles 2003). Siguiendo esto, los arqueólogos tendrían que relacionarse de manera directa con sus comunidades (Bate 1998; Lorenzo 1976; Lumbreras 1974; Vargas 1990), con el fin de construir un proceso de valoración y apropiación crítica sobre el pasado, desde un presente patrimonial (Rolland 2006). Este es uno de los fines que valida a la arqueología como conocimiento social (Jofré 2003), y se fundamenta desde la existencia de un diálogo permanente y crítico.

Uno de los pasos para que este diálogo comience es que los arqueólogos comprendan el valor de conocer las demandas, opiniones y necesidades que tienen los pueblos con su realidad patrimonial, relación que en muchos casos se

generan dentro de los museos. Esta actividad se considera un punto de partida para una verdadera y comprometida praxis social en arqueología.

Si entendemos que la arqueología es un conocimiento colectivo que tiene un fin social de transformación, la educación juega aquí un papel clave (Vargas 1995), porque es el medio para que las personas entablen conocimiento y apropiación con su pasado. Y el espacio en el cual la arqueología desarrolla la acción de enseñar, divulgar y comprender el patrimonio cultural, desde un carácter masivo y democrático es el museo (Londoño 2000). Por este motivo, arqueología y museos se encuentran en íntima conexión, necesitándose mutuamente en la labor de difundir y preservar el patrimonio pasado (Oliveira 1999).

Siguiendo lo anterior, resulta necesario que arqueólogos y museólogos construyan en conjunto nuevos caminos que democratizen a los museos y se consoliden como espacios de convivencia con la alteridad (Bazán 2008). Para esto, necesitan abrirse a todos los sectores sociales, más allá de los académicos y científicos (Varsavsky 1982). Considero que comenzar con un estudio de públicos es el primer paso para construir una relación genuina y reflexiva entre los científicos sociales y los diversos colectivos que conforman la sociedad presente.

Pensando al museo desde la contemporaneidad

Actualmente, diversos museólogos se encuentran discutiendo sobre la identidad del museo contemporáneo. Desde perspectivas críticas, rechazan la función comunicativa y difusionista aportada por la *Nueva Museología* (Montero 2007a), y proponen posicionarlo desde un rol político y social más activo (Lorente 2006, 2007). En esta investigación se tomó esta perspectiva, porque sus ideas, aportes y alcances trascienden al espacio museal, y se centran en su papel y función comunitaria.

Autores críticos entienden al museo como herramienta de transformación y construcción social (Jaramillo 2007), que puede incitar al desarrollo y bienestar de los pueblos (Nascimento 2008). Para esto, es importante el desarrollo de una

conciencia colectiva del pasado que estimule la participación social y política de la comunidad (Navarro 2006a). Concebir al museo desde esta perspectiva, es definirlo desde su carácter político-social, el cual se posiciona como generador y afianzador del proceso de reconocimiento, identificación y legitimación de los pueblos con su patrimonio (Navarro 2008). Esto se encuentra en íntima relación al uso y fin social otorgado tanto al conocimiento arqueológico, como a los museos de arqueología, mencionados con anterioridad.

Las perspectivas críticas de la museología contemporánea, proponen un museo que conozca y reflexione sobre las construcciones que realiza la sociedad de su pasado (Montero 2007a). Esto es en la forma en la que inciden y aportan, desde la teoría del constructivismo, a fomentar el pensamiento crítico en las personas (Navarro y Tsagaraki 2009-2010) incitando a la subjetividad y a la crítica (Lorente 2006). En estas construcciones, las exposiciones y el mensaje museológico juegan un papel clave, porque son ellos con su carga política e ideológica los medios por los que una determinada realidad patrimonial, llega a las personas (Pardo 2000).

Siguiendo con esta postura, los museos se posicionan como espacios donde se hacen explícitas las controversias, subjetividades y redefiniciones culturales que coexisten en la actualidad (Padró 2003). Además de evidenciar los dilemas de la sociedad contemporánea, a través de los ojos de la historia y de la memoria crítica, pero enmarcados en la práctica de la enseñanza no formal (Flórez 2006; Navarro 2006b). Aquí las colecciones (arqueológicas en el caso del MAF) llevan a cabo un diálogo educativo y dialéctico con las sociedades, conformándose una comunidad de aprendizaje (Montero 2007b). Lo que expresan estos postulados es promover valores que consoliden una ciudadanía más democrática y participativa, sin ningún tipo de distinciones (García 2003). Es decir que el espacio museal en los últimos años se ha redefinido como un lugar al servicio de la comunidad, teniendo interés en conocer a sus visitantes y entablar diálogos cualitativos con ellos (Arias 1990).

Desde esta óptica, el museo se construye así, con el propósito de ser un lugar inter-relacional donde los públicos dejan de ser meros agentes pasivos que

contemplan y consumen, para convertirse en un protagonista activo que participa crítica y reflexivamente (Flórez 2006; Valle 2005) con conocimientos, intereses y necesidades diferentes a los científicos (Galindo 2004). Se habla de una actitud activa por parte de los visitantes, que construyan y creen prácticas, hábitos y significados (cognitivos y culturales) que le permitan interpretar el patrimonio cultural, así como el mensaje que brinda el museo (Cousillas 1997a).

Este cambio de percepción en los públicos, surge como consecuencia de nuevos debates tanto disciplinares como epistemológicos que se produjeron en los últimos años dentro del campo museológico (Asensio y Pol, 2002). Así, ya no se los concibe como contempladores, sino como disfrutadores que sienten y emocionan con la exposición, y que se encuentran abiertos a las múltiples interpretaciones (Londoño 2000).

De esta manera, se considera que las personas son capaces de aumentar y dar mayor calidad al aprendizaje y valoración del patrimonio, cuando participan y expresan sentimientos y emociones que uno mismo generó y vivenció a lo largo de su recorrido por la exposición (Hernández 2007). Con esto, se concibe a la visita como una experiencia de disfrute y aprendizaje que conlleva una práctica reflexiva y crítica (López y Kivatinetz 2006; Navarro 2006a; Navarro y Tsagaraki 2009-2010). En esta investigación se consideró de suma importancia el desarrollo de este proceso, porque el conocimiento y reflexión del patrimonio genera y fomenta un ejercicio de apropiación y reelaboración de la sociedad con su cultura, con vistas a generar conciencia en preservarlo (Dujovne 1995). No obstante, para que los públicos se sientan cómodos y puedan desarrollar estas actividades, el museo tiene que presentar una visión amplia en lo que se refiere al patrimonio, así como el conocimiento de los intereses y necesidades de la comunidad (Dersdepanian 2000). Esta amplitud trae aparejada acercar aquellas personas que estaban excluidas, tomando en cuenta diversas miradas e ideas que eran marginadas en las exposiciones. Es decir, que se propone convertir a los museos en espacios democráticos, representativos y polémicos de la alteridad, donde se incluyan diversas concepciones y puntos de vista, a fin de que todos y todas

puedan desarrollar su propia conexión y aprendizaje (Castañeda 2002; Sarno, Grandi y Lloret 2006).

En este punto, es importante aclarar que existen diferentes formas de apropiación del patrimonio arqueológico, que se encuentran condicionadas por la interacción de diversos factores y contextos definidos por los investigadores Falk y Dierking como *físico* (relacionado a la constitución física del museo), *social* (basado en las relaciones personales desarrolladas dentro del museo) y *personal* (vinculado con los aspectos psicológico-cognitivos y sociológicos de la persona), generando una experiencia museística interactiva (Falk y Dierking 1993).

Afirmar que las personas conciben y se relacionan de maneras diversas con el patrimonio es comprender que dentro de los museos existen heterogeneidades. Con esto, dejamos de ver y pensar a los museos como lugares de contemplación y observación pasiva homogénea e igual para todos, para entenderlos como una actividad social compleja en la cual interactúan en un mismo espacio las personas, las colecciones arqueológicas y la museología (García 2003). Cuando una persona recorre un museo, experimenta variadas sensaciones y emociones (Pardo 2000), relacionadas con los diversos sentimientos que despiertan los objetos expuestos (Pearce 1992). Esto se encuentra íntimamente ligado con vivencias pasadas, creencias, valores, significados, pautas culturales y opiniones adquiridas social e históricamente (Altamirano *et al.* 1997; Bialogorski y Cousillas 2008; Romero 2002). Sin embargo, muchas veces las personas y sus juicios previos y pautas culturales adquiridas entran en contradicción y conflicto con el enfoque o punto de vista que el museo propone en su mensaje museológico (Dujovne, Calvo y Staffora 2001), el cual es también un gran condicionante en la forma de contactarse con el patrimonio.

Todo esto, lleva al museo a posicionarse como un lugar donde los visitantes viven experiencias sociales, sensaciones, crean recuerdos, establecen y afianzan lazos de pertenencia con las colecciones, y afianzan o redefinen la misma a partir de lo que ofrece la exposición. Aquí, los objetos enmarcados dentro del soporte expositivo activan la memoria y remiten a vivencias propias y compartidas socialmente en la cotidianidad (Pearce 1992), adquiriendo diversos significados

que se relacionan con el presente y con su realidad patrimonial actual (Urry 1996). Esto se vincula con su creación y utilización social, así como con el significado aportado por el contexto curatorial que propone el museo (Cousillas 1997a; Magariños de Morentín y Bialogorski 2004). Si este proceso se concreta, lo que autores denominan como experiencia museística (Sánchez 2006) pasa a ser significativa y valiosa para la persona (Falk y Dierking 2002; Lleras 2008).

En este trabajo, se concibe a la práctica de visitar al museo como un acto esencialmente social (Lleras 2008), y por lo tanto se entiende que se desarrolla una experiencia museística enmarcada en el conjunto y producción de nuevas vivencias y comportamientos. Se define a la experiencia museística como el conjunto de comportamientos físicos y mentales que llevan a cabo las personas cuando recorren un museo. Estos conforman la relación emocional e intelectual que se produce entre las personas y el patrimonio expuesto.

A diferencia de otros autores (Montero 2007b), se considera que la experiencia museística se desarrolla en todos los lugares y áreas que forman parte del espacio museal, estén o no frente a obras y objetos exhibidos, demarcando y conformando de este modo su desarrollo y cualidades. En esta experiencia, el museo de sitio es clave, debido a que las colecciones y el patrimonio están en su contexto primario, es decir expuestos en el lugar en que fueron utilizados y dejados en el pasado. Siguiendo esto, se cree que este tipo de lugares (entendidos por el ICOM como museos concebidos e implantados para proteger el lugar natural o cultural, mueble o inmueble en su lugar original) son un gran condicionante en la experiencia museística. No obstante, como se verá a continuación, no son los únicos.

Condicionantes de la experiencia museal

Al momento de concretar la experiencia museística, los factores que juegan un papel clave son diversos. Todos ellos se encuentran en relación e influyen de manera directa en la idea que se genera acerca de la exposición y del museo en sí. La calidad de dicha experiencia va a determinar que la visita se vuelva a

repetir, así como también a que se inviten a otras personas a vivenciarla (Ojeda 2008), haciendo de este modo, que públicos potenciales se vuelvan reales. Estos condicionantes se localizan dentro de lo que Falk y Dierking (2000) llaman *contexto físico*, referido a los diversos factores que caracterizan el museo, como ubicación y entorno, diseño arquitectónico, colecciones, cartelería, diseño y montaje expositivo, los colores utilizados, iluminación, olores, temperatura interior y servicios que el museo brinda. Todos estos factores condicionan en gran medida tanto el espacio expositivo, como la experiencia museística (Screven 1993). Esto se debe a que en muchas ocasiones las personas desarrollan una experiencia positiva cuando se cumplen y superan las expectativas previas a la visita (satisfacción positiva); o por el contrario, cuando no se cumplen la experiencia resultará mala (por su satisfacción negativa). Al finalizar el recorrido surge una satisfacción final, que es la que va a definir la calidad (positiva o negativa) de la experiencia museística completa (Ojeda 2008).

Otro gran condicionante son las exposiciones, su mensaje y lineamiento expositivo (Hervás 2008). Las diversas modalidades de exponer las colecciones se encuentran cargadas de ideas político-culturales que tienen que ver a la forma en que el curador y el museo conciben y entienden la realidad actual. Además de que se reinterpretan los significados que las colecciones poseen en sí mismas (Massa 1997). Asimismo, constituyen un ejercicio de interpretación de un discurso determinado que tiene que ver con la forma en la que se concibe el saber científico (Bolaños 2006).

Cada exposición es una experiencia cultural donde se relacionan variadas formas de construir el conocimiento y distintas maneras de dar sentido al mundo (Galindo 2004). Esta investigación definió a las exposiciones como herramientas dinámicas dentro del museo, que integran concepciones subjetivas de la realidad, pero que no son las únicas. Es importante reconocer esto último, ya que el museo desde sus inicios se ha posicionado en un lugar de divulgador de la verdad, siendo éste sólo la mirada histórica de un grupo de especialistas. Como bien se observó, la exposición es un condicionante fundamental en la experiencia museal y se

encuentra conformada por diversos elementos como los que se presentan a continuación:

Espacio expositivo: hace referencia a toda la superficie utilizada únicamente para el montaje expositivo. No obstante, dentro de un museo, existen otros espacios destinados a diversos tipos de actividades como cafeterías, boutiques, paqueterías, baños, bibliotecas, etc.

Salas expositivas: son áreas donde se monta y exhibe la exposición, y se encuentran condicionadas al guión museográfico.

Sector expositivo: pequeña área dentro del espacio expositivo.

Panelería: es el soporte donde se expone toda la información de la exposición. Pueden estar en formato de paneles o cedularios, y tienen diversas tipologías (Serrell 1996).

Unidades temáticas de la exposición: hace referencia a las temáticas en las que se organiza y estructura el guión curatorial de la exposición. Esto es su información y colecciones.

Núcleos temáticos expositivos (N T/E): son conjuntos de unidades expositivas (no curatoriales) que aluden a una misma temática, ubicados dentro de las salas y en su conjunto forman parte de la exposición del museo.

Unidades expositivas: García Blanco las entiende como la mínima parte significativa del discurso curatorial, y las clasifica en mínimas, medias y máximas según su categoría dentro del discurso (García 1999:173). Con esto, se entiende por unidad expositiva a objetos, dioramas, maquetas, paneles, fotografías, cuadros, pinturas, etc. Un grupo de estas unidades constituyen núcleos temáticos/expositivos (N T/E), que a su vez se organizan en unidades temáticas.

Foco atencional: centro de atención a un N T/E o unidad expositiva generado por el visitante.

Guión museológico: es el mensaje que el museo expone a través de la exposición y los objetos. El guión se conforma y arma con la articulación de los núcleos temáticos expositivos y el mismo está íntimamente relacionado a la

temática del museo (ya sea arqueológico, de ciencias naturales, de sitio, etc.) y a su misión institucional.

Mensaje curatorial: es la información que brinda la exposición. El mismo está incluido y en íntima relación con el guión museológico. Es decir el mensaje expositivo, junto a la misión institucional y a la temática del museo conforma el guión museológico.

Puntos de inflexión: es un momento fundamental en la estructura del guión curatorial, donde concluye y comienza una fase del mismo.

Espacio museístico: con respecto a este concepto, ha variado en el tiempo (Rodríguez 2010). En este trabajo se lo define como el lugar donde las personas están en contacto con el patrimonio cultural (sólo las colecciones expuestas) y en donde se desarrollan diversos procesos psicológicos, cognitivos y sociales que conforman la experiencia museística.

Contexto museográfico (Londoño 2000): es el marco y soporte que se monta en torno a la colección. Éste se encuentra en estrecho vínculo con el guión museográfico, y sigue la estructura del guión curatorial.

Nudos decisionales (Verón y Levasseur 1983): lugares dentro del espacio museístico donde las personas deciden entre dos o más caminos a seguir en el recorrido. Están condicionados al espacio y al montaje expositivo.

El conjunto de los estos elementos conforman y condicionan de manera directa e indirecta la exposición, así como el idioma en el que se encuentra, y las diversas modalidades de accesibilidad. No obstante, el guía o educador del museo (López y Kivatinetz 2006) es un gran o el principal condicionante de la experiencia museística. Siguiendo a Ezequiel Montagud el guía tiene que ser un animador sociocultural que acerque la cultura a todas las personas, propiciando su participación (Montagud 2011) y forjando un lazo desde lo intelectual y emotivo, que genere conciencia patrimonial (Morales 2011).

Además de los mencionados, existen otros factores que condicionan la experiencia museística, y tienen que ver con el *contexto personal* del visitante (Falk y Dierking 2000). Aquí se encuentran estados de ánimo, motivaciones

personales, vivencias y aprendizajes previos a la visita, nivel de estimulación, opiniones, preconcepciones, expectativas e intereses, edad, género, origen, número visitas previas, hábitos de visitas a otros museos, etc. Por otro lado, la problemática del museo (como por ejemplo los museos de sitio, museos de ciencias, etc.) son también grandes condicionantes, ya que está en íntima relación al grado de interés que tienen las personas por su temática y contenidos.

Todos elementos desarrollados anteriormente, junto con aspectos mentales de cada persona (Asensio y Pol 2002) juegan un papel activo en la visita, condicionando de manera directa la experiencia museística. Esto se debe a que entran en interacción y confluyen en la forma de recorrer el espacio museal y relacionarse con la exposición (Cousillas 1997a). A la vez, los aspectos mentales forman parte del momento psicológico-cognitivo mental de los visitantes en el momento en el que se realiza la visita, y se encuentran en directa relación con su grado de atención y motivación.

Otros agentes condicionantes se encuentran agrupados dentro del *contexto social*, conformado por todas las relaciones interpersonales que se establecen durante la visita (Falk y Dierking 2000); e influyen de manera positiva o negativa dependiendo del tipo de interacción realizado. Este factor se relaciona con otro condicionante, que es el tipo de compañía con el cual se realiza el recorrido dentro del museo. Si las personas visitan el museo con sus compañeros y maestros de clases, sus relaciones y diálogos van a tener características específicas y diferentes a si la visita se realiza con familiares y amigos. También influye la cantidad de personas que están dentro del espacio museístico, si interrumpen, incomodan o limitan la libertad para detenerse a leer, apreciar y desplazarse con tranquilidad dentro del museo.

En síntesis, el conjunto e interacciones de todos los factores aquí desarrollados son definidos como grandes condicionantes en la experiencia de las personas. En este trabajo se incluyen además, otros elementos como tiempo tomado en interactuar con la exposición, humor de los visitantes, paradas, comentarios, nivel de aprendizaje, focos atencionales, interacción intrapersonal, interacción con la exposición, vínculos de familiaridad generados con unidades

expositivas específicas, expectativas de la persona, recorrido realizado dentro del espacio expositivo y sentimientos y recuerdos generados en los visitantes.

Ya para finalizar, es válido aclarar que la interacción permanente de estos condicionantes generan un impacto expositivo, que es la impresión positiva o negativa que tienen todas las personas cuando están en contacto con el patrimonio cultural. Ésta se mide por la calidad e intensidad de la visita al museo y la interactividad emocional con la exposición (Wagensber 1999). Si es positiva se produce una experiencia museal significativa (Lleras 2008), y se exterioriza en nuevas cualidades manifestadas en conciencia patrimonial y valorización de su propia identidad, entre otras. Siguiendo esto, el fin del museo es poder generar una experiencia museística significativa que posicione a los públicos como sus principales dialogadores; estableciendo una conexión desde lo intelectual y lo afectivo (Ham 1992; Lleras 2008; Morales 2011:1).

A modo de cierre de este apartado, se recomienda que el primer paso para tener un acercamiento a la experiencia museística de los visitantes sea realizando estudios de públicos que se focalicen metodológicamente en obtener este tipo de información. Lo presentado en este capítulo son los delineamientos teóricos que esta investigación siguió, y que ayudaron a definir sus objetivos y metodologías. Una vez conocido esto, se abordó la problemática específica de los estudios de públicos, exponiendo su desarrollo y diversos perfiles. Pero antes que eso, fue importante definir qué se entiende por estudios de públicos.

Buscando una mejor definición de los estudios de públicos

Los museos están conformados por dos partes fundamentales, por un lado el patrimonio que albergan (las colecciones) y por el otro, los públicos que los visitan (Valdés 2008). Históricamente la mayor preocupación del museo moderno decimonónico fue mantener sus colecciones bien conservadas y resguardadas de su destrucción. En esta tarea, existía la creencia que la sociedad era uno de los agentes que más las perjudicaba, por lo que los objetos debían permanecer lo

más alejados que sea posible de las personas. Esto es en parte verdad, las poblaciones continúan siendo los agentes que más dañan el patrimonio, actividad que disminuirá únicamente si existe una comprensión, reflexión, apropiación y actitud conservacionista en torno al mismo. Para ello, el principal reto contemporáneo del museo es que en vez de cerrarse a su principal “*enemigo*”, generase puentes para que este proceso se desarrolle de manera efectiva.

Siguiendo este cambio de percepción, los estudios de públicos han tomado un lugar relevante en los debates museológicos de los últimos años, llegando a invertir el protagonismo que tenían las colecciones hacia los públicos, llegando a conocerlos con gran profundidad (Gagliardi 1995). Con este resurgimiento de investigaciones sobre visitantes es que en el año 1991 se definen por primera vez los estudios de públicos, considerándolos como *el proceso de obtención de conocimiento sistemático de y sobre los visitantes de museos, actuales y potenciales, con el propósito de incrementar y utilizar dicho conocimiento en la planificación y puesta en marcha de aquellas actividades relacionadas con el público* (AAM 1991). Dicha definición fue aportada por la Asociación Americana de Museos (AAM) y el Comité de Avance en Investigación y Evaluación (CARE). No obstante, en este trabajo se considera a éstos como un proceso de relación, diálogo y análisis entre todo el conjunto de profesionales que trabajan en un museo (los que en muchos casos son arqueólogos) y las personas que visitan el patrimonio cultural. De esta manera, se incluye a los visitantes dentro de un rol primordial en la estructura del espacio museal (Sarno, Grandi y Lloret 2006).

Una vez definido esto, se delinearon los objetivos, alcances, preguntas e hipótesis de la investigación, siempre teniendo presente que abordar un estudio de públicos específico en un museo arqueológico permite reflexionar sobre la relación generada entre las personas que visitan el MAF y la cultura arqueológica e histórica de la ciudad de Mendoza. Siguiendo esto, el trabajo se centró principalmente desde una mirada antropológica, utilizando conceptos y conocimientos de la museología y la arqueología, con el fin de tener un panorama más amplio y abarcable de la problemática estudiada. Para este fin, la investigación realizada buscó obtener otro tipo de información que hasta el año

2011 no se había podido recabar en ningún museo arqueológico de la provincia ni del país. Específicamente, se buscó conocer y analizar la experiencia museística que tenían las personas cuando visitaban el MAF en dicho año. Además, fue importante comprender la relación generadas entre los públicos y el patrimonio histórico-arqueológico expuesto. Con el objetivo de reflexionar sobre las modalidades de percibir, interpretar, concebir, aprender, reflexionar, resignificar y apropiarse de lo expuesto en el MAF. Es decir, indagar en los aspectos propiamente simbólicos de la interpretación del patrimonio cultural (Morales 2008).

Asimismo, se trató de tener una aproximación a los comportamientos y actitudes que tenían las personas cuando se encontraban en contacto con el patrimonio histórico-arqueológico expuesto en las salas del MAF. Además de analizar y reflexionar sobre sus opiniones y juicios valorativos, y por último conocer si la visita al museo cambió sus ideas y conceptos sobre el pasado de Mendoza. Teniendo en cuenta estos objetivos se formularon las siguientes hipótesis:

HIPÓTESIS UNO: Todas las personas se relacionan de diferentes maneras con el patrimonio histórico-arqueológico de Mendoza. Esta relación está influenciada por sus contextos físico, personal y social, que condicionan su experiencia museística.

De la hipótesis uno, derivan las siguientes.

HIPÓTESIS DOS: La experiencia museal de los mendocinos va a ser más significativa que la de personas de otros orígenes, porque es el patrimonio de su ciudad el que están visitando.

HIPÓTESIS TRES: Cuando la experiencia museística que tienen las personas en su recorrido por el MAF es personalmente significativa, ya sea por ser valorada desde lo positivo o negativo, se produce un cambio en sus concepciones e ideas previas.

Una vez definidos los objetivos e hipótesis, surgieron diversos interrogantes que hacían referencia a los diversos aspectos que en su conjunto integran dicha

experiencia, por lo que conociendo cada uno en particular, se tenía una información global de la misma. Una de las preguntas principales fue ¿cuáles eran las sensaciones y opiniones que les genera la exposición del MAF a los públicos? Con esto se deseaba conocer cómo y de qué manera impactaba el mensaje expositivo en los individuos; si estas opiniones eran diversas y, lo más importante, saber si las personas realizaban una reflexión crítica sobre la historia de Mendoza. De este modo se indagará hasta qué punto los visitantes reflexionan sobre el pasado, uno de los principales planteos del enfoque crítico de la museología.

Por otro lado, se deseaba conocer el tiempo y recorrido por el espacio expositivo que realizan los visitantes. Esta información proporciona datos sobre patrones de recorrido y variaciones de tiempos según los diferentes públicos y sus causas. Además de la percepción espacial y expositiva que tienen las personas, y si difería mucho a la idea de dinamismo seguida cuando la exposición fue elaborada. Asimismo, resultaba interesante conocer los movimientos de las personas dentro de la exposición, sus paradas, porcentajes de núcleos temáticos/expositivos (N T/E) marginados, puntos de atracción y focos atencionales.

Otro de los interrogantes que surgieron fue saber si se producen cambios en las ideas de las personas cuando recorren el MAF, y por ende en la experiencia museística. Es de gran interés contar con un registro de si estos cambios se realizan únicamente cuando el recorrido es con el guía del museo, además del grado de incidencia de cada condicionante de la experiencia. Finalmente fue de suma importancia obtener datos sobre la forma en la que se captaba el mensaje curatorial de la exposición permanente del MAF.

CAPÍTULO DOS. ESTUDIOS DE PÚBLICOS: UNA CUESTIÓN DE LARGA DATA.

Siguiendo los antecedentes realizados en estudios de públicos en museos, en este apartado se mencionarán los trabajos realizados en el mundo, siguiendo sus temáticas y objetivos. Éstos se relacionan con los cambios producidos en la teoría museológica, y con la forma de concebir a los públicos a través del tiempo. Se comenzó con un bosquejo histórico del espacio museal y de la museología en sentido amplio, para entender el contexto donde se desarrollaron estas investigaciones. Para comprender los enfoques de los múltiples estudios, se decidió agruparlos en lo que en este trabajo se denominó enfoques temáticos-conceptuales.

El comienzo de los museos se inicia con la práctica de coleccionar objetos exóticos (García 2000), traídos de países conquistados en la época del colonialismo europeo (Rodríguez 2010). Esta práctica estaba unida a un exacerbado individualismo y etnocentrismo demostrado en las exposiciones que eran restringidas sólo a las clases altas (Oliveira 1999). Las primeras instituciones museísticas del siglo XIX, conocidas también como museos decimonónicos o museos almacén (Hernández 1992), se caracterizaron por la concentración de objetos expuestos sin orden contextual ni cronológico-geográfico (Asensio y Pol 2002). Sus fines expositivos estaban sujetos a evocar el prestigio socio-económico de los propietarios de esas piezas (Sola 1987). Este museo fue la expresión de un modelo moderno de ciencia (Navarro y Nazor 2001), que centraba su enfoque museológico únicamente en el objeto (Hernández 2007), marginando a los pocos públicos que lo contemplaban.

Posteriormente, a comienzos del siglo XX, comenzó un auge museológico que se extendió por todo el mundo (Aguilar 2008), e incluyó a sectores sociales antes marginados (Palomero 2002). Esta situación respondió a la imposición de un nuevo orden moderno y occidental en todo el mundo, que vino de la mano del surgimiento de investigaciones centradas en los públicos (Screven 1993). Los

trabajos de esta primera etapa eran meramente descriptivos y sólo recopilaban datos sobre las características socio-demográficas del visitante, como los estudios realizados en 1920 por Neurath en Viena y Melton en Estados Unidos (San Cecilio 2008). Estos estudios tenían una base metodológica concreta pero no teórica, como, por ejemplo, el realizado por Edward Robinson en 1928, destinado a conocer los comportamientos que tenían los visitantes en diversos museos estadounidenses, recopilando información hasta el momento desconocida (Robinson 1928). Este trabajo fue la base de numerosas investigaciones posteriores, que en esta investigación se agruparon en un enfoque temático-conceptual que toma como metodología la observación de públicos.

Por otro lado, en la década del 40, Cummings expuso la idea de considerar a las exposiciones desde su carácter comunicativo, concibiendo que éstas brindaban un mensaje que los visitantes recibían al visitarlas (Cummings 1940). Esta fue la idea propulsora de futuras investigaciones y trabajos llevados a cabo en diferentes países (García 1999), orientadas desde enfoques temáticos-conceptuales diversos, dependiendo de la perspectiva con la que se analizaba a los públicos y a la exposición.

Luego de un período de pocos trabajos y discusiones teóricas, en la década de 1960 surgieron nuevas ideas y reflexiones que en los diez años posteriores replantearon a nivel teórico los lineamientos de la museología tradicional. Así comenzaron a ampliarse las perspectivas de actuación en los estudios de públicos, modificando las orientaciones técnico-científicas y redefiniendo la función y relación social de los museos (Oliveira 1999). Estas ideas fueron impulsadas en los años 1970 por los entonces directores del ICOM (en inglés *International Council of Museums*) Georges Henri-Riviere y Hugues de Varine-Bohan, buscando que el museo amplíe sus funciones educativas y comunicativas. Además, estos cambios fueron acompañados por otras críticas que luego se agruparon en lo que se dio a conocer como *Nueva Museología*. Esta última planteó a nivel internacional nuevas discusiones orientadas al papel de los museos en la sociedad contemporánea (Palomero 2002; Vázquez 2008) y al patrimonio cultural (Schmilchuk 1997). Dichos planteos se expusieron en diversas conferencias

(Abraham 2008) y documentos (Aguilar 2008; Linarez 2008) que fueron elaborados a la par de la discusión, sumándose de esta manera un gran desarrollo bibliográfico. Los nuevos debates abrieron el camino para que los museos conociesen mejor a sus públicos (Sarno, Grandi y Lloret 2006), marcando de esta manera un punto de partida para el desarrollo de los estudios de público.

Superando la etapa de génesis, ya en la década de 1980 estos estudios tomaron poco a poco forma a lo largo y ancho de todo el mundo, definiendo enfoques, intereses, actitudes y objetivos heterogéneos. Los países que los iniciaron fueron Estados Unidos, Francia Gran Bretaña, México y Argentina (Martínez 2010). En esencia, la mayoría de estas investigaciones estaban centradas en museos de arte, y se encontraban enmarcadas desde un enfoque conductista (Schmilchuk 1997). El motivo del surgimiento de estos estudios a nivel mundial varió según las problemáticas de cada institución y de las políticas del contexto histórico de cada país. Algunos autores como Ana María Rosas Mantecón mencionaron que su origen se debió a la creciente demanda de la sociedad civil por un lado, y las nuevas restricciones económicas que impulsaron lógicas mercantilistas por el otro (Rosas 2002).

A fines de la década de los '80, estos trabajos adquirieron gran auge, impulsados en muchos casos por la competencia cada vez más visible de las industrias culturales. Siguiendo esto, la ya mencionada Ana Rosas (2002) manifestó que este desarrollo pudo estar unido a un impulso focalizado desde un perfil publicitario. Además en esos años, varios países atravesaron crisis económicas, por lo que los estudios de públicos fueron vistos como herramientas para justificar que los museos tenían una demanda social, y por lo tanto no se les podía achicar su presupuesto (Schmilchuk 1997). Paralelamente a esta situación, continuó el interés de diversos museólogos y especialistas de todo el mundo por continuar definiendo y aportando mayor identidad a la *Nueva Museología* (Vázquez 2008), y al conocimiento museológico (Mairesse 2006).

Por otra parte, en los años 1990 surgieron nuevas investigaciones que tomaron el enfoque temático-conceptual surgido en la década de 1970 por Screven, con la diferencia en que las evaluaciones a las exposiciones se hicieron

desde una perspectiva psicológica (Muñoz y Pérez 1991; Pérez y Muñoz 1990; Pérez 1998). A su vez, en esta época se desarrollaron tres enfoques temáticos-conceptuales que fueron el punto de partida para el desarrollo de trabajos posteriores. El primero fue iniciado por Shettel (1973), y se caracterizó por tener una mirada de la exposición y del museo desde un aspecto educativo. Esta noción repercutió en la conceptualización de estas instituciones como espacios de enseñanza, generando que se crearan en su interior departamentos de educación. Esto repercutió en estudios posteriores, que se focalizaron en la enseñanza no formal impartida en los museos, debido a que fueron vistos como lugares de educación masiva, atribuyéndole nuevas funciones que abarcaron todos los aspectos del patrimonio (Sola 1987).

La nueva perspectiva estuvo acompañada por un planteo de la legitimidad en la producción del conocimiento, iniciativa que incluyó aspectos marginados hasta el momento (Cousillas 1997a). Tal enfoque temático-conceptual, se viene desarrollando hasta la actualidad, y ha dado buenos aportes teórico-metodológicos, tanto a nivel internacional (Asensio y Pol 2002; García *et al.* 1980; Hooper 1994, 1998; entre otros), como argentino (Alderoqui 1996; Dujovne 1995; Libedinsky 1995). Concebir al museo desde un aspecto educativo generó la creación en Estados Unidos de diferentes foros de debate organizados por el Instituto Smithsonian, que discutieron y reflexionaron sobre el aprendizaje llevado a cabo dentro del museo (Screven 1993)⁷.

Siguiendo con este tema, las reflexiones y discusiones mencionadas trajeron consigo importantes consecuencias que derivaron en que el sistema educativo se preocupase por temas que en un primer momento eran íntegramente estudiados por la museología (Navarro 2006a), y llevaron a que tanto profesionales de la educación como de otras áreas, trabajasen en estos espacios con el fin de acercar al museo a públicos en edad escolar. Sin embargo, con el tiempo se incorporaron otros visitantes que no estaban dentro del sistema educativo, pero que también demostraron aprender en las visitas (Pérez 2002).

⁷ Estos foros de debate se iniciaron en la década de 1970.

El segundo enfoque temático-conceptual que surgió en la década de 1970, fue la rama de estudios de público concebidos como herramientas de evaluación y análisis del diseño y montaje expositivo (Loomis 1987; Screven 1976). Dicha orientación fue ampliamente seguida en Estados Unidos, como lo evidenciaron los trabajos de Stephen Bitgood, que en compañía de otros autores realizó incontables investigaciones (Bitgood *et al.* 1987; Bitgood, Benefield y Patterson 1990; Bitgood y Loomis 1993). Además en Inglaterra⁸ también surgieron muchos trabajos (Griggs 1981; Serrell 1993), así como en Canadá⁹, Francia¹⁰ (Goldstein 2008) y España¹¹ (Pérez 2008a).

El tercer enfoque temático-conceptual agrupa estudios que tuvieron una perspectiva socio-antropológica. Éstos se dedicaron a conocer hábitos y prácticas culturales de los visitantes, y la influencia y repercusión de políticas patrimoniales y culturales de diversas instituciones. Dichas investigaciones tomaron como base los trabajos realizados por Bourdieu y Darbel (1962) en Europa, expandiéndose a diversas partes del mundo, generando importantes investigaciones y proyectos como los desarrollados en España (García *et al.* 1980; Pérez 2008^a, 2008^b), en México (Alarcón 2008; Cimet *et al.* 1987; García 1993; Kerriou 1981), Venezuela (Guzmán 1995; Maury de Pearce 1995) y Argentina (Cousillas 2000; Gibaja 1964).

Por otro lado, se originaron innovadoras investigaciones que compartieron dos enfoques temáticos-conceptuales, porque se dedicaron a la evaluación de exposiciones y públicos, pero desde un fin pedagógico y educativo. Estos trabajos fueron impulsados a finales de los años 1990 con la creación en España del primer proyecto de investigación dedicado exclusivamente a analizar a los públicos y a evaluar las exposiciones y otros programas educativos realizados. Tal proyecto se desarrolló bajo la dirección de la investigadora Carmen Prats, la Universidad Complutense de Madrid y el Museo Nacional de Ciencias Naturales (Hervás 2008). Desde otra perspectiva, paralelamente se desarrollaron trabajos

⁸ ver antecedentes en McMunus y Miles 1993.

⁹ ver antecedentes en Ridgeley y Rosulyn 1993.

¹⁰ ver antecedentes en Gottesdiener, Mirones y Davallon. 1993.

¹¹ ver antecedentes en Alarcón 2007.

dedicados a reflexionar sobre el carácter conceptual del museo como espacio de docencia no formal (Asensio y Pol 2002).

Avanzado el siglo XX surgieron otros estudios que tomaron la metodología utilizada por Robinson en 1920. Estas investigaciones se agruparon dentro de un enfoque temático-conceptual basado desde lo metodológico en observar a las personas dentro del espacio expositivo. Primero comenzaron a realizarse en Francia (Verón y Levasseur 1983) y España (Prats 1989) y son cada vez más diversos, adoptando nuevas y diversas metodologías que ayudan a sistematizar las observaciones tanto directas y personales (Asensio 2000; Bitgood 1988; 2003) como mecánicas, alcanzando en muchos casos, un alto nivel de tecnicidad (Carreras *et al.* 2011).

Paralelamente, en Estados Unidos se realizaron innovadoras investigaciones centradas en analizar la experiencia de las personas dentro de los museos. Se inició de esta manera, un nuevo enfoque temático-conceptual, que se desarrolla hasta el día de hoy en diversas partes del mundo. Los primeros trabajos fueron llevados a cabo por John Falk y Lynn Dierking. Estos autores definieron un modelo de análisis denominado *experiencia museística interactiva*, donde interactúan 3 contextos relacionados entre sí (Falk y Dierking 1993).

Tiempo después, la española Eloísa Pérez Santos tomó este modelo y propuso tres tipos de variables, que tenían que ver con el contexto, el visitante y sus características psicosociales (Pérez 2000). La autora retomó el análisis realizado por Screven (1976), donde definió tres tipos de evaluaciones que atravesaban cada una de las etapas del montaje expositivo (evaluación formativa, sumativa y experimental), y le agregó una nueva: la evaluación correctiva, centrada principalmente en detectar y corregir errores y falencias expositivas (Pérez 2000).

En el caso específico de Argentina, a fines de los años 1990, se desarrolló un enfoque teórico-metodológico desde una perspectiva cognitivo-antropológica de la interpretación del patrimonio cultural, utilizando como base metodológica la semiótica. Estos trabajos fueron desarrollados por un equipo dirigido por Ana María Cousillas y Mirta Bialogorski en el museo José Hernández de Buenos Aires

(Bialogorski y Lander 1999; Bialogorski y Cousillas 2000, 2008; Cousillas 1997b, 1998).

A medida que se iban desarrollando mundialmente los estudios de públicos, surgía una especificación a nivel teórico-metodológico, evidenciada en la Asociación Americana de Museos (AAM) y por el Programa de Evaluación de Exposiciones y Museos (Pérez 2008b). A esto se le sumó la creación de nuevos organismos e instituciones que consolidaron estos trabajos a nivel internacional, como fue el caso de la Asociación Profesional Visitor Studies Association (VSA) y del Comité de Investigación y Evaluación de Visitantes, surgidos en 1988 en Estados Unidos.

Por otro lado, en París se inauguró en la misma época el Departamento de Visitantes de la Dirección de Museos de Francia, que estableció en 1990 dos dispositivos de conocimiento sistemático de visitantes que existen hasta el momento. Estos se llamaron *Museostat* y *Observatorios Permanentes de Visitantes* (OPP) (Lehalle y Mironer 1993). Éstos fueron una buena herramienta de análisis que le permitieron a muchos de estos espacios elaborar importantes políticas de desarrollo y gestión patrimonial (Goldstein 2008). Siguiendo la idea del modelo francés, en España se creó en el año 2007 el proyecto *Laboratorio Permanente de Público de Museos*, dependiendo del Gobierno de España y del Ministerio de Cultura. Este organismo desde su inicio viene realizando sistemáticamente importantes investigaciones, cursos y capacitaciones referidas a la temática tratada. Allí colaboran 15 espacios museales nacionales, de los cuales siete son museos de arqueología o cuentan con piezas arqueológicas expuestas. La finalidad de este organismo es convertir los estudios de público en una herramienta de gestión integrada en la actividad de los museos. Por otro lado, en 1991 se creó en Francia la que fue por mucho tiempo la única revista europea especializada en este tipo de trabajos, llamada *Publics et Musées*, de publicación semestral (Gottesdiener Mirones y Davallon 1993).

Con respecto al caso Argentino, éste no se ha quedado atrás. En el año 1998 se realizó un proyecto titulado: *Los museos y centros culturales como agentes de cambio social y desarrollo: Creación de un laboratorio de investigación*

museística-cultural. Éste fue financiado por la Agencia Española de Cooperación y Desarrollo (AECID), y creado por la Universidad de Murcia de España y la Universidad Nacional de Córdoba de Argentina. El proyecto se llevó a cabo con la intención de continuar con el trabajo realizado en conjunto por el equipo de investigación coordinado por Mirta Bonnin Picart (Universidad de Córdoba) y Rosa María Hervás Áviles (Universidad de Murcia). Se desarrolló en el Museo de Antropología de la Ciudad de Córdoba, en colaboración con la Universidad Nacional de Río Cuarto y la Administración de Parques Nacionales; además de contar con el apoyo del Centro Cultural España de Córdoba y la Región Centro CECA. Sus trabajos y perspectivas originaron la creación de un Laboratorio-Observatorio de investigación museística cultural en la ciudad de Córdoba, que hasta la fecha propicia una buena base de información acerca de los públicos, además de crear un servicio de evaluación y estudio continuo y sistemático. Este trabajo fue un gran avance en estas investigaciones a nivel nacional, estableciendo un trabajo permanente y estable que perdura hasta la actualidad.

Desde comienzos del año 2000, el nombrado Laboratorio trabaja en conjunto con especialistas de la educación en temas relacionados a públicos discapacitados (ciegos, sordomudos, etc.) y en el 2010 incorporó a sus actividades la elaboración de un registro sistemático de visitantes en 16 museos pertenecientes a la Universidad de Córdoba. Siguiendo esto, en la actualidad están desarrollando encuestas en diferentes puntos de la capital de Córdoba (tomando como foco la Ciudad Universitaria) con el fin de conocer hábitos de consumo cultural en los jóvenes.

Resulta válido aclarar que esta última investigación dio a conocer novedosos resultados que ayudan a corregir falencias observadas en las políticas culturales de la provincia. Esto, sumado a la creciente formación de profesionales dedicados a estudios de públicos, expuso la necesidad de orientar y definir las áreas de trabajo que se están llevando a cabo. Dicha situación impulsó a muchos autores a subdividir tales investigaciones según sus temáticas o principales tendencias (Asensio y Pol 2002, 2005; Bitgood 1996; Cousillas 1997a; Screven 1976), clasificando también a los diversos públicos (Bitgood 2002). El análisis

histórico de estos trabajos generó, en el caso de Argentina propiamente, que se reflexionara desde una perspectiva crítica la realidad de los museos y sus procesos de creación y transformación.

Con la información desarrollada en este apartado, se pudo observar un aumento significativo en el impacto público y estatal que tiene estos espacios y sus contenidos expositivos (Sarno Grandi y Lloret 2006). Haciendo un balance del breve bosquejo histórico desarrollado en estas investigaciones, se pudo notar que tanto en el plano que internacional como nacional, los estudios de públicos se posicionaron como una herramienta fundamental en la labor cotidiana museológica. Se coincide con Gisel Martínez (2010) en que la consolidación mundial de estos trabajos estuvo íntimamente relacionada con las transformaciones teóricas y conceptuales ocurridas históricamente, y citadas con anterioridad. Estos cambios se centraron en la forma de definir y validar al visitante, llevando consigo cambios en el objeto de estudio, donde el centro de atención pasó del objeto expuesto a ser el sujeto social.

Actualmente existen diversas maneras de denominar a estos sujetos. En el caso de las investigaciones provenientes de países anglosajones, utilizan el término *visitantes* para referirse a su objeto de estudio, a diferencia de trabajos de origen español, que recurren al término *público* (Asensio y Pol 2005:529). Se aclara que en este trabajo no se utiliza esta diferencia nominal, tomando como indistinto el uno del otro. No obstante, por la heterogeneidad que presenta este conjunto, en esta tesis se utilizan estos conceptos en plural. Por otro lado, se distinguen nominalmente *visitantes* y *usuarios*, siendo los primeros son los que visitan los museos, mientras que el término *usuarios* se utiliza para aquellos que asisten a otros eventos o servicios culturales (Hervás 2008), aunque hay autores que piensan que el término visitante, se incluye dentro de la denominación usuario (García 2002).

A fines del siglo XX, con todos los cambios y nuevas nociones aplicadas a la museología, se desarrolló un replanteo que definió al museo como un servicio público, además de sus tradicionales tareas de investigar, conservar y difundir. Francisca Hernández (1992) reflexionó sobre esto y cuestionó que las

investigaciones no debían focalizarse puramente en las colecciones o por el contrario, en el público; sino que tendrían que alcanzar un equilibrio entre estas dos partes que son las que conforman al museo en su íntegra dimensión. Además, la misma autora opina que en la actualidad existen diversos atractivos didácticos-tecnológicos que comienzan a reemplazar a los objetos en las exposiciones. A esto le suma el increíble aumento de los sectores sociales que están accediendo a los museos, por lo que sus recursos y sus públicos han posicionado estos espacios como medios de comunicación de masas (Hernández 1992).

Por otro lado, en este último tiempo, han surgido otras posturas que toman fuerza junto a la *Nueva Museología*. Estas son la *Museología del Enfoque o Punto de Vista* (Hernández 2007); que hasta el momento no ha desarrollado estudios de públicos; y la *Museología Crítica* (Lorente 2006, 2007). Desde el enfoque crítico, se han realizado estudios de públicos en su mayoría en museos de arte, dando otra orientación a las descritas anteriormente. Un ejemplo fue el llevado a cabo por María del Mar Flórez Crespo en el año 2006 en el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (Flórez 2006).

Como se pudo observar, a medida que transcurre el siglo XXI, se incrementa las investigaciones sobre estudios de público a nivel mundial, consolidándose como una fuerte línea de investigación en museología. Esto puede percibirse en el increíble aumento del número y calidad de publicaciones referidas a la problemática. Además de que a nivel metodológico, existe un perfil más sistemático y específico, muchas veces procedentes de otras disciplinas como la psicología, la sociología y la antropología.

A manera de conclusión y después de conocer el proceso histórico que han tenido estas investigaciones tanto a nivel internacional como nacional, se nota un fuerte interés por la especificidad metodológica en desmedro de lo teórico. En Argentina, muchos de estos trabajos (salvo los realizados en el museo José Hernández) no presentaron un marco conceptual. Sin embargo, se coincide con Graciela Schmilchuk (1997) cuando afirma que en este país no se encontraban buenos profesionales especializados y dedicados de lleno a investigar esta temática, con excepción del caso anteriormente citado de Córdoba. Considero que

dicha carencia está siendo poco a poco corregida, ya sea con la creación del Laboratorio-Observatorio de la provincia de Córdoba, como también a partir del desarrollo de diversas capacitaciones, cursos y talleres que se realizan con el fin de formar profesionales en esta problemática.

Para terminar con este apartado, y antes de comenzar con los antecedentes de estudios de públicos realizados en el MAF, se aclara que esta investigación, por sus características se incluyó dentro del enfoque temático-conceptual centrado en las experiencias del público, incorporando desde lo metodológico, el enfoque temático-conceptual que utiliza las observaciones de públicos.

Estudios de públicos en el MAF.

Desde la inauguración del MAF, en el año 1993, se han realizado muy pocos estudios sobre sus públicos. Los pocos que hay, presentan gran diversidad en sus orientaciones y objetivos. El primero que se ha podido registrar pertenece al año 1996, se tituló *Medición del turismo receptivo* y lo realizaron Ana Benenati y Natalia Dreifinger. Se trata de un estudio de mercado centrado en el turismo que ingresa a Mendoza en el mes de agosto (tiempo en el que se desarrolló el trabajo). Tuvo por objetivo conocer las actividades que realizaban los turistas en la provincia, y las razones que los impulsaban a visitar la provincia. Allí se registraron porcentaje de turistas, lugares más visitados, visitas a museos y específicamente las opiniones que tenían sobre los servicios del MAF (Benenati y Dreifinger 1996).

La metodología utilizada en el trabajo mencionado, consistió en encuestas llevadas a cabo durante quince días a 50 turistas de habla hispana de edades que rondaban entre los 15 y 75 años. Éstas contenían preguntas sencillas y generales sobre el turismo provincial, que no influían directamente en el MAF. Solo se realizaba una pregunta ubicada al final de la encuesta, donde se preguntaba sobre la atención del museo, y el visitante debía marcar su opinión en una escala de valores que iban de excelente a mal, y justificar su respuesta.

La información extraída concerniente al museo es que en dicha temporada, el MAF fue visitado en su mayoría por turistas procedentes de España y Buenos Aires, y más del 50% no superaba los 30 años de edad. La profesión de estos visitantes eran en su mayoría estudiantes (esto tiene que ver con que el porcentaje más alto lo obtuvo una franja etaria joven dedicados exclusivamente a estudiar). Con respecto a las prácticas llevadas a cabo por los turistas, las encuestas revelaron que el 48% no visitan otros museos más que el MAF, y por último los encuestados respondieron que el nivel de atención del museo rondaba entre los calificativos de excelente y muy bueno, por la amabilidad del personal y la capacitación de los guías (Benenati y Dreifinger 1996).

También en el año 1996, se desarrollaron encuestas realizadas por Diego Navarro. A diferencia del trabajo anterior, este estudio se basó en la proyección social del museo, analizando el mensaje que transmitía a sus visitantes, aunque en ningún momento especificó claramente este punto. Aquí el autor propuso que el objetivo del MAF se cumplía en la medida en que este mensaje llegaba a su público (proyección social del MAF). Para ello se entrevistaron a 150 visitantes en el mes de junio, previamente realizada una muestra experimental en la temporada de verano (Navarro 1996). La encuesta se estructuró en tres partes: una primera dedicada a los datos personales, luego se respondían cinco preguntas cerradas y finalmente se le dedicaba un espacio a las observaciones y sugerencias.

Las interpretaciones del informe de Navarro se realizaron a partir de tres variables analizadas como determinantes: edad, ocupación y procedencia. Haciendo referencia a la edad, se concluyó que los públicos del MAF en el mes de junio eran adultos jóvenes (24 a 35 años). Su visita fue sugerida por oficinas de información turística, o bien por amigos y/o familiares, además de estar motivadas por su propio interés o motivos culturales y recreacionales. Con respecto a la atención del museo, los encuestados en su mayoría respondieron que fue excelente (Navarro 1996).

Desde el punto de vista de la exposición, la sala de excavaciones fue reconocida como la más atractiva por estudiantes y el sector productivo, sin embargo los ancianos, amas de casa y niños (en su mayoría todos extranjeros),

prefirieron la sala histórica. La cámara Subterránea fue elegida en el lugar n°3, pero considerada como la más atractiva por los adultos mayores y los visitantes de origen cordobés. En relación a la ocupación de los visitantes que acudieron en esta época, los estudiantes fueron la mayoría, seguido por ocupaciones no especializadas como comerciantes, docentes, operarios, etc.

En tercer lugar estaban los profesionales universitarios, seguido por amas de casa y por último los jubilados. En cuanto a la procedencia, la gran mayoría de los visitantes provenía del Gran Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires, seguidos por públicos de Capital Federal y Mendoza con valores similares. Y finalmente se encontraron los extranjeros, en su mayoría de procedencia europea. Las conclusiones de este estudio no pasaron de la descripción, dejando inconcluso si se cumplía la proyección social del MAF (Navarro 1996).

Por otro lado, en el año 1997, Rodrigo Lemos (de la Escuela Internacional de Turismo, Gastronomía y Hotelería de la Universidad Champagnat) realizó un estudio titulado “*Comercialización*”. Éste buscaba continuar con las investigaciones realizadas anteriormente en el MAF, además de recabar nueva información de los visitantes. Lo novedoso del trabajo fue aportar una estrategia de *marketing* orientada a incrementar por un lado la cantidad y evaluación de visitantes y por el otro, la rentabilidad económica del museo (Lemos 1997).

La metodología que se empleó estuvo orientada a evaluar el funcionamiento de la institución, y consistió en un cuestionario con una serie de preguntas referentes al museo, llevadas a cabo durante el mes de marzo a 139 visitantes elegidos al azar. Los resultados obtenidos por Lemos son los siguientes: se registró que la mayoría de los visitantes provienen de la Provincia de Buenos Aires, seguido por habitantes de Mendoza, Capital Federal, Córdoba y Santa Fe. Con respecto a la procedencia internacional hubo un aporte de españoles, dato que sorprende al autor, porque no consideraba a esta provincia como destino turístico de índole internacional. En cuanto a la ocupación de los encuestados, se identificó gran diversidad, con un alto índice de amas de casa en contrapartida a un bajo número de estudiantes (que responde a la época en la que se desarrolló el trabajo). Por último estaban los jubilados, pero con un registro muy bajo.

Otra de las conclusiones que arrojó este estudio fue que la mayoría de los visitantes se acercaron por comentario de familiares y amigos, seguido de las oficinas turísticas y empresas de turismo receptivo. Estos datos llevaron al autor a afirmar que este museo era mayormente recomendado por personas que ya lo han visitado alguna vez (Lemos 1997). Por último, las visitas tenían fines culturales, intereses personales y recreativos. Finalmente a la mayoría le pareció excelente la atención que brindaba esta institución.

Realizando mayormente un estudio de *márquetin*, el autor analizó la publicidad del MAF describiéndola como buena por ser de bajo costo. Finalmente desarrolló un plan de mercadotecnia aplicado a su propaganda, teniendo como fin aumentar el número de visitantes y promocionar el patrimonio histórico-cultural de la provincia (Lemos 1997). Diseñó un relevamiento de los principales mercados siguiendo la nacionalidad de los públicos. Asimismo, propuso invitar a empresas de turismo, otros organismos recreativos, y al municipio con el fin de promocionar el museo, además de incorporando la folletería del MAF en centros turísticos de la región.

Otro estudio de públicos realizado en este lugar lo hizo Sebastián Houlné en la temporada de semana santa del año 2001. Sus objetivos fueron similares a los del trabajo de Diego Navarro (1996), es decir conocer la opinión de los visitantes del museo, determinar los medios más efectivos de publicidad e información, profundizar los motivos por los cuales se visita este museo, y detectar favoritismos en la variabilidad de propuestas que este espacio ofrecía. Desde el punto de vista metodológico, el trabajo consistió en encuestas estructuradas en tres partes, realizadas a 60 personas elegidas aleatoriamente. Las conclusiones demostraron que el público era en su mayoría jóvenes adultos, de Buenos Aires y concurrieron motivados por su propio interés y otros motivos culturales. A estos visitantes les siguen en forma decreciente un público de origen mendocino y extranjero en general, motivados por sugerencias de informadores turísticos (Houlné 2001). Con respecto a las expectativas que generó el museo, para la mayoría de los encuestados fueron superadas en gran medida. Por otro lado, las explicaciones del guía fueron evaluadas como excelentes y muy buenas, al igual

que la atención del personal del MAF. Con respecto a lo que más llamó la atención de los visitantes dentro del museo, fueron en su mayoría las excavaciones y la sala histórica.

Terminando con este apartado, el estudio de públicos más reciente llevado a cabo en dicho museo lo realizó María Eugenia Evans en el año 2007. Se tituló “*El Público de los Museos Históricos de Mendoza*” y fue un informe realizado para la cátedra *Metodología de las Ciencias Sociales* de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. El trabajo consistió en el desarrollo de una encuesta (en idioma castellano e inglés) durante los meses de agosto y septiembre. No hay datos sobre el universo de la muestra ni el marco teórico que encuadraba el mencionado trabajo, solo el informe desarrolló las conclusiones obtenidas a partir de las encuestas, focalizadas en la obtención de datos socio-demográficos y prácticas culturales efectuadas por los visitantes (Evans 2007).

Los resultados obtenidos fueron expuestos en forma de estadísticas (representadas a través de gráficos de barra y de torta) que dieron a conocer la composición en torno al género, edad, nivel educativo y nacionalidad de los encuestados. Los datos de los gráficos revelaron que el 56% eran mujeres y el 44% varones; y por otro lado, el 78% era de origen argentino y el 22% extranjero. Dentro de los argentinos, el 40% procedía de Mendoza, el 53% de Buenos Aires, el 5% de Santa Fe y el 2% de Tucumán. Los datos relacionados a las características de las visitas estuvieron destinados al tipo, motivo, frecuencia de visita, compañía y conocimientos previos. El 78% era la primera vez que ingresaba al museo, además se conoció que el 65% ya sabía que se trataba de un museo de historia. En cuanto a los tipos de visitas definidos por el autor, variaban entre: visita escolar (45%), visita guiada (18%), visita siguiendo las señales y cartelería (33%) y por último visita con folletos del MAF (4%).

Por otro lado, la encuesta indagaba sobre la opinión de los visitantes con respecto a: la atención del personal del museo (60% muy buena, 19% buena, 17% excelente y 4% adecuada), la exposición (58% muy buena, 25% buena, 15% excelente y 2% mala) el mantenimiento de las instalaciones del edificio (65% muy

buena, 22% excelente y el 13% buena) y el precio de la entrada (40% adecuado, 29% barato, 27% muy barato, 2% caro y 2% muy caro). Por último, la encuesta finalizaba con las prácticas culturales que los visitantes tenían, como es la asistencia a otros espacios culturales como el cine, teatro, espectáculos musicales, y otras prácticas como lectura de libros, revistas y diarios.

Luego de conocer todos los estudios de públicos realizados en el MAF desde su inauguración hasta el año 2011, se concluye que su mayoría estuvieron orientados desde una perspectiva turística, respondiendo a una política de mercado. Por otro lado, los cuestionarios realizados eran básicos y no significativos para el museo, obviando su perfil histórico-arqueológico, sin aportarle información relevante para sus futuras políticas expositivas y patrimoniales. Es decir que las técnicas y metodologías utilizadas (encuestas y estructuradas a partir de una mirada turística y comercial) por su generalidad, podían aplicarse sin dificultad a cualquier tipo y variedad de museos

Con respecto a la información obtenida, fue descriptiva y sin un correlato teórico-metodológico que enriqueciese al MAF. Ésta hacía referencia al perfil socio-demográfico de los visitantes, generando conclusiones superfluas y especulativas sin una reflexión crítica acerca de los públicos. Teniendo en cuenta estos antecedentes, la investigación aquí expuesta pretende ser un estudio superador a lo realizado hasta el momento de su elaboración, que generase información clave para reorientar las futuras políticas y actividades del MAF. Además de que se trató de un estudio que se ajustara a las características de este museo, diseñando su metodología de acuerdo a sus problemáticas y enfoques, como se puede observar en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO TRES. PENSANDO UNA METODOLOGÍA PARA EL MAF.

La metodología que se desarrolló en esta investigación fue tomada de otros estudios de públicos llevados a cabo en diferentes partes del mundo. No obstante, fue modificada respondiendo a la problemática particular del MAF (que es la de ser un museo de sitio arqueológico), y teniendo presente el encuadre teórico, los objetivos y preguntas problemas planteados en este trabajo. Para abordarla de manera más ordenada, las técnicas empleadas fueron separadas según su naturaleza cualitativa y cuantitativa, justificando su utilidad en cada caso.

Técnicas cualitativas

Observación directa:

La observación de comportamientos de públicos de museos y exposiciones fue una de las primeras y más utilizadas técnicas en la obtención de datos cualitativos. Tuvo su origen en la conducta espacial o proxémica (movimientos, itinerarios, paradas, tiempos transcurridos, etc.) que manifestaban las personas en las exposiciones. En este trabajo se consideró útil su implementación, porque aportaba un valioso indicador con respecto a los comportamientos internos del espacio expositivo, ya que reflejaba impresiones, aceptaciones y modos de relacionarse por parte de las personas (Pérez 2008b).

Realizando observaciones a los visitantes se pretendía conocer y analizar diferentes comportamientos o patrones de comportamiento llevados a cabo por los visitantes durante la visita, y además determinar flujos de circulación desarrollados dentro del MAF, con el fin de elaborar patrones de recorrido. Por otro lado, se pretendió identificar niveles atencionales de los visitantes con respecto a los N T/E, y tiempos destinados en los recorridos. Así como analizar el impacto expositivo y la relación corporal generada por los visitantes con la exposición.

Mapas de Significado Personal (PMM):

Con esta técnica se obtuvo información sobre diversos conceptos, conocimientos, ideas previas, experiencias significativas y opiniones individuales que traían las personas a la hora de visitar el museo. Se partió de la idea de que no todos los públicos tenían el mismo conocimiento y concepciones acerca de lo que es un museo y lo que exponen. A partir de esta información se pudo localizar grupos de personas con análogos perfiles y actitudes, en relación a determinadas características sociales o personales. Además de analizar cambios conceptuales una vez finalizada la experiencia museística.

Conversaciones provocadas:

Esta técnica por su naturaleza dinámica consistió en provocar una especie de entrevista personal con los visitantes. Las preguntas giraban en torno a diversos objetos que fueron seleccionados de la exposición y se extrajeron para realizar la actividad. Su finalidad fue conocer opiniones, impactos y actitudes presentados en la visita, además de afianzar conocimientos asimilados durante el recorrido. Con esto último, se buscó identificar la calidad de la interacción sujeto-exposición-patrimonio histórico/arqueológico.

Técnicas cuantitativas

Encuestas actitudinales:

A diferencia de las encuestas utilizadas habitualmente, estas estuvieron diseñadas para obtener datos sobre el nivel de cambio en ideas, percepciones y opiniones de los visitantes una vez recorrido el museo.

Cuestionarios auto-administrados:

Utilizados para obtener datos sobre el perfil socio-demográfico, impacto del público, experiencia y opinión de los participantes. Las encuestas se estructuraron

de forma mixta, con preguntas cerradas dicotómicas, dando opción a dos respuestas: sí o no, no sé/no contesta. Además de contener preguntas politómicas o categorizadas, que se presentaron como respuestas una serie de alternativas en las que el encuestado/a debía elegir una alternativa o, en su caso, varias (Ávila 2006).

Clasificación de variables utilizadas en el público

Para estudiar y analizar a los visitantes del MAF, se utilizaron las siguientes variables:

Edad: basada en las etapas aportadas por la teoría constructivista (Piaget 2005). Se definieron subgrupos categóricos propios, según el desarrollo motivacional y cognitivo de las personas. Estos fueron:

- Etapa de operaciones concretas: de 7 a 11 años. En esta investigación, este grupo fue denominado como *niños*.
- Etapas de operaciones formales. Aquí se encuentran dos grandes sub-categorías:
 - 12 a17: denominados *adolescentes*.
 - 18-28: denominados *jóvenes*.
 - 29-40: denominados *adultos de tipo 1*.
 - 41-64: denominados *adultos de tipo 2*.
 - 65 en adelante: denominados *jubilados*.

Género¹²: Femenino/Masculino.

Lugar de origen: discriminado por grupos de procedencia, correspondientes a los diferentes continentes existentes, obviando el caso de Argentina y Mendoza:

¹² Al comienzo del trabajo de campo se utilizó el concepto sexo, luego fue cambiado por el de género, debido a la mayor amplitud de personas que éste concepto integra. Es importante mencionar que este cambio no alteró la muestra representativa ni la naturaleza de la investigación.

- *Mendoza*
- *Argentina*
- *América*
- *Europa*
- *Oceanía*
- *África*
- *Asia*

Tipos de visitas: correspondientes a las actividades, particularidades, causas e intereses que las conformaban:

- *Educativa de origen Mendoza*
- *Educativa de otras provincias de Argentina*
- *Turística de origen Mendoza*
- *Turística de otras provincias de Argentina*
- *Turística de un país americano*
- *Turística de un país europeo*
- *Visita especial* (ingresan al museo por una causa en particular)

Es importante aclarar que a diferencia de otros estudios de públicos, se optó por no tener en cuenta la ocupación de los visitantes ni el nivel de estudios adquiridos, debido a que no era información relevante para este trabajo.

Período de toma y recopilación de datos

Para aplicar cada una de las técnicas descritas anteriormente, se seleccionó un período específico.

Tipo de técnica	Meses en el año 2011
Observación directa	JUNIO-JULIO
Mapas de Significado Personal (PMM)	AGOSTO
Encuestas actitudinales	SEPTIEMBRE-OCTUBRE
Cuestionarios auto-administrados	NOVIEMBRE
Conversaciones provocadas	NOVIEMBRE

Tabla n°2: Desarrollo de las técnicas metodológicas en el año 2011

Cálculo y resultados del universo muestral

Para calcular la muestra utilizada, se excluyeron las conversaciones provocadas, ya que la cantidad de personas utilizadas en esta técnica se extrajo de la muestra representativa del mes de noviembre, dedicada a realizar los cuestionarios auto-administrados.

Selección del universo de muestra:

Para este paso se tomaron de referencia los totales mensuales el año 2010, debido a que eran los datos definitivos, y más próximos a la cantidad total de ingresos de públicos en el MAF con los que se contaba. A su vez, se seleccionaron los meses que presentaban los niveles más altos de visitas.

Meses del año 2010	Cantidad de públicos
Enero	1663
Febrero	1021
Marzo	985
Abril	1400
Mayo	1382
Junio	1904
Julio	1664
Agosto	2654
Septiembre	3258
Octubre	4115
Noviembre	3949
Diciembre	1438
Total de visitantes anual	25853

Tabla n°3: Estadísticas mensuales de entrada de público en el año 2010.

Una vez obtenido el tamaño de la población utilizada para calcular la muestra representativa, se usó la *fórmula de población finita* (Badii *et al.* 2011), empleada en muestreos de característica probabilístico (Casal y Mateu 2003).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Desarrollo de la fórmula

n: es el resultado que da el tamaño de la muestra ficticia que se tomó en cada mes*.

k: es la constante que depende del nivel de confianza, e indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. En este caso se tomó un 95%.

p: es la proporción de individuos que posee la población. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que p=q=0.5 debido a que es la opción estadísticamente más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, se calcula 1-p.

e: es el error muestral deseado, es decir la diferencia que puede haber entre el resultado obtenido de la muestra y el total de la población, que en este caso es el total de los visitantes del mes. Para este caso, se tomó un error del 2%.

N: es el tamaño de la población o universo. En este trabajo, el universo es el número total de visitantes por mes elegido del año 2010, totales que variaban mensualmente.

Error muestral

Nivel de confianza de la muestra: 95%

Error máximo: ± 2%

La elección de aplicar esta fórmula respondió a su mínimo margen de error, por lo que es la más utilizada en investigaciones de índole científica.

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
N: entrada de personas en los meses de 2010	1904	1664	2654	3258	4115	3949
K	1.96	1.96	1.96	1.96	1.96	1.96
P	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5

E	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Q	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
n: tamaño de la muestra mensual 2011	320	313	300	344	351	350

Tabla n°4: Cálculo estadístico del tamaño muestral según los meses del año 2010.

Una vez obtenido el tamaño en el que se iba a basar la muestra estadística del año 2011, se calculó finalmente las muestras representativas de cada mes. Para esto se utilizó la siguiente fórmula:

$$\frac{X}{\text{*muestra ficticia mensual}} = \frac{\text{Valor tomado (según la variable a analizar)}}{\text{total de la muestra (otorgada por el total del mes elegido)}}$$

Teniendo estos datos, se calcularon las muestras representativas específicas para cada una de las técnicas metodológicas. Éstas dependían de la presencia directa de los públicos en el momento de ser realizada (observaciones directas y exógenas, Mapas de Significado Personal (PMM), encuestas actitudinales y encuestas auto-administradas). Siguiendo todo el desarrollo presentado en este apartado, se obtuvieron las siguientes muestras representativas:

Tipo de visitas	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Educativas de Mendoza	129	46	80	111	128	190
Educativas de Argentina	47	31	80	103	53	29
Turísticas de Argentina	21	142	60	22	25	21
Turísticas de Mendoza	24	45	50	44	70	54
Turísticas de americanos	9	21	50	21	16	18
Turísticas de europeos	4	17	-	4	6	7
Visitas especiales	73	-	-	31	37	31
total de muestra a realizar en el mes	307	302	300	336	335	350

Tabla n°5: muestra representativa del año 2011, dividida según los tipos de visitas.

Del total de la muestra del mes de noviembre, solo a 250 personas se les realizaron conversaciones provocadas, y en específico a visitantes educativos (de Mendoza y Argentina) y visitantes especiales.

Universo de la muestra.

En total se analizaron 2.027 personas que visitaron el MAF en el año 2011.

Muestras año 2011		
MES	TÉCNICA	CANTIDAD DE MUESTRAS
Junio	Observaciones	307
Julio	Observaciones	302
Agosto	PMM	300
Septiembre	Encuestas actitudinales	336
Octubre	Encuestas actitudinales	335
Noviembre	Encuestas conversaciones provocadas	447
TOTAL		2027

Tabla n°6: Cantidad de visitantes analizados en el año 2011.

Todas estas técnicas fueron desarrolladas durante los horarios en los que se encontraba abierto el museo y entre los días martes y sábados. Es importante aclarar que se puso especial énfasis en que las personas analizadas presentaran diversidad de orígenes, edades y género, a fin de que dicha muestra, sea lo más abarcativa y representativa posible.

Análisis y procesamiento de la información

Se utilizaron los programas Microsoft Excel (versión 2007) y Microsoft Access (2007) en el relevamiento y procesamiento de la información obtenida en el trabajo de campo. Esta tarea se llevó a cabo paralelamente al desarrollo de cada técnica, buscando una mayor fidelidad al momento de ingresar los datos. Además, se incluyeron comentarios y opiniones tanto del observador, como del guía y de los propios visitantes, a fin de que el registro sea lo más completo posible. Asimismo, para registrar datos cualitativos, se utilizó escala de valores estandarizados.

Es muy importante aclarar que los datos recogidos por medio de todas las técnicas se obtuvieron de personas y no conjuntos de visitantes. Es decir que

todos los porcentajes y números desarrollados a continuación se calcularon en base a personas, no grupos ni tipos de visitas.

Observaciones directas:

Buscando una mayor fiabilidad a la hora de analizar los comportamientos, se puso especial cuidado en que los visitantes no notaran que estaban siendo observados en el espacio expositivo, por más de que fueron informados en la entrada del MAF. Se tomaron tres puntos de muestreo¹³ seleccionados por su amplia visibilidad, logrando abarcar todos los rincones de cada sala sin la necesidad de moverse, caminar o detenerse junto a los públicos. Se optó por esta modalidad con el fin de no perturbar el libre desenvolvimiento del visitante.

En un primer momento se tomaron los siguientes datos, definidos como condicionantes en la experiencia museística:

- Tipo de la visita
- Compañía del visitante (si ingresaba con su familia y/o pareja, amigos, compañeros de escuela, etc.)
- Género
- Edad
- Uso del servicio de guía del museo.

Una vez tomados estos datos se analizaron las siguientes variables durante la visita:

- Actitudes y comportamientos dirigidos a unidades expositivas.

Consistió en observar movimientos determinados dirigidos a los elementos de la exposición. En las observaciones directas se tomaron medidas independientes, extraídas de trabajos realizados por Mike Asensio (2000), Pérez (2000) y Serrell (1993), con modificaciones propias adecuadas a la problemática del MAF.

- Foco atencional de área, zona, núcleo temático/expositivo o unidad expositiva concreta. La misma, fue estimada a partir de la observación del

¹³ Ver la ubicación de los puntos de muestreos en el espacio expositivo en figura nº 5.

tiempo que el visitante dedicaba a cada unidad expositiva o de la observación del número de visitantes que se paraban (y observaban) un elemento determinado. Se utilizó este tipo de estimaciones como medida del poder motivacional de los elementos expositivos, indicando en muchos casos focos atencionales dentro de la exposición. Estos fueron relacionados con:

Accesibilidad (*passing*) a unidades expositivas. Medida condicionada por el montaje museográfico. Esta permitió realizar patrones de recorrido, flujos de circulación y obtener nudos decisionales dentro del espacio expositivo.

Atractividad (*attracting power*): indicador del nivel de detenimiento visual producido por elementos expuestos.

Atrapabilidad (*holding power*): registró la capacidad de atracción de objetos y elementos expositivos. Se operativiza por el tiempo, en segundos, que los visitantes dedicaban a cada vitrina u objeto (tiempos parciales), y registra paradas (*stopping*) y niveles de impacto expositivo en los visitantes.

Como se mencionó en el primer capítulo, el MAF posee en total 36 Núcleos Temáticos/expositivos (N T/E), distribuidos en las tres salas y unidades curatoriales. Los tipos de paradas (atractividad o atrapabilidad) que realizaron las personas indicaron focos de interés dentro de la muestra, y se midieron en escalas valorativas.

Valores		Sala Indígena: 12 N T/E en total		
Valor cuantitativo	0-4 N T/E	5-8 N T/ E	9-12 N T/E	
Valor cualitativo	Pocas paradas	Paradas estándar (medias)	Muchas paradas	
Sala Colonial: 13 N T/E en total				
Valor cuantitativo	0-4 N T/E	5-9 N T/E	10-13 N T/E	
Valor cualitativo	Pocas paradas	Paradas estándar (medias)	Muchas paradas	
Sala Post-terremoto: 11 N T/E en total				
Valor cuantitativo	0-3 N T/E	4-7 N T/E	8-11 N T/E	

Valor cualitativo	Pocas paradas	Paradas estándar (medias)	Muchas paradas
--------------------------	---------------	---------------------------	----------------

Tabla n°7: Escala de medición de paradas por núcleos temáticos/expositivos (N T/E) específicos.

- Tiempo: esta variable se examinó desde los siguientes patrones (Pérez 2000):

Tiempo parcial: tomados en cada sala de exposición. Se calculó dividiendo: el tiempo de observación e interacción con la exposición (O); tiempo de desplazamiento (P) o tiempo utilizado para ir de una unidad expositiva a otra; tiempo perdido (T) o instantes no dedicados a la exposición y tiempo dedicado al diálogo interpersonal (X). Con estos datos se calculó la siguiente fórmula: $\text{Tiempo} = (O+X+T)/P$.

Tiempo total del recorrido: Indicó el tiempo total que el visitante dedicaba a la exposición, desde que entró hasta que salió de ella. Estuvo relacionado con la superficie expositiva, el número de N T/E por sala y la densidad de información. El tiempo total estuvo condicionado por la direccionabilidad, el sentido, los espacios atravesados y el grado de interés de la persona con respecto a la exposición.

Circulación dentro del espacio expositivo o trazabilidad (Asensio y Pol 2005): Conocerlo ayudó a detectar espacios dentro de la exposición que fueron marginados por los visitantes.

Luego de analizar las variables desarrolladas con anterioridad se pudo obtener diagramas de dispersión. Es importante aclarar que tanto la accesibilidad, atractividad y atrapabilidad son propiedades diferenciales de los montajes, es decir que dependen de los montajes expositivos existentes en las salas de cada museo. Los diagramas de dispersión fueron representaciones basadas en las variables de tiempo y número de paradas, y permitió conocer (a través de cuadrantes positivos y negativos) los focos atencionales de la exposición. Éstos se realizaron calculando porcentajes totales del conjunto de personas observadas.

Además de los anteriores, se tomaron los siguientes índices:

Índice de Velocidad de Recorrido SRI (Serrell 1993) (Sweep-rate-index): se obtuvo dividiendo la superficie de la exposición y la media del tiempo total que dedicaron los visitantes en su recorrido. Se calculó en base a los siguientes índices promedios del MAF:

Salas Expositivas	Superficie Expositiva (sin excavaciones)	Tiempo Promedio	SRI Promedio
Indígena	200 m2	12,54 min.	15,94
Colonial	271 m2	11,26 min.	24,12
Post-terremoto	200 m2	10,72 min.	18,65
Total	1.219,44 m2	35,18 min.	34,66

Tabla n°8: Porcentajes promedios del índice de velocidad de recorrido (SRI).

Teniendo estos índices promedios, se elaboró una escala valorativa para medir el SRI:

Salas Expositivas	SRI Sala Indígena			SRI Sala Colonial			SRI Sala Post-terremoto		
	0-9	9,1-17	Más de 17,1	0-12	12,1-25	Más de 25,1	0-10	10,1-19	Más de 19,1
Valor cuantitativo									
Valor cualitativo	SRI bajo	SRI medio	SRI Alto	SRI bajo	SRI Medio	SRI Alto	SRI Bajo	SRI Medio	SRI Alto

Tabla n° 9: Escala de medición del Índice de Velocidad de Recorrido.

Índice de porcentaje de visitantes minuciosos (%DV) (Serrell 1996; 1997): para obtenerlo se calculó el porcentaje de visitantes que paran (atrapabilidad) en más del 51% de los N T/E. Este índice evidenció la minuciosidad de uso de una determinada exposición, que al combinarse con el SRI, determina la eficacia expositiva. Beverly Serrell afirma que un índice de velocidad de recorrido bajo por m2 por minuto, junto a un %DV mayor del 50%, indican un uso importante de la exposición por parte de los visitantes y, por lo tanto la eficacia en la atracción y en la motivación. Si este ocurre aumenta la probabilidad de adquisición y reflexión de la información por parte de los públicos, demostrando un uso minucioso de la exposición (Serrell 1993; 1996; 1997).

Cantidad de N T/E x salas expositivas	%DV promedio		
Sala Indígena: 12 N T/E	6 N T/E		
Sala Colonial: 13 N T/E	6,5 N T/E		
Sala Post-terremoto: 11N T/E	5,5 N T/E		
Valor cualitativo para todas las salas	0-40%	41-70%	71-100%

expositivas	Bajo	Medio	Alto
--------------------	------	-------	------

Tabla n°10: Índices promedios de las salas expositivas del MAF.

Índice de densidad/tiempo (ID/T) (Pérez 2000): se lo relacionó con el tiempo medio dedicado a cada sala expositiva, su superficie en metros cuadrados y el número de N T/E que contiene cada sala.

Salas Expositivas	Escala de Tiempo	SRI (según escala de valor)	I D/T
Sala Indígena	0-6 min.	0-9	Bajo
	6,1-15 min.	9.1-17	Medio
	Más de 15,1min.	Más de 17,1	Alto
Sala Colonial	0-5min.	0-12	Bajo
	5,1-14 min.	12,1-25	Medio
	Más de 14,1 min.	Más de 25,1	Alto
Sala Post-terremoto	0-5 min.	0-10	Bajo
	5,1-14 min.	10,1-19	Medio
	Más de 14,1 min.	Más de 19,1	Alto

Tabla n°11: Escala de medición del Índice de densidad/tiempo.

Es importante mencionar que las escalas de tiempo se realizaron en base a los porcentajes obtenidos en las observaciones, que fueron promediados según cada sala expositiva, y desde su escala de valor, vista en la tabla n° 11. Por último se describieron otras variables de opinión que se tomaron en las observaciones:

Sobre la exposición en general (montaje, diseño, didáctica, etc.).

Sobre N T/E y otras unidades específicas.

Interacciones sociales en el espacio museístico: Se registraron todas las expresiones orales, verbalizaciones y conversaciones generadas entre los visitantes durante el recorrido y el grado de participación de los mismos.

Humor de las personas durante la experiencia museística.

Lectura de cedularios y cartelería dentro de las salas de exposición.

Por otro lado, se identificó la calidad de la interacción expositiva e impacto personal de la exposición. Siguiendo con esto, dependiendo de las respuestas que los visitantes dieron, se elaboró la siguiente escala valorativa:

Respuestas brindadas por el visitante:	Respuesta1: excelente/muy buena Respuesta 2:	Respuesta1: buena/regular. Respuesta 2: poca	Respuesta1: mala/muy mala Respuesta 2: ninguna/no me interesó hacerlo
---	---	---	--

	mucha		
Valor cualitativo	Calidad positiva	Calidad regular	Calidad negativa

Tabla n12: Escala de medición de la calidad de la interacción expositiva.

Por otro lado, el impacto expositivo se obtuvo con las siguientes preguntas realizadas por el observador una vez concluida la visita de forma personal y escrita. Éste se midió por medio de una escala de valor que osciló entre los siguientes valores:

Respuestas brindadas por los visitantes	Mucho/bastante	Algo	Poco	Nada
Valor cualitativo	Impacto alto	Impacto medio	Impacto bajo	Impacto nulo

Tabla 13: Escala de medición del Impacto expositivo Personal.

El registro de la calidad de la exposición y el impacto personal se encontraron íntimamente relacionados, y para registrar cambios, se tomaron a personas que habían utilizado y no el servicio de guía durante su recorrido. El objetivo de recabar estos datos fue conocer y analizar si las personas entablaban relación con el patrimonio histórico-arqueológico expuesto en el MAF. Además se observaron niveles de participación de las personas con respecto a la exposición (contexto personal), el diálogo y el ambiente generado durante el recorrido, que en muchos casos estuvo íntimamente relacionado con el tipo de compañía (contexto social).

Mapas de Significado Personal (PMM):

Dicha técnica constó de tres momentos. El primero fue antes de ingresar a la exposición, y se le pidió al visitante que complete en forma escrita palabras, ideas, percepciones y pensamientos que le vinieron a su mente cuando se le expresaron las siguientes oraciones:

- *Lo que entiendo como museo.*
- *Lo que entiendo y conozco sobre el pasado histórico-arqueológico de Mendoza.*
- *Lo que entiendo y conozco sobre el patrimonio cultural mendocino.*

El segundo momento fue realizado al egresar la persona del espacio expositivo, y se le pidió realizar la misma consigna del primer momento. Es decir que escribiera al margen de las primeras anotaciones, lo primero que se le venía a la cabeza cuando pensaba en las ideas representadas en las oraciones anteriores. Si el visitante coincidía con lo escrito en el primer momento era porque no había cambiado su pensamiento tras la visita. Una vez terminado el segundo momento, se finalizó la actividad (tercer momento) con una pequeña entrevista personal para que de forma oral explique lo escrito en el PMM completado. El objetivo de los tres momentos era poder observar y registrar cambios actitudinales con respecto a conceptos centrales que exponía el MAF. La oración n°1 hizo alusión a indagar sobre cómo las personas concebían a los museos, qué esperan encontrar en ellos, y si la visita al MAF cambiaba ese preconcepto.

La finalidad de la oración n°2 era conocer los conocimientos, imágenes, percepciones y sensaciones previas a la visita sobre el pasado de esta ciudad. Información útil porque registró datos sobre la comprensión que tenían los visitantes sobre guión curatorial. Además identificó recuerdos, percepciones e ideas preconcebidas de los visitantes. Por último, la oración n°3 estuvo orientada a conocer las ideas que el visitante traía consigo sobre el patrimonio cultural de Mendoza.

Otro dato que se obtuvo fue a partir de lo escrito en los mapas, así pudo verse si existían uno o más focos atencionales generados durante el recorrido, y también valoraciones personales sobre el conocimiento histórico y arqueológico, así como frases y otras opiniones en general. Además pudo notarse el grado de interés de los visitantes en la exposición, y si se registró cambio actitudinal e impacto personal con respecto a la exposición. Esta información era completada con otros datos como edad, tipo de visita, origen y uso del servicio de guía del museo.

Encuestas actitudinales

Se realizaron una vez concluido el recorrido por el museo y estaban orientadas a analizar si la experiencia museística que el visitante había generado producía cambios con respecto a las ideas, concepciones y opiniones sobre:

El pasado de Mendoza

Lo que entendía como un museo

El patrimonio cultural mendocino

Lo que es la arqueología

La consigna consistía en que las personas marcaran con una cruz dentro de una escala valorativa que variaba de mucho/bastante/algo/poco/nada. Además se tomaban datos socio-demográficos, como edad, género, lugar de origen, tipo de visita y uso del servicio de guía.

Cuestionarios auto-administrados:

Se completaron una vez finalizado el recorrido, marcando con una o más cruces las opciones de ideas que los públicos tenían en torno a las siguientes variables:

1. *El museo en general*
2. *Los servicios del mismo*
3. *La exposición museográfica*
4. *Las excavaciones arqueológicas ubicadas dentro del museo*

También se incorporaron datos socio-demográficos, tipo de visita, número y frecuencia de visitas previas, medios de comunicación donde se informó sobre la existencia de esta institución, compañía durante el recorrido, transporte utilizado para llegar al museo, problemas de localización y orientación dentro del espacio expositivo, focos atencionales realizados durante el recorrido, comprensión de contenidos generales, asimilación de ideas básicas del guión museológico y posibilidad de recomendar este museo a otras personas

Conversaciones provocadas

Esta última técnica realizada consistió en un diálogo una vez finalizado el recorrido, llevado a cabo de forma personal con un pequeño grupo de visitantes (que no superó las 4 personas). Se realizó en la sala de exposiciones temporales, utilizando la muestra que había en aquel entonces sobre la arqueología urbana de Mendoza. En un primer momento se registraron datos socio-demográficos como edad, tipo de visita, procedencia, compañía y uso del servicio de guía.

La entrevista comenzaba con preguntas sobre qué les había parecido el museo, la exposición y las excavaciones. Luego se focalizó en saber cómo los visitantes habían percibido e interactuado con el patrimonio expuesto en el MAF. Para esto se realizó un ejercicio en el que las personas ubicaban en el tiempo y en las salas de exposiciones algunos objetos que se les presentaba. Éstos eran unas conanas indígenas, jarra de cerámica estilo Viluco (dos materiales ubicados en la sala indígena), un fragmento de hueso vacuno, una tinaja de cerámica tipo Carrascal (objetos ubicados en la sala colonial), un plato de loza y una botella de vidrio moderno (ubicados en la sala post-terremoto). Además se les preguntó quiénes lo habían elaborado, para qué servían y si alguno de estos objetos les había resultado familiar. Estas preguntas tenían como finalidad afianzar conocimientos del pasado regional desde la cultura material, y poder registrar el impacto expositivo y la calidad de la visita.

Finalmente, se realizaron preguntas sobre los objetos que más les habían llamado la atención (focos atencionales) y qué opinión tenían los visitantes luego de haber visitado el MAF con respecto a la arqueología, las excavaciones expuestas, la fundación de Mendoza y el terremoto de 1861 (acontecimientos que formaron parte de los puntos de inflexión del guión curatorial). Por último, se indagó sobre la experiencia museística de cada uno. Aquí se preguntaba cuáles habían sido las sensaciones y emociones generadas cuando ingresaron, recorrieron y egresaron del museo, con el fin de conocer el impacto personal y la calidad de su visita.

Luego de realizar todas las técnicas descritas en el trabajo de campo, se procesó toda la información, y se analizó la calidad de la experiencia museística. Ésta última fue definida como significativa cuando el conjunto e interacción de

factores que la conformaron, producía un impacto general positivo en los visitantes. Este impacto se registró cuando el visitante demostraba alcanzar o superar los siguientes índices:

Variable de análisis	Valor estimado
Cantidad de paradas por sala expositiva	Muchas
Impacto expositivo	Medio-Alto
Calidad expositiva	Medio-Alto
Índice de densidad y tiempo (I D/T)	Medio-Alto
Uso minucioso de la exposición (%DV)	Medio-Alto
Índice de Velocidad de Recorrido (SRI)	Medio-Alto

Tabla n° 14. Indicadores de que se ha realizado una experiencia museística significativa.

A modo de cierre, resulta válido aclarar que en esta investigación se consideró que las personas tenían una experiencia positiva, cuando además de los índices desarrollados en la tabla n°14, tenía que registrarse una buena comprensión del mensaje museológico, contar con opiniones positivas sobre la exposición y también sensaciones, y emociones que generasen un momento agradable y valioso tanto a nivel emocional como intelectual. Si lo descrito anteriormente se producía, la experiencia museística se consideraba significativa.

CAPÍTULO CUATRO. EN LA BÚSQUEDA DE LA EXPERIENCIA MUSEÍSTICA.

Una vez realizado el trabajo de recopilación de la información recogida por medio de las diversas técnicas metodológicas, descritas en el capítulo anterior, se procedió a cruzar, analizar e interpretarla. Para una mayor sistematicidad y mejor comprensión, este proceso se desarrolló con cada técnica metodológica por separado. En este apartado se continúa con esta división, siguiendo el orden temporal empleado en el trabajo de campo.

Observaciones directas y exógenas registradas en el mes de junio y julio de 2011

Esta técnica se llevó a cabo durante los meses de junio y julio del año 2011. En junio se observaron 345 visitantes, correspondientes a la muestra representativa detallada en el capítulo n°3. De este total, el 54% fueron niños (entre 0 a 12 años), el 24% adolescentes (de 13 a 17 años), el 12% adultos de tipo 2 (de 41 a 65 años), el 7% adultos de tipo 1 (29 a 40 años) y por último el 3% jubilados (más de 65 años de edad). Por otro lado, el 55% pertenecían eran hombres y el 45% mujeres.

En el mes de julio se observaron a 395 visitantes, número correspondiente también a la muestra representativa. De este total, el 34% eran adolescentes, el 24% adultos de tipo 2, el 20% adultos de tipo 1, el 13% niños y el 9% jóvenes. Con respecto al género, el 52% correspondía al femenino y el 48% al masculino. Por otro lado se registraron la circulación y accesibilidad que realizaron las personas dentro del espacio expositivo (no así en baños ni otras instalaciones que se encontraban fuera). Siguiendo lo anterior, se identificaron 12 patrones de recorridos distintos, que respondieron al montaje expositivo armado en cada sala

del MAF¹⁴. También se conocieron cinco nudos decisionales¹⁵. Es importante aclarar que los nudos decisionales no se relacionaron con los puntos de inflexión, ya que los primeros dependieron de la accesibilidad de la exposición y los segundos al guión curatorial. A continuación se describen los datos obtenidos.

Visitas educativas procedentes de Mendoza: En el mes de junio se observaron 136 personas, siendo el 57% mujeres y 43% hombres. A su vez, 115 eran niños y 21 adolescentes. Asimismo, en el mes de julio se observaron 60 personas, donde el 53% era hombres y el 47% mujeres, correspondientes todos al grupo etario adolescente. Es importante aclarar que todas las visitas observadas en los dos meses fueron realizadas con el guía de sala, lo que significó un gran condicionante en la experiencia museística, ya que era éste el que indicaba la accesibilidad, direccionabilidad y circulación, y el número y lugar de paradas dentro de las salas.

Con respecto al tiempo registrado (mencionado como TO: tiempo de observación e interacción con la exposición; TP: tiempo de desplazamiento; TT: tiempo perdido y TX: tiempo dedicado al diálogo interpersonal), la densidad del recorrido (ID/T), el índice de velocidad de recorrido (SRI) y porcentajes de visitantes minuciosos (%DV) se observaron los siguientes datos:

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	TT	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	9 m.	4 m.	0 m.	3 m.	16 m.	Alto	12,5	Alto
Colonial	7 m.	4 m.	0 m.	4 m.	15 m.	Alto	18,1	Alto
Post-terremoto	4 m.	2 m.	2 m.	3 m.	11 m.	Medio	18,3	Medio
Totales	20 m.	10 m.	2 m.	10 m.	42 m.	Alto	48,9	Alto
Mes de Julio								
Salas expositivas	T O	T P	TT	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	11m.	4 m.	0 m.	4 m.	19 m.	Alto	10,5	Alto
Colonial	9 m.	4 m.	0 m.	1 m.	14 m.	Alto	19,4	Alto
Post-terremoto	5 m.	3 m.	2 m.	2 m.	12 m.	Medio	16,6	Medio

¹⁴ Ver los patrones de recorrido, en las figuras que van desde la n°6 a n°17, todas ubicadas en anexos.

¹⁵ Ver los de nudos decisionales en el sector expositivo en la figura n° 18, ubicada en Anexos.

Totales	25 m.	11m.	2 m.	7 m.	45 m.	Alto	51,5	Alto
----------------	-------	------	------	------	-------	------	------	------

Tabla n° 15: Índices de visitantes educativos de Mendoza.

En la tabla n° 15 se evidencia que el tiempo total de las visitas educativas de Mendoza supera los 40 minutos tanto en el mes de junio como el de julio. Dentro de este tiempo, existen minutos dedicados a realizar otras actividades más que la mera observación e interacción con la exposición (TO), como por ejemplo el tiempo dedicado al desplazamiento (TP), el cual significa un 24% del tiempo total en los dos meses. Esto se debe a que las visitas educativas ingresan en grupo, y el desplazamiento dentro del museo es mucho más lento.

El mayor porcentaje de tiempo registrado (52%) fue dedicado en los dos meses a la observación e interacción con la exposición (TO). No obstante se registra un decrecimiento en forma gradual a medida que transcurre la visita, lo que evidencia que en la sala indígena (primera sala con la que comienza el recorrido) es donde más tiempo se dedica a la exposición, y en la post-terremoto (en la cual finaliza el recorrido) la que menos. Esta declinación se relaciona a que el nivel atencional de las personas con respecto a la exposición decaía a medida de que la visita transcurría¹⁶, llegando a notarse una gran dispersión y tiempo perdido (TT) en la última sala, aunque este último solo presenta el 4% del total en los dos meses.

Por otro lado, se registró un tiempo dedicado al diálogo (TX) del 20%, considerado alto, lo que lleva a pensar que el proceso de aprendizaje en el museo es conversado (a esto hay que relacionarlo a que es el guía el que va explicando, siendo aún más significativo, ya que se produce una conversación entre este y los estudiantes, y no una simple conferencia explicativa). Como se puede observar en la tabla n°15, el diálogo es permanente en todas las salas. En cuanto al porcentaje de visitantes minuciosos (%DV), la tabla n°15 también muestra que tanto en la sala indígena como colonial, en los dos meses se registraron índices altos, según la escala valorativa vista anteriormente. Estos porcentajes se diferenciaron al

¹⁶ Ver los trabajos de Robinson E. (1931) y de Gilman B. (1916), donde se define y analiza el concepto de fatiga museal.

obtenido en la sala post-terremoto, donde se observó que el %DV baja, coincidiendo en el momento en el que el recorrido finaliza.

Por otro lado, el índice de velocidad de recorrido (SRI) total en los dos meses, fue considerado medio. Siguiendo a Serrell (1996, 1997), estos índices, relacionados con el %DV total promediado (51% en los dos meses), demuestran que se realiza un alto y minucioso uso de la exposición por parte de los visitantes que provienen de diferentes escuelas de Mendoza. Dichos resultados se comprobaron con la cantidad de paradas en cada sala expositiva (que se categorizaron en la tabla de valor como muchas), el tiempo dedicado a la observación e interacción con la exposición, la opinión de los guías que realizaron y acompañaron a los visitantes y comentarios personales de los propios estudiantes.

Por otro lado, se registraron los siguientes índices de paradas dentro de las salas expositivas del MAF:

Salas Expositivas	Mes de Junio		Mes de Julio		
	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Total de N T/ E
Indígenas	4	6	4	6	12
Colonial	2	8	3	7	13
Post-terremoto	3	4	2	5	11
Totales	10	18	9	18	36

Tabla n°16: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes educativos de origen Mendoza.

Los totales de paradas a núcleos temáticos/expositivos (N T/E) específicos, responden a intereses, curiosidades y llamados de atención que presentan los visitantes acerca del espacio expositivo. Como se mencionó con anterioridad, se diferenciaron por las características que presentaron (si correspondieron a atractividad o atrapabilidad), y se consideró que fue un número alto en las visitas educativas de Mendoza. Por otro lado, la tabla n°16 evidenció claramente que el número de N T/E sin visitar u observar por los visitantes fue mínimo con respecto al total de los existentes en cada sala expositiva. Con esto se comprobó que los visitantes, si no se detenían a observarlo (atrapabilidad) lo apreciaban con la vista (atractividad).

También se registraron núcleos temáticos-expositivos marginados por los visitantes (debido a que la cantidad de paradas no respondió al total de núcleos temáticos/expositivos de cada sala). Estos fueron 2 en la sala indígena; 3 en la sala colonial y 4 en la sala post-terremoto, aumentando a medida que el recorrido transcurría. Se interpretó que este aumento se debía a que el nivel de atención de los visitantes disminuye notablemente a medida que el recorrido se desarrolla, confirmando que existe fatiga museal o atencional por parte de los públicos educativos de origen de Mendoza. Sin embargo, la decadencia atencional se revirtió frente al auto antiguo original, ubicado en la sala pos-terremoto (N T/E n°7).

Con respecto a los focos atencionales observados, fueron muy variados en las tres salas expositivas, notándose que algunos se repitieron en gran cantidad por la mayoría de los públicos.

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 1*	49%	N T/E 2	58%	N T/E 9	63%	Atractividad
N T/E 6	62%	N T/E 11*	35%	N T/E 10	58%	
N T/E 11	39%					
N T/E 3*	87%	N T/E 1*	100%	N T/E 1 *	85%	Atrapabilidad
N T/E 5*	95%	N T/E 3*	95%	N T/E 2	76%	
N T/E 7	100%	N T/E 4	84%	N T/E 3	88%	
N T/E 9*	100%	N T/E 6	62%	N T/E 5	100%	
N T/E 10	66%	N T/E 7	100%	N T/E 7	100%	
N T/E 12*	92%	N T/E 8*	92%	N T/E 8	94%	
		N T/E 9	96%	N T/E 9*	97%	
		N T/E 10*	79%			

Tabla n° 17: focos de atención registrados en las visitas de tipo educativas de Mendoza.

El 43% de los focos atencionales observados en los visitantes escolares en todas las salas, en los dos meses, fueron paradas que realizó el guía durante el recorrido (representados por un asterisco en la tabla n°17). No obstante, pese a la presencia del guía, los visitantes en varias ocasiones no paraban donde el éste lo hacía, si no que realizaban su propio recorrido. Por otra parte, los patrones de accesibilidad y direcciones realizados en los dos meses, fueron los siguientes:

Mes de Junio

Mes de julio

Recorrido realizado	Cantidad de visitantes	Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 3	100%	Patrón N°3	100%

Tabla n°18: Recorridos de visitantes educativos de Mendoza

Como se mencionó anteriormente, este recorrido se encontró determinado por el guía de sala, que era el encargado de direccionar al grupo dentro del museo, es decir que el guía solo determina la direccionabilidad de los visitantes dentro del espacio museístico (variable que define el recorrido), pero son ellos los que realizan sus propias paradas y focos atencionales. No obstante, el patrón de recorrido realizado en este tipo de visitas, permitió observar que el 87% de los visitantes estudiantes de Mendoza en el mes de junio y 74% en julio, no ingresaron a la sala de muestras temporales. Esto pudo deberse a que el guía no incluyó esta sala en su recorrido, además que los estudiantes ya en este momento se encontraban cansados y con ansias de salir del museo, por lo que no le pedían ni al guía ni a sus maestros visitarla.

Asimismo, se identificó que el 80% de los visitantes observados en esta categoría (educativos de Mendoza) en los dos meses (junio: 37% y julio: 43%) apreciaron, opinaron y dialogaron sobre las excavaciones arqueológicas, comentando muchas veces que aprendieron mucho sobre arqueología. En cuanto a la lectura realizada, en el mes de junio el 11% y en julio el 8% lee en algún momento del recorrido por el museo. También se registró que solo el 25% de los visitantes de los dos meses (16% en el mes de junio y 9% en julio), observaron los planos, lo que pudo deberse a que el guía pasa rápido por ese sector, tomándolo como un espacio de circulación entre una sala a otra. Además se comprobó en las observaciones, que la lectura de la panelería expositiva durante el recorrido fue muy breve. Sólo el 27% (11% en junio y 16% en julio) de los visitantes observados leyó en algún momento del recorrido. Una de las razones de esta baja cifra se debió a la edad de los públicos (niños y adolescentes), y que en la mayoría de los casos, prefirieron escuchar al guía que leer ellos mismos la panelería y cedulaario. Con respecto al ambiente de la visita, fue relajado y tranquilo, mostrándose la mayor cantidad de personas, interesadas con la exposición.

En cuanto a la calidad de la interacción y al impacto expositivo, en el 92% de los públicos en el mes de junio y el 95% en julio fue positiva, mientras que el resto (8% en junio y 5% en julio) registraron una calidad regular. Asimismo, el impacto personal del 86% fue alto, y el 14% restante medio en el mes de junio y el 91% alto y el 9% medio en julio. Esta apreciación se relaciona con que para el 87% de las personas observadas en los dos meses, el MAF superó sus expectativas y generó gran atracción con la mayoría de los temas expuestos.

Por otro lado, se observó que los visitantes eran muy participativos, se mostraban interesados y dialogaban durante todo el recorrido. Además comentaban sobre lo que habían aprendido de la historia de Mendoza en la escuela y daban su propia opinión sobre acontecimientos históricos como es el caso de la conquista de América y sus consecuencias sociales y culturales. Esta última observación fue muy valiosa para el MAF, porque evidenció un proceso educativo-recreativo enriquecedor, donde los visitantes participaban activamente. Se finalizó este análisis con frases y comentarios dados por los visitantes, que afirmaron las interpretaciones mencionadas:

“el museo está buenísimo, me encantaron las cosas que vi como la momia de los incas y el auto viejo” (Guaymallén, Mendoza, 9 años, hombre).

“lo que más me gustó de venir al museo fue que aprendí cosas nuevas y me divertí mucho” (Godoy Cruz, Mendoza, 12 años, mujer).

“en el museo me acordé de las cosas que me enseñó la seño y las historias que me contó mi papá” (Lavalle, Mendoza, 9 años, hombre).

Visitas educativas procedentes de Argentina: Aquí se observaron 55 personas en total en el mes de junio, de las cuales el 47% eran mujeres y el 53% hombres, siendo todos adolescentes. Por otro lado, en el mes de julio se observó a 31 visitantes, de los cuales el 57% eran mujeres y el 43% hombres, todos pertenecientes al grupo etario adolescentes. Es importante aclarar que el 100% de

estos visitantes realizaron el recorrido utilizando el servicio de guía brindado por el museo, lo cual significó un gran condicionante en la experiencia museística. Con respecto al registro del tiempo, densidad del recorrido y visitantes minuciosos se puede observar lo siguiente:

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	T T	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	15 m.	4 m.	0 m.	1 m.	20 m.	Bajo	10	Medio
Colonial	7 m.	8 m.	0 m.	0 m.	15 m.	Bajo	18,1	Medio
Post-terremoto	13 m.	5 m.	1 m.	1 m.	20 m.	Bajo	10	Medio
Totales	35 m.	17 m.	1 m.	2 m.	55m.	Bajo	22.17	Medio
Mes de Julio								
Salas expositivas	T O	T P	T T	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	11 m.	2 m.	1 m.	4 m.	18 m.	Alto	11,11	Medio
Colonial	8 m.	3 m.	0 m.	0 m.	11 m.	Alto	24,69	Medio
Post-terremoto	6 m.	3 m.	2 m.	2 m.	13 m.	Medio	15,38	Medio
Totales	25 m.	8 m.	3 m.	6 m.	42 m.	Medio	29,03	Medio

Tabla n° 19: índices de las visitas educativas de Argentina.

Se observó en la tabla n°19, que en las visitas educativas de Argentina, en los dos meses, el tiempo total promedio fue de 48 minutos. De este total, el 62% del tiempo fue dedicado a la observación e interacción con la exposición, el 26% a la circulación del grupo dentro de la sala (el cual está condicionado por el tamaño del grupo en el cual se encontraban las personas observadas), y solo un 8% dedicado al diálogo. Por otro lado, se identificó en los dos meses un aumento en el tiempo perdido (TT) en la última sala, que fue del 4%. Tanto el tiempo perdido como la poca interacción intergrupala pudo deberse, según el guía y los propios visitantes, a que generalmente las visitas que vienen de diferentes lugares de la Argentina cuando ingresan al museo están cansados y dispersos, porque realizan gran cantidad de actividades diarias durante su estadía en la provincia. Este momento psicológico/cognitivo fue un gran condicionante en la experiencia museística, ya que su atención y predisposición no era la misma que cuando estaban descansados. La situación descrita se observó en el 43% de los visitantes en el mes de junio y 38% en el de julio.

En cuanto a los índices de velocidad de recorrido (SRI) total en los dos meses, fueron muy bajos con respecto a los promedios totales del MAF (en junio:

22.17 y en julio: 29.03), indicando que el recorrido en cada sala margina espacios expositivos. Por otro lado, el porcentaje de visitantes minuciosos (%DV) fue el siguiente:

Salas Expositivas	Mes de Junio		Mes de Julio		Total de N T/ E
	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	
Indígenas	3	4	4	5	12
Colonial	2	5	2	6	13
Post-terremoto	4	4	3	4	11
Totales	9	13	9	15	36

Tabla n°20: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes educativos de Argentina.

En total quedó un promedio de 11 núcleos sin ser tomados en cuenta, registrándose 5 en la sala indígena, 3 en la colonial y 3 en la post-terremoto. Esto reveló un leve aumento de espacios expositivos sin apreciarse en comparación a las visitas de la misma naturaleza (educativas) provenientes de Mendoza. Una vez más se interpretó que este aumento de espacios marginados estuvo relacionado al momento psicológico/cognitivo del 43% de los visitantes observados, los cuales, como se mencionó se encontraban cansados y dispersos. De este porcentaje, el 21% se separó del grupo que estaba realizando la visita guiada, hasta que una autoridad le pidió que volvieran a unirse. En el momento en el que se aislaron, el 13% se quedaron sentados, y el 8% restante dialogó sobre temas no relacionados al MAF. Por otro lado, los focos atencionales registrados también fueron muy variados. A continuación se grafican los núcleos temático/expositivos registrados:

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observado	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 1		N T/E 1*	79%	N T/E 5*	76%	Atractividad
N T/E 3	78%	N T/E 3*	83%	N T/E 6*	83%	
N T/E 6*	84%			N T/E 8	74%	

				N T/E 10	68%	
N T/E 5*	87%	N T/E 6	76%	N T/E 1*	75%	Atrapabilidad
N T/E 7*	95%	N T/E 7*	71%	N T/E 2*	68%	
N T/E 8*	80%	N T/E 8*	86%	N T/E 4*	63%	
N T/E 9*	100%	N T/E 9	66%	N T/E 7 *	84%	
N T/E 12*	66%	N T/E 10	74%	N T/E 9	92%	

Tabla n°21: Focos atencionales registrados en los visitantes educativos de Argentina.

Es importante aclarar que el 67% del total de las paradas realizadas en los dos meses (junio y julio) en las visitas educativas de Argentina, se debieron al guía del museo, y están indicadas en la tabla n°21 con un asterisco. Como señaló dicha tabla, al principio del recorrido (específicamente en la sala indígena), todas las paradas correspondieron a las que realiza el guía, y a medida que se recorrían otras salas éstas disminuían y se acrecentaban otras escogidas por los propios visitantes. Este tipo de paradas (atractividad o atrapabilidad), no fue determinado por la cantidad de personas (registrados en porcentajes) que paraban frente a un N T/E específico, si no por el tiempo de observación e interacción dedicada a éstas. En cuanto a la circulación dentro del espacio expositivo, no se identificó variabilidad dentro de cada mes:

Mes de Junio		Mes de Julio	
Recorrido realizado	Cantidad de visitantes	Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 3	100%	Patrón N°1	100%

Tabla n°22: Recorridos de visitantes educativos de Mendoza.

La movilidad dentro del espacio expositivo estuvo dirigida por el guía del museo, el cual, como en las visitas educativas de Mendoza, determinó la direccionabilidad dentro del espacio museístico, pero no así las paradas ni focos atencionales. Por otro lado, las excavaciones también fueron puntos de atención para algunos visitantes (el 45% en el mes de junio y 28% en julio se detuvieron a observarlas), que las apreciaron como muy buenas y llamativas. Esta visita se desarrolló en un ambiente de tranquilidad, aunque no hubo mucha participación por parte de los alumnos. Éstos se encontraban cansados y callados, escuchaban al guía sin

preguntar u opinar, dedicándose algunos de ellos a leer los cedularios (se registró un 15% de lectura en el mes de junio y 19% en el mes de julio).

En cuanto al recorrido, se registraron nulas visitas a la sala temporal. Según opiniones no les llamó la atención, y solo el 10% en el mes de junio y el 21% en julio se detuvieron a observar los planos. También, se comprobó que el 79% de los visitantes observados en los dos meses tuvo una calidad de interacción expositiva calificada como regular, un 13% positiva y 8% calificada negativa. De esta manera, gran parte de las personas no entabló una buena conexión con la exposición, y, por ejemplo, se fueron a sentar sin importar dejar el recorrido por la mitad.

Por otro lado, el impacto personal que se identificó en el 74% de los visitantes en los dos meses fue bajo, el 20% alto y el 6% medio. Esto fue relacionado con el casi inexistente diálogo entre los visitantes y con el guía. Estos no preguntaban u opinaban sobre lo que estaban observando, y solo se dedicaban a escuchar la explicación, a leer algunas cédulas e ir donde el guía los llevaba, sin demostrar un visible interés por las unidades expositivas en las que el guía no se detenía. A esto se sumó el dato de que para el 68% de los públicos, el MAF no superó sus expectativas personales, debido a que no les interesó la exposición y no cambiaron en gran medida su interés por los temas expuestos.

No obstante, un dato que llamó la atención fue que las pocas preguntas realizadas durante el recorrido eran interesantes y merecían una respuesta elaborada por parte del guía. Esto no sucedió todo el recorrido, solo en algunos N T/E, como por ejemplo la imagen de la momia Inca del Aconcagua (N T/E n°9). Allí se preguntó donde se encontraba en la actualidad, cómo se descubrió, porqué se momificó, etc. Se interpretó que estos visitantes (pertenecientes a las visitas educativas de origen argentino) se encontraron estimulados desde lo educativo, además de que tenían mayor edad que los visitantes de origen Mendoza (el 100% eran adolescentes); debido a esto, su nivel psicológico-cognitivo presentó un nivel de abstracción diferente al de los niños.

Para finalizar con el registro de los visitantes educativos provenientes de distintos orígenes de la Argentina, se transcribieron frases y comentarios dados por ellos, que comprobaron las interpretaciones realizadas:

“el museo está genial, me gustaría venir después con mi familia, para verlo bien” (provincia de Córdoba, 14 años, mujer).

“viajamos la noche anterior y esta mañana llegamos a Mendoza, por eso los chicos están cansados” (Córdoba capital, 32 años, coordinador del grupo estudiantil, hombre).

“a lo mejor tendríamos que haber venido otro día para conocerlo mejor y prestarle más atención” (provincia de Tucumán, 16 años, hombre).

“el museo está muy bueno, pero no entendí muchas cosas y no quise preguntar” (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 15 años, mujer).

Visitas especiales: Se realizaron únicamente en el mes de junio, a un total de 84 personas, siendo el 56% mujeres y el 44% hombres. Respecto a la edad, eran 64 adolescentes y 20 jóvenes. Estas visitas, como las anteriores, fueron realizadas con el guía de sala. En cuanto al registro del tiempo, densidad del recorrido y visitantes minuciosos se registraron los siguientes datos:

Salas expositivas	T O	T P	T .T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	11,2 m.	3,2 m.	0,2 m.	1,2 m.	15,8 m.	Medio	12,5	Medio
Colonial	6,7 m.	3,5 m.	1 m.	1,7 m.	12,9 m.	Medio	20,89	Medio
Post-terremoto	4,5 m.	2,2 m.	2 m.	3,2 m.	11,9 m.	Medio	16,66	Medio

Totales	22,4 m.	8,9 m.	3,2 m.	6,1 m.	40,6 m.	Medio	29,74	Medio
----------------	---------	-----------	-----------	-----------	---------	-------	-------	-------

Tabla n°23: Índices de las visitas especiales.

En la tabla n°23 se puede apreciar que es en la sala indígena donde más tiempo de observación e interacción se registra (55%), aunque es donde menos tiempo dedicado al diálogo (15%) y tiempo perdido (28%) se cuenta. Es notable como a medida que transcurre la visita, el tiempo de atención va disminuyendo (al igual que las visitas analizadas con anterioridad), registrándose en la última sala una marcada disminución en el tiempo de observación y traslado, así como también un aumento en el tiempo perdido y dedicado a dialogar.

Por otro lado, el Índice de velocidad de Recorrido (SRI) total fue de 29.74, identificándose un bajo registro en cada sala en relación con el SRI promedio del MAF, y en relación al %DV total promediado, que fue considerado medio por la baja cantidad de paradas. Éstas disminuyeron gradualmente a medida que se realizó el recorrido por las salas, notándose que el número más alto lo obtuvo la primera sala, que fue donde el grado de atención se mantuvo aún alto. Estas cifras revelaron un uso minucioso de la exposición de categoría media. En cuanto al índice de paradas, fue el siguiente:

Salas Expositivas	Atractividad	Paradas (atrapabilidad)	Total de N T/E
Indígenas	5	6	12
Colonial	4	6	13
Post-terremoto	3	5	11
Totales	12	17	36

Tabla n°24: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes especiales.

Como se observó en la tabla n°24, el mayor número de paradas se dio tanto en la sala indígena como colonial, quedando siete núcleos temáticos/expositivos (N T/E) sin ser tomados en cuenta (pertenecientes a las salas indígena y post-terremoto). Al igual que lo registrado en las otras visitas, cuando el recorrido transcurría, el

nivel atencional decaía, aumentando el número de núcleos marginados. Con respecto a los focos atencionales, se observó lo siguiente:

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observado	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 1	82%	N T/E 2	36%	N T/E 4	38%	Atractividad
N T/E 3*	48%	N T/E 4	62%	N T/E 5*		
N T/E 4	39%	N T/E 5*	72%		67%	
N T/E 6	67%			N T/E 8	65%	
N T/E 11	35%					
N T/E 5*	91%	N T/E 6	85%	N T/E 1*	77%	Atrapabilidad
N T/E 7*	97%	N T/E 3*	92%	N T/E 2*	70%	
N T/E 8	69%	N T/E 7*	94%	N T/E 3*	68%	
N T/E 9*	98%	N T/E 9*	87%	N T/E 7*	100%	
N T/E 10	59%	N T/E 10*		N T/E 9*	82%	
N T/E 12*			79%	N T/E 10*	73%	

Tabla n°25: Focos atencionales registrados en los visitantes especiales.

Es importante aclarar que, al igual que las visitas analizadas con anterioridad, el 59% de los focos atencionales registrados en los visitantes escolares fueron paradas que realizó el guía durante el recorrido (distinguidas con asterisco en la tabla n°25). Con respecto a la circulación, se encontró determinada por el guía de sala:

Mes de Junio	
Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 3	64%
Patrón N° 9	36%

Tabla n°26: Recorridos de visitantes especiales¹⁷.

¹⁷ Ver los patones de recorridos en anexos.

En ningún recorrido realizado se entró a la sala de muestras temporales, se debió a la misma causa mencionada anteriormente, que es que los públicos al terminar la visita guiada se encontraban muy cansados y dispersos, queriendo salir cuanto antes del museo. Por otro lado, es importante aclarar que todas las visitas especiales de junio fueron de origen mendocino, y el 79% apreciaron las excavaciones arqueológicas. En cuanto al ambiente, fue tranquilo y agradable, hubo mucha conversación intergrupal y poca lectura (solo el 22% leyó en algún momento del recorrido), debido a que se dedicaron a escuchar al guía, aunque fueron comentando y opinando a medida que transcurrió el recorrido y se familiarizaron más con el guía y la exposición.

Con respecto a la calidad de la interacción, fue en su mayoría positiva (87%, 7% regular y 6% negativa), notándose un alto impacto personal (76% alto, 18% medio, 6% no se registró), ya que, según comentarios personales disfrutaron mucho de la visita, se divirtieron y pasaron un muy buen momento, aprendiendo y conociendo más sobre el pasado de su ciudad. Para muchos, el MAF superó en un 97% sus expectativas personales, aumentando su interés por los temas que expuestos.

Visitas turísticas procedentes de Mendoza: en el mes de junio se observaron en total a 26 personas, siendo el 60% mujeres y el 40% varones. En cuanto a la edad, el 42% eran adultos de tipo 2, el 27% niños, el 19% jubilados y el 12% adolescentes. Por otro lado, sólo el 20% tomó el servicio de guía, siendo la mayoría (80%) los que realizaron la visita de acuerdo a su propio criterio.

En el mes de julio se observó un total de 74 personas, 53% eran mujeres y 47% hombres. En referencia a la edad, el 54% eran adultos, el 14% eran jóvenes, el 12% jubilados, 11% adolescentes y por último el 9% niños. De las 74 personas que ingresaron en el mes de julio al museo, solo el 49% realizó la visita con el servicio de guía. Es importante aclarar que muchas de las personas que realizaron la visita con guía, terminaron haciendo su propio recorrido, incluso se adelantaron

o atrasaron del grupo, por lo que en estos casos el guía no determinó para muchos públicos su visita y experiencia museística.

El tiempo utilizado por estos visitantes, fue el siguiente:

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	T .T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	7 m.	3 m.	0,4 m.	0,9 min	11,3 m.	Medio	17,69	Medio
Colonial	6,25 m.	3 m.	0,7 m.	1,1 min	11 m.	Medio	23,62	Medio
Post-terremoto	5,5 m.	4 m.	0,7 m.	1 min	11,2 m.	Medio	17,85	Medio
Totales	18,7m.	10m.	1,8 m.	3 m.	33,5 m.	Medio	36,18	Medio
Mes Julio								
Salas expositivas	T O	T P	T .T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	7,8 m.	4,8 m.	0,4 m.	1 m.	14 min	Medio	14,28	Bajo
Colonial	6 m.	5 m.	0,7 min	1,4 m.	13,1 m.	Medio	20,73	Medio
Post-terremoto	6 m.	4,8 m.	0,2 m.	2,2 m.	13,2 m.	Medio	15,15	Medio
Totales	19,8m.	14,6m	1,3 m.	4,6 m.	40,3 m.	Medio	30,25	Medio

Tabla n° 27: índices de las visitas turísticas de Mendoza.

En la tabla n°27 se observa que el tiempo total de visita fue alrededor de 35 a 40 minutos promedio en los dos meses. De este total, el 53% estuvo dedicado a observar e interactuar con la exposición, el 33% al desplazamiento, el 10% al diálogo y solo un 4% a tiempo perdido. Estos porcentajes evidenciaron un índice muy alto de tiempo dedicado a la observación e interacción, y al desplazamiento dentro y entre cada sala. Esto último pudo deberse a que muchas personas generalmente se dedican a dar vueltas por la sala, realizando una vista general, sin detenerse en ningún núcleo expositivo. Además, en todas las salas existió un tiempo dedicado al diálogo, evidenciando una experiencia dialogada.

El índice de velocidad de recorrido (SRI) total fue en el mes junio 36.18 y en julio: 30.25, cifras consideradas como media siguiendo la escala de valor. A

diferencia de las otras visitas analizadas con anterioridad, se observó un aumento del índice, incrementando la velocidad del recorrido en cada sala expositiva. En referencia al %DV total promediado fue de categoría media en los dos meses, indicando que no se realiza un detenido y minucioso uso de la exposición por parte de las personas provenientes de las visitas turísticas de Mendoza. Con respecto al número de paradas, se registró la siguiente cantidad:

Salas Expositivas	Mes de Junio		Mes de Julio		Total de N T/E
	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	
Indígenas	5	6	3	4	12
Colonial	4	5	3	6	13
Post-terremoto	2	5	3	8	11
Totales	11	16	9	18	36

Tabla n°28: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes turísticos de Mendoza

El número mayor de paradas obtenido fue en la sala indígena en el mes de junio y en la sala post-terremoto en el mes de julio, siendo la sala colonial la que más núcleos marginados presentó. Quedaron en el total nueve núcleos temáticos-expositivos sin ser tomados en cuenta. A diferencia de las visitas anteriores no hubo una disminución en la atención de los públicos, ya que en el mes de junio por ejemplo, el número de paradas se mantuvo similar en las tres salas. Con respecto al mes de julio, se percibió un aumento en la última sala (post-terremoto). Esta afirmación fue relacionada con el tiempo obtenido en las tres salas expositivas, manteniéndose éste de forma pareja durante todo el recorrido. Por otro lado, se comprobaron los siguientes focos atencionales:

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 1	73%	N T/E 2	62%	N T/E 4	49%	Atractividad

N T/E 3	84%	N T/E 4	53%	N T/E 5	84%	
N T/E 11	49%	N T/E 10	76%	N T/E 8	83%	
N T/E 5	91%	N T/E 1	85%	N T/E 1	77%	Atrapabilidad
N T/E 7	97%	N T/E 3	92%	N T/E 2	70%	
N T/E 9	69%	N T/E 6	94%	N T/E 7	68%	
N T/E 10	98%	N T/E 7	87%	N T/E 8	100%	
N T/E12	59%	N T/E 8	93%	N T/E 9	82%	
		N T/E 9	79%	N T/E 10	73%	
		N T/E 10	81%	N T/E 11	46%	

Tabla n°29: Focos atencionales registrados en los visitantes turísticos de Mendoza.

En las visitas turísticas procedentes de Mendoza, los focos atencionales expuestos en la tabla n°29 no fueron determinados por el guía de sala, por lo que éste no fue un factor condicionante de la experiencia museística. Se observó que el núcleo temático/expositivo de la educación de la sala post-terremoto, llamó más la atención a los adultos que a niños y adolescentes. Esto pudo deberse a que el objeto expuesto (un pupitre escolar antiguo) les recordó a sus años de educación. Con estos datos, se interpretó que tal objeto inmediatamente los trasladó a vivencias de su pasado escolar, recuerdos no manifestados en niños y adolescentes, que marginaron este núcleo.

Por otro lado, el 37% de los visitantes en junio y el 22% en julio se detuvieron a observar los planos, este bajo porcentaje demostró una falencia expositiva por parte del recurso museográfico utilizado. Muchos públicos pensaron que este sector era un corredor de circulación, por lo que no pararon. En cuanto a las excavaciones, en el mes de junio el 88% y en julio el 90% se detuvieron a observarlas. Los altos porcentajes demostraron que son un buen soporte del guión curatorial, teniendo un gran valor por parte de los públicos. Con respecto a la circulación, esta se caracterizó por ser de forma dispersa y libre, como se observa en la tabla n°30.

Mes de Junio		Mes de julio	
Recorrido	Cantidad de	Recorrido	Cantidad de

realizado	visitantes	realizado	visitantes
Patrón N° 2	59%	Patrón N°1	53%
Patrón N° 7	27%	Patrón N° 10	17%
Patrón N° 9	14%	Patrón N° 8	15%
		Patrón N° 4	7%
		Patrón N° 5	4%
		Patrón N° 3	4%

Tabla n°30: Recorridos de visitantes turísticos de Mendoza¹⁸.

Cuando las visitas se realizaron con el guía de sala, este determinó la accesibilidad dentro de las salas expositivas, no así las paradas y focos atencionales. Los patrones de recorridos realizados con el guía fueron varios, como el denominado n°9 (realizado por el 14% de los visitantes en el mes de junio), y el patrón n°3 (realizado por el 4% de los visitantes en el mes de julio). Por otro lado, se comprobó que la experiencia museística se realizó en un ambiente cómodo y agradable. Hubo conversación y poca lectura, registrado en un 23% en el mes de junio y 19% en el mes de julio del total de los visitantes observados. En cuanto a los diálogos, en los dos meses un 70% no estuvieron relacionados a la exposición. Con respecto a la calidad de la interacción de la visita, se evidenciaron grandes variaciones en los dos meses: un 45% positiva, 43% regular, 12% negativa. Además, se registró un impacto personal alto en el 73%, medio en el 21%, y bajo en el 6%. Este alto impacto se confirmó con comentarios positivos de los visitantes hacia el museo. Además disfrutaron de la visita, estuvieron cómodos y pasaron un momento agradable en compañía de familiares y amigos.

Por otro lado, muchas familias que ingresaron en los dos meses no quisieron utilizar el servicio de guía, siendo ellos mismos los que explicaron a sus hijos y acompañantes de menor edad la exposición. En varias ocasiones estas explicaciones fueron acompañadas con anécdotas de sus propias vivencias y experiencias en esta ciudad (por ejemplo se hizo mención a cuando frecuentaban

¹⁸ Ver los patones de recorridos en anexos.

la antigua feria e frutas y verduras que había en este lugar antes de inaugurar el museo). Este dato resultó valioso para la investigación, porque son los mismos ciudadanos adultos los que están inculcando en sus hijos y nuevas generaciones la práctica de visitar el museo, independientemente si éstos acuden con la escuela. Además de concebirlo como un paseo familiar que puede resultar divertido y agradable. A su vez, el 92% de los públicos en el mes de junio y el 97% en julio era la primera vez que entraban al MAF. Cuando se los entrevistó, comentaron que aprendieron y conocieron más sobre el pasado de su ciudad, además de recomendar este museo a todos los mendocinos que quieran saber sobre su historia. Este alto índice de personas de origen mendocino que ingresaba al MAF por primera vez mostró que la política de atracción de nuevos públicos, que este museo desarrollaba, estaba obteniendo buenos resultados.

Visitas turísticas provenientes de Argentina: Se observaron en el mes de junio a 23 personas en total, de las cuales 26% fueron adultos de tipo 2, un 22% de niños, 22% de jubilados, 17% de adultos tipo 1 y 13% de adolescentes. Por otro lado, el 57% de estos visitantes eran mujeres y el 43% varones. Es importante aclarar que todas las visitas fueron realizadas sin el servicio de guía. En cuanto al mes de julio, se observaron 158 personas, de las cuales el 51% eran mujeres y el 49% hombres. Las edades de estos visitantes eran el 27% adultos tipo 2, el 25% adultos tipo1, el 21% niños, el 16% adolescentes y el 11% eran jóvenes. Por otro lado, el 69% de las visitas observadas en el mes de julio fueron realizadas sin servicio de guía y el 31% con ésta.

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	T. T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	6 m.	2,7 m.	0,2 m.	0,5 m.	9.4 m.	Alto	21	Alto
Colonial	8 m.	4,9 m.	0,3 m.	0,1 m.	13,3 m.	Medio	15,6	Alto
Post-terremoto	3.4 m.	3,5 m.	0,1 m.	1,2 m.	8,2 m.	Medio	28,5	Medio

Totales	17.4m.	11,1 m.	0,6 m.	1,8 m.	30,9 m.	Medio	21,7	Alto
Mes de Julio								
Salas expositivas	T O	T P	T. T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	7,1 m.	4,4 m.	0,3 m.	1,2 m.	13 m.	Medio	14,4	Medio
Colonial	5,8 m.	4,6 m.	0,5 m.	2 m.	12,9 m.	Alto	20,2	Alto
Post- terremoto	6 m.	4,1 m.	0,3 m.	1,8 m.	12,2 m.	Medio	15,2	Medio
Totales	18,9 m.	13,1m.	1,1 m.	5 m.	38,8 m.	Medio	16,6	Medio

Tabla n° 31: índices de las visitas turísticas de Argentina.

En la tabla n°31 se observa que el tiempo total promedio de visita fue alrededor de 57.5 minutos en los dos meses. De este total, el 52% estuvo dedicado a interactuar con la exposición, el 36% al desplazamiento dentro del espacio expositivo, el 9% al diálogo interpersonal y el 3% a tiempo perdido. Estos datos revelaron que el mayor porcentaje fue dedicado a la observación e interacción; y a diferencia de otras visitas, no se identificó un leve descenso a medida que transcurrió el recorrido por las salas. Por otro lado, se pudo observar que en todas las salas, existió diálogo entre las personas, demostrando una vez más que la experiencia museística estuvo permanentemente dialogada.

Con respecto al índice de velocidad de recorrido (SRI) total fue de 21.7 en el mes junio, mientras que en julio disminuyó a 16.6. Con respecto al %DV total promediado (57% en el mes de junio y 58% en el mes de julio), en los dos meses superó el 50%, es decir que en relación con el SRI, los visitantes recorrieron minuciosamente la exposición, tomándose su tiempo y dedicación en cada sala. Haciendo referencia al número de paradas registrado por los visitantes, se observaron las siguientes:

	Mes de Junio			Mes de Julio	
Salas	Atractividad	Paradas	Atrapabilidad	paradas	Total de N

Expositivas		(atrapabilidad)		(atrapabilidad)	T/E
Indígenas	4	6	3	4	12
Colonial	3	7	3	7	13
Post-terremoto	2	4	2	4	11
Totales	8	17	8	15	36

Tabla n°32: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes turísticos de Argentina.

Como se aprecia en la tabla n°32, el número mayor de paradas se obtuvo (en relación al total de núcleos temáticos/expositivos) en la sala indígena en el mes de junio y en la sala colonial en el mes de julio. Fue notable la disminución con respecto a éstas a medida que el recorrido avanzaba, verificándose en la sala post-terremoto una mayor cantidad de núcleos marginados, es decir que no se detenían a observarlos. Como también evidencia la tabla n°32, en el total de las visitas quedaron 11 núcleos temáticos-expositivos sin ser tomados en cuenta en el mes de junio y 13 en julio, dos valores considerados como altos. Con respecto a los focos atencionales, se observaron los siguientes:

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observado	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 1	92%	N T/E 1		N T/E 4	62%	Atractividad
N T/E 2	83%		93%	N T/E 5	71%	
N T/E 3	62%	N T/E 2	84%	N T/E 8	49%	
N T/E 6	48%	N T/E 4	36%			
N T/E 5	100%	N T/E 3	91%	N T/E 1	77%	Atrapabilidad
N T/E 7	98%	N T/E 6	77%	N T/E 2	70%	
N T/E 9	100%	N T/E 7	90%	N T/E 7	68%	
N T/E 10	83%	N T/E 8	97%	N T/E 9	100%	

N T/E12	52%	N T/E 9	74%			
		N T/E 10	86%			
		N T/E 11	63%			

Tabla n°33: Focos atencionales registrados en los visitantes turísticos de Argentina.

Es importante aclarar que en la tabla n°33, los focos atencionales no fueron determinados por las paradas realizadas por el guía del museo, por lo que tanto la atraktividad como la atrapabilidad no dependían de la cantidad de personas que se detuvieron frente a un N T/E, sino de la cantidad de tiempo que estuvieron detenidas allí. No obstante, las observaciones demostraron que no se registraron diferencias en los focos atencionales entre las personas que habían utilizado el servicio de guía en su recorrido, y las que lo hicieron solas. Por otro lado, el 28% de los visitantes en junio y el 32% en julio se detuvieron a observar los planos. Este bajo porcentaje sigue demostrando una falencia expositiva en el recurso museográfico ubicado en ese sector. Además, frente a su ubicación se encuentra la excavación central, por lo que muchos públicos se detenían a observarla dándole la espalda a los planos. Por otra parte, se comprobó que gran parte de los públicos, el 82% en el mes de junio, y el 87% en julio, le prestaban atención a las excavaciones arqueológicas.

En referencia a la circulación que realizaron los visitantes, se la consideró dispersa y libre, apreciándose distintos tipos de recorridos y accesibilidad:

Mes de Junio		Mes de julio	
Recorrido realizado	Cantidad de visitantes	Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 3	4%	Patrón N°11	3%
Patrón N° 9	9%	Patrón N° 4	3%
Patrón N° 5	9%	Patrón N° 5	4%
Patrón N° 1	13%	Patrón N° 10	4%
Patrón N° 4	13%	Patrón N° 6	5%
Patrón N° 2	17%	Patrón N° 8	9%
Patrón N° 7	35%	Patrón N° 3	10%

Patrón N° 2	10%
Patrón N° 7	10%
Patrón N° 9	18%
Patrón N° 1	24%

Tabla n°34: Recorridos de visitantes turísticos de Argentina¹⁹.

La tabla n°34, demuestra una variada accesibilidad, distinguiéndose una mayoría del patrón N°7 en el mes de junio y el patrón N°1 en julio. Por otro lado, siguiendo los recorridos realizados, el 52% de los públicos en el mes de junio pasaron por el puente, y el 48% no. Se observó en el patrón N°4 que en el recorrido, los visitantes llegaron hasta el núcleo temático de la fundación y luego regresaron, para ingresar por otro lado a la sala indígena.

En el mes de julio, el 51% de las personas atravesó el puente para llegar a la sala colonial, mientras que el 49% optó por no hacerlo, ingresando por otro acceso a la sala. Sin embargo, de este último porcentaje, el 12% (correspondiente al patrón N° 4 y 8) llegó hasta el núcleo temático/expositivo dedicado a la fundación de Mendoza, retrocediendo e ingresando por otro sector. Por otro lado, se registró un 88% de paradas en el mes de junio y un 97% en el mes de julio. La mayoría se detuvo detalladamente en los núcleos temático/expositivos del comienzo del recorrido de la sala indígena.

Lo anterior, pudo deberse a que los visitantes comenzaron observando cada vitrina y leyendo todas las cédulas, sin perderse detalles de la exposición, y a medida que avanzaban en el recorrido su atención iba disminuyendo, llegando a la última sala (post-terremoto), realizando una observación visual general y superficial. Este último dato modificó en gran medida la calidad de la visita y el impacto personal. En cuanto al impacto, se evidenció una gran variabilidad entre y dentro de los recorridos realizados en los dos meses, que fueron 39% alto, 37% medio, 18% bajo y 6% nulo. Otro dato obtenido fue que en el mes de junio el 61% de los públicos, y en julio el 45%, leyeron cedularios y pannelería en algún

¹⁹ Ver los patones de recorridos en anexos.

momento de su recorrido. Por último, el 63% de los visitantes observados tuvo una visita positiva, el 33% regular, y solo un 4% negativa.

Visitas turísticas procedentes de América: se observaron en el mes de junio a 10 personas provenientes de diferentes puntos de América. De este total, el 60% eran varones y el 40% mujeres. En referencia a los grupos etarios, el 40% fueron jóvenes, el 30% adultos de tipo 2 y el 30% adultos de tipo1. Todas estas visitas fueron realizadas sin servicio de guía. Por otro lado, en el mes de julio se observaron 46 personas en total, de las cuales, el 58% fueron mujeres y el 42% varones. De este total, el 70% correspondieron al grupo etario jóvenes y el 30% a adultos de tipo 1. Además el 80% de estas visitas utilizó el servicio de guía brindado por el museo.

Con respecto a los tiempos de recorrido, se observaron los siguientes datos:

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	T .T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	3,3 m.	2,6 m.	0,4 m.	0,4 m.	6,7 m.	Bajo	25.6	Bajo
Colonial	2,6 m.	2,2 m.	0,4 m.	0,8 m.	6 m.	Medio	36.7	Medio
Post-terremoto	3 m.	1,8 m.	0,2 m.	2,4 m.	7,4 m.	Medio	22.7	Medio
Totales	8,9 m.	6,6 m.	1 m.	3,6 m.	20,1m.	Medio	28.3	Medio
Mes de Julio								
Salas expositivas	T O	T P	T . T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	3,4 m.	2 m.	0,4 m.	0,4 m.	6,2 m.	Medio	16.3	Medio
Colonial	4 m.	4 m.	0,3 m.	0,2 m.	8,5 m.	Medio	23.6	Medio
Post-terremoto	5 m.	4 m.	0,2 m.	0,2 m.	9,4 m.	Medio	16.8	Medio
Totales	12,4m.	10 m.	0,9 m.	0,8 m.	24,1m.	Medio	18.9	Medio

Tabla n° 35: Índices de las visitas turísticas de América.

La tabla n°35 evidencia un tiempo total promedio en los dos meses de 22 minutos, siendo el promedio más bajo registrado en todas las visitas. De este total, el 48% estuvo dedicado a observar e interactuar con la exposición (10 minutos promedio), el 38% al desplazamiento dentro del espacio expositivo, el 10% al diálogo interpersonal (2.2) y el 4% de tiempo definido como perdido (0.9). Viendo esto, el mayor porcentaje de tiempo estuvo dedicado a la observación e interacción, aunque no superaron los 10 minutos, interpretando un mínimo interés de parte de los públicos.

A diferencia de las otras visitas, no hubo descenso en la interacción a medida que se visitaban las salas. Por el contrario, en el mes de julio se evidenció un leve incremento en la sala colonial y post-terremoto. En cuanto al diálogo interpersonal, se identificó solo un 22% en el mes de junio y 36% en el mes de julio, aunque este, en muchos casos, no estuvo relacionado con la exposición. Otro dato que se observó fue que el 38% de las personas en el mes de junio y el 26% en el mes de julio entraron acompañadas, pero a medida que el recorrido avanzaba se separaban y realizaban recorridos individualizados. Este comportamiento se identificó en otro tipo de visitas turísticas también, pero fue en las de origen americano el mayor número de veces registrado. Como se separaban y realizaban recorridos individuales, no existía diálogo entre los públicos.

Con respecto al índice de velocidad de recorrido (SRI) total en los dos meses, fue de 28.3 en el mes junio, mientras que en julio disminuyó a 18.9. También se tomó el %DV de los visitantes observados, que fue calificado como medio, es decir, que la minuciosidad y uso de la exposición por parte de los visitantes americanos que visitaron el MAF no se caracterizó por ser detallada ni detenida. Información que se corroboró con el tiempo total dedicado a recorrer el museo. Además se identificaron diversas paradas.

Salas Expositivas	Mes de Junio		Mes de Julio		Total de N T/E
	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	
Indígenas	1	4	2	5	12
Colonial	1	5	2	5	13

Post-terremoto	1	5	1	4	11
Totales	3	13	5	14	35

Tabla n°36: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes turísticos de América.

El número mayor de paradas se obtuvo de la sala post-terremoto en el mes de junio y en la sala indígena en el mes de julio. En la primera sala (indígena) quedaron 7 núcleos marginados en el mes de junio y 5 en el de julio, en la segunda (sala colonial) 7 núcleos en junio y 6 en julio; y en la última sala (post-terremoto) 5 núcleos fueron marginados en el mes de junio y 6 en julio. Estos números dieron a entender que las visitas se realizaron de manera muy superficial, deteniéndose en pocos puntos del recorrido. Siguiendo lo anterior, el tiempo total de visitas fue bajo, no superando los 30 minutos de recorrido total en ninguno de los dos meses. Por otro lado, haciendo referencia a los focos atencionales, se identificaron los siguientes:

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observado	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 2	98%	N T/E 1	98%	N T/E 6	81%	Atractividad
N T/E 3	75%	N T/E 12	81%			
N T/E 6	84%					
N T/E 5	99%	N T/E 5	91%	N T/E 1	92%	Atrapabilidad
N T/E 7	99%	N T/E 7	77%	N T/E 2	94%	
N T/E 9	100%	N T/E 8	90%	N T/E 4	85%	
N T/E 10	98%	N T/E 9	97%	N T/E 9	89%	
N T/E12	93%	N T/E 10				

Tabla n°37: Focos atencionales de los visitantes turísticos de América.

Los datos registrados evidenciaron que no se presentaron diferencias en los focos atencionales entre las personas que utilizaron el servicio de guía y aquellas que no lo hicieron. Asimismo, el 20% de los públicos en junio y el 43% en julio se detuvieron a observar los planos. Estos bajos índices continúan demostrando que

la falencia expositiva se repite en todos los tipos de visitas. Al contrario de los planos, las excavaciones arqueológicas presentaron altos porcentajes de atracción, en el mes de junio, el 88% y en julio el 94% se detuvo a observarlas. Con respecto a la circulación, fue de forma dispersa y libre, como lo evidenciaron los patrones registrados.

Mes de Junio		Mes de Julio	
Recorrido realizado	Cantidad de visitantes	Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 1	20%	Patrón N° 9	50%
Patrón N° 6	20%	Patrón N° 2	20%
Patrón N° 4	16%	Patrón N° 5	20%
Patrón N° 2	14%	Patrón N° 1	10%
Patrón N° 7	11%		
Patrón N° 10	9%		
Patrón N° 3	5%		
Patrón N° 5	5%		

Tabla n°38: Recorridos realizados por visitantes turísticos de América²⁰.

Por otro lado, solo el 31% en el mes de junio y 46% en el mes de julio de los visitantes turísticos de América, realizaron lectura de cedularios y paneles. Estos se dedicaron a observar visualmente las vitrinas, dioramas y maquetas, sin prestarle atención a los textos. No obstante, el tiempo de observación es bajo, no superando los 4 minutos promedio por sala. Otro dato obtenido fue que el 64% del total de las personas que utilizaron el servicio de guía se separaron de su grupo, realizando un recorrido e interacción propia. El ambiente en el que se desarrollaron estas visitas fue de tranquilidad, aunque muchas personas recorrían con notable prisa y apuro por salir.

Con respecto a la calidad expositiva en los dos meses, fue en un 63% de los casos positiva, un 24% regular y un 13% negativa. En relación a esto, el impacto personal fue 71% alto, 20% medio y 9% bajo. Estos porcentajes estuvieron relacionados a que en muchos casos, primó un cierto desinterés por la exposición, dejando gran cantidad de núcleos temáticos/expositivos marginados

²⁰ Ver los patones de recorridos en anexos.

por sala y durante todo el recorrido. Tampoco se observaron importantes cambios entre los visitantes que recorrieron el museo utilizando el servicio de guía y los que no lo hicieron.

Visitas turísticas de origen europeo: En el mes de junio se registraron cuatro visitantes procedentes de diferentes puntos de Europa (cada uno de un origen distinto). De este total, dos fueron mujeres y dos varones, y en referencia a la edad, dos correspondieron al grupo etario jóvenes y dos a grupo adultos tipo 1. Por otro lado, en julio se analizaron 18 visitantes, también procedentes de diversos puntos de Europa. En cuanto al género, 9 correspondieron al masculino y 9 al femenino. En referencia a los grupos etarios identificados en julio, fueron 8 jóvenes, 6 adultos tipo 1 y 4 adultos tipo 2. Es importante aclarar que se eligieron para observar personas que hablaban, leían y comprendían bien o medianamente el español, aunque no fuesen de países de habla hispana. Es decir que se puso especial énfasis en que el idioma no fuera una barrera e impedimento de la experiencia museística. Por otro lado, el 50% de las visitas en los dos meses, fueron realizadas sin servicio de guía. En cuanto a los índices de tiempo obtenido en estas visitas, fueron los siguientes:

Mes de Junio								
Salas expositivas	T O	T P	T. T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	4 m.	3 m.	0,3 m.	0 m.	7,3 m.	Medio	27.3	Bajo
Colonial	3 m.	2,6 m.	0,1 m.	0 m.	5,7 m.	Medio	47.6	Medio
Post-terremoto	4,5 m.	3,2 m.	0,6 m.	0 m.	8,3 m.	Medio	24	Medio
Totales	11,5 m.	8,8 m.	1 m.	0 m.	21,3m.	Medio	32.9	Medio
Mes de Julio								
Salas expositivas	T O	T P	T. T.	T X	T Total	ID/T	SRI	%DV
Indígena	3,4 m.	2 m.	0,2 m.	0,6 m.	6,2 m.	Bajo	32.2	Medio
Colonial	4,2 m.	3 m.	0,4 m.	0,4 m.	8 m.	Bajo	33.9	Bajo
Post-terremoto	4,9 m.	3,7 m.	0,3 m.	0,3 m.	9,2 m.	Medio	21.7	Bajo
Totales	12,5 m.	8,7m.	0,9 m.	1,3 m.	23,4m.	Bajo	29.2	Medio

Tabla n° 39: Índices de las visitas turísticas de Europa.

El tiempo total promedio en los dos meses fue alrededor de 22 minutos, promedio que junto con las visitas procedentes de América, fue el más bajo obtenido. De este total, el 54% estuvo dedicado a observar e interactuar con la exposición (12 minutos), el 39% al desplazamiento dentro del espacio expositivo (8.7 minutos), el 4% tiempo perdido (0.9) y 3% al diálogo interpersonal (0.6). La última cifra indicó que no existió diálogo durante la visita (en el mes de junio fue nulo, porque se separaban al comenzar el recorrido, y en el mes de julio el poco diálogo registrado (1.3 min promedio) no estaba relacionado con la exposición). Estos bajos porcentajes llamaron la atención, porque demostraron que el recorrido se realizó rápidamente y de forma superficial, casi sin detenerse en alguna vitrina, panel o cédula.

El Índice de velocidad de Recorrido (SRI) total en los dos meses, fue de 32.9 en el mes junio y en julio disminuyó a 29.2. Con respecto al porcentaje de visitantes minuciosos (%DV) fue catalogado como medio. Esto pudo confirmarse con el tiempo total dedicado a recorrer el museo. Por otro lado, se registraron en estas visitas, las siguientes paradas:

Salas Expositivas	Mes de Junio		Mes de Julio		Total de N T/E
	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	Atractividad	paradas (atrapabilidad)	
Indígenas	1	3	2	4	12
Colonial	1	5	2	5	13
Post-terremoto	1	5	2	4	11
Totales	3	13	6	13	36

Tabla n°40: Índices de paradas registrados en las observaciones de visitantes turísticos de Europa.

El mayor número de paradas registrado fue en las salas colonial y post-terremoto en el mes de junio (6 paradas en los dos meses) y en la sala colonial en el mes de julio. En cuanto al número total de paradas fue muy bajo, manteniéndose durante todo el recorrido. En la primera sala (indígena) quedaron 8 núcleos excluidos en el mes de junio y 5 en julio, en la segunda sala (colonial) fueron 7 núcleos en junio y 6 en julio y; en la última sala (post-terremoto) 6 núcleos fueron marginados en el

mes de junio y 6 en julio. Esta gran cantidad llevan a confirmar que las visitas se realizaron de manera muy superficial, deteniéndose en escasos momentos. Esto fue relacionado con el índice de tiempo total del recorrido, el cual no superó los 30 minutos.

Sala Indígena		Sala Colonial		Sala Post-terremoto		Tipo de parada
Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	Núcleos observados	s/cantidad de visitantes	
N T/E 2	95%	N T/E 1	97%	N T/E 4	62%	Atractividad
N T/E 6	97%	N T/E 3	95%	N T/E 5	78%	
N T/E 10	89%					
N T/E 3	100%	N T/E 5	91%	N T/E 1	79%	Atrapabilidad
N T/E 5	99%	N T/E 8	79%	N T/E 2	86%	
N T/E 7	97%	N T/E 9	93%	N T/E 7	100%	
N T/E 9	93%	N T/E 10	97%	N T/E 9	98%	
				N T/E 10	95%	

Tabla n°41: Focos atencionales de los visitantes turísticos de Europa.

En la tabla n°41 se observa que el 56% de los núcleos temáticos/expositivos (N T/E) en el mes de junio y 47% en julio, no fueron registrados por los visitantes, siendo una visita de característica superficial. Por otro lado, el 22% en junio y el 31% en julio del total de visitantes analizados observaron los planos, lo que continúa evidenciando la carencia museográfica del sector. En cuanto a las excavaciones arqueológicas, se comprobó que 71% de las personas en el mes de junio y el 68% en julio se detuvieron a observarlas e hicieron comentarios sobre ellas. Al contrario de los planos, las excavaciones presentaron altos porcentajes de atracción, aunque estos índices son los más bajos registrados en todas las visitas analizadas con anterioridad. Con respecto a la circulación que realizaron dentro del espacio expositivo, fue dispersa y libre, presentando diversos patrones de recorrido:

Mes de Junio		Mes de Julio	
Recorrido realizado	Cantidad de visitantes	Recorrido realizado	Cantidad de visitantes
Patrón N° 1	100%	Patrón N° 9	56%
		Patrón N° 2	11%

		Patrón N° 5	11%
		Patrón N° 11	11%
		Patrón N° 7	11%

Tabla n°42: Recorridos de visitantes turísticos de Europa²¹.

La mayoría de los recorridos indicaron que no se dejaron zonas sin recorrer, aunque este haya sido de manera superficial. Un ejemplo de esto fue que entraron al sector de la fundación, pero no se detuvieron a leer ni a ver las vitrinas y panelería, solo transitaron por las salas haciendo un recorrido visual superficial.

Con respecto a la lectura de cedularios y paneles, solo el 23% en el mes de junio y 31% en el mes de julio se detuvo a leer alguna información expuesta. Esto fue relacionado con que el tiempo de observación obtenido fue muy bajo (no superó los 5 minutos en cada sala). Estos datos indicaron una notable prisa en el recorrido por el MAF, lo que dio una baja calidad en la interacción; siendo ésta en su mayoría, el 74%, regular, un 20% negativa y un 6% positiva. Todo esto, sumado al tiempo total de recorrido y el índice de visitantes minuciosos (% DV) demuestra un notable desinterés de las personas con respecto a la exposición.

Resultados y reflexiones generales de las observaciones

Finalizando el análisis de las personas observadas durante los meses de junio y julio del año 2011, se concluye que el mayor tiempo total se obtuvo en las de tipo educativo de Mendoza (en el mes de julio se registraron 55 minutos). Aquí la experiencia museística estuvo condicionada por el guía y el momento psicológico-cognitivo de los visitantes. Por otro lado, en estas visitas se tomó el mayor tiempo dedicado a observar e interactuar con la exposición. Si a este tiempo se compara con el SRI, el nivel de impacto personal y la calidad de la interacción, se puede decir que la experiencia museística de las visitas de tipo educativas de Mendoza fue óptima y enriquecedora tanto para el propio visitante como para el MAF, ya

²¹ Ver los patrones de recorridos en anexos.

que se logró que los públicos puedan aprovechar y disfrutar de y con la exposición, generando una experiencia museal significativa.

Es válido aclarar que el tiempo total de recorrido realizado dentro del espacio expositivo, no estuvo relacionado con la densidad de información que contenía, ya que se comprobó que fueron muy pocos visitantes los que mantenían una lectura constante durante toda la visita. Cuando se tomó la visita guiada, el nivel de lectura bajó considerablemente. Con respecto al menor índice de tiempo total registrado, fue el de las visitas turísticas provenientes de América. Aquí se registró en el mes de junio 20.1 minutos en total. En estas mismas visitas también se obtuvo el tiempo más bajo dedicado a interactuar con la exposición (8.9 minutos). A estas le siguen las de origen europeo, donde en el mes de junio se registró un tiempo total de 21.3 minutos y 23.4 minutos en julio. Estos datos, junto con cifras sobre el número de paradas, el SRI y el %DV, además del impacto personal y la calidad de la interacción documentada, llevaron a la conclusión de que tanto los públicos europeos como americanos realizaron una visita de forma superficial, deteniéndose en pocos sectores y solo cuando su atención superaba la observación visual.

Por otro lado, los 12 patrones de recorrido realizados por los visitantes observados en los meses de junio y julio, nos demostraron variedad de accesos y circuitos dentro de la sala expositiva, lo que revela que la exposición invita a los públicos a transitarla de forma dinámica y flexible. Sin embargo, en cuanto al orden de recorrido, se pudo apreciar que muchos de los circuitos escogidos por los visitantes obviaron sectores importantes en el guión curatorial, como la fundación de la ciudad de Mendoza y el terremoto del 1861 (los dos únicos puntos de inflexión del guión). Es decir que los públicos se están perdiendo una parte importante de la historia de esta ciudad, que articula procesos históricos de la región.

La aplicación de esta técnica logró localizar la cantidad y ubicación de paradas realizadas durante los diferentes recorridos, indicando focos de interés en la exposición (ya sea de atractividad o atrapabilidad). Esto reveló los núcleos temáticos/expositivos que generaron mayor porcentaje de atracción y cuales

fueron en muchos casos, marginados por la mayoría de los visitantes del MAF, sin distinguir tipos de visita.

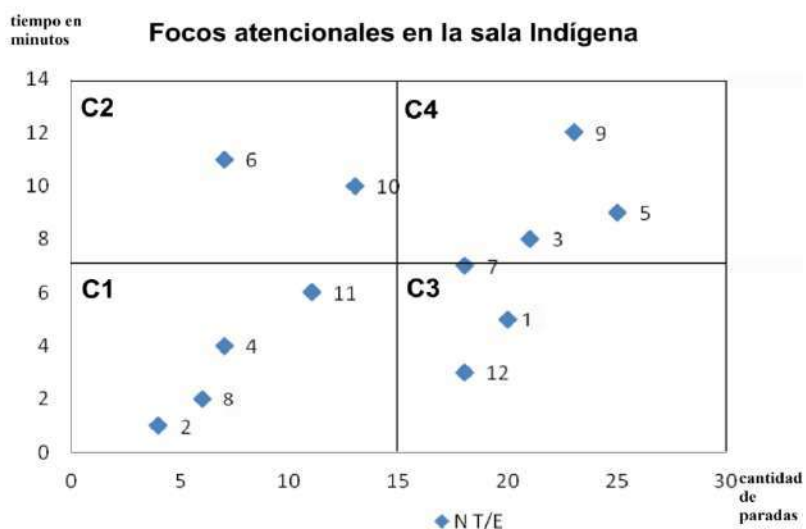


Figura n°19: Diagrama de dispersión correspondiente a la sala indígena.

Los núcleos temático/expositivo (N T/E) de la sala indígena que menor número de paradas y tiempo de detención registraron, fueron ubicados en el cuadrante 1(C1). El núcleo que presenta la diversidad geográfica-cultural de América (N T/E n°2), está ubicado al comienzo de la sala, por lo que muchos, luego de observar la presentación del sitio ingresaron a la exposición sin detenerse en éste. El núcleo de la alfarería Viluco (N T/E n°4), también se ubicó en el cuadrante 1, esto pudo deberse a que se encontraba escondido y junto a otro que presenta gran atracción, como el de los Huarpes laguneros (N T/E n°5).

El núcleo de arte parietal indígena (N T/E n°8), fue otro que presentó menor cantidad de paradas y de tiempo de observación. Una causa pudo ser que se encuentra de espaldas al recorrido que vienen realizando las personas y junto a un nudo decisional importante (ND2²²). Otro núcleo marginado por gran cantidad de públicos fue el de la confrontación bélica entre dos culturas (N T/E n°11), que también se encuentra escondido y en un lugar en el que muchos visitantes no

²² Ver figura n°18 ubicada en anexos.

lograron identificar, ya que venían de observar la momia y pasaban directamente al núcleo de la fundación de Mendoza (N T/E n°12).

Por otro lado, los núcleos que presentaron mayor número de paradas y cantidad de tiempo de observación (ubicados en el C4) fueron la momia Inca del Aconcagua (N T/E n°9), gran foco atencional observado por la mayoría de los públicos (86%), los Huarpes laguneros (N T/E n°5), y las vitrinas de cazadores-recolectores (N T/E n°3), punto donde comienza la unidad n°1 del guión curatorial, por lo que el nivel atencional es alto. Además se registró gran atracción por el núcleo que representa el contexto doméstico Huarpe (N T/E n°7), ubicado en un espacio visible desde muchos ángulos y direcciones. También se identificaron otros núcleos, ubicados en el resto de los cuadrantes (C2 y C3), que formaron parte de focos de atracción de los visitantes.

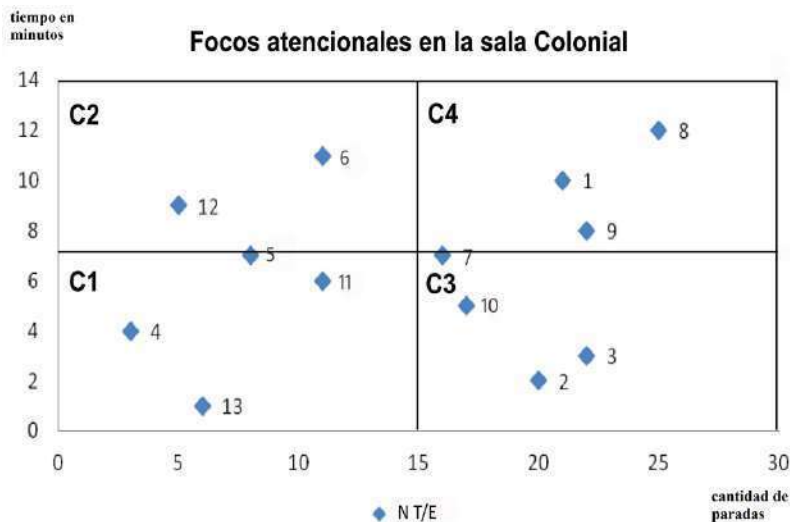


Figura n°20: Diagrama de dispersión correspondiente a la sala colonial.

En la sala indígena, los núcleos que presentaron menor número de tiempo de observación y paradas fueron: la batea doméstica (N T/E n°13), la cerámica importada (N T/E n°12), objetos religiosos (N T/E n°11), todos ubicados en el mismo sector expositivo, y objetos coloniales (N T/E n°5), ubicados en diversos puntos de la sala. La mayoría de estos núcleos no se incluyen en los recorridos guiados, por lo que puede ser una razón de su exclusión. También hay que tener en cuenta que el nivel atencional en esta sala es inferior, y solo hacen un recorrido visual del sector, para dedicarse en mayor medida a otros núcleos que llaman más

la atención como los dioramas del cabildo (N T/E n°8), el foco atencional más importante de la sala, la maqueta de la ciudad colonial (N T/E n°1), ubicada en un punto visitado por la mayoría de los recorridos guiados, además de estar junto a un nudo decisional (ND3), y la pintura de las festividades coloniales (N T/E n°9).

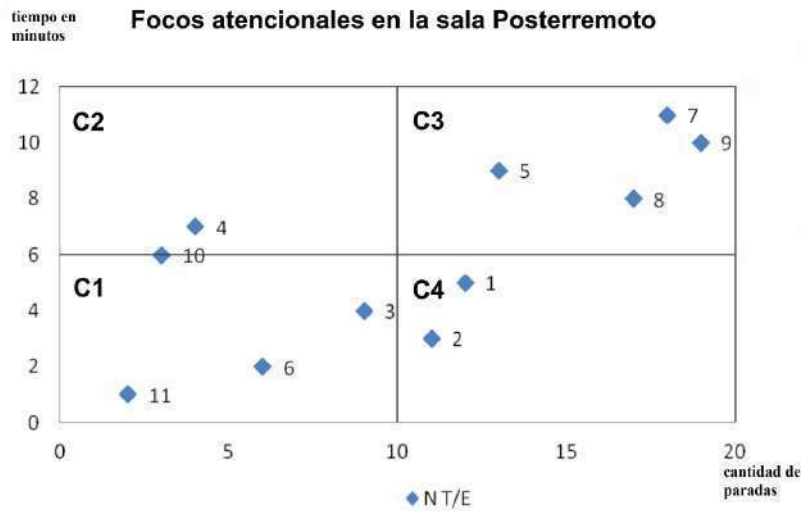


Figura n°21: Diagrama de dispersión correspondiente a la sala posterremoto.

En el cuadrante 1 figura que tanto el núcleo de la educación (N T/E n°11) observado solo por adultos, como el núcleo de la reconstrucción de la ciudad (N T/E n°6) y el esquema estratigráfico de la ciudad (N T/E n°3) fueron los que menos cantidad de paradas y tiempo de observación registraron. Es válido aclarar que el nivel atencional de esta sala disminuyó considerablemente en relación al resto, por lo que el tiempo de recorrido fue menor también.

Los focos atencionales más observados fueron el auto antiguo (N T/E n°7), la cámara de fotos (N T/E n°9) y el piano (N T/E n°8). El auto llamó la atención por su magnitud (ocupa gran parte de la sala), además de que no es algo común de ver, al igual que la cámara de fotos antigua. Por otro lado, el piano se ubicó entre medio de estos dos núcleos, por lo que el sector expositivo fue un foco atencional en sí mismo. En menor medida se registraron las maquetas (N T/E n°5).

Mapas de Significados Personales (PMM),

Esta técnica fue aplicada durante todo el mes de agosto a 300 personas. De este total, 80 individuos pertenecieron a visitas educativas de Mendoza, 80 a visitas educativas de Argentina, 60 a visitas turísticas de Mendoza, 50 a visitas turísticas de Argentina y por último, 30 a visitas turísticas de América. En referencia a la edad 132 fueron niños, 37 adolescentes, 41 jóvenes, 38 adultos de tipo 1, 49 adultos de tipo 2 y tres ancianos. El desarrollo de esta técnica aportó gran cantidad de información cualitativa que enriqueció la investigación. Las personas se explayaron, anotando diversidad de ideas y palabras, muchas de las cuales fueron aclaradas y comprendidas al momento de realizar las entrevistas.

Al registrar y sistematizar la información de los PMM, se optó por agrupar las palabras (conceptos) que se repetían, analizándolos en conjunto (como por ejemplo la asociación del pasado con San Martín y su gesta revolucionaria, o la palabra “desconocido” al referirse al pasado mendocino). Por otro lado, se agruparon aquellos mapas que presentaban los mismos cambios actitudinales identificados en las entrevistas, teniendo en cuenta que ésta era la parte más importante de la técnica, porque aportaba los datos más fidedignos y esclarecedores. Las entrevistas no duraron más de 10 minutos, siempre se realizaron al egreso del recorrido y en la mayoría de los casos (salvo 7 mapas excepcionales) se confirmó información escrita en los PMM. En cuanto a los resultados, se evidenciaron los siguientes:

Visitas educativas de Mendoza: Se realizaron a niños mayores de 10 años, debido a que completar los mapas presentaban un cierto grado de complejidad (56%), y a adolescentes (44%) que visitaron el museo con servicio de guía de sala y estuvieron acompañados por sus compañeros y maestros de la escuela.

Primer Momento
Oración n°1: el 58% de los visitantes relacionaron esta institución con un lugar para venir con la escuela. Escribieron por ejemplo: <i>es un lugar para aprender con tus compañeros y con la seño</i> . Por otro lado, el 19% lo definió con calificativos

<p>como <i>“importante”</i>, <i>“valioso”</i>, <i>“lindo”</i>, <i>“llamativo”</i>, etc. El resto de los mapas (23%) fueron dejados en blanco.</p>
<p>Oración n°2: el 67% presentaba algo de conocimiento sobre el pasado de Mendoza (la mayoría eran niños que habían visto el tema en la escuela) y solo el 30% lo desconocía totalmente (en su mayoría adolescentes).</p>
<p>Oración n°3: no fue completada por la mayoría de los visitantes (82%). El resto (18%) lo completó en relación a las expectativas que tenían con el museo, por ejemplo: <i>“creo que me va a gustar”</i>, o <i>“va a estar bueno”</i>.</p>
<p>Segundo Momento</p>
<p>Oración n°1: el 89% completó en relación a las propias sensaciones que tuvo durante el recorrido. Escribiendo adjetivos calificativos como <i>“divertido”</i>, <i>“entretenido”</i>, <i>“me gustó mucho”</i> o <i>“muy lindo”</i>. El resto (11%) anotó palabras que tenían que ver con la temática del MAF como <i>“historia”</i>, <i>“arqueología”</i>, <i>“recuerdos”</i> o <i>“antigüedades”</i>.</p>
<p>Oración n°2: el 97% escribió conceptos que habían aprendido en la visita, que tenían que ver con acontecimientos o personajes históricos, como es <i>“el terremoto”</i>, <i>“el cabildo”</i>, <i>“los Huarpes”</i>, etc. También se anotaron palabras que tenían que ver con la arqueología como: <i>“excavaciones”</i>, <i>“reliquias”</i>, <i>“objetos desenterrados”</i> y <i>“arqueología”</i>, entre otras.</p>
<p>Oración n°3: el 79% relacionó al patrimonio cultural con el pasado de Mendoza, y el 15% anotó adjetivos calificativos como <i>“lindo”</i>, <i>“interesante”</i>, <i>“llamativo”</i>. El resto de los mapas (6%) no se completaron, es decir mantuvieron las ideas originales.</p>
<p>Tercer Momento</p>
<p>Las entrevistas demostraron que el 92% de los visitantes presentaron un alto impacto personal tras visitar el museo y un notable cambio actitudinal con respecto al pasado de su ciudad. Aquí los públicos comentaron que les fue más divertido venir al MAF a aprender sobre la historia local que estudiarla en su escuela. Por otro lado, el 5% de los visitantes tuvo un impacto personal medio y el 3% restante no lo registró.</p>

Tabla n°43: PMM de las visitas educativas de Mendoza.

En esta tabla se evidencian notorios cambios entre el primer y segundo momento, demostrando que se adquirieron nuevos conocimientos y emociones que tenían que ver con lo que habían aprendido durante la experiencia museística; siendo esta última enriquecedora desde el punto de vista educativo. Un dato importante fue que la mayor cantidad de personas relacionó al museo con la enseñanza, lo que pudo deberse a que el 100% de estos públicos se encontraban en edad escolar y en reiteradas ocasiones visitaban este tipo de instituciones con la escuela. Por esto, la relación museo-educación era directa. También se comprobó que la oración n°3 fue la que mayor complejidad tuvo al momento de completarse, lo que pudo deberse a que muchas personas no comprendían la palabra patrimonio, dejando esta oración vacía.

Por otro lado, muchos visitantes escribieron los objetos que llamaron más su atención, registrando los siguientes focos atencionales. En un alto porcentaje, estuvieron el N T/E n°5 y N T/E n°7 en la sala indígena, N T/E n°8 y N T/E n°9 en la sala colonial y N T/E n°7 y N T/E n°9 en la sala post-terremoto. Por último se transcribieron frases dejadas por los visitantes en las entrevistas:

"me pareció muy interesante el museo, me gusto mucho" (Mendoza, 11 años, hombre).

"el museo muestra lo nuestro, lo de nuestra tierra" (Mendoza, 17 años, mujer).

"es muy importante cuidar el patrimonio cultural de nuestra ciudad porque es muy valioso para nosotros" (Mendoza, 13 años, hombre).

Visitas educativas de Argentina: Se trabajó con un 66% de niños, y un 34% adolescentes. Todas estas visitas fueron realizadas con el servicio de guía del museo y estuvieron acompañados por sus compañeros y maestros de escuela

Primer Momento

<p>Oración n°1: el 41% de los visitantes anotó adjetivos calificativos como “importantes” y “valiosos”. El 33% escribió palabras en relación a comportamientos, como por ejemplo: “hay que cuidarlos” o “proteger lo que tienen dentro”. Además el 22% relacionó a los museos con el pasado, en frases como “guardan cosas viejas”, “antiguo” “historia”, “pasado”, y el resto de los mapas (4%) no se completaron porque desconocían sobre el tema.</p>
<p>Oración n°2: el 78% de los públicos escribió palabras en relación a la historia de Mendoza y el 14% lo desconocía. Por otro lado, se verificó que el 8% de los visitantes (todos adolescentes) relacionó el pasado local con el vino y las bodegas.</p>
<p>Oración n°3: el 82% no escribió nada porque desconocía el significado de la palabra patrimonio y el 18% restante lo relacionó al pasado (completaron con palabras como “antiguo”, “histórico” e “indígena”).</p>
<p>Segundo Momento</p>
<p>Oración n°1: el 95% escribió palabras que tenían que ver con la temática del MAF como es “historia”, “arqueología”, “recuerdos” o “antigüedades”, el resto de los mapas no registraron cambios (concordaron con lo anotado en el primer momento, los cuales la mayoría eran adjetivos calificativos).</p>
<p>Oración n°2: el 91% anotó información que habían aprendido durante el recorrido (en su mayoría procesos históricos como la cultura Huarpe, la conquista española, el terremoto, etc.). El resto (9%) coincidió con lo escrito en el primer momento.</p>
<p>Oración n°3: fue la que mayores cambios registró. El 82% de los públicos relacionó este concepto con el pasado de Mendoza, y el 18% restante anotó adjetivos calificativos como “delicado”, “significativo”, “valioso”, etc.</p>
<p>Tercer Momento</p>
<p>Se pudo comprobar que un 79% de los visitantes presentó un alto impacto personal tras visitar el MAF, y un notable cambio actitudinal con respecto al pasado de Mendoza y a su patrimonio cultural. El 14% registró un impacto personal medio y el 7% nada. Muchos visitantes comentaron además que se habían divertido mucho.</p>

Tabla n°44: PMM de las visitas educativas de Argentina.

Con respecto a la información recopilada en las entrevistas, en el primer momento se identificó que los públicos presentaban ya conocimiento sobre la temática del MAF. Esto pudo haber influenciado en su concepción general del museo (oración n°1). Como los visitantes se encontraban en un viaje educativo, presentaron conocimientos sobre la historia de Mendoza (aunque de manera superficial), debido a que estudiaron con anticipación los temas que iban a ver una vez estando en la provincia.

Por otro lado, al igual que las visitas educativas de Mendoza, hubo mayor dificultad al completar la oración n°3. También se registraron los siguientes focos atencionales: en un alto porcentaje el N T/E n°5 y N T/E n°12 en la sala indígena, N T/E n°1 y N T/E n°8 en la sala colonial y N T/E n°1, N T/E n°7 y N T/E n°9 en la sala post-terremoto. Además, 28 personas dieron una opinión positiva de las excavaciones. Para terminar, se presentan algunas frases y comentarios dejados por los públicos:

"las excavaciones me llamaron mucho la atención, aprendí mucho con ellas"
(Tucumán, 17 años, hombre).

"el museo me enseñó muchas cosas del pasado de Mendoza" (Provincia de Buenos Aires, 13 años, hombre).

"el museo es un lugar donde se valoran objetos de gran importancia cultural"
(Provincia de Córdoba, 16 años, hombre).

Visitas turísticas de Mendoza: Se realizaron 60 mapas en total a 36% jóvenes, 32% adultos de tipo 1, 17% adultos de tipo 2, 12% niños y 3% adolescentes. El 50% de estas visitas fueron realizadas sin servicio de guía del museo, y el otro 50% con ésta. Por otro lado, el 87% de los visitantes estuvieron acompañados por familiares, pareja y/o amigos cuando realizaban el recorrido.

Primer Momento
Oración n°1: el 32% de los públicos asoció el museo al arte (más que nada

<p>plástico: por ejemplo anotaban las palabras “<i>obra de arte</i>”, “<i>artístico</i>”, etc.), el 42% lo entendió como un lugar donde se guardaban y mostraban cosas, un 17% con espacios para aprender y un 9% lo relacionó con el pasado.</p>
<p>Oración n°2: se identificó que el 76% de los mapas contenían palabras vagas y superfluas, y estaban orientadas a hechos y/o personajes históricos determinados (el caso de los Huarpes y San Martín, fueron los ejemplos más recurrentes).</p>
<p>Oración n°3: al igual que otras visitas, muchos públicos no comprendieron la palabra patrimonio. Siguiendo esto, el 77% escribió “<i>desconocido</i>”, y el 23% completó con adjetivos calificativo como “<i>significativo</i>”, “<i>importante</i>” o “<i>valioso</i>”.</p>
<p>Segundo Momento</p>
<p>Oración n°1: el 38% de los mapas mantuvieron su idea de lo que era un museo. Lo llamativo fue que el 57% de los visitantes agregó a esta oración palabras referidas con la historia y la arqueología. Los mapas sobrantes (5%) incluyeron opiniones personales que tenían que ver con su experiencia museística (por ejemplo: “<i>me encantó el museo</i>”, “<i>muy buena la exposición</i>” “<i>muy didáctico</i>”). La mayoría de estos fueron realizados sin el servicio de guía.</p>
<p>Oración n°2: el 82% escribió información aprendida durante la visita, que en muchos casos tenían que ver con la sensación que les generó conocer el pasado de Mendoza (por ejemplo: “<i>pujanza</i>”, “<i>reconstrucción</i>”, “<i>fuerza para avanzar</i>”, etc.), el 15% mantuvo su pensamiento con respecto al primer momento, y un 3% comentó en referencia al trabajo de los profesionales del MAF (“<i>muy buen trabajo</i>”, “<i>felicito a los arqueólogos</i>” o “<i>es notable el esfuerzo realizado</i>”, “<i>el patrimonio de Mendoza está muy ligado a los restos arqueológicos y a la reconstrucción de nuestra ciudad</i>”).</p>
<p>Oración n°3: el 43% de los visitantes escribió palabras que tenían que ver con la identidad mendocina (“<i>nuestras raíces</i>”, “<i>lo que nos pertenece</i>”). Otros visitantes (41%), escribieron sobre acontecimientos del pasado (“<i>época colonial</i>”, “<i>fundación</i>”) Por otro lado, el 10% incluyó palabras relacionadas a la labor arqueológica (como “<i>reconstrucción histórica</i>”, “<i>vestigios del pasado</i>” “<i>ruinas arqueológicas</i>”, etc.), y por último, el 6% no agregó palabras nuevas, es decir continuó con lo que pensaba al momento de ingresar al MAF.</p>

Tercer Momento

Las entrevistas demostraron que el 77% de los mendocinos tuvo un alto impacto personal, el 13% un impacto medio y un 10% bajo.

Tabla n°45: PMM de las visitas turísticas de Mendoza.

En la tabla n°45, se observa que se identificaron grandes cambios en esta actividad. Con respecto a la oración n°1, se registró que aquellas personas que habían relacionado a los museos con el arte, a partir de su visita al MAF comenzaron a identificar estos espacios con la historia y la arqueología. No obstante, los mayores cambios se percibieron en la oración n°2. El 62% de los públicos que hicieron referencia al terremoto de 1861 había utilizado el servicio de guía, siendo este un gran condicionante en retener esa información.

Con respecto a la oración n°3, los visitantes que hicieron referencia a la identidad mendocina, no habían utilizado el servicio de guía. Éstos no registraron notables cambios a lo escrito en el primer momento. Por último, en el tercer momento, se confirmó que para el 82% de los públicos, la experiencia museística cambió rotundamente sus concepciones sobre el pasado mendocino, debido a que muchos de ellos tenían una visión parcial o acotada y vinculada a un personaje o hecho histórico (como San Martín). Por último se presentaron algunas frases registradas:

"vine con la idea de que el pasado de Mendoza era más que nada San Martín y el cruce de los andes, y aprendí que hay cosas muy interesantes también" (Godoy Cruz, 49 años, mujer).

PMM	
Qué primera palabra se te viene a la mente cuando pensás en:	
Museo: cosas viejas y mal conservadas	Elementos estudiados en profundidad y ubicados cronológicamente. Zona habitada por antiguas civilizaciones. Posee objetos arqueológicos de gran valor.
Pasado de Mendoza: Zona del cruce de los Andes	
Patrimonio cultural: monumento cerro de la pluma	

Figura n° 22: Mapeo de Significado Personal (PMM), realizado por un mendocino (hombre) adulto de tipo 1.

Visitas turísticas de Argentina: Se realizaron 50 mapas a públicos provenientes de diversos lugares de Argentina. El 32% fueron adultos de tipo 1, el 26% adultos de tipo 2 y el 22% jóvenes. Por otro lado, el 50% fueron visitantes que utilizaron el servicio de guía del museo, y el 50% que no lo utilizó.

Primer Momento
Oración n°1: el 41% de los visitantes definió al museo como un espacio de enseñanza y conocimiento, y el 59% lo relacionó con la historia, la preservación del pasado, la memoria y la cultura.
Oración n°2: el 39% escribió la palabra desconocido, el 42% lo relacionó con el pasado de Mendoza y con San Martín o su obra (anotaban por ejemplo el “ <i>cruce de los Andes</i> ” o “ <i>gesta libertadora</i> ”), el 6% realizó anotaciones en referencia a los antiguos habitantes, aunque sin llamarlos Huarpes, porque desconocían su nombre, y el 13% lo relacionó con el paisaje geográfico (como por ejemplo: “ <i>planicie</i> ”, “ <i>los andes</i> ”, “ <i>desierto</i> ”, “ <i>aridez</i> ”, etc.).
Oración n°3: el 86% relacionó el patrimonio cultural con la historia, la identidad y la memoria social de los pueblos, el 8% con lo arqueológico y el resto (6%) no lo completó.
Segundo Momento
Oración n°1: El 79% anotó conceptos relacionados a lo arqueológico, el 13% comentó de forma positiva sobre la exposición y los servicios del museo y el 8% coincidió con lo completado en el primer momento.
Oración n°2: Se verificó un cambio muy notable, ya que el 91% completó el mapeo con datos que habían aprendido durante la experiencia museística (que tenían que ver más que nada con la cultura Huarpe, el período colonial y el terremoto de 1861). El resto (9%) no agregó conceptos, manteniendo su opinión.
Oración n°3: El 82% escribió palabras que se relacionaban con las del primer momento. Solo un 9% registró cambios.
Tercer Momento

Las entrevistas comprobaron que todos los visitantes aprendieron sobre la historia de este lugar, habiendo visitado el museo con o sin guía. En cuanto al impacto personal, el 73% de los visitantes tuvo un alto impacto, el 17% fue medio y el 10% no se registró.

Tabla n°46: PMM de las visitas turísticas de Argentina.

Los mapas anteriormente desarrollados, comprobaron que el 42% de las personas analizadas, ya habían generado una opinión sobre lo que era un museo y el patrimonio, por lo que su visita al MAF no cambió estas ideas. Con respecto al primer momento, llamó la atención la relación que hicieron los públicos con respecto al pasado, el paisaje y la geografía del lugar. Fue la primera vez donde se entabló una relación directa pasado-naturaleza. Sin embargo, fue en la oración n°1 y n°2 el cambio más notorio registrado, que tenían que ver con la idea sobre lo que era un museo y el pasado de Mendoza.

PMM

Qué primera palabra se te viene a la mente cuando pensás en:

Museo: HISTORIA // IMAGENES, FOTOS, PIEZAS, ESCULTURAS, VESTIMENTAS

Pasado de Mendoza: SAN MARTÍN, EJERCITO DE LOS ANDES, HUANOSHUARPE /
TERREMOTO / VITINICULTURA

Patrimonio cultural: ARTE HUARPE JESUITA, CONSTRUCCIONES DE ADOBE
- VITINICULTURA / VASIJAS / VESTIMENTAS HUARPE

Figura n°23: Mapeo de Significado Personal (PMM), realizado por un varón joven, proveniente de la ciudad de Córdoba.

Para cerrar con el análisis de las visitas turísticas de Argentina, se transcribieron frases expresadas por los visitantes:

"excelente muestra, aprendí nuevas cosas" (provincia de Neuquén, 52 años, mujer).

"luego de la visita comprendo la importancia del patrimonio arqueológico" (Catamarca, 38 años, mujer).

Visitas de origen americano: Se realizaron 30 mapas a visitantes de habla hispana, para que el idioma de la información no fuera un condicionante negativo de la experiencia museística. El 27% de estos visitantes eran jóvenes, el 37% adultos de tipo 1, y por último el 36% adultos de tipo 2. Por otro lado, el 50% realizó su visita utilizando el servicio de guía del museo. Haciendo referencia a la compañía, el 63% de los públicos estuvo acompañado por familiares, pareja y/o amigos cuando realizaban el recorrido dentro del MAF.

Primer Momento
Oración n°1: el 70% definió al museo como un lugar referido a la cultural en general, sin especificar, el 21% lo relacionó con la historia y la preservación del pasado y el 9% con el arte, vinculado en su mayoría al plástico.
Oración n°2: el 74% escribió la palabra desconocido, el 8% relacionó el pasado mendocino con las poblaciones indígenas y el resto (18%) escribió adjetivos calificativos.
Oración n°3: el 68% de los visitantes escribió la palabra “desconocido”, el 17% lo relacionó con los aborígenes, el 8% completó adjetivos calificativos como “primordial”, “propio” “atrayente” y el 7% hizo alusión a la identidad y la memoria.
Segundo Momento
Oración n°1: se comprobó que el 19% de los mapas mantenían la idea de lo que era un museo. El 73% agregó palabras relacionadas con la historia y la arqueología, y el 8% incluyó opiniones personales con respecto al MAF (por ejemplo: “el museo está muy bueno”, “es notable el gran trabajo realizado”, etc.).
Oración n°2: el 79% agregó información aprendida durante la visita, que en muchos casos tenía que ver con la sensación que les generó el conocer el pasado de Mendoza (por ejemplo: “muy buena historia”, “es muy valerosa la actitud de los mendocinos frente a su pasado”), el 15% escribió la palabra desconocido, y el resto (6%) dejó el espacio en blanco.
Oración n°3: el 70% reforzó su idea original, agregando palabras que tenían que ver con la identidad, el legado y el pasado. El 19% escribió conceptos que hicieron referencia a la arqueología y por último, el 11% no agregó palabras

nuevas.
Tercer Momento
Las entrevistas comprobaron grandes cambios en relación a lo que se pensaba del museo y del patrimonio cultural mendocino. Con respecto al pasado de Mendoza, el cambio fue rotundo, debido a que los visitantes de origen americano conocían poco y nada sobre éste, y el MAF les aportó más conocimientos. Se puede decir entonces que la experiencia museística que vivieron las personas, los aproximó a un tema totalmente desconocido para ellos. Con respecto al impacto personal, el 71% de los visitantes tuvo un impacto alto, un 27% medio y el 2% no se registra.

Tabla n°47: PMM de las visitas turísticas de América.

Los mapas revelaron grandes cambios en cuanto a los conceptos e ideas de los visitantes. Estos cambios, fueron notables en la oración n°2 (que tenía que ver con la historia de Mendoza). Con respecto a esto, el 82% de los visitantes que escribió en relación a la sensación que le generó el conocer el pasado, utilizó el servicio de guía brindado por el museo, es decir que sus sensaciones fueron condicionadas por la explicación, paradas y comentarios realizadas por el guía. Por otro lado, el 65% de las personas que escribieron palabras que tenían que ver con la identidad, el legado y el pasado en la oración n°3, habían realizado el recorrido con el servicio de guía del museo, siendo éste último un gran condicionante.

PMM 30

Qué primera palabra se te viene a la mente cuando pensás en:

Museo: *Historia - Reliquias // Preservación del pasado.*

Pasado de Mendoza: *Desconocido // Interesante*

Patrimonio cultural: *Necesita Preservarse. // Debe Continuar*

Figura n°24: Mapeo de Significado Personal (PMM), realizado por una visitante de Chile, adulta de tipo 1.

Se finaliza el análisis de las visitas americanas con algunas frases brindadas por los visitantes:

"es un museo muy interesante, porque la historia de esta ciudad es muy interesante" (Ciudad de México, 25 años, mujer).

"el patrimonio cultural mendocino contiene una gran riqueza, por ello necesita ser preservado para las generas futuras" (San Pablo, Brasil, 56 años, hombre).

"tenemos un pasado latinoamericano común" (Lima, Perú, 48 años, mujer).

Reflexiones generales sobre los Mapas de Significado Personal (PMM).

La aplicación de esta técnica brindó una serie de datos que demostraron grandes cambios en las personas después de visitar el MAF. Además pudimos conocer las percepciones y pensamientos que traían los públicos al llegar al MAF, y que eran grandes condicionantes de la experiencia museística. Según lo registrado, se comprobó que las anotaciones realizadas en la oración n°2 y n°3 demostraron que la experiencia museística en el MAF aportaba nuevos conocimientos a los públicos. Esto se debió a que en su gran mayoría, los mapas no eran escritos en el primer momento, porque las personas desconocían tales conceptos, y luego, en el tercer momento, demostraron tener un acercamiento mínimo hacia ellos.

Por otro lado, esta técnica demostró lo enriquecedora que fue la experiencia museística en el MAF con respecto a las visitas educativas (tanto de origen mendocino como argentino), siendo que muchos de los visitantes tenían un acercamiento con el pasado de Mendoza y su patrimonio cultural por primera vez. La visita aportó grandes conocimientos, nuevas percepciones y un alto grado de impacto en los visitantes, superando en gran medida las expectativas de los públicos. También se identificaron focos atencionales que coincidieron con los registrados en otras técnicas como las observaciones. La mayoría de los mapas

donde se registraron éstos, correspondieron a las visitas de origen educativo, y se pudieron registrar debido a que los públicos muchas veces no respetaban la consigna y escribían lo que más les llamó la atención. Por más de que este dato no se incluyó en la consigna, enriqueció la información y comprobó (junto con otras técnicas) que existían núcleos temáticos/expositivos (N T/E) que eran grandes atractivos para los públicos.

También se observó que las concepciones previas que traían los visitantes mendocinos sobre el pasado de su ciudad no eran más certeras que las de visitantes de otros orígenes. En gran medida se ahondaba en personajes y hechos aislados, sin tener un claro el desarrollo del proceso histórico. La visita al MAF mejoró esa falencia, debido a que un gran porcentaje de públicos anotó en el segundo momento, y específicamente en la oración n°2 una secuencia cronológica del pasado mendocino. Además, el punto de inflexión relacionado al terremoto de 1861 tuvo gran impacto en los visitantes, sin importar el tipo de visita, género, edad y la explicación del guía.

Con respecto a los cambios de conceptos observados en las visitas educativas, se aportaron nuevos conocimientos con respecto a las tres ideas explayadas en las oraciones. En cuanto a la oración n°1: gran cantidad de los públicos no visitaba los museos fuera de la escuela, por lo que la asociación con esta institución era directa. En las visitas de tipo turísticas, en muchos casos se reforzaron ideas, como se observó en mayor medida en la oración n°1 y n°3. Por otro lado, se percibió un gran cambio en la oración n°2, vinculado a la temática del MAF. El conjunto de esta información evidencia que los visitantes llegaron con una idea superficial y vaga de lo que era el pasado de Mendoza y su patrimonio: y tras visitar el MAF, ya sea con guía o sin ella (aunque con guía fue más notorio), cambiaron sus concepciones. Con esto se concluye que el mensaje del MAF llegaba a los públicos de una forma clara y entendible tanto para los niños como para adultos, y tanto para las personas que realizaban el recorrido con servicio de guía o sin éste.

Finalmente se comprobó que la experiencia museística causa un alto impacto en las personas que visitaron el MAF. Principalmente en las visitas

educativas de Mendoza (97% del total de las personas analizadas registraron un alto impacto personal), seguidas de las turísticas de origen argentino (83% del total de los públicos analizados, verificaron un alto impacto), luego educativas de origen argentino (79% de alto impacto), turísticas de origen mendocino (77%) y por último, turísticas de origen americano de habla hispana (71%).

PMM 30

Qué primera palabra se te viene a la mente cuando pensás en:

Museo: CONOCIMIENTO - IDENTIDAD / BUENÍSIMO

Pasado de Mendoza: DESCONOCIDO / DESUBRIMIENTO

Patrimonio cultural: IDENTIDAD - ENTRETENIMIENTO / INTERESANTE

Figura n°25: Mapeo de Significado Personal (PMM), realizado por una visitante mujer americana, adulta de tipo 1.

PMM 20 ARG

Qué primera palabra se te viene a la mente cuando pensás en:

Museo: "Museo del Arca Fundacional" / Misión evangelizadora

Pasado de Mendoza: Terremoto de 1861 / Huarpe

Patrimonio cultural: "Ciudad Vieja" / Excavaciones

Figura n°26: Mapeo de Significado Personal (PMM), realizado por un visitante argentino hombre, joven, que ya visitó el museo anteriormente, y volvió con su pareja.

Encuestas actitudinales

Esta técnica se desarrolló durante el mes de septiembre y octubre del año 2011. En el primer mes se encuestaron 351 visitantes, correspondientes a las muestras representativas en cada tipo de visita. De este total, 177 personas recorrieron el MAF utilizando el servicio de guía, lo que representó el 52% de la población analizada. Por otro lado, en el mes de octubre se encuestaron 358 visitantes,

correspondientes a las muestras representativas. De este total, 181 personas realizaron el recorrido con el servicio de guía, lo que representó el 51% del total.

Visitas educativas de Mendoza: En el mes de septiembre se encuestaron 114 personas, de las que el 61% eran mujeres (70 personas) y 39% hombres (44 personas). Con respecto a la edad de estas personas, 48 mujeres y 37 varones eran niños y, 21 mujeres y nueve hombres eran adolescentes. Vale aclarar que todas las visitas educativas recorrieron el museo con servicio de guía. En cuanto al mes de octubre, se encuestaron 128 personas, siendo el 57% mujeres (73 personas) y el 43% hombres (55 personas). Por otro lado, de todos los encuestados, 72 mujeres y 54 varones eran niños y 2 adolescentes eran una mujer y un varón. Es importante aclarar que el 100% de estas visitas fueron realizadas utilizando el servicio de guía.

A continuación se grafican los resultados obtenidos, según lo verificado en las encuestas actitudinales. En la siguiente tabla, los números ubicados a la derecha corresponden a la cantidad de personas (separado por meses) que contestó las categorías ubicadas a la izquierda de la tabla (mucho, bastante, algo, poco, nada). Este orden se repite en todas las tablas (expuestas más adelante):

Visitas educativas de Mendoza	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	114	128
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	66	58
Bastante	27	39
Algo	16	25
Poco	3	5
Nada	2	1
cambió la concepción de museo		
Mucho	44	40
Bastante	39	53
Algo	23	23
Poco	3	7
Nada	5	5

cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	62	41
Bastante	29	38
Algo	17	29
Poco	5	17
Nada	0	3
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	66	65
Bastante	30	29
Algo	7	15
Poco	7	11
Nada	4	8

Tabla n°48: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas educativas de Mendoza.

Se puede observar en la tabla n° 48 que más del 80% de los visitantes cambió sus concepciones tras visitar el museo. El mayor cambio en los dos meses se llevó a cabo en lo referido a la arqueología. En septiembre el 84% y en octubre el 73% de los públicos cambió entre mucho y bastante la idea previa que tenían sobre ésta. Otro de los mayores cambios se obtuvo en lo aprendido en referencia al pasado de Mendoza. Con respecto a esto último, en septiembre se registró un 82% y en octubre un 75% de modificaciones entre las categorías mucho y bastante.

Los altos porcentajes de cambios, demostraron que durante la experiencia museística se logró un proceso de aprendizaje e incorporación de nuevos conceptos. La mayoría de estos cambios se registraron en niños, que debido a su corta edad no presentaron tantos preconceptos. Con respecto a la noción que tenían sobre el patrimonio cultural de Mendoza, en el mes de septiembre el 81% y en octubre el 62% de los públicos cambió mucho y bastante lo que pensaban sobre éste, distinguiéndose en el último mes una mínima diferencia entre estas dos categorías.

Por otro lado, en el mes de septiembre todas las personas aprendieron algo del patrimonio cultural de la región. Haciendo referencia a lo que las personas entendían como museo, en septiembre fue donde menos cambios se registraron

(73% en septiembre y 72% en octubre de públicos cambió mucho y bastante sus ideas, siendo muy poca la diferencia entre estas dos categorías). Estos últimos fueron los porcentajes más bajos obtenidos en las visitas educativas de Mendoza, y se cree que pudo deberse a las altas expectativas generadas con su visita. Con esto se comprobó una satisfacción final altamente positiva (Ojeda 2008). Es importante aclarar que todas las personas recorrieron el museo con el servicio de guía, por lo que la explicación de éste, condicionó en gran medida el aprendizaje y por ende el cambio de ideas de los públicos.

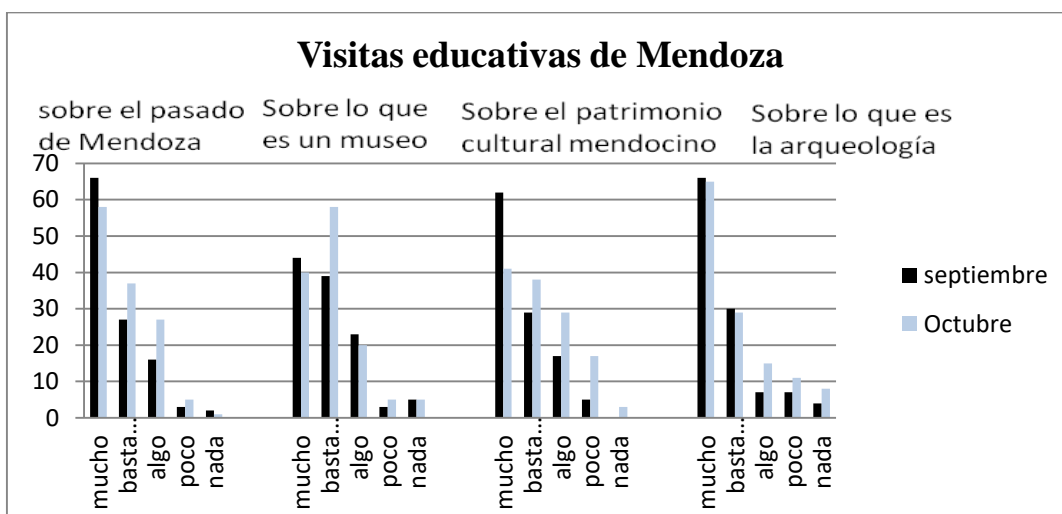


Figura n° 27: Cambios conceptuales de las visitas educativas de Mendoza.

Encuesta MAF

Ciudad: *Mendoza*
 Edad: *41*
 Sexo: *Hombre*

Tu visita al museo, cambió lo que pensabas de:

El pasado de Mendoza:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input checked="" type="checkbox"/>	mucho <input type="checkbox"/>
Lo que entendía como un museo:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input checked="" type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input type="checkbox"/>
El patrimonio cultural de Mendoza:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input checked="" type="checkbox"/>
Lo que es la arqueología:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input checked="" type="checkbox"/>	mucho <input type="checkbox"/>

Figura n°28: Encuesta actitudinal realizada por un visitante hombre.

Visitas educativas de Argentina: en el mes de septiembre se encuestaron 103 personas en total, siendo el 52% eran mujeres (54 personas) y el 48% varones (49 personas). Además, 50 mujeres y 51 varones fueron niños y solo dos (una mujer y un varón) adolescentes. Con respecto al mes de octubre, se encuestaron a 69 personas, de las cuales el 47% eran mujeres (32 personas) y 53% varones (37

personas). De este porcentaje 29 mujeres y 35 varones eran niños y 3 mujeres y 2 hombres adolescentes. Es importante aclarar que el 100% de estas visitas en los dos meses fueron realizadas con servicio de guía.

Visitas educativas de Argentina	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	103	69
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	30	14
Bastante	38	37
Algo	15	11
Poco	14	5
Nada	6	2
cambió la concepción de museo		
Mucho	22	14
Bastante	30	21
Algo	28	15
Poco	14	10
Nada	9	9
cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	32	18
Bastante	30	18
Algo	25	25
Poco	8	3
Nada	8	5
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	42	20
Bastante	19	15
Algo	17	18
Poco	16	9
Nada	9	7

Tabla n°49: datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas educativas de Argentina.

En septiembre el 60% y en octubre el 52% de las personas cambió entre mucho y bastante su idea acerca del patrimonio cultural mendocino, muchos de ellos opinaban que no sabían que era tan rico y variado. Con respecto al conocimiento arqueológico, el 59% en el mes de septiembre y el 51% en octubre de los públicos cambio mucho y bastante su idea sobre la disciplina. Muchos de los guías del museo, al ser arqueólogos, exponían durante los recorridos mucha información con respecto a este conocimiento. Es importante aclarar que la mayoría de las personas que cambiaron estos conceptos habían realizado la visita con el servicio de guía.

Con respecto al mes de septiembre, el mayor porcentaje de cambio se registró en la arqueología, y en el mes de octubre el cambió se focalizó en el pasado de Mendoza (en su categoría bastante), dos temas que conforman el gui3n curatorial del MAF.

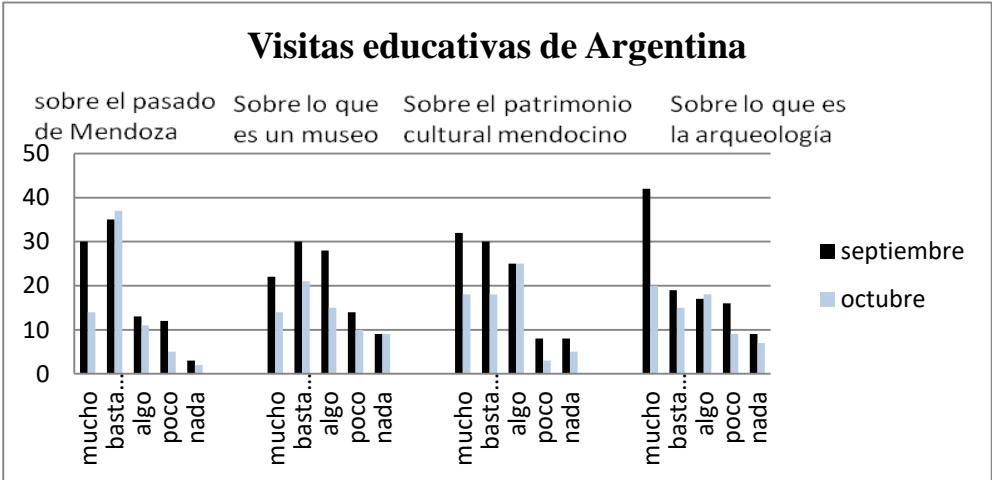


Figura n° 29: Cambios conceptuales de las visitas educativas de Argentina.

ENCUESTA MAF

Tu visita al museo, cambi3 lo que pensabas de:

Ciudad: C3RDABA
 Edad: 11 AÑOS
 Sexo: MUJER

El pasado de Mendoza: nada poco algo bastante mucho
 lo que entendía como un museo: nada poco algo bastante mucho
 El patrimonio cultural de Mendoza: nada poco algo bastante mucho
 lo que es la arqueología: nada poco algo bastante mucho

Figura n°30: Encuesta actitudinal realizada por una visitante niña, proveniente de Córdoba.

Visitas especiales: En el mes de septiembre se encuestaron a 34 personas, de las cuales el 47% correspondieron a mujeres (16 personas) y 53% a hombres (18 personas). En referencia a la edad 15 mujeres y 14 varones eran jóvenes, una mujer y tres hombres eran adultos de tipo 1 y solo un varón era adulto de tipo 2. Por otro lado, en el mes de octubre se encuestaron a 38 personas, de las cuales el 58% eran mujeres (22 personas) y el 42% hombres (16 personas). De todo el total de los encuestados, 19 mujeres y 11 varones eran niños, 2 mujeres y 5 hombres eran adolescentes y 1 mujer era adulta de tipo 1. Por otro lado, el 100% de las visitas en los dos meses se realizaron con servicio de guía.

Visitas Especiales	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	34	38
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	7	21
Bastante	6	6
Algo	12	10
Poco	8	1
Nada	1	0
cambió la concepción de museo		
Mucho	3	13
Bastante	9	12
Algo	5	8
Poco	9	4
Nada	8	1
cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	4	14
Bastante	10	9
Algo	13	10
Poco	6	4
Nada	1	1
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	6	17
Bastante	14	8
Algo	8	8
Poco	4	4
Nada	2	1

Tabla n°50: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas especiales.

Como se observa en la tabla n°50, el cambio conceptual no superó el 70% del total de los encuestados. Los porcentajes más altos en las visitas especiales se verificaron en cambios conceptuales referidos a la arqueología entre las categorías mucho y bastante; en el mes de septiembre un 64% y en octubre 68%. Con respecto al cambio registrado sobre el pasado de Mendoza, en octubre se dio el porcentaje más alto entre las categorías mucho y bastante (68% y en septiembre 39%). Fue en el mes de octubre también donde todos los públicos aprendieron y cambiaron sus concepciones con respecto al pasado de esta ciudad (la categoría nada dio 0 cambios). Éstos estuvieron sujetos a lo que los públicos concebían como un museo, y los porcentajes fueron en septiembre el 35% y en octubre el 66% entre las categorías mucho y bastante.

También se modificó la idea que tenían sobre el patrimonio cultural mendocino, en septiembre en un 41% y 61% en octubre entre las categorías mucho y bastante. Con estos datos, se siguió comprobando que los cambios de ideas más representativos se dieron en mayor medida sobre el pasado de Mendoza y a la arqueología, agregándose en el mes de octubre un importante porcentaje de cambio en las categorías mucho y bastante de las concepciones que los visitantes tenían en torno a la institución museológica. Éstos fueron registrados mayoritariamente en personas que realizaron la visita con el servicio de guía.

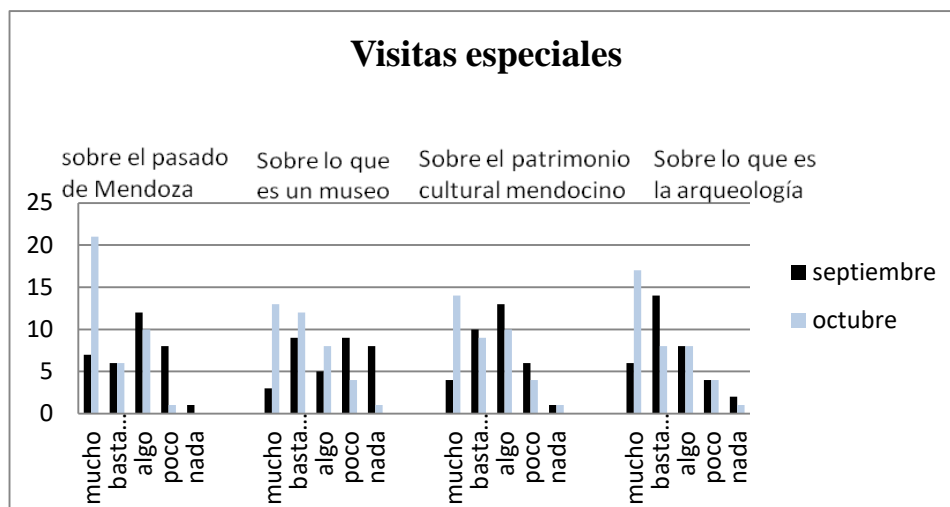


Figura n° 31: Cambios conceptuales de las visitas especiales.

Visitas turísticas de Mendoza: En el mes de septiembre se encuestaron en total a 29 personas, donde el 76% eran mujeres (22 personas) y 24% hombres (7 personas). Haciendo referencia a la edad 3 mujeres eran adolescentes, 5 mujeres y 4 varones eran jóvenes, 7 mujeres y 3 hombres eran adultos de tipo 1 y 7 mujeres eran adultas de tipo 2. De este total, sólo 16 personas recorrieron el museo con el servicio de guía. Por otro lado, en el mes de Octubre se encuestaron 27 personas, siendo el 52% mujeres (14 personas) y 48% hombres (13 personas). En cuanto a la edad 1 mujer y 1 varón eran niños, 4 mujeres y 8 varones eran jóvenes, 3 mujeres y 2 varones adultos de tipo 1, 5 mujeres y 2 varones eran adultos de tipo 2 y por último 1 mujer era jubilada. Por otro lado, de las 27 personas, solo 13 personas realizaron el recorrido con el servicio de guía.

Las encuestas revelaron importantes cambios en lo que respecta al pasado de Mendoza (en septiembre 58% y en octubre 63% entre las categorías mucho y bastante) y también a la concepción del museo. Como indica la tabla n°51, el más alto fue octubre (59%), no así septiembre (48%). También, en el patrimonio cultural se registró un alto porcentaje de cambio en los dos meses (56% en septiembre y 58% en octubre, entre las categoría mucho y bastante). Esta variable en el mes de octubre, todas las personas cambiaron, aunque sea mínimamente, su concepción sobre el patrimonio regional. Los cambios en los que concierne a la arqueología en el mes de septiembre fueron del 55% y en octubre del 56%. Por

otra parte, se pudo observar que todos los públicos encuestados aprendieron, aunque sea en un porcentaje mínimo, sobre el patrimonio cultural mendocino en el mes de octubre.

Visitas Turísticas de Mendoza	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	29	27
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	7	2
Bastante	10	15
Algo	4	5
Poco	4	4
Nada	4	1
cambió la concepción de museo		
Mucho	9	7
Bastante	8	6
Algo	5	7
Poco	3	4
Nada	4	3
cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	10	5
Bastante	6	6
Algo	1	6
Poco	7	2
Nada	5	0
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	7	10
Bastante	9	5
Algo	7	8
Poco	3	2
Nada	3	2

Tabla n°51: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas turísticas de Mendoza.

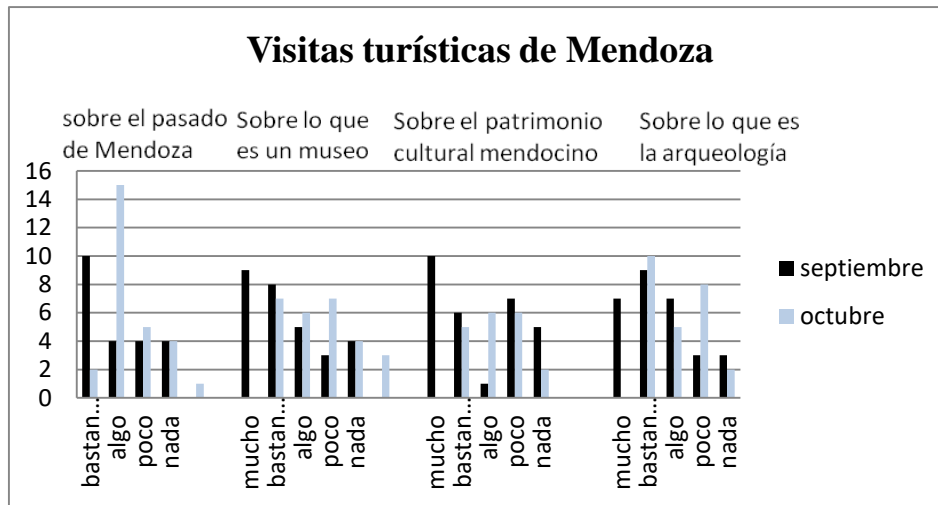


Figura n° 32: cambios conceptuales de las visitas turísticas de Mendoza.

Encuesta MAF

Tu visita al museo, cambió lo que pensabas de:

Ciudad: *Mendoza*
 Edad: *Femenino*
 Sexo: *35*

El pasado de Mendoza:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input checked="" type="checkbox"/>
Lo que entendía como un museo:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input checked="" type="checkbox"/>
El patrimonio cultural de Mendoza:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input checked="" type="checkbox"/>
Lo que es la arqueología:	nada <input type="checkbox"/>	poco <input type="checkbox"/>	algo <input type="checkbox"/>	bastante <input type="checkbox"/>	mucho <input checked="" type="checkbox"/>

Figura n°33: Encuesta actitudinal realizada por un visitante femenino, adulta de tipo n°1.

Visitas turísticas de Argentina: En el mes de septiembre se encuestaron a 23 personas, siendo el 52% mujeres (12 personas) y el 48% hombres (11 personas). Haciendo referencia a la edad, 3 mujeres y 2 varones eran jóvenes, 4 mujeres y 2 varones eran adultos de tipo 1, 2 mujeres y 5 varones eran adultos de tipo 2 y 3 mujeres y 2 varones eran jubilados. Por otro lado, solo 11 personas realizaron la visita con el servicio de guía.

En cuanto al mes de octubre, se encuestaron 71 visitantes, siendo 52% mujeres (37 personas) y el 48% varones (34 personas). Del total de los encuestados en octubre, 1 varón era niño, 12 mujeres y 9 varones eran adolescentes, 12 mujeres y 12 varones eran adultos de tipo 1, 9 mujeres y 10 varones eran adultos de tipo 2 y 4 mujeres y 2 varones eran jubilados. Además, solo 36 personas realizaron el recorrido con el servicio de guía.

Visitas Turísticas de Argentina	Septiembre	Octubre
--	-------------------	----------------

Total de visitantes encuestados	44	71
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	13	20
Bastante	21	35
Algo	5	14
Poco	5	2
Nada	0	0
cambió la concepción de museo		
Mucho	7	13
Bastante	21	19
Algo	10	14
Poco	4	3
Nada	2	12
cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	19	29
Bastante	15	28
Algo	6	12
Poco	4	2
Nada	0	0
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	12	23
Bastante	14	20
Algo	10	11
Poco	5	6
Nada	3	11

Tabla n°52: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas turísticas de Argentina.

La tabla n°52, registra que los mayores porcentajes de cambios fueron registrados en el pasado de Mendoza (78% en el mes de septiembre y 77% en el de octubre entre las categorías bastante y mucho), y en el patrimonio cultural mendocino (77% en septiembre y 80% en octubre entre las categorías mucho y bastante). Por otro lado, la noción de la arqueología no tuvo altos porcentajes de cambio (59% en el mes de septiembre y 60% en octubre entre las categorías mucho y bastante), al igual de la concepción de la institución arqueológica (64% en septiembre y 52% en

octubre entre las categorías mucho y bastante). Es importante aclarar que el 69% de las personas que cambiaron mucho y bastante su concepción sobre el pasado de Mendoza y de la arqueología, realizaron la visita con el servicio de guía a diferencia de los que contestaron con categorías: poco, algo y nada de cambio, que eran en su mayoría visitantes que no habían utilizado dicho servicio.

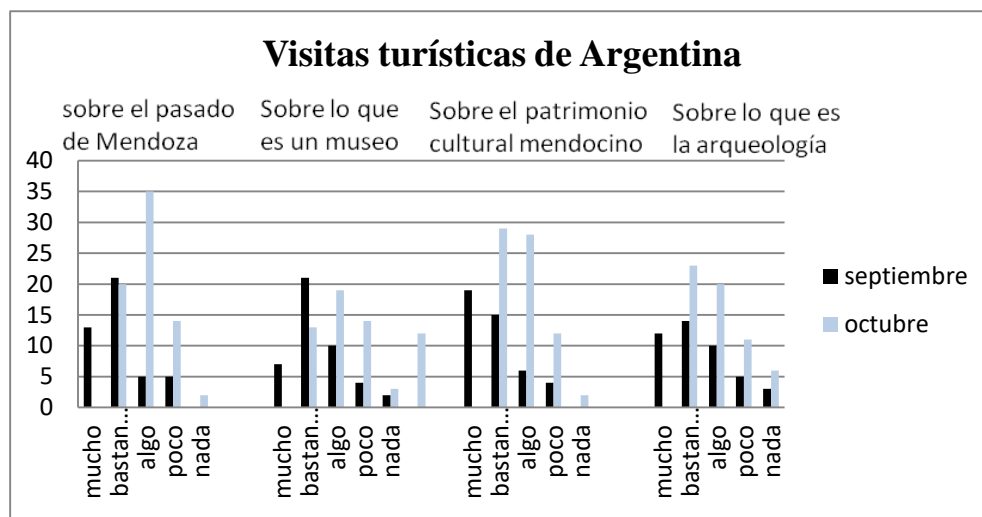


Figura n° 34: cambios conceptuales de las visitas turísticas de Argentina.

Visitas turísticas de América: En el mes de septiembre se encuestaron a 23 personas en total, siendo 52% (12) mujeres (3 jóvenes, 4 adultos tipo1, 2 adultos tipo 2 y 3 jubilados) y el 48% (11) varones (2 jóvenes, 3 adultos tipo 1, 4 adultos tipo 2 y 2 jubilados). Del total de los encuestados en este mes, 20 personas utilizaron el servicio de guía. Por otro lado, en el mes de octubre se encuestaron 18 personas en total, de las cuales, el 67% (12) eran mujeres (1 adolescente, 6 jóvenes, 2 adultos tipo 1, 2 adultos tipo 2 y 1 jubilado) y el 33% (6) hombres (3 jóvenes, 2 adultos tipo 2 y 1 jubilado). A estos porcentajes se le agrega que solo 8 personas utilizaron el servicio de guía.

Visitas Turísticas de América	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	23	18
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	6	8
Bastante	11	5
Algo	5	5
Poco	1	0
Nada	0	0

cambió la concepción de museo		
Mucho	3	8
Bastante	5	3
Algo	11	3
Poco	1	3
Nada	3	1
cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	11	9
Bastante	7	4
Algo	4	4
Poco	1	1
Nada	0	0
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	4	5
Bastante	8	5
Algo	7	3
Poco	1	2
Nada	3	3

Tabla n°53: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas turísticas de América.

Con esta técnica se pudo comprobar que existieron importantes cambios actitudinales en lo que respecta a la concepción que tenían los públicos sobre el patrimonio cultural mendocino (en el mes de septiembre el 79% y en octubre el 72% de cambios en las categorías bastante y mucho). A esto se le sumó que el 74% en septiembre y el 72% en octubre de las personas cambiaron mucho y bastante su concepción sobre el pasado de Mendoza. Estos fueron los porcentajes más altos registrados en las visitas turísticas de América, y pertenecieron en su mayoría (58%) a personas que no utilizaron el servicio de guía. En cuanto a la concepción del museo se verificaron muy pocos porcentajes de cambios conceptuales (35% en el mes de septiembre y 61% en el mes de octubre). Otros bajos porcentajes también se presentaron en la concepción de la arqueología (52% en septiembre y 56% en octubre).

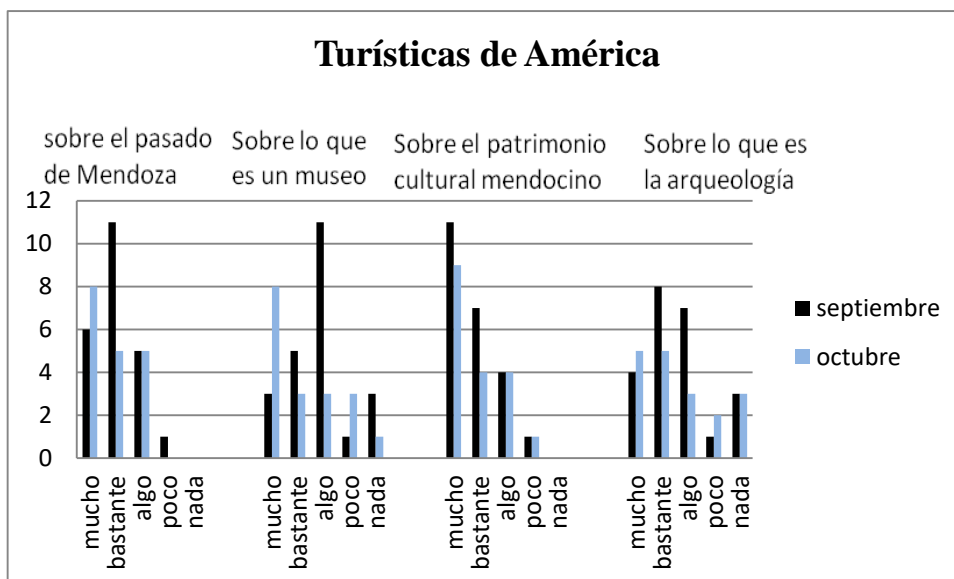


Figura n° 35: Cambios conceptuales de las visitas turísticas de América.

Visitas turísticas de Europa: En el mes de septiembre se encuestaron a 4 hombres. Estos eran 2 jóvenes y 2 adultos de tipo 2, y de ellos, 2 realizaron el recorrido utilizando el servicio de guía. Por otro lado, en el mes de octubre se encuestaron a 7 visitantes en total, siendo el 43% mujeres (3 personas) y el 57% varones (4 personas). De todos ellos, 2 mujeres eran jóvenes, 1 mujer y 2 varones eran adultos de tipo 1 y 1 mujer y 1 varón eran adultos de tipo 2. Por otro lado, solo 3 personas utilizaron el servicio de guía brindado por el museo.

Visitas Turísticas de Europa	Septiembre	Octubre
Total de visitantes encuestados	4	7
cambió la concepción del pasado de Mendoza		
Mucho	0	5
Bastante	3	2
Algo	1	0
Poco	0	0
Nada	0	0
cambió la concepción de museo		
Mucho	0	3
Bastante	3	2
Algo	0	0
Poco	1	2
Nada	0	0

cambió la concepción del patrimonio cultural mendocino		
Mucho	1	3
Bastante	2	3
Algo	1	0
Poco	0	0
Nada	0	0
cambió la concepción de la arqueología		
Mucho	0	4
Bastante	1	0
Algo	1	0
Poco	1	1
Nada	1	2

Tabla n°54: Datos obtenidos en las encuestas actitudinales correspondientes a las visitas turísticas de Europa.

Como se registra en la tabla n°54, en el mes de septiembre casi ninguno de los encuestados (salvo un caso en la variable del patrimonio cultural mendocino) cambió mucho sus concepciones tras visitar el MAF. Las personas que utilizaron el servicio de guía (en los dos meses) fueron en su mayoría las que registraron mayores transformaciones (en el mes de octubre todas las personas que cambiaron entre mucho y bastante sus conceptos todas habían utilizado el servicio de guía). Es decir que en estas visitas el guía fue un gran condicionante para que se produzcan cambios conceptuales.

Además la tabla n°54 evidencia que fueron los encuestados del mes de octubre los que más modificaron sus concepciones, siendo el pasado de Mendoza (100%) y el patrimonio cultural (90%), los índices más altos. Esto confirma que al igual que las visitas anteriores, las personas de origen europeo aprendieron en el MAF. Esto no pasó con el conocimiento arqueológico, debido a que fue en el mes de septiembre el índice más bajos registrados (25%), aumentando en octubre (con un 57% en las categorías mucho y bastante).

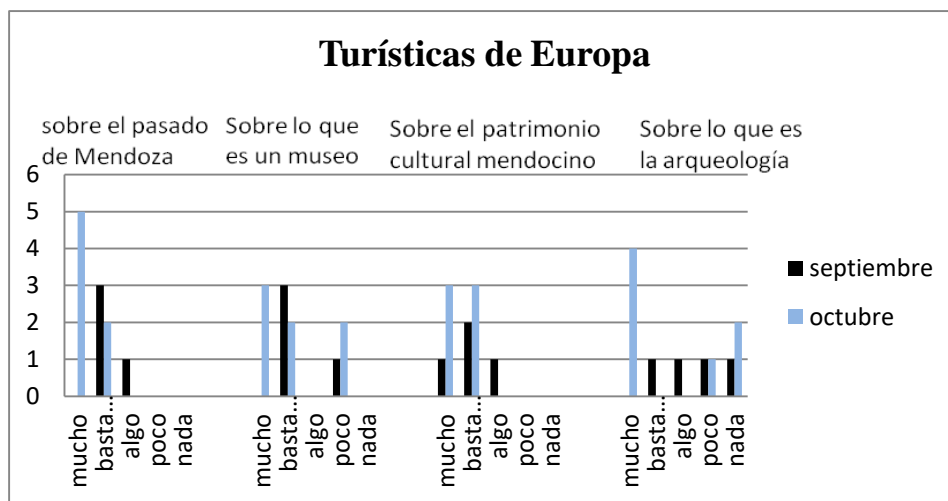


Figura n° 36: Cambios conceptuales de las visitas turísticas de Europa.

Reflexiones generales sobre las encuestas actitudinales.

Esta técnica demostró altos índices con respecto al cambios en ideas y conceptos de los públicos. La mayor cantidad registra se obtuvo en lo que concierne a la temática y guión del MAF (el pasado, el patrimonio cultural de Mendoza y la arqueología). Estos datos comprobaron que el mensaje muesológico era claro y entendible para todo tipo de personas, hayan realizado el recorrido con o sin el guía de sala, por lo que éste último no fue un factor determinante en el proceso de aprendizaje. Por otro lado, en menor medida en todos los tipos de visitas se cambiaron las concepciones sobre el museo. A su vez, las tablas n°48, n° 49, n°50, n°51, n°52, n°53 y n°54 evidenciaron que la mayoría de las personas encuestadas cambiaron sus concepciones durante la visita en las diferentes variables analizadas (pasado de Mendoza, concepción de museo, etc.).

Por otro lado, en todas las encuestas actitudinales se compararon las opiniones de los visitantes que recorrieron el museo con el servicio de guía y sin éste, y se comprobó que las personas que más aprendían y cambiaban sus conceptos sobre el pasado de Mendoza y la arqueología fueron aquellas que habían utilizado dicho servicio. Esto evidenció un condicionamiento de la información que esta persona aportaba.

Finalizando con esta reflexión, se concluye que las visitas de tipo educativa de Mendoza y turística de Argentina fueron las que más cambiaron sus concepciones sobre el pasado de Mendoza tras visitar el MAF, seguidas por los visitantes provenientes de visitas educativas de diversos puntos de la Argentina. Se entiende que esto sucede porque las personas que no vivían en esta provincia tenían poco o nulo conocimiento sobre su pasado. En este caso, los visitantes de Mendoza que asistieron con la escuela ampliaron su conocimiento no sólo sobre el pasado de su ciudad, sino de otros conceptos que en la escuela se dejan de lado, como la arqueología, la toma de conciencia sobre la preservación del patrimonio, identidad, memoria y pasado, entre otros. Este aprendizaje se llevó a cabo en un sitio arqueológico, desarrollándose de manera contextualizada, y desde conexiones intelectuales y afectivas con el patrimonio (Morales 2008, 2011).

Por otro lado, fueron las personas de visitas educativas de Mendoza y especiales las que cambiaron en mayor medida sus ideas con respecto a la arqueología. Es importante aclarar que todos estos públicos utilizaron el servicio de guía, siendo su explicación un factor determinante. También se registró que los mayores cambios en lo que concierne al patrimonio cultural mendocino provenían de visitantes de Argentina que ingresaban al MAF como turistas, siendo éste su primer acercamiento a las problemáticas allí tratadas. Finalmente se comprobó que fueron los visitantes educativos de Mendoza los que presentaron mayores cambios con respecto a la idea que tenían de un museo. Este dato pudo deberse a su corta edad y experiencia dentro de espacios museales.

Encuestas auto-administradas

Se encuestaron durante el mes de noviembre del año 2011, a 101 visitantes, siendo 47 hombres y 54 mujeres. De este total, solo 52 personas recorrieron el museo con el servicio de guía. En referencia a la edad, 13 eran niños, 10 adolescentes, 29 jóvenes, 26 adultos de tipo 1, 18 adultos de tipo2 y 6 ancianos. A continuación, se desglosa cada tipo de visitas por separado.

Visitas de tipo turística de origen mendocino: Se encuestaron a 21 visitantes en total, de los cuales 11 eran varones (3 niños, 1 adolescente, 5 jóvenes y 2 adultos de tipo 1). De los 11 varones que realizaron esta técnica, 10 vinieron acompañados de sus familiares y pareja y 1 ingresó en compañía de amigos. También se encuestaron a 10 visitantes eran mujeres (6 jóvenes, 1 adulta de tipo 1, 2 adultas de tipo 2 y 1 anciana), siendo 7 las que ingresaron acompañadas de amigos y 3 por familiares y/o pareja. Por otro lado, de los 21 visitantes, solo 10 realizaron la visita utilizando el servicio de guía. Otro dato aportado fue que del total de encuestados, 15 públicos era la primera vez que visitaban el MAF y 6 ya lo habían hecho entre dos a cuatro veces. Con respecto a la opinión que dejaron los visitantes en las encuestas auto-administradas, se registró la siguiente información:

Variable de análisis	Tipo de respuesta	Cantidad de visitantes que eligieron esta opción:
EI MAF	Lugar para aprender	10 personas
	Espacio participativo y abierto a otras opiniones	7 personas
	Lugar cómodo y lindo	4 personas
La exposición museográfica	Hace pensar y reflexionar	12 personas
	Es didácticas y comprensible	8 personas
	Científica y difícil	1 persona
Las excavaciones arqueológicas	Llamaron la atención	15 personas
	Ayudaron a comprender mejor la exposición	6 personas
Durante la visita	Se reforzó conocimientos	11 personas
	Se aprendió algo nuevo	9 personas
	Se perdió, confundió y vio poco	1 persona

Tabla n° 55: Resultados de las encuestas auto-administradas de las visitas turísticas de Mendoza

De los públicos que opinaron que el MAF era un lugar para aprender, 6 eran hombres y 4 mujeres; y el 80% jóvenes. Además 7 habían realizado su visita utilizando el servicio de guía, por lo que se piensa que la explicación hizo que las personas tuvieran (aunque sea mínimo) algún tipo de aprendizaje. Por otro lado,

las personas que opinaron que el MAF era un espacio participativo y abierto a otras opiniones fueron 5 mujeres y 2 hombres, todos jóvenes, siendo solo 4 los utilizaron el servicio de guía. Por último las personas que definieron al museo como un lugar cómodo y lindo, 3 eran hombres, pertenecientes al grupo etario niños y solo 1 persona era mujer adulta de tipo 1. Los visitantes que efectuaron esta última opinión, la mayoría (4) no habían utilizado el servicio de guía del museo.

Con respecto a la opinión registrada sobre la exposición del MAF, los públicos que opinaron que los hace pensar y reflexionar fueron 7 mujeres y 5 hombres, todos jóvenes. Por otro lado, fueron 5 personas hombres y 3 mujeres (todos jóvenes) las que opinaron que la exposición era didáctica y comprensible, siendo solo 3 lo que habían realizado la visita sin utilizar el servicio de guía. Por último, se registró 1 niño varón que pensó que la exposición era científica y difícil, y había utilizado el servicio de guía. Se cree que esta última opinión puede deberse a que en algunas ocasiones, los guías utilizaban un tipo de explicación de acuerdo a las características etarias mayoritarias del grupo, por lo que si había pocos niños, podían correr el riesgo de no comprender la explicación debido a su nivel educativo. El niño que opinó que la exposición era científica y difícil, pudo deberse a ese caso.

En cuanto a las opiniones identificadas sobre las excavaciones arqueológicas, los que comentaron que ayudaron a comprender mejor la exposición, 3 eran mujeres y 3 varones, y solo 2 habían utilizado el servicio de guía. Además hubo públicos que opinaron que las excavaciones sólo les llamaron la atención. De éstos 8 eran hombres y 7 mujeres, siendo la mayoría jóvenes, y 9 utilizaron el servicio de guía.

No obstante, durante la visita las personas encuestadas que opinaron que aprendieron algo nuevo, 6 eran hombres y 3 mujeres, siendo solo 4 los que habían utilizado el servicio de guía. Por otro lado, los públicos que reforzaron conocimientos adquiridos en otros ámbitos externos al museo (como la escuela), 7 eran mujeres y 4 hombres. De todas las personas que registraron esta opinión, 7 habían utilizado el servicio de guía. Por último 1 niño varón que utilizó el servicio

de guía opinó que en la visita se perdió, confundió y vio poco. Esta persona fue la misma que comentó que la exposición era científica y difícil, es decir que sus opiniones concuerdan en una mala experiencia museística.

Además de lo anterior, al 100% de los encuestados les gustó el MAF, pensaron que sus servicios eran buenos, y por lo tanto lo recomendarían a otras personas. Con respecto a los focos atencionales registrados, se percibió que a 8 personas (3 varones y 5 mujeres) les llamó la atención las excavaciones, las ruinas y la arqueología, resultándoles muy interesantes. Además de lo registrado, a 5 personas (4 mujeres y 1 hombre) les llamó la atención el guión curatorial y la exposición del museo, percibiéndola como interesante y bien representada. Por último, solo 1 varón joven se interesó por la cultura Inca, sintiéndose identificado con esa sociedad. El resto de los encuestados no registró ningún foco atencional en las encuestas.

Visitas de tipo turísticas de origen argentino: se encuestaron a 54 visitantes en total, de los cuales 26 eran hombres (2 niños, 1 adolescente, 3 jóvenes, 9 adultos de tipo1, 9 adultos de tipo2 y 5 ancianos). Sólo 18 varones vinieron acompañados por sus familiares y/o pareja, 5 por amigos y 3 por otro tipo de compañía (sin especificar en todos los casos). Por otro lado, se encuestaron a 28 visitantes femeninos (6 niñas, 8 adolescentes, 3 jóvenes, 8 adultas de tipo1, 10 adultas de tipo2 y 1 anciana). Del total, 17 vinieron acompañadas por familiares y/o pareja, 3 por amigos y 8 por otro tipo de compañía sin especificar. Solo 30 del total de los encuestados utilizaron el servicio de guía del museo durante el recorrido. También se relevó que 47 personas era la primera vez que visitaban el MAF y 7 ya lo habían hecho entre dos a cuatro veces. En cuanto a sus opiniones, se registraron los siguientes datos:

Variable de análisis	Tipo de respuesta	Cantidad de visitantes que eligieron esta opción:
EI MAF	Lugar para aprender	33 personas
	Espacio participativo y abierto a otras opiniones	17 personas
	Lugar cómodo y lindo	4 personas

La exposición museográfica	Hace pensar y reflexionar	28 personas
	Es didácticas y comprensible	24 personas
	Científica y difícil	1 persona
Las excavaciones arqueológicas	Llamaron la atención	32 personas
	Ayudaron a comprender mejor la exposición	20 personas
	No enseñaron nada	1 persona
Durante la visita	Se aprendió algo nuevo	45 personas
	Se reforzó conocimientos	9 personas

Tabla n°56: Resultados de las encuestas auto-administradas de las visitas turísticas de Argentina

De los visitantes que pensaron que el museo era un lugar para aprender, 14 eran hombres y 19 mujeres, la mayoría eran adultos de tipo1 y 2, y solo 18 utilizaron el servicio de guía. Por otro lado, de los visitantes que pensaron que era un espacio participativo y abierto a otras opiniones, 7 eran mujeres y 10 hombres, y 9 utilizaron el servicio de guía. Por último las personas que definieron al MAF como un lugar cómodo y lindo, 2 eran hombres que habían realizado el recorrido con guía y 2 eran mujeres que no habían utilizado el servicio de guía para recorrer el museo.

Con respecto a lo que pensaron sobre la exposición, de los públicos que opinaron que era didáctica y comprensible, 13 eran hombres y 11 mujeres, y de ellos 14 habían utilizado el servicio de guía. Por otro lado, las personas que pensaron que la exposición los hizo pensar y reflexionar, todas habían aprendido algo nuevo en la visita, eran 13 hombres y 15 mujeres, y 15 utilizaron el servicio de guía. Por último 1 persona mujer (adulto de tipo1), realizó la visita sin el servicio de guía, opinó que la exposición era científica y difícil.

Sobre las excavaciones arqueológicas, de los visitantes que opinaron que éstas ayudaron a comprender mejor la exposición, 10 eran mujeres y 10 hombres, y solo nueve utilizaron el servicio de guía. Por otro lado, hubo personas que opinaron que éstas solo les llamaron la atención. Estos públicos, 14 eran varones y 18 mujeres, mientras que 19 de ellas recorrieron el museo con el servicio de guía. Por último 1 varón adulto de tipo1 que había realizado el recorrido con servicio de guía, opinó que las excavaciones no le enseñaron nada.

Durante el desarrollo de la visita al MAF, las personas que opinaron que aprendieron algo nuevo, 16 eran hombres y 29 mujeres, siendo sólo 23 los que realizaron el recorrido con servicio de guía. Este último dato, evidencia que la explicación del guía no condicionó que los públicos aprendan durante su visita. Por otro lado, hubo visitantes que solo reforzaron conocimientos, estos fueron 4 mujeres y 5 varones, todos adultos, y 7 visitaron el museo con el servicio de guía. Además, a todos los encuestados les gustó el museo y pensaron que los servicios eran buenos, por lo que recomendarían el MAF a otras personas.

En relación a los focos atencionales registrados en los públicos, se supo que a 17 personas les llamó la atención las excavaciones, las ruinas y la arqueología, porque les pareció muy interesante encontrar excavaciones dentro del museo. Por otro lado; 6 visitantes prefirieron la cultura Huarpe (todas mujeres adultas de tipo 1 y 2); otros 6 comentaron que les llamó la atención la momia Inca del Aconcagua, ya que era la primera vez que la conocían y tenían información acerca de la misma; 5 personas se interesaron por los cambios acontecidos después del terremoto y a 11 públicos les gustó la exposición del museo, siendo entendible y dinámica.

Visitas turísticas de origen americano: En este tipo de visitas, se encuestaron a 18 visitantes en total. Éstos eran 11 varones (6 jóvenes, 1 niño, 1 adolescente, 2 adultos de tipo 1 y 1 adulto de tipo 2). Del total, sólo 6 vinieron acompañados de sus familiares y pareja y 5 de amigos. Por otro lado, se encuestaron a 7 públicos femeninos (una adulta de tipo1 y 2 jóvenes), todas acompañadas por familiares. Del total de los encuestados en el mes, solo 9 utilizaron el servicio de guía, también se registró que 15 visitantes era la primera vez que lo visitaban y 3 ya lo habían hecho entre dos a cuatro veces. Con respecto a las opiniones, se registró la siguiente información:

Variable de análisis	Tipo de respuesta	Cantidad de visitantes que eligieron esta opción:
EI MAF	Lugar para aprender	10 personas
	Espacio participativo y abierto a	7 personas

	otras opiniones Lugar cómodo y lindo	1 persona
La exposición museográfica	Es didácticas y comprensible Hace pensar y reflexionar Científica y difícil	10 personas 6 personas 2 personas
Las excavaciones arqueológicas	Llamaron la atención Ayudaron a comprender mejor la exposición	13 personas 5 personas
Durante la visita	Se aprendió algo nuevo Se reforzó conocimientos	13 personas 5 personas

Tabla n° 57: Resultados de las encuestas auto-administradas de las visitas turísticas de América

En cuanto a las opiniones efectuadas sobre el museo, de los que comentaron que era un lugar para aprender, 6 eran hombres y 4 mujeres; de éstos sólo 5 utilizaron el servicio de guía. Por otro lado, a las personas que les pareció el MAF participativo y abierto a otras opiniones, 3 eran mujeres y 4 hombres, y 5 lo recorrieron con el guía. Por último solo 1 persona (masculina) lo definió como un lugar cómodo y lindo, ya que manifestó sentirse muy a gusto durante su visita.

Por otro lado, de las personas que opinaron que la exposición del MAF era didáctica y comprensible, 3 eran mujeres y 7 hombres, y 9 habían utilizado el servicio de guía. También se registraron públicos que opinaron que la exposición los hizo pensar y reflexionar, todos ellos habían aprendido algo nuevo en la visita. Estos eran 2 hombres y 4 mujeres, y solo dos habían realizado la visita con servicio de guía. Por último sólo 2 personas hombres (1 niño y 1 adulto), que realizaron la visita sin el servicio de guía pensaron que la exposición era científica y difícil, ya que les resultó tediosa y en ocasiones poco entendible.

Con respecto a las excavaciones, los públicos que opinaron que ayudaron a comprender mejor la exposición, 4 eran mujeres y 1 varón, siendo 4 los que utilizaron el servicio de guía. También se registraron 10 varones y 3 mujeres que opinaron que les llamaron la atención, solo cinco habían recorrido el museo con el guía. Además, hubo personas que aprendieron algo nuevo durante su recorrido, éstas fueron 8 varones y 5 mujeres, y de ellos solo 7 habían utilizado un guía.

También se identificó que 5 públicos reforzaron conocimientos, estos fueron 2 eran mujeres y 3 varones, de los cuales solo 2 visitaron con el servicio de guía.

Más allá de las diferencias, al 100% de los encuestados les gustó el MAF, pensaron que los servicios eran buenos, además que todos (salvo 1 varón adulto) lo recomendarían a otras personas. Haciendo referencia a los focos atencionales se identificó que a 7 públicos les llamó la atención las excavaciones, las ruinas y la arqueología, porque exponía directamente y sin intermediarios el pasado de la ciudad; a 2 personas les llamó la atención la cultura Huarpe (femeninos adultos de tipo1); 2 personas sintieron gran atracción por la historia colonial y el impacto que generó la conquista española en América (Primer Punto de Inflexión-PI1). Éstas últimas eran mujeres jóvenes.

Otro foco atencional registrado en una mujer estudiante de arquitectura, fueron las maquetas expuestas en diversas salas del MAF, ya que para ella eran didácticas. Otra mujer adulta comentó que le pareció muy interesante la explicación del guía, porque era completa y reflexiva, y por último a 1 visitante hombre adulto de tipo 1, le llamó la atención el terremoto de 1861 (Segundo Punto de Inflexión o PI2), debido a que desconocía este acontecimiento y su repercusión en la historia de la ciudad.

Visitas turísticas de origen europeo: Se encuestaron a 7 hombres (2 adultos de tipo 1, 1 joven y 1 adulto de tipo2) y 3 visitantes femeninos (2 adultas de tipo 2 y una joven). De estos públicos, 5 realizaron la visita acompañados de amigos y 2 vinieron con la familia y/o pareja. Por otro lado, 4 visitas utilizaron el servicio de guía. También se conoció que todas las personas era la primera vez que visitaban el MAF. Es importante aclarar que el 100% de los públicos encuestados entendían el idioma castellano, por lo que el lenguaje no fue un impedimento en su experiencia museística. Con respecto a las opiniones emitidas, se registraron las siguientes:

Variable de análisis	Tipo de respuesta	Cantidad de visitantes que eligieron esta opción:
El MAF	Lugar para aprender	7 personas

La exposición museográfica	Es didácticas y comprensible	4 personas
	Hace pensar y reflexionar	3 personas
Las excavaciones arqueológicas	Ayudaron a comprender mejor la exposición	4 personas
	Llamaron la atención	3 personas
Durante la visita	Se aprendió algo nuevo	7 personas

Tabla n° 58: Resultados de las encuestas auto-administradas de las visitas turísticas de Europa.

Haciendo referencia al museo, todos los encuestados opinaron que el MAF era un lugar para aprender, debido a que el 100% adquirió nuevos conocimientos. En cuanto a la exposición arqueológica, 3 mujeres comentaron que este espacio hace pensar y reflexionar sobre el pasado de Mendoza, y 4 varones anotaron que la exposición era didáctica y comprensible. Con respecto a las excavaciones, hubo 3 mujeres y 1 varón que opinaron que éstas ayudaron comprender mejor la exposición, y a 3 masculinos sólo les llamó la atención.

Por otro lado, el 100% de los públicos mencionó que les gustó el museo y que los servicios eran buenos (en muchos casos se hizo alusión a la limpieza del lugar), además de recomendar el MAF a otros visitantes. No obstante, ninguno de los encuestados europeos comentó focos atencionales durante el recorrido²³.

Reflexiones sobre las encuestas auto-administradas

Esta técnica aportó variada y valiosa información que ayudó a comprender la experiencia museística de los públicos. Uno de los datos más llamativos fue que se registraron pocas diferencias entre públicos que hicieron su recorrido con el guía y los que no. Un ejemplo de esto se pudo observar en que la gran mayoría adquirió nuevos conocimientos más allá de utilizar o no este servicio. Este dato evidencia que el guión curatorial del MAF, y la información expuesta era

²³ Ver cuestionario completado por público en figura n°37, ubicada en anexos.

entendible y didáctica; y los públicos no tuvieron problemas para comprenderla. Por otro lado, muchas personas llegaban con una idea previa sobre los museos, como un lugar de aprendizaje, relacionando este espacio con la escuela y el sistema educativo.

Otro dato importante fue la gran cantidad de públicos a los que les llamaron la atención las excavaciones arqueológicas, siendo que no estaban del todo integradas al guión curatorial. Con respecto a las opiniones registradas sobre la exposición, el 76% de los encuestados la calificaron como didáctica y comprensible, y un 22% comentó que hacía reflexionar sobre el pasado de la ciudad de Mendoza. En cuanto a los focos atencionales registrados, muchos coincidieron con los registrados en los PMM, revelando grandes puntos de interés sin distinguir género, origen, edad ni tipo de visita, como la momia Inca del Aconcagua.

A modo de cierre, se verificó que el 83% de los encuestados era la primera vez que visitaba el MAF, y solo un porcentaje muy bajo (17%) había venido entre dos y cuatro veces. Los públicos que ya lo conocían, comentaron que había cambiado mucho desde su última visita (11%), y pocos (6%) no percibieron modificaciones. Con respecto a los servicios, el 100% dijo que eran buenos, por lo que se llevaron una buena satisfacción final de la visita (Ojeda 2008), que puede indicar un posible retorno al MAF o atraer a nuevos públicos. A modo de cierre, se concluyó que las encuestas auto-administradas como bien se pudo observar, revelaron valiosa información que llevó a conocer distintas opiniones de los visitantes del MAF sobre su experiencia museística.

Conversaciones provocadas

Esta técnica se realizó a 250 visitantes en el mes de noviembre del año 2011, y se llevó a cabo en un marco de aprendizaje lúdico y gran participación por parte de los públicos, lo que generó un ambiente cómodo para explayarse. Siguiendo la muestra representativa para el mes, 190 personas pertenecieron a las visitas

educativas de Mendoza, 29 a visitas educativas de argentina y 31 a visitas especiales. Es importante aclarar que las visitas especiales se realizaron sin el servicio de guía, con el fin de registrar cambios entre las personas que habían utilizado este servicio y las que no lo hicieron.

Visitas educativas de Mendoza: El 63% correspondió a la categoría etaria niños y el 37% a la de adolescentes, y el 57% eran mujeres y el 43% hombres. Todas estas visitas fueron realizadas con el guía del museo y en compañía de compañeros y maestros de escuela. Con respecto a la pregunta n°1 (que indagaba sobre las opiniones generadas por el MAF, su exposición y excavaciones) se comprobó que al 97% les pareció muy entretenido y un lugar agradable.

Por otro lado, y focalizando en los datos obtenidos en la percepción e interacción por parte de los públicos con la exposición, hubo muy buenos resultados: el ejercicio de ubicar contextual e históricamente los materiales arqueológicos demostró que el aprendizaje fue óptimo durante la visita, ya que los participantes no presentaron grandes problemas a la hora de contextualizarlos y explicar sobre su elaboración y función.

En el caso de los públicos niños, los objetos con los que se familiarizaron en mayor medida, por su corta edad, fueron los correspondientes al siglo XIX y XX. Muchos habían visto estos materiales en la casa de sus abuelos o en sus propias casas y los concebían como objetos muy antiguos. Esta actividad reveló que el impacto expositivo fue 83% alto, 9% medio y 8% bajo.

Salas Expositivas	Núcleos Temáticos/Expositivos (N T/E)
Indígena	N T/E 5, N T/E 9 y N T/E 11
Colonial	N T/E 1, N T/E 8, N T/E 9 N T/E 10
Post-terremoto	N T/E 1, N T/E 3 y N T/E 8

Tabla n°59: Focos atencionales de las visitas educativas de Mendoza, registrados en las conversaciones provocadas.

Es válido aclarar que en el momento en que fueron realizadas las conversaciones provocadas, el N T/E n° 7 (que corresponde al auto de principio del siglo XX) no se encontraba expuesto, por lo que no se mencionó en las respuestas de este ejercicio. Por otro lado, las excavaciones arqueológicas presentaron gran atracción, el 93% las calificó positivamente (en su mayoría al triángulo ubicado a la entrada). En este punto, pidieron que se les explique más sobre el trabajo de excavación que se llevó a cabo. Con respecto a la opinión sobre la arqueología, un 88% de las respuestas fueron positivas y de curiosidad. En muchos casos se corrigió un error observado en muchos públicos niños que fue el confundir la arqueología con la paleontología (pensar que la arqueología estudia a los dinosaurios), caso que se repitió en gran parte de los públicos.

En cuanto a los puntos de inflexión, al 70% de los públicos niños entrevistados les llamó más la atención el terremoto (PI 2) que la fundación de Mendoza (PI 1). Se podría suponer que muchos de ellos no sabían que había ocurrido un terremoto que destruyó toda la ciudad y generó su traslado. Además este punto de inflexión contaba con buen soporte museográfico, con gran variedad de imágenes e información que revelaba tanto las consecuencias físicas como psicológicas que este acontecimiento despertó en los mendocinos. Se cree que este recurso generó un mayor impacto en los públicos.

Por otro lado, realizando un análisis sobre las sensaciones y emociones generadas dentro de la experiencia museística, se identificó en el ingreso gran emoción y expectativas por parte de los públicos. Muchos pensaron que iban a encontrar dinosaurios, y en algunos casos hubo desilusiones; no obstante durante el recorrido se generaron nuevos focos de atención (expuestos en la tabla n°59), que equipararon el desencanto presenciado al inicio. Esto llevó a que en el egreso, se percibiera una emoción y diversión generalizada, aunque a algunos públicos (15%) les pareciera largo el recorrido. Se finaliza este análisis con frases y comentarios extraídos de los públicos entrevistados:

"el terremoto fue algo muy feo, horrible" (Las Heras, 10 años, mujer).

Me di cuenta que la arqueología es muy divertida y muy importante" (Junín, 12 años, mujer).

Visitas educativas de Argentina: Se entrevistaron 29 visitantes, siendo el 59% mujeres y el 41% hombres. En cuanto a la edad, el 79% fue niños y el resto (21%) adolescentes. Todas estas visitas fueron realizadas con el servicio de guía brindado por el museo.

Con respecto a las opiniones que los públicos tuvieron del museo, el 100% fueron positivas, y estuvieron focalizadas en la exposición, al 78% les gustó, pareciéndoles muy bien diseñada, hubo un 15% que le resultó larga y un 7% restante no emitió comentarios. Las excavaciones también tuvieron opiniones positivas, al 96% les llamó la atención, debido a que era la primera vez que estaban frente a una, incluso varios públicos preguntaron cómo y con qué fin se habían realizado. En cuanto al ejercicio de ubicar objetos, la mayoría de los visitantes lo realizó sin inconvenientes (solo el 19% tuvo dificultades para hacerlo). Este dato demostró que durante el recorrido se había generado un buen proceso de asimilación y comprensión de conocimientos, en el cual el guía del MAF fue un gran condicionante. Por otro lado, el 15% de los visitantes registraron cansancio y aburrimiento al final del recorrido, lo que pudo deberse a la caída del nivel atencional producido por la fatiga museal.

Haciendo referencia a los puntos de inflexión, los públicos relacionaron la fundación de Mendoza con el proceso de conquista española, además de que el 41% de los entrevistados (todos adolescentes) comentaron sobre las consecuencias de este hecho. No obstante, el punto con mayor registro fue el terremoto de 1861. Por otro lado, y haciendo referencia a los focos atencionales, se mencionaron los siguientes:

Salas Expositivas	Núcleos Temáticos/Expositivos (N T/E)
Indígena	N T/E 3, N T/E 5 y N T/E 9
Colonial	N T/E 1, N T/E 3, N T/E 8, N T/E 9 y N T/E 10
Post-terremoto	N T/E 1, N T/E 3, N T/E 5 y N T/E 9

Tabla n°60 Focos atencionales de visitas educativas de Argentina, registrados en las conversaciones provocadas.

Estos focos atencionales coincidieron con los registrados en otras técnicas como las observaciones y los PMM. Se vuelve a aclarar que el N T/E n°7, correspondiente al auto antiguo ya no se encontraba expuesto, por lo que no fue percibido en las entrevistas provocadas. Por último, se indagó sobre la experiencia museística de cada persona, aportando los siguientes resultados: en el ingreso se comprobó que los visitantes adolescentes sabían que el MAF exponía la historia de la ciudad, por lo que no presentaron sorpresa al ingresar. Por otro lado, los niños que se entrevistaron imaginaban que iban a ver cosas antiguas y se sorprendieron cuando encontraron otras cosas como las excavaciones arqueológicas. Luego, el recorrido fue muy variado en relación a las emociones registradas, al comienzo había gran participación y un alto nivel atencional por parte de los visitantes, pero este fue disminuyendo a medida que el recorrido por la exposición transcurría.

Finalmente, en el egreso se comprobó que el 81% de los públicos el MAF superó las expectativas con las que había ingresado. Estos datos llevaron a concluir que el impacto personal y la calidad de la visita fueron diversos entre los públicos y dentro del recorrido. Con respecto a éste, el 64% presentó un alto impacto expositivo, el 26% un impacto medio y el 10% un impacto bajo. A modo de cierre se incluyeron frases y comentarios extraídos de los públicos entrevistados:

"Me llamó mucho la atención cómo las personas a lo largo del tiempo viven en diferentes niveles de pisos" (Provincia de Buenos Aires, 14 años, hombre)

"la visita estuvo buena, aunque me pareció larga y me aburrí al final" (provincia de Córdoba, 13 años, mujer)

Visitas especiales: se realizaron 31 conversaciones provocadas a visitantes jóvenes que no habían utilizado el servicio de guía del museo. Éstos fueron 16 mujeres y 15 varones, todos acompañados por amigos y/o compañeros de estudio. Por otro lado, el 40% de estas visitas provenían de Chile, y el 60% de Mendoza. El 85% de los entrevistados registraron buenas y positivas opiniones sobre el MAF y la exposición, apreciándola como didáctica y muy bien montada. Haciendo referencia a las excavaciones arqueológicas, éstas no generaron un foco de interés, sino que fueron vistas en su mayoría (81%) como una unidad más dentro la exposición. Por otro lado, y a diferencia de otras visitas, fue muy notorio el alto nivel de lectura presentado. Con respecto al ejercicio de contextualizar objetos, los públicos presentaron cierto grado de dificultad.

En el desarrollo del ejercicio de contextualización de los objetos arqueológicos, se comprobó que no fue fácil realizarlo. Esto pudo deberse a que la mayoría de los públicos (79%) se concentraban más en el dato y en la información que en observar los objetos. Es decir que durante el recorrido, estos públicos se preocuparon más por leer y no perderse detalles de contenido que en observar los objetos expuestos. Además no pudieron responder a la pregunta de quiénes los habían elaborado y para qué eran utilizados, ya que en muchos casos fue una información que aportaba el guía y no las cédulas de sala. Los objetos que no presentaron tanta dificultad, tuvieron que ver con los ubicados en la sala post-terremoto (la loza y vidrio), ya que por su tipo de materialidad, fueron asociados a épocas modernas.

Salas Expositivas	Núcleos Temáticos/Expositivos (N T/E)
Indígena	N T/E 3, N T/E 7, N T/E 10 y N T/E 11
Colonial	N T/E 3, N T/E 5 y N T/E 8
Post-terremoto	N T/E 1, N T/E 2, N T/E 10 y N T/E 11.

Tabla n°61 Focos atencionales de visitas especiales, registrados en las conversaciones provocadas.

Por otro lado, cuando se les preguntó a los públicos su opinión sobre la arqueología, la mayoría la definió como un conocimiento útil e interesante; y con respecto a los puntos de inflexión, el que más sensaciones causó fue el terremoto,

ya que la fundación de Mendoza para muchos era una obviedad y no lo tomaron como un acontecimiento distintivo y fundamental en la historia regional. Además, la mayoría de las personas, al ingresar al museo, tenía la idea de encontrar objetos antiguos; aunque muchos no sabían que se trataba del pasado de Mendoza. Durante el recorrido, les llamó la atención las maquetas y las pinturas, debido a que no se imaginaban encontrarlas dentro de un museo arqueológico. Ya en el egreso, el 77% de los públicos salió satisfecho del MAF, superando en la mayoría de los casos (89%) sus expectativas. A modo de cierre de este análisis, se incorporaron algunas frases brindadas por los visitantes:

“Es un museo muy didáctico, felicito a los que montaron esta exposición”
(Santiago de Chile, 23 años, mujer).

“Dentro del museo uno puede aprender muchas cosas que no solo tienen que ver con el pasado de nuestra ciudad” (Ciudad de Mendoza, 28 años, hombre).

REFLEXIONES FINALES

Las diversas técnicas metodológicas, utilizadas en la investigación presentada en este libro, revelaron datos claros y concisos sobre los públicos, que resultan útiles para mejorar la gestión del MAF. En primera instancia, se comprobó que este museo poseía un público mayoritariamente nuevo, ya que el 83% era la primera vez que concurría. Este dato es, por un lado, altamente positivo, porque evidencia una apertura por parte del MAF a nuevos públicos, y por otra parte negativo, debido a que no puede mantener un público permanente.

Por otro lado, en las observaciones, PMM y conversaciones provocadas, se registró que el guía del museo era un condicionante muy importante en la experiencia museística. Sin embargo existieron excepciones como fueron los públicos de visitas de tipo turísticas provenientes de Europa y América donde su presencia y explicación fue indiferente. Pese a este dato, el guía en la mayoría de los casos, aportó mayor conocimiento y un buen impacto expositivo en los públicos. Este impacto se produce fundamentalmente en los puntos de inflexión del guión, siendo el terremoto (PI2) el que mayor conmoción generó en los visitantes (se obtuvo un 72% de impacto expositivo positivo, a diferencia de la fundación de Mendoza (PI1), que registró un 28%). Este alto impacto pudo ser producto de que, por un lado, la conquista española en la región era un hecho ampliamente conocido, a diferencia del terremoto y sus consecuencias sociales, económicas y culturales. Además, se comprobó en las observaciones, PMM, entrevistas y conversaciones provocadas que el PI2, se encontraba expuesto museográficamente de tal manera que contribuía a que se produjera esta sensación.

También se reveló que el 63% de las personas (todos pertenecientes al grupo etario adultos 1 y 2) ingresaban acompañados, pero que en un momento del recorrido, se separaban de sus conocidos, tomando su propio camino a sus tiempos y ritmos, y luego se volvían a unir para dialogar y hacer comentarios, ya sea relacionado con la exposición del museo o no. Esta práctica fue registrada

mayormente en públicos provenientes de América y Europa. Dicho dato indica que la compañía tampoco fue un factor determinante en la experiencia museística. Sin embargo, existen diferencias cuando los públicos utilizaban el servicio de guía, ya en la mayoría de los casos se mantenían unidos y a un ritmo muchas veces impuesto por éste. La interacción social entre los públicos y el guía siempre fue alta y enriquecedora para el impacto expositivo, compartiéndose recuerdos, experiencias, y diálogos que hacían más ameno el recorrido.

Por otra parte, se comprobó en las distintas técnicas metodológicas (como fueron los PMM, las encuestas auto-administradas y las conversaciones provocadas) que los públicos del MAF generaron una interpretación contextualizada de la historia de Mendoza. Se confirma esto, porque hubo una comprensión generalizada y profunda de la importancia del sitio y su interés por preservarlo (Morales 2008, 2011). También se demostró que todos los visitantes en algún momento del recorrido sintieron fatiga museal o atencional. Ésta no siempre fue generada en el mismo momento, pero sí en la tercera y última sala del MAF. Sin embargo, en este sector, la atención aumentaba sólo en el N T/E n°7, que fue el auto antiguo.

Otra información que se reveló en la investigación fue la diversidad de modalidades de transitar la exposición. Específicamente se detectaron 12 patrones de recorrido, demostrando que las personas circularon libremente y de forma flexible por el museo, sin presentar dificultades de conexiones temáticas y continuidades expositivas. Además, se comprobó que el 40% de los públicos realizó una lectura intensiva durante la experiencia museística, siendo la observación visual muy importante durante todo el recorrido. La lectura aparecía en la mayoría de los casos cuando una unidad expositiva llamaba la atención del visitante, acercándose a leer su cederario y panelería. Con esto se comprobó que la atención de los públicos estaba muy ligada a los focos atencionales de la exposición. Con respecto a estos últimos, hubo patrones que se repitieron en todas las visitas, sin importar género, edad ni nacionalidad. Los más representativos fueron la momia Inca (sala indígena), la maqueta colonial y los dioramas del cabildo (sala colonial) y el auto antiguo (sala pos-terremoto).



Imagen n°5: Uno de los grandes focos de atención fueron las maquetas que integran la muestra expositiva del MAF.

Otros de los datos obtenidos a partir de las diversas técnicas metodológicas utilizadas, fue que las visitas educativas de Mendoza (que utilizaron el servicio de guía) y las visitas turísticas de origen argentino, registraron los índices más altos obtenidos en las experiencias museísticas, siendo estas últimas significativas. Dicha información reveló que eran estos públicos los que recorrían el MAF con mayor detenimiento, generando un impacto y calidad mayor a otros visitantes. En contrapartida, las personas procedentes de América y Europa fueron los que presentaron los índices más bajos de impacto y calidad en la experiencia. Estos datos comprobaron parcialmente la hipótesis dos, ya que no fueron únicamente los mendocinos los que desarrollaron una experiencia museística significativa, si no también, visitantes provenientes de otros lugares de Argentina.

Por otro lado, se registró que el 90% de los públicos del MAF, egresaba con una satisfacción final positiva, debido a que superaron ampliamente las expectativas previas con las que ingresaron. Éstas personas pueden ser grandes atractivos de nuevos públicos, ya que recomiendan a sus conocidos que visiten el MAF (Ojeda 2008). También se observaron significativos cambios en torno al

conocimiento que los públicos tenían del pasado de Mendoza. Esta información fue comprobada en los PMM, las encuestas actitudinales y las conversaciones provocadas. Éstas reflejaron que los cambios más importantes fueron los que concernían a la temática y guión del MAF, al patrimonio cultural de la región y la arqueología. Con estos datos, se puede afirmar que el mensaje expositivo era claro y entendible para todo tipo de públicos, estén acompañados por la explicación del guía o no. Además evidencia que existió un proceso de aprendizaje significativo y enriquecedor en la experiencia museística del MAF.

Por otro lado, el 93% de los visitantes tuvo una opinión positiva del museo, las excavaciones y sus servicios. Sin embargo, esto no quiere decir que todos se relacionaron de igual manera con el patrimonio cultural, sino que existieron notables diversidades. Esta información comprueba la hipótesis uno de este trabajo. Siguiendo con este tema, las heterogeneidades manifestadas dependieron de los tres contextos que interaccionaron en la experiencia museística, manifestadas en la diversidad de paradas, índices de lectura, recorridos, sociabilidad, etc.

La influencia de estos contextos fue muy notoria cuando se realizaron los PMM y las conversaciones provocadas, ya que la mayoría de los visitantes exponía un comentario en relación a cómo había disfrutado dentro del museo (contexto social y personal) o cómo le había parecido la exposición (contexto físico). El caso más notorio de la influencia del contexto personal en la experiencia museística, se observó en las visitas educativas de Argentina. En este caso, los públicos se encontraban en un momento psicológico-cognitivo particular, de mucho cansancio físico y mental (contexto personal) por todas las actividades que habían realizado antes de ingresar al MAF. Debido a esto, el impacto expositivo fue muy bajo y superficial, transmitiéndose a la experiencia museística.

Con respecto a la hipótesis dos, se comprobó que era falsa. Es decir que no sólo fueron los públicos de origen mendocino, los que desarrollaron una experiencia museística significativa. Con esto se observó que la nacionalidad y ciudad de origen fue una variable que no alteró la experiencia por parte de los visitantes.

Finalmente, y a modo de recapitulación y síntesis de la información aportada por el estudio de públicos, se puede afirmar que el MAF generó en el gran porcentaje de los visitantes analizados una experiencia altamente significativa. Esto confirma la hipótesis tres de este trabajo, donde según la información registrada, se corroboró que recorrer este museo, era una actividad social en sí misma, ya que las personas interactuaban con otros ciudadanos que no conocían, de lugares y edades diferentes; dialogando e intercambiando opiniones y generando nuevas ideas y experiencias. Esto enmarcado en un contexto de aprendizaje colectivo y constructivo. Todo esto lleva a comprobar que el MAF es un museo de encuentro social, de diversas experiencias, donde la subjetividad y la crítica están presentes y las personas adquieren un significativo protagonismo. Dicha experiencia se lleva a cabo dentro de un sitio arqueológico, donde la interacción con el patrimonio es constante y significativa.

Para finalizar, cierro esta tesis afirmando que el estudio de públicos llevado a cabo en el año 2011 en el MAF demostró que las personas desarrollan vivencias sociales enriquecedoras cuando recorren la exposición. Esto hizo que se establecieran y afianzaran lazos de pertenencia con el patrimonio y con la historia de la región, generando de esta manera una experiencia museística significativa.

BIBLIOGRAFÍA

-Abraham, B.

2008. Museos y Democracia, los museos como espacio de experiencias comunitarias. *Contribuciones desde Coatepec* 14: 119-159.

-Aguilar, R.

2008. Tradición y cambio en la museología costarricense: dos momentos históricos. *Cuicuilco* 15 (44): 37-58.

-Alderoqui, S.

1996. *Museos y Escuelas: Socios para educar*. Paidós, Buenos Aires.

-Alarcón, R.

2007. Bibliografía de estudios públicos de Público en España (1890-2005). (En línea) Disponible en <http://www.ilam.org/ILAMDOC/resultados/EST.%20PUB.pdf>. (Consulta: 7 de junio de 2011).

-Altamirano, C., C. Crespo, E. Lander y N. Zunino

1997. Modalidades de Apropiación del Patrimonio: El Museo y su público. *IV Jornadas de jóvenes investigadores en Ciencias Antropológicas*. (En línea) disponible en www.geocities.com/emuseoros/ocs/Museo_y_publico.htm. (Consulta: 18 de agosto de 2011).

-Arias, L.

1990. El papel del público en el museo de hoy. *Boletín del ANABAD* 40 (2-3): 179-188.

-Asensio, M.

2000. Estudios de público y evaluación de exposiciones como metodología de planificación museológica: el caso del Museu Maritim de Barcelona. *Actas de Museo* 5: 73-104.

-Asensio, M. y E. Pol

2002. Cuando la mente va al museo: un enfoque cognitivo-receptivo de los estudios de público. En *Nuevos escenarios en educación: Aprendizaje informal sobre el patrimonio, los museos y la ciudad*, editado por M. Asensio y E. Pol, pp. 95-138. AIQUE, Buenos Aires.

2005. Evaluación de exposiciones. En *Museografía didáctica*, editado por J. Santacana Mestre y N. Serrat Antolí, pp. 527-619. Ariel Patrimonio, Barcelona.
- Association American of Museums (AAM)
1991. *Professional standards for the practice of visitor research and evaluation in museums*. Committee on Audience Research and Evaluation (CARE), Washington.
- Ávila, L.
2006. *Introducción a la metodología de la investigación*. Edición electrónica. (En línea) Disponible en www.eumed.net/libros/2006c/203/ (consulta: 19 de junio de 2011).
- Badii, M.H., A. Guillen, E. Cerna y J. Valenzuela
2011. Nociones Introdutorias de Muestreo Estadístico. *Daena* 6 (1): 89-105.
- Bárcena, R. y D. Schávelzon
1991. *El Cabildo de Mendoza. Arqueología e Historia para su recuperación*. Municipalidad de Mendoza, Mendoza.
- Bate, L.
1998. *El proceso de investigación en arqueología*. Crítica, Barcelona.
- Bazán, A.
2008. Relación comunidad-patrimonio arqueológico en el sector Moxeke, Valle de Casma, Perú. *Iberoamérica Global* 1 (4): 165-186
- Benenati, A. y N. Dreifinger
1996. Medición del turismo receptivo, Análisis del mercado. MS. Mendoza.
- Bialogorski, M. y E. Lander
1999. Viejas ideas, nuevos públicos: acerca de un estudio de público en el Museo Hernández. *Comunicación en Museos y diversidad cultural - Viejas culturas, nuevos mundos*, VII Seminario Latinoamericano sobre Patrimonio Cultural, ICOM-CA, Buenos Aires, Argentina.
- Bialogorski, M. y A. M. Cousillas
2000. Gestión cultural y estudios de Público en el Museo José Hernández. *Cuadernos de Antropología Social* 12: 195-205.

2008. Una propuesta de evaluación innovadora en los estudios de visitantes de un museo de Buenos Aires. *Mus-A, Revista de los Museos de Andalucía* 6 (10): 98-101.
- Bitgood, S., M. Pierce, U. Nichols y D. Patterson
1987. Formative evaluation of a cave exhibit. *Curator* 31 (1): 31-39.
- Bitgood, S.
1988. A comparison of formal and informal learning. *Technical Report No. 88-10*. Center for Social Design, Jacksonville.
1996. Les méthodes d'évaluation de l'efficacité des dioramas: compte rendu critique. *Publics et Musées* 9: 37-53.
2002. Environmental Psychology in Museums, Zoos and other Exhibition Centers. En *Handbook of Environmental Psychology*, editado por R. Bechtel & A. Churchman, pp. 461-480. John Wiley & Sons, Hoboken.
2003. The role of attention in the design of interpretive labels. *Journal of Interpretation Research* 5 (2): 31-45.
- Bitgood, S., A. Benefield y D. Patterson (Eds.)
1990. *Visitor studies: Theory, research and practice*. Center for Social Design, Jacksonville.
- Bitgood, S. y R. Loomis
1993. Introduction: Environmental design and evaluation in museums. *Environment and Behavior* 25(6): 683-697.
- Bolaños, M.
2006. Desorden, diseminación y dudas. El discurso expositivo del museo en las últimas décadas. *Museos-es* 2 (1): 12-24.
- Bourdieu, P. y A. Darbel
1962. *L'amour de l'art. Les musées d'art euripéens et leur public*. Les Editions de Minuit, Paris.
- Comité Internacional para la Gestión del Patrimonio Arqueológico (ICAHM)
1990. *Carta internacional para la gestión del patrimonio arqueológico*. Adoptada por la Asamblea General del ICOMOS (International Council on Monuments and sites). UNESCO, Lausana.

-Capriles, J.

2003. Arqueología e identidad étnica: el caso de Bolivia. *Chungara* 35 (2): 347-353.

-Carreras, C., E. Ardevol, R. Pagés y F. Mancini

2011. Análisis automatizado de la movilidad del público en los museos: el proyecto Museum-Track. *e-rph, Revista Electrónica del Patrimonio Histórico* 8. (En línea)

Disponible en

<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero8/instituciones/estudios/articulo.php>

-Casal, J. y E. Mateu

2003. Tipos de muestreos. *Epidem* 1: 1-3.

-Castañeda, L.

2002. ¿Usuarios o visitantes? *Revista Museo* 6: 1-13.

-Chiavazza, H.

2000. Gestión arqueológica urbana: Centro de Investigaciones de la ciudad de Mendoza. *Jornadas Profesor Salvador Canals Frau*. Instituto de Arqueología y Etnología, Facultad de Filosofía y Letras, UNCuyo, Mendoza.

2002. La Arqueología Urbana en Mendoza: excavaciones 1995 a 2002. En: *El Área Fundacional de Mendoza*. Vol. 1: 106-159. MAF, CAU y CIRSIF. Buenos Aires (VF Ed. CD)

2009. Arqueojuegos: una experiencia educativa patrimonial con mucha tierra. (En línea) *Revista Digital Nueva Museología*, disponible en <http://www.nuevamuseologia.com.ar> (consulta: 21 de enero de 2012).

2011. El Área Fundacional de Mendoza. En *Temas y problemas de la Arqueología Histórica*, editado por M. Ramos et al. Tomo II, pp. 45-65. Universidad Nacional de Luján, Buenos Aires.

-Chiavazza, H., V. Zorrilla y C. Prieto

2011. Derribando la “torre de marfil” para construir puentes: Voluntariado Universitario y Patrimonio, entre la Municipalidad de Mendoza y la Universidad. *Actas del XI Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria*. Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe.

-Chiavazza, H., V. Zorrilla, C. Prieto, M. Quiroga, L. Castillo, V. Tobar, M. F. Puebla, K. Castañar, E. Araujo, C. Frías, M. López, F. Hernández, D. Mansegosa y V. García

2011a. Un puente hacia la infancia: aprender jugando en el club de Ciencias (el presente de l@s niñ@s y el futuro de la memoria). *Actas del XI Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria*. Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe.

-Chiavazza, H., A. Tamiozzo, E. Testasseca, V. Zorrilla, C. Prieto, M. Quiroga y L. Castillo

2011b. Un puente para que tod@s lleguen: el MAF y sus reformas en torno a políticas de inclusión municipal. *Actas del XI Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria*. Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Argentina.

-Cimet, E., M. Dujovne, N. García Caclini, J. Gullco, C. Mendoza, F. Reyes Palma y G. Soltero

1987. *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*. INBA, México.

-Córdova, J., Y. Ossandón, N. Álvarez y J. Bernal

2004. El museo arqueológico en la dinámica cultural de ver y aprender. *Chungara* 36: 687-696.

-Cousillas, A. M.

1997a. *Los Estudios de Visitantes a Museos: Fundamentos generales y principales tendencias*. MMAJH-Secretaría de Cultura-GCBA, Buenos Aires.

1997b. *Guía sobre estudios de visitantes a museos*. INAPP. MS. Buenos Aires.

2000. Mapa del Público Actual y Potencial del Patrimonio de la Ciudad de Buenos Aires. Informe de avance 1999-2000. Comisión para la Preservación Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. MS. Buenos Aires.

-Cousillas, A. M. (Coor.)

1998. Frecuentación y consumo cultural del público a museos. Aportes para repensar la política cultural en Buenos Aires. Realizado en el Seminario: *La Investigación de la interpretación del patrimonio cultural en museos*. Departamento de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

-Cummings, C.

1940. *East is east and west is west: Some observations on the World's Fair of 1939, by one whose main interest is in museums*. Buffalo Museum of Science, Nueva York.

-Dersdepanian, G.

2000. El museo comunitario, un principio para todos. *Gaceta de Museo* 17: 9-16.

-Dujovne, M.

1995. *Entre musas y musarañas: una visita al museo*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

-Dujovne, M., S. Calvo y V. Staffora

2001. *Ir al museo: notas para docentes*, Ministerio de Educación, Unidad de Recursos Didácticos, Buenos Aires.

-Evans, M. E.

2007. El público de los museos históricos de Mendoza. Pruebas preliminares del cuestionario en el Área Fundacional, Informe parcial sujeto a modificaciones, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo. MS. Mendoza.

-Falk, J. H. y L. Dierking

1993. *The museum experience*. Whalesback Books, Washington.

2000. *Learning from museums: visitor experiences and the making of meaning*. Altamira Press, Walnut Creek.

2002. *Lessons without limit*. Altamira Press, Walnut Creek.

-Fernández, M.

2003. Los museos: Espacios de Cultura, espacios de aprendizaje. *IBER, Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e historia* 36: 55-61.

-Flórez, M.

2006. La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo: caso del museo de arte contemporáneo Castilla y León, MUSAC. *De arte* 5: 231-243.

-Gagliardi, A.

1995. Los museos y el público. Simposio Museos y Público, Actas del VIII Encuentro Nacional de Directores de Museos, Macuto, Venezuela.

- Galindo, L.
2004. Museos, saberes y diversidad. *Boletín Antropológico* 22 (62): 369-404.
- García, A.
1999. *La exposición, un medio de comunicación*. Ediciones Akal, Madrid.
2002. ¿Usuarios o visitantes de museos? *Actas de Museos* 6: 1-18.
- García, A., T. Sanz Marquina, J. Macuá y P. García
1980. *Función pedagógica de los museos*. Ministerio de Cultura, Madrid.
- García, C.
2003. Segregación, integración e inclusión. *Bordón: Revista de orientación pedagógica* 55 (1): 9-26.
- García, F.
2000. Una mirada atrás. La formación histórica del concepto de museo. En *El Museo Imaginado, base de datos y museo virtual de la pintura española fuera de España*, editado por F. García, pp. 39-62. Ediciones Trymar, Vigo.
- García, N. (coord.)
1993. *El consumo cultural en México*. CONACULTA, México.
- Garde, V. y E. Varela
2009-2010. ¿Al servicio de la sociedad y de su desarrollo? El Laboratorio Permanente de Público de Museos: una herramienta de gestión. *Museos.es* 5-6: 208-221.
- Gibaja, R.
1964. *El público de arte: encuesta en el Museo Nacional de Bellas Artes*. EUDEBA, Buenos Aires.
- Gilman, B.
1916. Museum fatigue, *Scientific Monthly* 12 (177-189).
- Griggs, S.
1981. Formative evaluation of exhibits at the British Museum. *Curator* 24/3: 189-201.
- Goldstein, B.

2008. Estudios sobre visitantes en Museos de Francia: una nueva estrategia de los establecimientos culturales. *Mus-A, Revista de los Museos de Andalucía* 6 (10): 38-42.

-Gottesdiener, H., L. Mirones y J. Davallon

1993. En Francia, rápida evolución y apoyo del público. *Museum Internacional* 178 (2): 13-19.

-Guzmán, C.

1995. Políticas culturales y Públicos. Simposio de Museos y Público, Actas del *VIII Encuentro Nacional de Directores de Museos*, Macuto, Venezuela.

-Ham, S.

1992 *Environmental Interpretation. A practical guide for people with big ideas and small budgets*. Fulcrum Publishing, Golden.

-Hernández, F.

1992. Evolución del concepto del museo. *Revista General de Información y Documentación* 2 (1): 85-97.

2007. La museología ante los retos del siglo XXI. Departamento de Historia de Arte de la ciudad de Granada, España. *Revista electrónica de Patrimonio Histórico* 1: 333-358.

-Hervás, M.

2008. Las investigaciones de público en los museos: aportaciones de la evaluación a la museología y a las Ciencias Sociales. Simposio: La evaluación en la Universidad como ámbito de formación y desarrollo profesional: investigación y docencia, Actas del *V Congreso Iberoamericano de docencia universitaria*, Valencia, España.

-Hooper, E.

1994. *The educational role of the museum*. Routledge, Londres.

1998. Museos: ámbitos perfectos de aprendizaje. *Los museos y sus visitantes*. Trea, Gijón.

-Houlné, S.

2001. *Encuestas de Semana Santa*. Museo del Área Fundacional. MS. Mendoza.

-Jaramillo, C.

2007. *Los museos como herramientas de transformación social del territorio. El caso del Museo de Antioquia, Medellín, Colombia.* (En línea) Disponible en <http://www.uv.es/museos/MATERIAL/Jaramillo.pdf>. (Consultado el 22 de noviembre de 2011).

-Jofré, D.

2003. Una propuesta de acercamiento al patrimonio arqueológico de la Comunidad de Belén. (Región de Tarapacá, Chile). *Chungara* 35 (2): 327-335.

-Kerriou, M.

1981. Los visitantes y el funcionamiento del Museo Nacional de Antropología de México. MS. México.

-Lehalle, E. y L. Mironer

1993. *Musées et visiteurs: Un observatoire permanent des publics.* Direction des musées de France, Paris.

-Lemos, R.

1997. Comercialización. Investigación del Museo del Área Fundacional, Escuela Internacional de Turismo, Gastronomía y Hotelería Islas Malvinas. MS. Mendoza.

-Libedinsky, M.

1995. Los Museos y las Escuelas: de la visita turística a la visita de descubrimiento. En *Tecnología educativa; Política, historia, propuestas*, editado por Edith Litwin, pp. 257-274. Editorial Paidós, Buenos Aires.

-Linarez, J.

2008. El museo, la museología y la fuente de información museística. Acimed, Editorial Ciencias Médicas. (En línea) Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_serial&lng=es&pid=1024-9435&nrm=iso (Consulta: 1 de agosto de 2011).

-Loomis, R. J.

1987. *Museum visitor evaluation: New tool for management.* American Association for State and Local History, Nashville.

-Londoño, E.

2000. Una exhibición de Arqueología en diálogo con el público. (En línea) Sitio web Museo del Oro, Banco de la República, Bogotá. Disponible en

http://www.banrep.gov.co/museo/esp/educa_dialogo.htm (consulta: 27 de noviembre de 2011).

-Lorente, J. P.

2006. Nuevas tendencias en la teoría museológica: a vueltas con la Museología Crítica. *Museos.es* 2: 231-243.

2007. Dos revisiones sobre la historia de la Museología. *RdM, Revista de Museología* 38: 134-136.

-Lorenzo, J. L. (Coord.)

1976. *El desarrollo de la Antropología en América Latina*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

-López, E. y M. Kivatinetz

2006. Mirada crítica sobre la formación de los educadores de museos. *Zona Pública* 4: 1-17.

-Lumbreras, L.

1974. *La Arqueología como Ciencia Social*. Ediciones Histar, Lima.

-Lleras, C.

2008. ¿Objetos Demodé? Museos y Patrimonio intangible. *Calle 14* 2: 22-29.

-Magariños de Morentín, J. y M. Bialogorski

2004. Guía de Trabajo. Las relaciones posibles del Objeto de Museo. MS. (En línea) disponible en <http://www.centro-de-semiotica.com.ar/OBJETO-MUSEO.html> (consulta: 18 de julio de 2011).

-Massa, D.

1997, Fragmentos significativos. Reflexiones sobre la subjetividad expresada a través de la colección. (En línea) Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología, Buenos Aires, Argentina. Disponible en http://www.naya.org.ar/articulos/museologia06.htm#_ftn1 (consulta: 30 de julio de 2011).

-Mairesse, F.

2006. ¿Ha terminado la historia de la museología? En *Museología e Historia: un campo del conocimiento*, editado por H. Viereg, M. Risnicoff de Gorgas y R. Schiller, pp. 89-96. Comité Internacional de Museología del ICOM, Museo

Nacional Estancia Jesuítica de Alta Gracia y Casa del Virrey Liniers, Munich y Alta Gracia.

-Martínez, G.

2010. *Públicos, Museos e Interactividad. Evaluación de los módulos interactivos del Museo del Romanticismo. Museografía interactiva y entornos de participación.* Instituto de Formación Continua, Universidad de Barcelona, España.

-Maury de Pearce, E.

1995. La Política del Público. Eje de la Transformación del Mavao. Simposio *Museos y Público*, Actas del VIII Encuentro Nacional de Directores de Museos, realizado en Macuto, Venezuela.

-McMunus, P. y R. Miles

1993. En el Reino Unido, el mercado es el objetivo. En *Museum Internacional* 178 (2): 26-33.

-Mc Guire, R. y R. Navarrete

1999. Entre motocicletas y fusiles. Las arqueologías radicales anglosajona e hispana. *Revista do Museu de arqueología e Etnología* 3: 181-199.

-Montagud, E.

2011. La formación continua y la de animadores culturales: capacidades especiales. *Revista Tecnic* 5 (9)

-Montero, J.

2007a. Pedagogía crítica y educación en museos. Marcos para una educación artística desde las comunidades. En *Estrategias críticas para una práctica educativa en el arte contemporáneo*, editado por O. Fernández y V. Del Río, pp. 118-132. Museo Patio Herreriano, Caja España Obra Social, Valladolid,

2007b. Sotaiart: prácticas críticas en los intersticios de un museo. *Arte, Individuo y Sociedad* 19: 97-118.

-Morales, J.

2008. Ideas para la formación “esencial” en interpretación. III Seminario de *Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural*, CENEAM: Centro Nacional de Educación Ambiental, España.

2011. Claves para la interpretación del patrimonio natural (y cultural). *Revista Técnica* 7 (10).

-Muñoz, M. y E. Pérez

1991. Proceso de evaluación de exposiciones. *Revista de Evaluación Psicológica*, 7 (2): 207-222.

-Nascimento, J. do

2008. Los museos como agentes de cambio social y desarrollo. *Museos.es* 4: 16-27.

-Navarro, D.

1996. Encuestas invierno 1996. Museo del Área Fundacional. MS. Mendoza.

-Navarro, O.

2006a. Museos y museología: apuntes para una museología crítica. Disponible en <http://ilam.org/ILAMDOC/MuseosMuseologiaCritica.pdf> (consultado en julio de 2012).

2006b. Museos nacionales y representación: Ética, museología e historia. En *Museología e Historia: un campo del conocimiento*, editado por H. Viereggs, M. Risnicoff de Gorgas y R. Schiller, pp. 385-394. Comité Internacional de Museología del ICOM, Museo Nacional Estancia Jesuítica de Alta Gracia y Casa del Virrey Liniers, Munich y Alta Gracia.

2008. Museología y capacitación: los retos de la enseñanza museológica vistos desde la museología crítica. *Seminario Permanente de Museología en América Latina*, Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía Manuel del Castillo Negrete, México.

2011. La inclusión y la capacidad: tarea pendiente para los museos. (En línea) disponible en Noticiero Electrónico: *Notiguaira*, publicado el 2 de febrero del 2011 (consulta: 7 de noviembre de 2011).

-Navarro, O. y O. Nator

2001. La Museología en la encrucijada. (En línea) *Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, vol. 2. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed> (consulta: 11 de agosto de 2011).

- Navarro, O. y C. Tsagaraki
2009-2010. Museos en la crisis: Una visión desde la museología Crítica. *Museos.es* 5-6: 50-57.
- Oliveira, M.
1999. A importancia dos processos museológicos para a preservacao do Património. *Revista do Museu de Arqueología e Etnología* 3:333-337.
- Ojeda, C.
2008. Metodología para la medición del grado de satisfacción del visitante. *Mus-A, Revista de los Museos de Andalucía* 6 (10): 58-69.
- Padró, C.
2003. Museología crítica como forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio, En *Museología Crítica y Arte contemporáneo*, editado por J. P. Lorente, T. Almazán y D. Vicente pp. 57-60. Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza.
- Palomero, S.
2002. ¿Hay museos para el público? *Revista Museo* 6: 1-17.
- Pardo, J.
2000. Ideas e Ideologías en el proyecto museológico. *Revista Museo* 5: 61-71.
- Pearce, S.
1992. *Museums, objects and collections: A cultural study*. Leicester University Press, Leicester.
- Pérez, R.
2002. Aprender a ver museos. *Revista Museo* 7: 1-10.
- Pérez, E.
1998. *La evaluación psicológica en los museos y exposiciones: Fundamentación teórica y utilidad de los Estudios de Visitantes*. Facultad de Psicología, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
2000. *Estudios de Público en museos: metodología y aplicaciones*. Ediciones Trea, Gijón.
2008a. EL estado de la cuestión de los estudios de público en España. *Mus-A Revista de los Museos de Andalucía* 6 (10): 20-30.

- 2008b. Metodología básica de la investigación de públicos en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas. *Mus-A, Revista de los Museos de Andalucía* 6 (10): 48-57.
- Pérez, E. y M. Muñoz
1990. Evaluación de exposiciones: aspectos teóricos. Actas del *VIII Congreso Nacional de Psicología*, Barcelona, España.
- Piaget J.
2005. *Inteligencia y afectividad*. Aique, Buenos Aires.
- Prats, C.
1989. *Anàlisi de l'impacte d'una exposició d'ecologia i estudi experimental del seu efecte en l'adquisició de coneixements*. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Puebla, M. F.
2015. Discursos curatoriales y representación del pasado en museos de América Latina. *Revista del Museo de Antropología* 8 (2): 239-250.
- Ridgeley, W. y R. Rosulyn
1993. En el Canadá, una sola opción: continuar. *Museum Internacional* 178 (2): 20-26.
- Robinson, E.
1928. *The behavior of the museum visitor*. AAM, Washington.
1931. Exit the typical visitor. *Journal of Adult Education* 3 (4): 418-423.
- Rodríguez, M.
2010. Nacimiento y evolución del espacio museístico. (En línea) *Revista claseshistoria*, publicación digital de Historia y Ciencias Sociales Artículo 88. Disponible en <http://www.claseshistoria.com/revista/index.html> (consulta: 19 de julio de 2011).
- Rolland, J.
2006. Práctica arqueológica y política. Un diálogo con Marx a través de la acción local. *Complutum* 17: 185-190.
- Romero, P.
2002. Identidad cultural y Museos. Una visión comparada. *Revista Museo* 6: 11-23.

-Rosas, A.

2002. Los estudios sobre consumo cultural en México. En *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, editado por D. Mato, pp. 255-264. CLACSO, CEAP, FACES y Universidad Central de Venezuela, Caracas.

-San Cecilio, S.

2008. *Estudio sobre gestión de público en los museos*. Universidad Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.

-Sánchez, M.

2006. Las visitas guiadas en los museos de ciencias. *Museológica* 14-15: 10-22.

2009. La heurística como herramienta para los estudios de visitantes de museos. Presentación al curso-taller *estudios de visitantes*, GECM, Museo Nacional de Bogotá y Red Nacional de Museos, Colombia.

-Sarno, A., M. Grandi y F. Lloret

2006. Museo: ¿Nuevos públicos o nuevas actitudes hacia sus públicos? Estudio de Museología Rosario, Argentina. (En línea). Disponible en http://www.geocities.com/emuseoros/Docs/nuevos_publicos.htm (consulta: 23 de septiembre de 2011).

-Screven, C.

1976. Exhibit evaluation: a goal referenced approach. *Curator* 19/4: 271-290.

1993. En los Estados Unidos, una ciencia en formación. *Museum Internacional* 178 (2): 6-12.

-Schmilchuk, G.

1997. El estudio del público. Venturas y desventuras de los estudios de público. *Cuicuilco* 3 (7): 31-57

-Serrell, B.

1993. Using behavior to define the effectiveness of exhibitions. En *Museum Visitor Studies in the 90s*, editado por S. Bicknell y G. Farmelo, pp. 140-145. Science Museum, Londres.

1996. *Exhibit labels: an interpretative approach*. Altamira Press, Walnut Creek.

1997. Paying attention: the duration and allocation of visitors time in museums exhibitions. *Curator* 40 (2): 108-125.

-Shettel, H.

1973. Exhibits: Art forum or educational medium? *Museum News* 52: 32-34.

-Sola, T.

1987. Concepto y naturaliza de la museología. *Museum Internacional* 153: 45-49.

-Tamiozzo, A.

1997. Historias de una ciudad. La Fuente del siglo XIX. *El Área Fundacional de Mendoza* 3: 95-155.

-Urry, J.

1996. How societies remember the past. En *Theorizing Musems: Representing Identity and Diversity in a Changing World*, editado por Sharon Macdonald y Gordon Fyfe, pp. 45-65 .Blackwell Publishers, Oxford.

-Valdés, C.

2008. La difusión, una función del museo. *Museos.es* 4: 64-75.

-Valle, R.

2005. Museos y diversidad: explorando con todos los sentidos. Universidad de León, España. (En línea) Disponible en www.portal.unesco.org/culture/en/files. (consulta: 15 de octubre de 2011)

-Vargas, I.

1990. *Arqueología, Ciencia y Sociedad*. Abre Brecha, Caracas.

1995. La Arqueología Social: un paradigma alternativo al angloamericano. Reunión de la Asociación Americana de Arqueología, Minnesota.

-Vargas, I. y M. Sanoja

1993. *Historia, Identidad y Poder*. Fondo Editorial Tropykos, Caracas.

-Varsavsky, O.

1982. *Obras escogidas*. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

Vázquez C.

2008. Estudio introductorio. Revisiones y reflexiones en torno a la función social de los museos. *Cuicuilco* 15 (44): 5-14.

-Verón, E. y M. Levasseur

1983. *Etnographie de l'exposition: L'espace, le corps et le sens*. Bibliothèque Publique d'information, Centre Georges Pompidou, Paris.

-Wagensber, J.

1999. *Ideas para la imaginación impura*. Metatemas, Tusquets, Barcelona.

ANEXOS

Figura n°1



Figura n°2

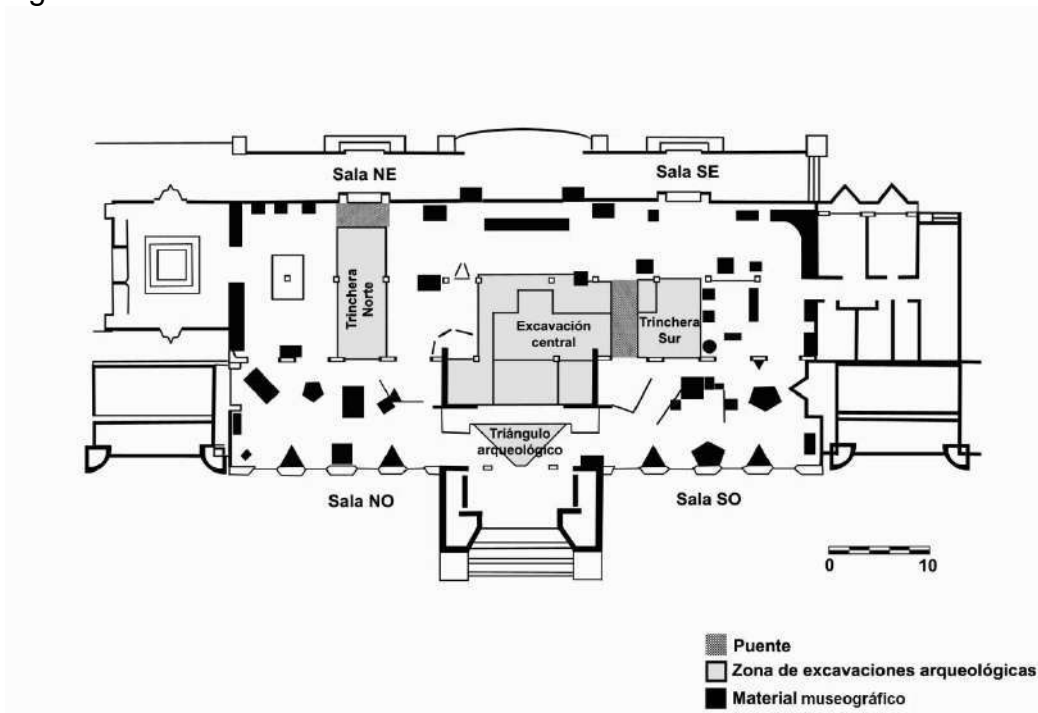


Figura n°3

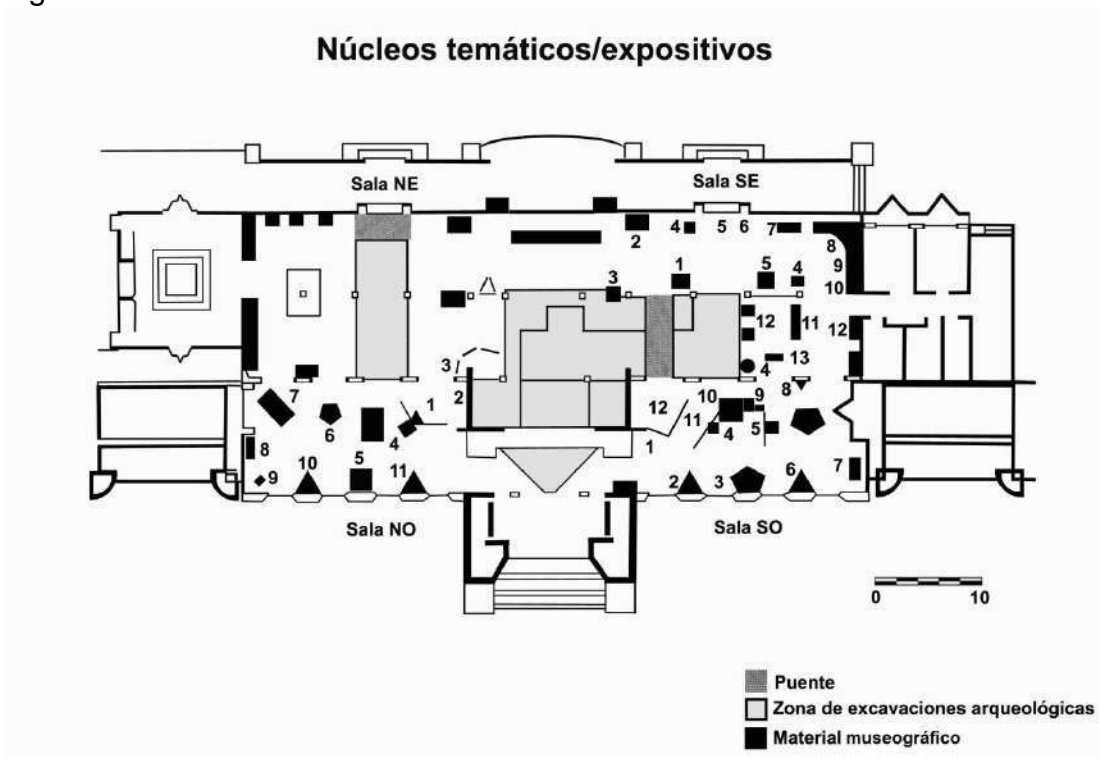


Figura n°4



Figura n°5

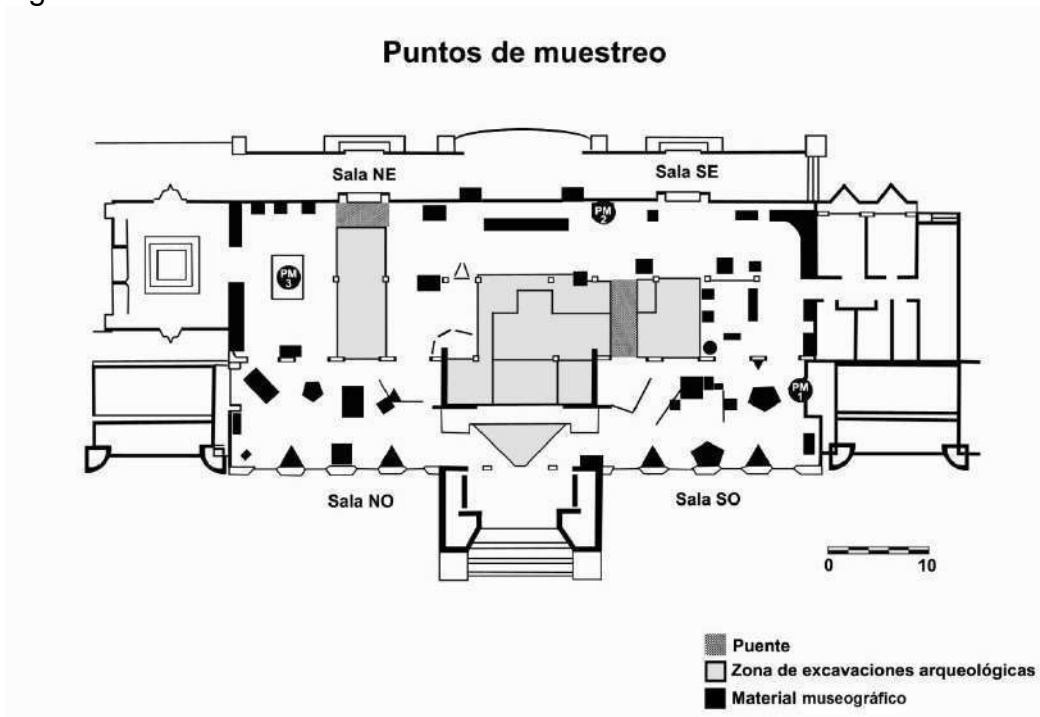


Figura n°6

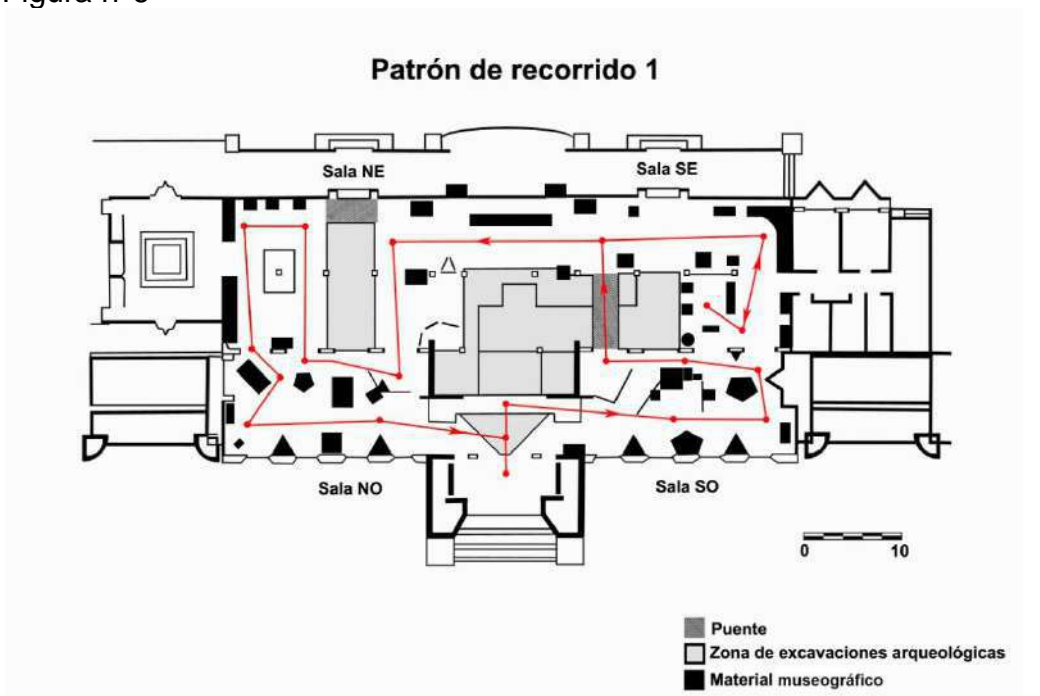


Figura n°7

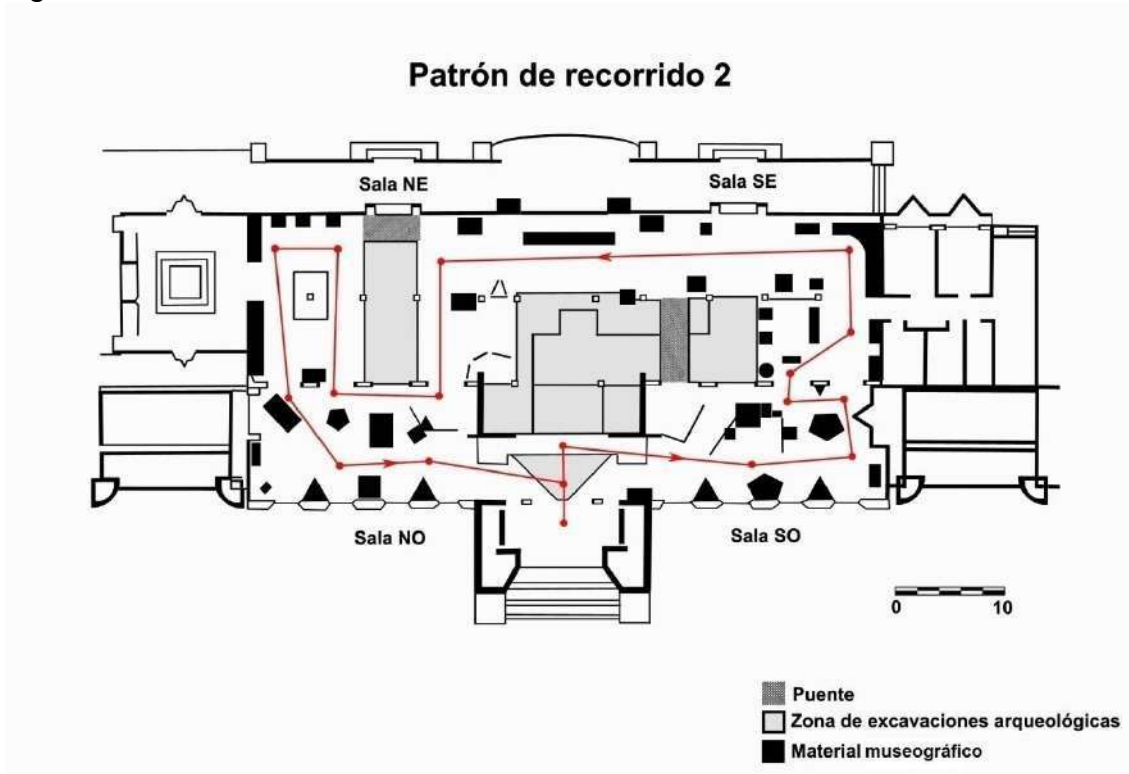


Figura n°8

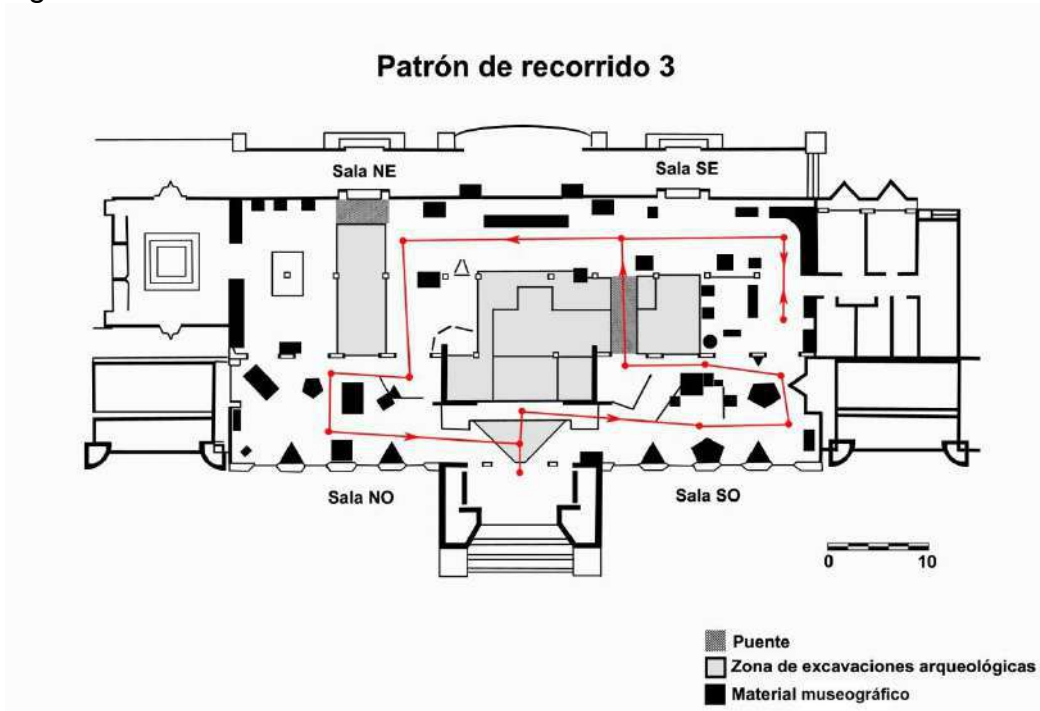


Figura n°9

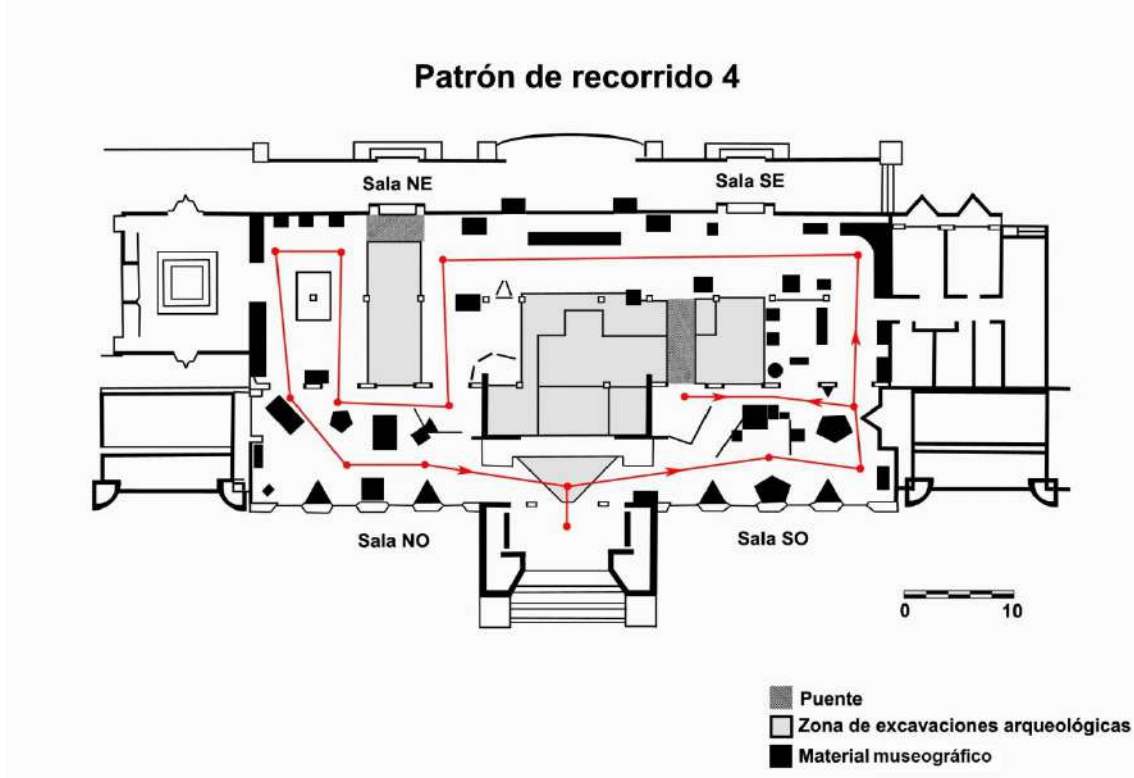


Figura n°10

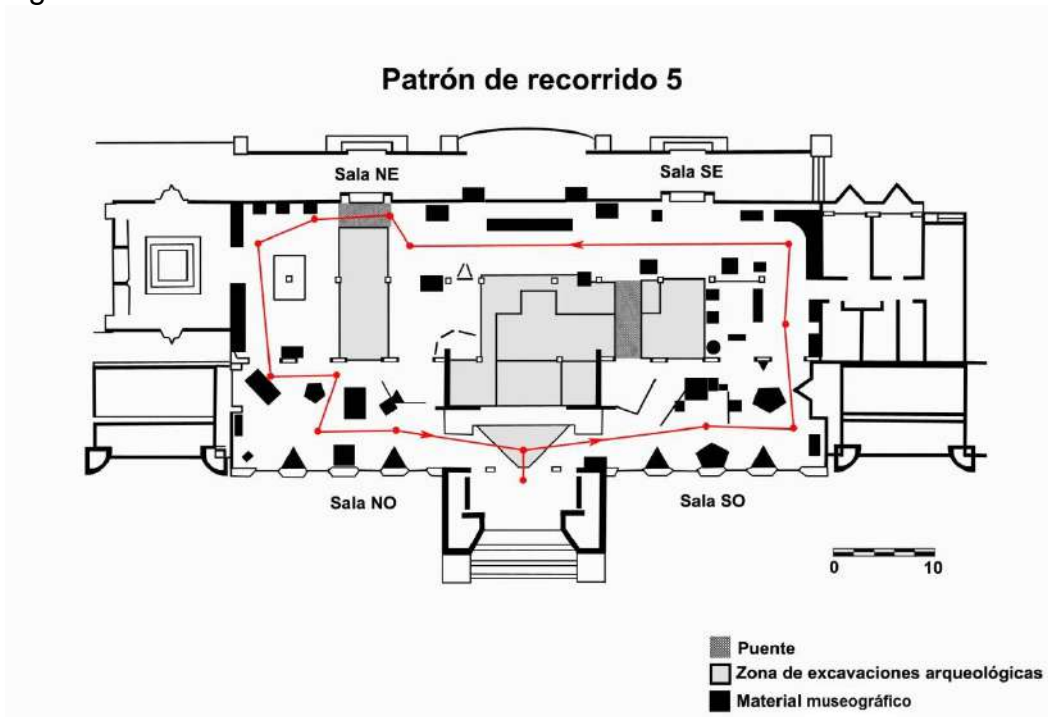


Figura nº11

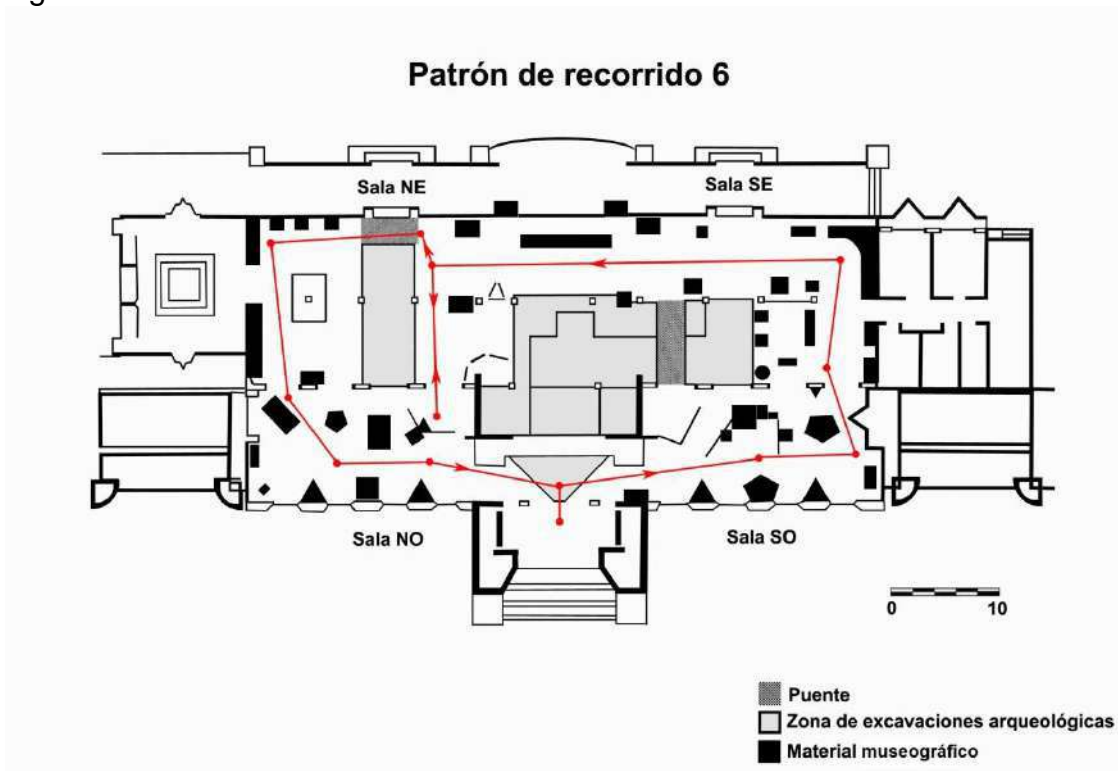


Figura nº12

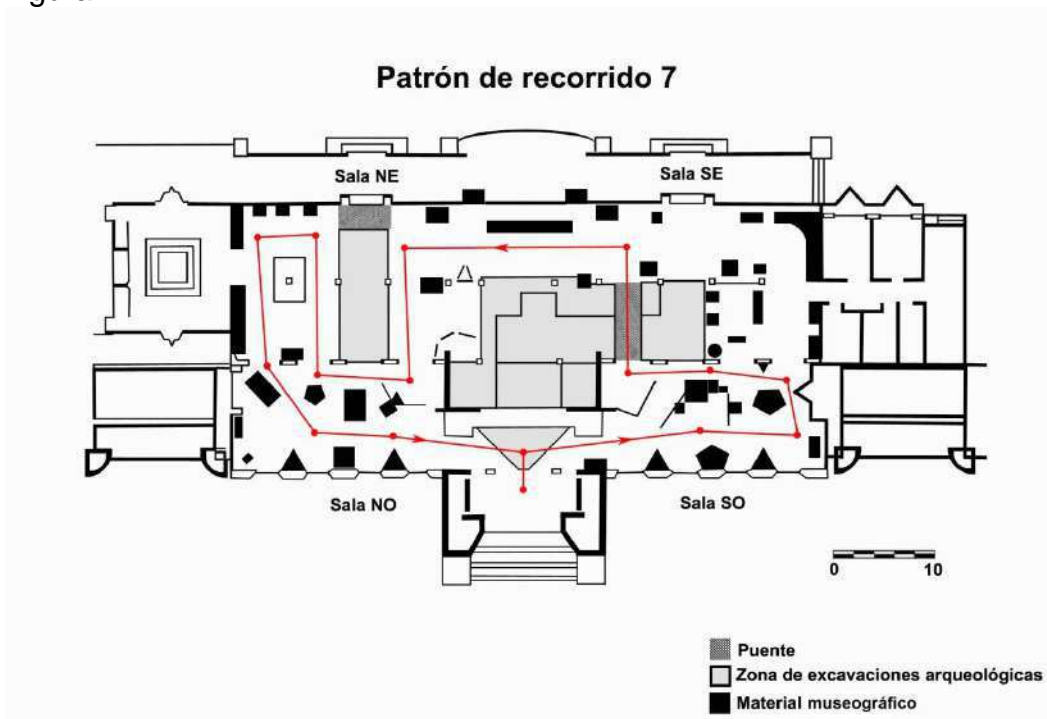


Figura n°13

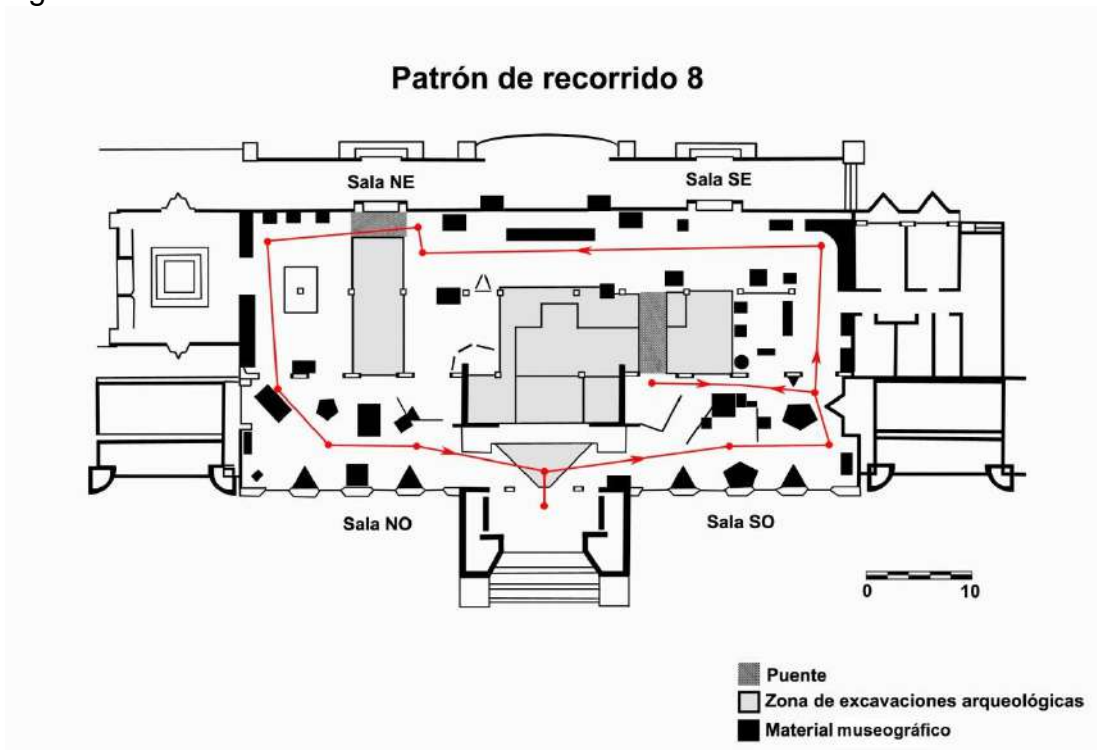


Figura n°14

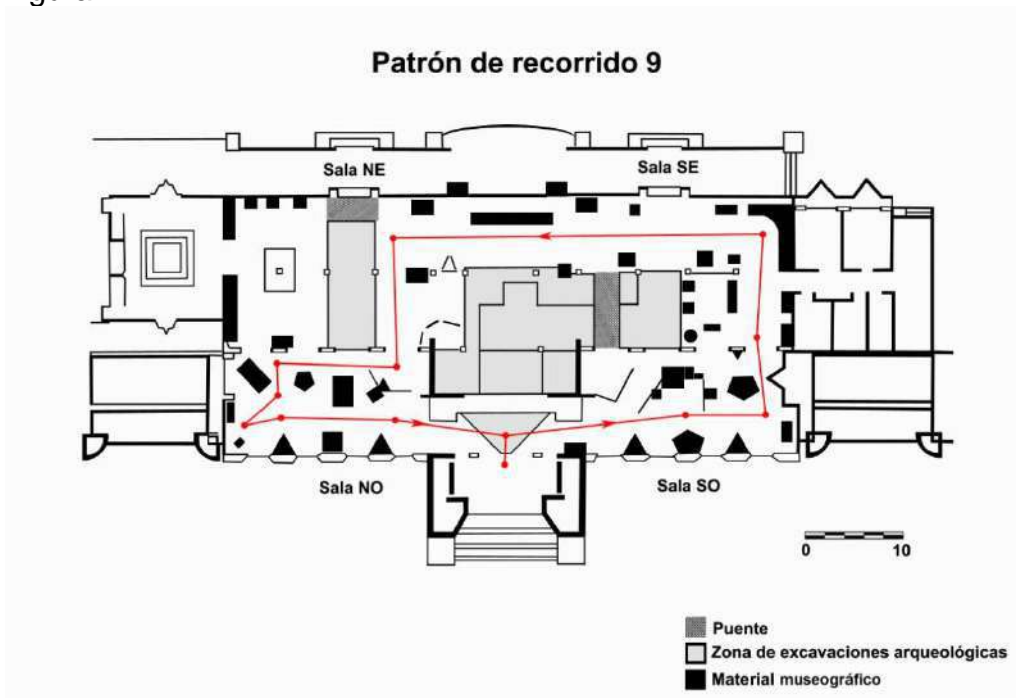


Figura n°15

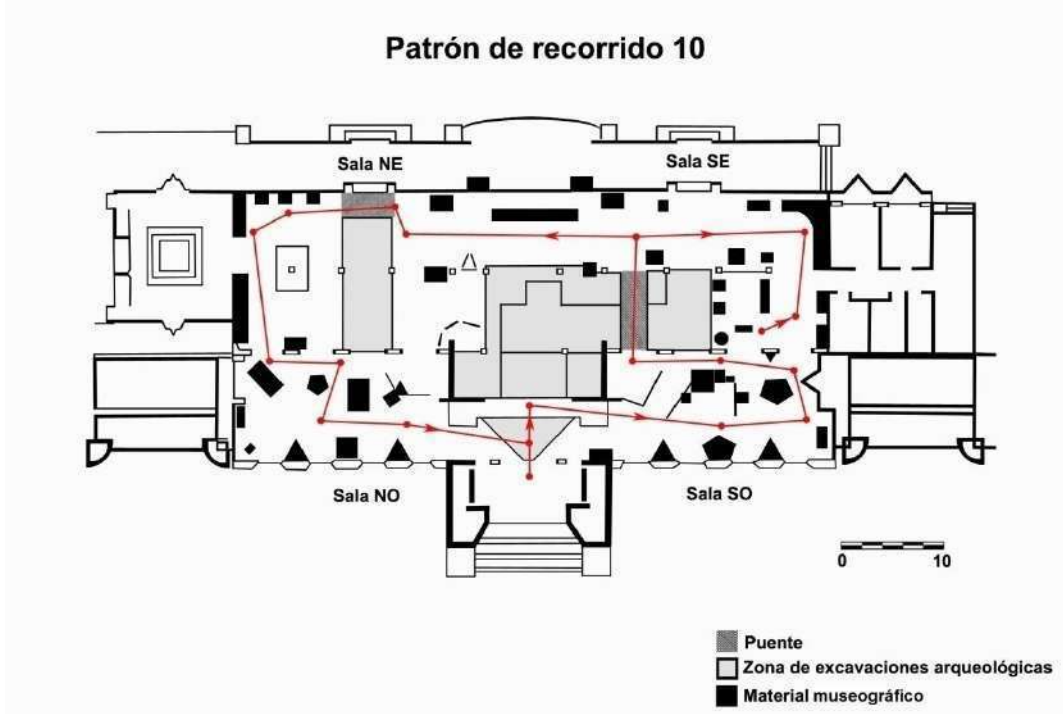


Figura n°16

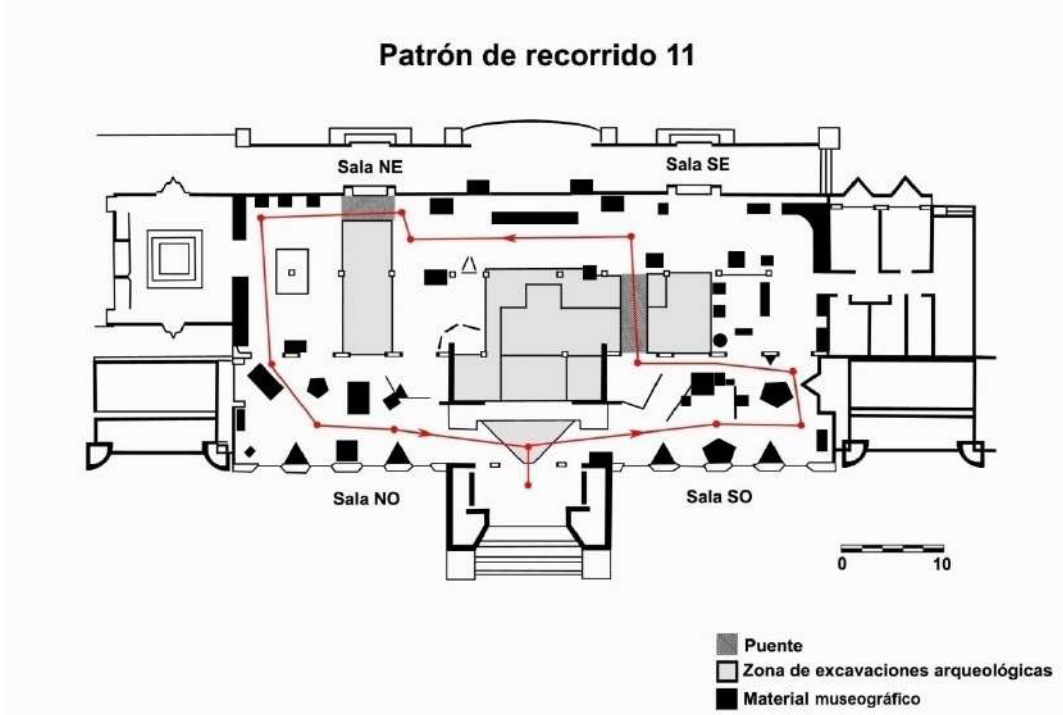


Figura n°17

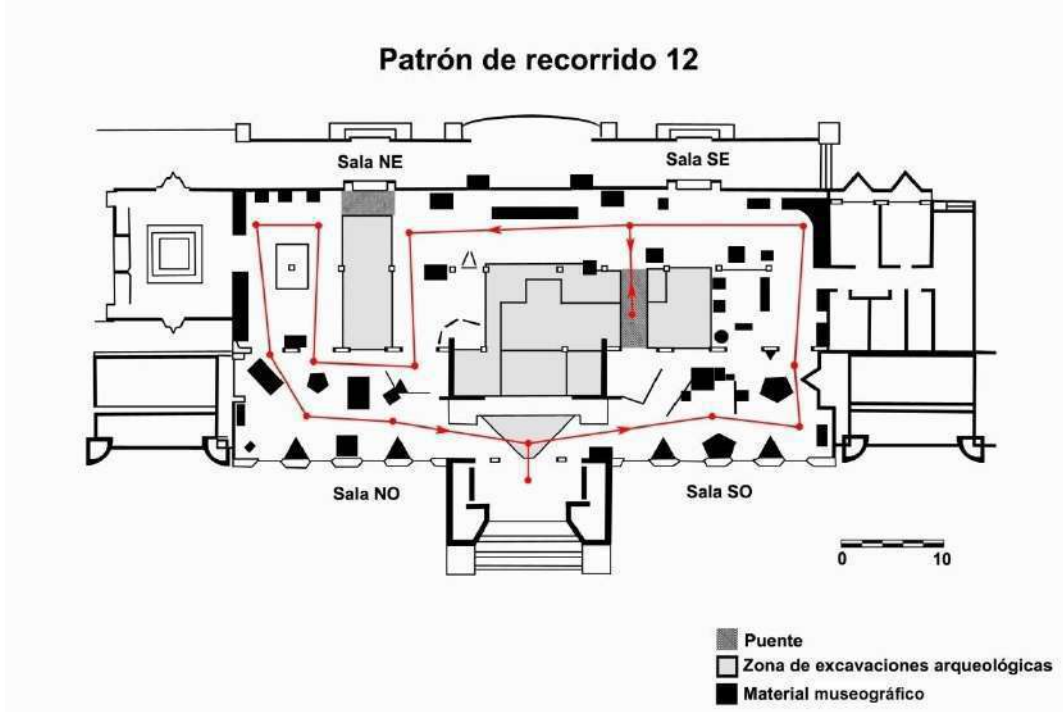


Figura n°18

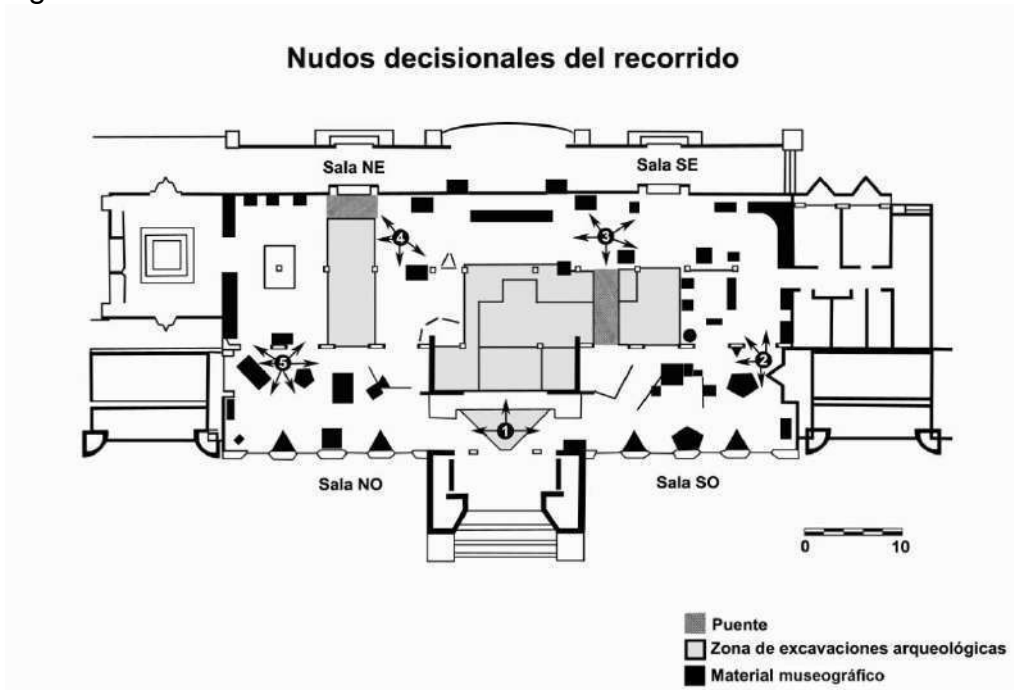


Figura n°37

ENCUESTA DE PÚBLICO DEL MUSEO DE EL ÁREA PLANOAO ONAL

sexo:	femenino	<input checked="" type="checkbox"/>	edad: de 0 a 12	<input type="checkbox"/>
	masculino	<input type="checkbox"/>	de 13 a 17	<input type="checkbox"/>
			de 18 a 29	<input checked="" type="checkbox"/>
			de 30 a 40	<input type="checkbox"/>
			de 41 a 60	<input type="checkbox"/>
			más de 60	<input type="checkbox"/>
lugar de origen:	México	<input checked="" type="checkbox"/>	motivos de la visita:	educativa
	Argentina	<input type="checkbox"/>		turística
	Sudamérica	<input type="checkbox"/>		act. Especial
	Norte y Centro de América	<input type="checkbox"/>		otra
	Europa	<input type="checkbox"/>	el museo me gustó	<input checked="" type="checkbox"/>
	África	<input type="checkbox"/>	no me gustó	<input type="checkbox"/>
	Asia	<input type="checkbox"/>	¿por qué?	<i>aprendí cosas q' no sabía</i>
	Oceania	<input type="checkbox"/>	los servicios son buenos	<input checked="" type="checkbox"/>
con quién visitó:	con familia y/o pareja	<input type="checkbox"/>	son malos	<input type="checkbox"/>
	con la escuela	<input checked="" type="checkbox"/>	¿por qué?	<i>explican bien.</i>
	con amigos	<input type="checkbox"/>	cómo llegué: caminando	<input type="checkbox"/>
	otros	<input type="checkbox"/>	en auto	<input type="checkbox"/>
en la visita:	aprendí algo nuevo	<input checked="" type="checkbox"/>	en micro	<input checked="" type="checkbox"/>
	reforcé conocimientos	<input checked="" type="checkbox"/>	en serv. privado	<input type="checkbox"/>
	me perdí, confundí y vi poco	<input type="checkbox"/>	cuántas veces visitó:	es la primera vez
	no aprendí nada	<input type="checkbox"/>		de 2 a 4 veces
				más de 5 veces
pienso que el museo:	es participativa	<input checked="" type="checkbox"/>	sentí que el museo:	cambió mucho
	es abierta a otras opiniones	<input type="checkbox"/>		cambió poco
	es un lugar para aprender	<input checked="" type="checkbox"/>		no cambiada
	es un lugar cómodo y limpio	<input type="checkbox"/>	recomendarías este museo:	si
	es un lugar solo para entendidos	<input type="checkbox"/>		no
la exposición:	es didáctica y comprensible	<input checked="" type="checkbox"/>		
	me hace pensar y reflexionar	<input type="checkbox"/>		
	es muy científica y difícil	<input type="checkbox"/>		
	es larga y aburrida	<input type="checkbox"/>		
las excavaciones:	me llaman la atención	<input checked="" type="checkbox"/>		
	ayudaron a comprender mejor	<input type="checkbox"/>		
	me parecieron feas	<input type="checkbox"/>		
	no me enseñaron nada	<input type="checkbox"/>		

de lo que visitó en el museo
¿qué fue lo que más te llamó la atención?
Detrás de las excavaciones me llamó la atención los ¿Por qué? diferentes tipos de las ocupaciones que hubieron a través del tiempo porque es algo que no había escuchado.

Alfredo