

ISSN: 2174-7822

REVISTA ELECTRÓNICA DE INVESTIGACIÓN

DOCENCIA Y CREATIVIDAD
ELECTRONIC JOURNAL OF RESEARCH, TEACHING AND CREATIVITY

ESTUDIO DE PERCEPCIONES ASOCIADAS A LOS MUSEOS: DESAFÍOS PARA LA CREATIVIDAD

STUDY OF PERCEPTIONS RELATED TO MUSEUMS: CHALLENGES FOR CREATIVITY

María Fernanda Melgar

CONICET - Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina

Revista Electrónica de Investigación, Docencia y Creatividad
<http://www.revistadocrea.com>

Fecha de recepción: 26 de septiembre de 2016

Fecha de revisión: 10 de noviembre de 2016

Fecha de aceptación: 01 de diciembre de 2016

Melgar, M.F. (2016). Estudio de percepciones asociadas a los museos: desafíos para la creatividad. *Revista Electrónica de Investigación, Docencia y Creatividad*, 5, 41-57.

ESTUDIO DE PERCEPCIONES ASOCIADAS A LOS MUSEOS: DESAFÍOS PARA LA CREATIVIDAD

STUDY OF PERCEPTIONS RELATED TO MUSEUMS: CHALLENGES FOR CREATIVITY

María Fernanda Melgar, fernandamelgar@gmail.com
CONICET - Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina

Resumen

Los museos son instituciones sociales, lugares de aprendizaje, espacios para la creatividad y la curiosidad. Una nueva perspectiva de los museos se interesa por los objetos patrimoniales pero también por los sujetos que los visitan y sus experiencias. En el artículo presentamos un estudio que tuvo por objetivo comprender las percepciones asociadas a los museos en un grupo de estudiantes vinculados a carreras de educación de la Universidad Nacional de Río Cuarto. El estudio fue de carácter exploratorio y descriptivo, con un enfoque cualitativo. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario con ítems de respuestas abiertas y cerradas. Como resultado se identificaron percepciones vinculadas a la naturaleza y funciones de los museos, las experiencias museísticas previas y la satisfacción en las visitas. Las percepciones frecuentes se presentan como un desafío para la creatividad de los trabajadores de los museos, los docentes, los visitantes y los investigadores.

Palabras clave

Museos, percepciones, universidad, creatividad, experiencias.

Abstract

Museums are social institutions, places of learning, spaces for creativity and curiosity. A new perspective of museums focuses its attention not only on the objects but also on the visitors and their experience. In this paper we present a study that aimed at understanding the perceptions associated with the museums of a group of university students to careers related education at the Universidad Nacional de Río Cuarto. The study is exploratory and descriptive, with a qualitative approach. For data collection, a questionnaire with open and closed items responses was applied. As a result, perceptions related to the nature and functions of museums, perceptions on previous museum visits experiences, and on museum visits satisfaction were identified. Frequent perceptions are presented as a challenge for the spark of creativity of museum workers, teachers, visitors and researchers.

Keywords

Museums, perceptions, university, creativity, experiences.

1. Introducción

Los museos son instituciones sociales vinculadas al patrimonio integral, escenarios educativos y de aprendizaje, espacios para disfrutar, para las experiencias y las emociones. Además, pueden constituirse en escenarios para la creatividad y la curiosidad, para los conocimientos y los intereses (Elisondo y Melgar, 2015).

Una reconstrucción histórica de la concepción de museos, permite visualizar cambios que van; desde la idea de 'museo almacén' centrada en los objetos y destinada a un público culto; hasta la idea de 'nuevo museo' focalizado en las personas y sus experiencias configurado como un espacio de uso comunitario (Martini, 2007; Alderoqui y Pedersoli, 2011).

El pasaje de un museo centrado en los objetos a un museo centrado en las personas y sus experiencias educativas, no es un capricho o una moda, es una necesidad. Según Garde López (2013) las experiencias culturales como experiencias de aprendizaje ocupan un papel importante en el desarrollo personal, ofrecen oportunidades para la autoafirmación, para el diálogo intercultural (Escarbajal de Haro y Martínez de Miguel López, 2012) para la socialización, la construcción de conocimientos, el desarrollo de valores sociales y cívicos (Tasdemir et al, 2012), el fomento de actitudes creativas (Alderoqui y Pedersoli, 2011) y el desarrollo de la identidad (Falk, 2009, Domínguez, 2003), entre otros.

Resulta interesante conocer cómo las personas perciben a los museos, ya que esas representaciones habilitan u obstaculizan diferentes vivencias y aprendizajes. En el artículo presentamos un estudio sobre percepciones asociadas a museos del que participaron estudiantes universitarios de carreras vinculadas a educación.

Conocer las percepciones de los estudiantes acerca de los museos, se constituye en una herramienta valiosa para diseñar experiencias inesperadas (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2012) desde el contexto universitario que permitan el acercamiento de los jóvenes a esta institución, así como, repensar posibles aportes de profesionales de la educación a los escenarios museísticos.

2. Estudios de percepciones asociadas a los museos

Los museos son instituciones sociales y de acceso público, están disponibles para que las personas puedan acercarse, aprender, experimentar, disfrutar, socializar y crear, entre otras posibles actividades. Como instituciones sociales, además, tienen la obligación de recibir a las personas, pero también de 'buscarlas, invitarlas, convocarlas'. Los museos pueden 'salir de sus muros' y ofrecer experiencias en otros espacios, en la Web, en las escuelas, en los barrios, en ferias.

Los museos preocupados por la educación se interesan en conocer a sus visitantes. Les interesa saber ¿Por qué las personas se acercan a los museos? ¿Qué tipo de experiencias buscan? ¿Cómo los perciben? Les importa conocer qué piensan y sienten sus visitantes, y no únicamente considerar la cantidad de visitas que reciben.

Las percepciones pueden entenderse como constructos influidos por las necesidades, valores sociales, aprendizajes, características permanentes y temporales de los individuos, las motivaciones, emociones, sensaciones y experiencias, que influyen sobre nuestras acciones, decisiones y comportamientos. En la conformación de percepciones, los sujetos no actúan como reproductores, sino como creadores desde sus sistemas cognoscitivos (Arias Castilla, 2006).

Conocer las percepciones de los visitantes se constituye en una *poderosa herramienta* de gestión para los museos y para la educación formal. Entendiendo que ésta es un *derecho*, y como tal debería contribuir a ofrecer oportunidades para el desarrollo cultural de las personas, aumentar las posibilidades de interactuar y conocer diferentes escenarios culturales como son los museos.

En este sentido, existen diferentes estudios que se han realizado con el objetivo de conocer qué piensan las personas de los museos, qué experiencias buscan en ellos y qué grado de satisfacción logran en sus visitas. En una investigación que desarrolló el Laboratorio Permanente de Público de Museos (2012) se señala que: “muchos visitantes manifestaron una concepción muy tradicional, lo asociaron a arte o cuadros, a edificios singulares vinculados a grandes museos y conocidos”. Además, los personas “esperaban ser sorprendidas, que el museo despierte su curiosidad a través de una oferta novedosa, que les permita descubrir cosas nuevas”. Se vislumbró “cierta coincidencia en que la experiencia fue más gratificante cuando había conocimientos previos de lo que se observaba”. “La posibilidad de *interactuar* incidió notablemente en lo positivo de la experiencia”. Cuando se consultó qué harían para incrementar las visitas a los museos, señalaron que “deben promocionarse más, motivar al público para que los visite explicándoles los beneficios que obtendrán”. En relación con los aspectos negativos de las experiencias fueron relacionados con la falta de “intermediación-mediación con los contenidos”. Sin embargo, en general, “fueron relatadas de manera positiva”, se “consideraron buenas y gratificantes”.

Altamirano, Crespo, Lander y Zunino (1997) realizaron un estudio en el Museo José Hernández en Buenos Aires sobre las percepciones de docentes, visitantes espontáneos y adultos mayores; asociadas a los museos. Se realizó un estudio cualitativo que tuvo por objetivo considerar distintas voces. Entre los resultados se destacaron, que el museo fue percibido por el público como “un lugar que cuenta la *historia verdadera*, a diferencia de otras instituciones u otros ámbitos, como la escuela y los medios de comunicación”. Para alguna de las personas consultadas, “el museo mostraba *un pasado sin contaminaciones* de variables políticas o sociales”. Para otros, se configuró como un “espacio estático, exótico y al que accede determinado tipo de personas”. Del mismo modo, fue concebido como un “espacio vinculado a la evocación de la propia experiencia afectiva del pasado, de sus recuerdos o de un patrimonio compartido; como un lugar de reconocimiento y búsqueda de comprensión del *ser argentino*”. Por otro lado, se visualizaron ideas como la de un “espacio frío, grande, oscuro, sucio, con olor a viejo, así como la vigencia del museo como un lugar aburrido y rígido”. “Un lugar donde la transgresión no está permitida, donde quedaría prohibido tocar y hablar en voz alta”. El público reclamó mayor dinamismo en las vinculaciones con el museo, más participación activa como sujetos que van en búsqueda de experiencias, más ocasiones para la creatividad (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009).

¿Qué piensan los jóvenes sobre los museos? Antonie Faúndez y Carmona Jiménez (2015) realizaron un estudio con 64 estudiantes de nivel superior y medio en Chile, para la recolección de datos se emplearon *focus group*. De los resultados, destacaron que los jóvenes percibieron a los museos como “instituciones sociales relevantes”, que tienen como función principal preservar “*objetos valiosos, especiales, únicos, sobre los que educan*”. Se presentaron como instituciones diferentes de otras que solo se encargan de divertir o entretener. Sin embargo, criticaron la gestión de los museos, mencionaron que “faltan servicios de apoyo y mediación, difusión y comunicación”. Reclamaron “la escasa voluntad por informar sobre lo que hacen, el abandono del visitante en las exposiciones, la *ausencia de novedad, sorpresa, diversidad*; persistencia en las tradicionales restricciones como el *no tocar, no cruce la línea, silencio; sólo mire*”.

Mencionan Faúndez y Jiménez (2015) que “otras críticas” realizadas por los adolescentes residieron en “la falta de interactividad; insuficiente modernización; carencia de diversidad cultural en las muestras y oferta de experiencias poco estimulantes”. Un aspecto a destacar, considerando el poder de la educación formal (escuela, universidad), fue que para algunos jóvenes que visitaron museos con la escuela, “hubo ‘algo’, un objeto o pieza de la colección, un detalle del inmueble o característica del ambiente que llamó su atención infantil” y generó un recuerdo sobre la visita, que sirvió de disparador para continuar acudiendo con su familia. De modo opuesto, otros jóvenes, recordaron “la primera visita a un museo como una actividad escolar aburrida desde la que construyeron un imaginario del museo equivalente a la escuela”. Los jóvenes valoraron los museos como instituciones culturales vigentes, sin embargo, reclamaron un discurso *cultural más familiar y próximo* que permita situar el relato del museo en su “propio relato personal cotidiano” (Faúndez y Jiménez, 2015). En términos de Alderoqui y Pedersoli (2011) reclamaron mayor resonancia con la historia personal.

¿Qué tipo de experiencias buscan las personas cuando visitan museos? Para Falk (2009) los museos son espacios para el aprendizaje y la identidad. Para los aprendizajes, en la medida que permiten construir conocimientos, actitudes y habilidades, de manera que colaboran en la idea de autoafirmación, en la consideración de que las personas saben algo nuevo. En cuanto, a la identidad los museos permiten conectarse al mundo social y físico percibido, conjugando las experiencias personales, culturales, sociales y familiares. Siguiendo a Falk el Laboratorio Permanente de Público de Museos (2012) señala que los visitantes del museo construyen significados a partir de sus experiencias (como exploradores, facilitadores, buscadores, aficionados o recharger), sus intereses, sus valores y sus expectativas que los acercan a determinadas partes del museo.

Finalmente, otro estudio realizado por el Laboratorio Permanente de Público de Museos (2013), intentó comprender el “grado de satisfacción alcanzado por las personas en sus experiencias en diferentes museos estatales españoles”. Para la recolección de datos emplearon un cuestionario en el que se incluyeron sensaciones vinculadas a aspectos cognitivos, físicos, psicológicos, sociales, emocionales. Los resultados permitieron conocer que los museos estudiados, generaron satisfacción en sus visitantes, provocaron vivencias agradables y experiencias que merecen repetirse. Las sensaciones experimentadas en niveles más elevados fueron; el orden, la relajación, la significación, la atención, la orientación y el confort. Se dedujo que estas sensaciones fueron más frecuentes en

instituciones de dimensiones reducidas, que promovían un clima de tranquilidad y ameno, que permitían una experiencia agradable. También se reconocieron sensaciones como la confianza, la diversión y el control; la felicidad y aprendizaje, la fascinación y la absorción experimentadas en un grado algo menor, que aun así casi alcanza el nivel de 'bastante' para la media de los visitantes. Por otro lado, se mencionaron algunas sensaciones negativas como cansancio, incertidumbre y desconocimiento.

En el siguiente apartado presentamos un estudio sobre percepciones asociadas a museos realizados en una Universidad de Argentina.

3. Estudio de percepciones asociadas a museos en la Universidad

3.1. Contexto de estudio, objetivos y procedimientos de recolección de datos

El estudio se realizó en el marco de una innovación que tuvo por objetivo acercar a los estudiantes universitarios de carreras educativas a los museos. La propuesta se organizó en dos actividades, la primera vinculada a la exploración de museos virtuales¹ y la segunda a la visita del Museo Tecnológico Aeroespacial². Participaron 60 estudiantes de las carreras de Licenciatura en Psicopedagogía y Profesorado y Licenciatura en Educación Especial de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

El objetivo general del estudio fue comprender las percepciones asociadas a los museos; y los objetivos específicos fueron a) identificar concepciones sobre la naturaleza de los museos y sus funciones, b) describir experiencias previas de los estudiantes en los museos y c) describir la satisfacción en las experiencias museísticas.

El estudio fue exploratorio y de carácter descriptivo; para el análisis de datos se empleó un enfoque cualitativo y para el procesamiento de la información estrategias de codificación que permitieron la elaboración de categorías. La codificación consiste en comparar la información obtenida, tratando de dar una denominación común a un conjunto de datos que comparten una misma idea. Específicamente se emplearon una codificación abierta y axial (Soneira, 2006), los resultados que comentamos en el artículo son parte de una actividad realizada antes de la visita a los museos.

Para la recolección de datos empleamos un cuestionario escrito, con ítems de respuestas abiertas y cerradas, de resolución individual, y que incluía el empleo de técnicas gráficas (dibujos).

El cuestionario se organizó en seis bloques: a) en el primero se solicitaba a los participantes que dibujen un museo, b) en el segundo que elijan con qué concepciones de museos estaban de acuerdo (ítems de respuesta cerrada), c) en el tercero se consultaba si conocían museos, con quienes habían asistido y de qué actividades habían participado (ítems de

¹ La tarea se realizó a partir de la exploración de los sitios *Museos Vivos* <http://museosvivos.educ.ar> y el *Museo Nacional de Bellas Artes* <http://www.mnba.gob.ar>.

² El Museo Tecnológico Aeroespacial funciona dentro del Área de Materiales Río Cuarto, ubicado en la localidad de Las Higueras. Forma parte de la Fuerza Área Argentina.

respuestas cerradas), d) en el quinto se indagaba sobre qué aspectos les agradaban de los museos y e) en el sexto sobre qué aspectos les desagradaban.

3.2. Resultados

El análisis de las respuestas de los estudiantes nos permitió identificar las siguientes categorías: a) percepciones sobre la naturaleza y funciones de los museos, b) percepciones sobre experiencias previas en museos y c) percepciones sobre la satisfacción en experiencias museísticas.

Percepciones sobre la naturaleza y funciones de los museos

Un primer aspecto que se solicitó a los participantes del estudio fue que dibujaran un museo. El análisis de los dibujos se realizó considerando los siguientes criterios: a) *edificio* (fachada, vista desde dentro o desde fuera, plano); b) *interacciones* (con objetos, con personas), c) *tipo de museos* (temáticas y ubicación geográfica) y d) *objetos* (su presencia y tipología).

De los 60 estudiantes, 23 dibujaron fachadas de edificios vistas desde afuera; 23 perspectivas de edificios vistas de adentro, con interacciones entre personas y objetos; 8 planos de edificios vistos desde dentro con objetos; 3 fachadas desde afuera y perspectiva desde adentro con o sin objetos; 1 dibujó una perspectiva de adentro que mostraba la interacción entre objetos y personas; 1 representó la fachada del museo desde afuera con una persona observando y 1 estudiante no dibujó.

Fachadas de edificios, museos de arte, ciencias e historia, sin objetos. Una de las representaciones más frecuentes fue la de un edificio, específicamente una fachada, referida a temas como arte, ciencias naturales o historia, en la que no se observaron objetos ni personas. Por lo general, la fachada, se representó como un edificio antiguo y con columnas rígidas.

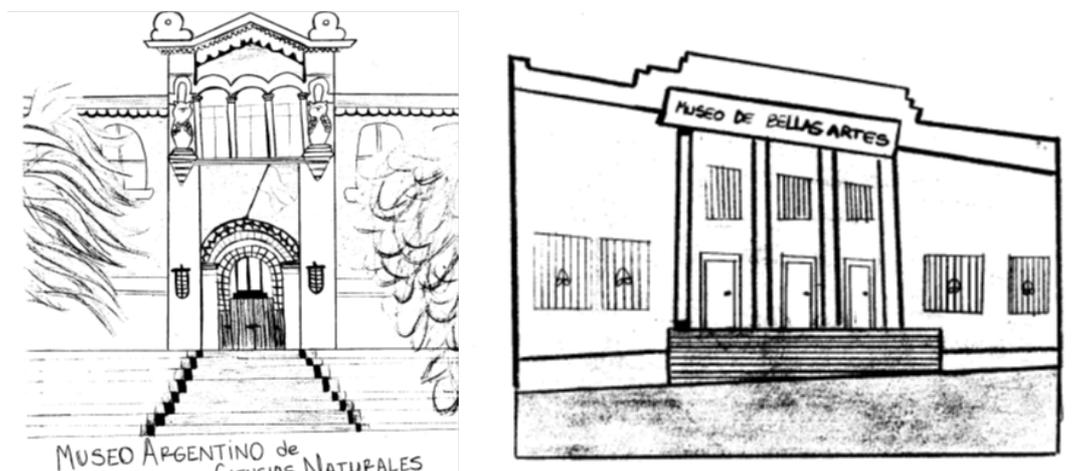


Figura 1. Dibujos de los estudiantes sobre museos como fachadas observadas desde fuera

Edificios por dentro, con interacciones y de diferentes temáticas. Una segunda imagen representada a través de los dibujos, fue la perspectiva de alguna parte del museo, vista desde dentro, como si fuese la fotografía de una circunstancia. En general, en estos dibujos además del edificio, se representaron *interacciones* entre personas y objetos, o entre personas. Las interacciones se representaron observando o mirando el objeto. En tanto que las interacciones entre personas y objetos, se representaron como charlas o conservaciones centradas en algún elemento observado (7 sujetos dibujaron interacciones).

Los objetos figurados fueron cuadros, esculturas, restos fósiles y vestimentas. Las temáticas representadas fueron arte, ciencias naturales e historia; en algunos casos, además, refirieron a museos conocidos (Louvre, Museo Argentino de Ciencias Naturales y Museo de Malvinas).



Figura 2. Dibujo de estudiantes de museos por dentro, con interacciones entre personas y objetos



Figura 3. Dibujo de estudiantes de museos por dentro, con interacciones entre personas y objetos

Planos de edificios vistos por dentro con objetos. Los estudiantes también representaron a los museos empleando planos de los edificios, indicando diferentes sectores, con objetos y referidos a museos conocidos por ellos. En general, en los planos se mostró la organización espacial del museo, las salas y otros servicios, como la cafetería.

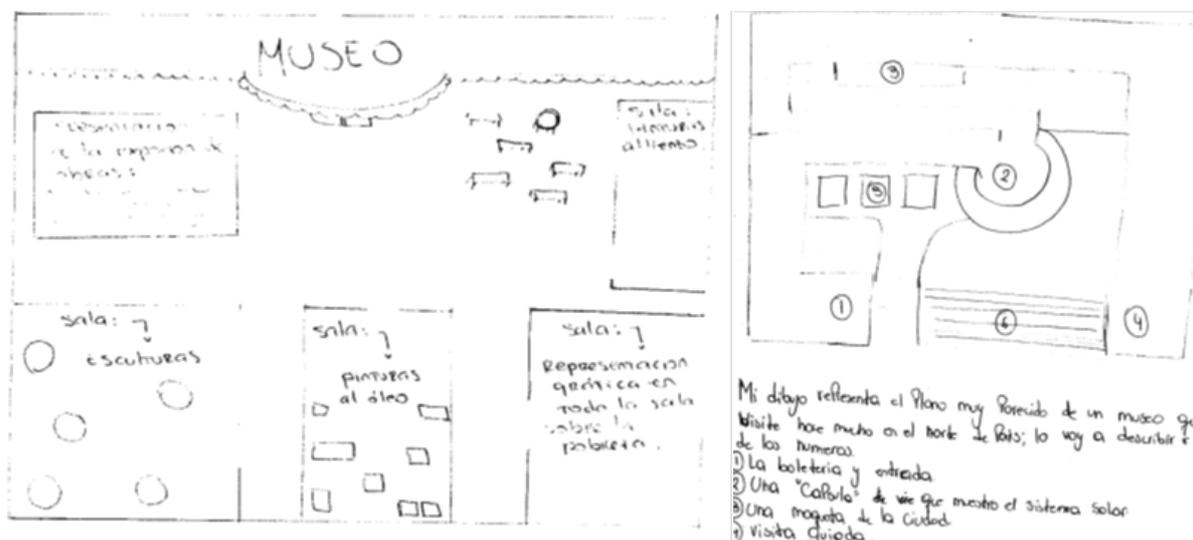


Figura 4. Dibujos de estudiantes de museos como planos

Fachada por fuera, perspectiva por dentro, con objetos. Otra manera de representar a los museos fue realizando vistas del edificio desde dentro y desde fuera. En las vistas por dentro, se observaron objetos como cuadros o esculturas; es decir, que se representaron museos vinculados al arte. En tanto que, en las vistas desde afuera, se representaron fachadas de edificios con carteles que indicaban el nombre 'museo'.



Figura 5. Dibujos de estudiantes de museos, fachada por fuera perspectiva por dentro

La percepción más frecuente sobre los museos enfatizó aspectos como el edificio y los objetos, en tanto que, las temáticas se vincularon al arte, las ciencias naturales y la historia. Esta idea podría asociarse, a una concepción tradicional del museo, donde prevalecen los objetos y la conservación de los edificios. Sin embargo, también, se observó que un número reducido de estudiantes (7 sujetos) representaron al museo, como un espacio social, de interacciones con otros y con objetos.

Además de los dibujos, se solicitó a los estudiantes que señalaran aquellas concepciones de los museos con las que estuvieron de acuerdo, el ítem se presentó con opciones de respuestas cerradas y los estudiantes podían elegir más de una.

Las opciones³ fueron, a) los museos son lugares que guardan objetos y se visitan cuando tenemos tiempo libre; b) son lugares a los que te lleva la escuela para aprender, c) lugares donde es posible aprender y educarse sobre cultura (arte, ciencia, historia); d) lugares donde se guardan objetos, se investiga y aprende y e) lugares para conocer sobre una ciudad cuando voy de turismo.

Los estudiantes eligieron una o más concepciones sobre los museos. Del total de 60 participantes, 56 estuvieron de acuerdo en que los museos son lugares para aprender y educarse sobre cultura (arte, ciencia, historia); 40 en que son lugares donde se guardan objetos, se investiga y aprende; 13 señalaron que son lugares para conocer una ciudad cuando van de turismo, 10 lugares donde te lleva la escuela para aprender y 8 lugares donde se guardan objetos y se visitan en el tiempo libre.

³ Las opciones fueron elaboradas considerando respuestas de estudiantes de otros años.

La concepción con la que estuvo de acuerdo, casi la totalidad del grupo, es la de los museos como espacios de aprendizaje y educación vinculados a la cultura. En este tipo de concepciones se reconoce, que en los museos es posible aprender, educarse y conocer. Específicamente, el museo aparece asociado a un lugar que ofrece conocimientos e información culturales.

Con la segunda concepción más frecuente, se nos presentó una inquietud en el modo en cómo fue interpretada la afirmación, *se investiga*. Pensamos que los estudiantes, pudieron haber comprendido 'se investiga' como parte de las actividades que realizan los sujetos en los museos, como una habilidad de búsqueda dentro del museo y no necesariamente como función de la institución. En este sentido, Altamirano et al. (1997) señalaron que una "función que prácticamente no es tenida en cuenta por el público es la del museo como centro de investigación", desconociendo los procesos de estudio que realiza la institución previamente al diseño de exposiciones con los objetivos de "divulgación de conocimientos". Es decir, existe cierto desconocimiento acerca del proceso investigativo que supone la patrimonialización de ciertos objetos.

Percepciones sobre experiencias previas en museos

En esta parte del cuestionario se indagó sobre las experiencias de los estudiantes en los museos, con quiénes habían asistido y de qué actividades habían participado. Las respuestas al ítem se presentaron como opciones cerradas y los estudiantes podían seleccionar más de una.

De los 60 participantes, 57 fueron alguna vez a un museo y 3 no fueron nunca. Mayormente los estudiantes visitaron los museos con la escuela (44 sujetos); con la familia (36 sujetos), con amigos (16 sujetos) y con la pareja (8 sujetos). Un estudiante no contestó este ítem.

Las respuestas de los estudiantes permitieron inferir el carácter social de la experiencia museística. En este sentido, la escuela y la familia, se presentaron como agentes importantes a lo hora de ofrecer experiencias culturales vinculadas al mundo de los museos. Otro dato, que permitió enfatizar el carácter social de las experiencias en museos, fue que ningún estudiante señaló que visitó museos 'solo'.

Falk y Dierking (2000) señalaron que la facilitación sociocultural es un aspecto característico del aprendizaje en los museos, ésta puede ser entendida de dos maneras; como *mediación sociocultural dentro de un grupo* y como *mediación facilitada por otros*. Por otro lado Doerning (2010) menciona que algunos visitantes van a los museos en búsqueda de *experiencias sociales* a pasar tiempo con los amigos, con la familia, con otras personas.

La mayoría de los estudiantes señaló haber tenido una o más experiencias en museos. De los 60 estudiantes, 42 señalaron haber realizado visitas escolares, 37 visitas guiadas, 10 participaron de otras propuestas culturales como talleres y conciertos, 3 señalaron que realizaron visitas sin guías, 3 no fueron a museos, 1 no contestó este ítem.

Las visitas escolares y guiadas fueron las experiencias más frecuentes señaladas por los estudiantes. En menor medida se identificó la participación en otro tipo de propuestas educativas y culturales. La pregunta que podemos hacernos es si esto se debe a que ¿la oferta cultural y educativa de la mayoría de los museos se resume a visitas guiadas? o ¿si los públicos no conocen otras propuestas culturales de los museos? Es necesario diseñar propuestas culturales diversas que ‘resuenen en los visitantes’ (Alderoqui y Pedersoli, 2011), que los inviten a regresar.

Percepciones de la satisfacción en experiencias museísticas

El objetivo de este ítem del cuestionario fue identificar la satisfacción de los estudiantes en sus experiencias en museos, conocer qué aspectos les resultaron agradables y cuáles desagradables.

Aspectos agradables en la visita a museos. La mayoría de los estudiantes identificó uno o más aspectos que les agradaron de sus experiencias previas en museos.

De los 60 participantes, 41 señalaron que les gusta porque en los museos ‘aprenden, se informan y conocen aspectos vinculados a la cultura y a la historia’; 20 señalaron que les gustan los objetos de los museos, los describieron como ‘antiguos, históricos, originales, únicos’, entre otros. Además 7 sujetos mencionaron que les gustan los museos porque ‘generan asombro, curiosidad y permiten descubrir cosas’; 6 sujetos señalaron aspectos vinculados a la ‘organización espacial, el edificio y las muestras’, 6 sujetos mencionaron que les gusta ‘lo que se cuenta, los relatos y las explicaciones de los guías’ y 2 sujetos mencionaron otros aspectos como ‘permiten transportarnos a otras épocas históricas’.

A continuación compartimos algunas respuestas de los estudiantes considerando las categorías más frecuentes.

-Aprender, informarse, conocer sobre cultura e historia

Lo que más me gusta es que te permiten adquirir conocimientos sobre la historia de nuestra propia cultura, y otras también (c3).

-Sobre los objetos

Lo que más me gusta de un museo son los objetos antiguos que se encuentran junto a la explicación de su historia (...) los objetos que son de mi preferencia son las vestimentas de distintas épocas, los utensillos criollos y herramientas propias de nuestra historia (c1).

-Generan asombro, curiosidad y permiten descubrir

Lo que más me gusta de un museo es la curiosidad que genera por todo lo que se ve, lo mucho que se aprende con mirar y leer interactuando con los objetos (c44).

Los aspectos señalados como agradables de las visitas a museos podrían analizarse considerando qué tipo de experiencias buscar las personas. En términos de Doering (2010), podríamos describir las experiencias de los estudiantes como aquellas *centradas en los objetos y experiencias cognitivas*. En las primeras se buscan vivencias relacionadas con la atracción de los objetos, según diferentes criterios como belleza, rareza, importancia histórica, singularidad; en tanto que, en la segundas las personas intentan ampliar la información sobre determinados aspectos u objetos, del mismo modo, que enriquecer su conocimiento.

Por otro lado, las respuestas de los estudiantes coincidieron con las representaciones señaladas por Altamirano et al (1997) acerca de los museos como lugares que cuentan 'la historia verdadera', o lugares comunes del 'ser argentino', específicamente cuando los estudiantes señalaron que aprenden de la 'propia cultura' o de la 'historia propia'.

Aspectos que desagradan en la visita a museos. De los 60 estudiantes, 50 señalaron diferentes aspectos que no les gustaron de los museos y que consideraron que podrían cambiarse para que las experiencias sean más agradables. Se mencionaron los siguientes aspectos a modificar, relacionados al 'clima y ambiente del museo' (18 sujetos); aquellos vinculados a la falta de mediación facilitada por otros (10 sujetos), a las escasas posibilidades de interacción con los objetos, (9 sujetos), a la falta de 'explicaciones e información' (7 sujetos); a la 'organización espacial' (5 sujetos) y otros aspectos (1 sujeto). Por otro lado, 10 sujetos mencionaron 'que no hay nada que no les guste' y 2 sujetos no respondieron el ítem.

En la categoría clima y ambiente del museo se mencionaron aspectos como, 'no me gusta el olor a viejo', 'la escasa luz', 'sentirme vigilado', 'que no te dejen sacar fotos', 'tener que estar en silencio' y a veces resultan 'aburridos'.

A modo de ejemplo compartimos las respuestas más frecuentes de algunos estudiantes.

-Clima y ambiente del museo

Desde mi experiencia personal lo que menos me gusta de un museo es el olor a viejo, la escasa luz, que las personas hablen en un tono alto y que los horarios disponibles sean generalmente los fines de semana (c1).

-Falta de mediación facilitada por otros

Lo que menos me gusta es asistir a un museo sin una guía o una persona que conozca, que te pueda dar una explicación de cada cosa que se encuentra en ese museo (c2).

- Escasa interacción con los objetos

Lo que menos me gusta de un museo es que no se puede interactuar con los objetos más allá de la vista (...) (c36).

Existen numerosas investigaciones que señalan la importancia de que los museos ofrezcan *espacios, ambientes y climas* relajados para los visitantes. Un pionero en este sentido, fue Hein (1998) quien señaló que los museos deberían incluir lugares que permitan realizar actividades relajadas y ambientes en los que los visitantes se sientan seguros y con

comodidad. En relación con el acceso físico, el primer contacto de los visitantes es con el edificio del museo, su localización, apariencia y atmósfera general. En cuanto al confort, los visitantes necesitan sentirse cómodos, desarrollar su visita en un ambiente tranquilo y no en un lugar que resulte hostil.

De modo general los estudiantes consultados expresaron cierto grado de satisfacción con sus experiencias en los museos; refirieron a experiencias cognitivas, centradas en los objetos y sociales. Por otro lado, los aspectos que les desagradan sirven como disparadores para pensar en experiencias creativas que generen atmósferas emocionales y de confort, más relajadas, que inviten a la participación desde numerosas puertas de entrada.

4. Consideraciones finales

Al inicio del artículo reconocíamos a los museos como instituciones sociales, espacios educativos y de aprendizaje, lugares de experimentación, espacios para la creatividad y curiosidad. Referimos a los cambios reclamados para los museos, al pasaje de un 'museo centrado en los objetos y edificios', a un museo que le interesen 'las personas y sus experiencias'. En este sentido, la educación formal, es considerada como una potencial socia para las acciones de los museos, en la medida que se comprometa a diseñar experiencias que "salgan de las aulas e incluyan a otros espacios, escenarios y contextos" (Melgar y Donolo, 2011).

El estudio que presentamos fue realizado con alumnos universitarios de carreras de educación. Esta acción no fue casual, fue intencional, desde el inicio del camino nos interesó generar acciones para acercar a las personas a los museos. Realizamos innovaciones vinculadas a aumentar la educación (Elisondo, 2015) que permitan tener experiencias en museos físicos y virtuales; ya que consideramos que pueden servir de punto de partida de reflexiones didácticas y pedagógicas para los estudiantes de educación.

Retomando los resultados de este estudio, pudimos identificar que las percepciones más frecuentes de los estudiantes acerca de los museos se relacionaron con los *edificios* y los *objetos*. En general, los objetos se vincularon al arte, las ciencias naturales e historia. En menor medida, los museos son representados como espacios donde ocurren interacciones entre personas y con los objetos. En los casos donde han sido representadas interacciones, refirieron a acciones como mirar y observar.

Estas percepciones de los museos se presentan como un *desafío para la creatividad* de quienes gestionan los museos (trabajadores, profesionales, investigadores), pero también de quienes acompañan a los museos (escuelas, familias) y de quienes los visitan. Es necesario, hacer *intencional*, el esfuerzo por encontrar en los museos espacios para las preguntas, para la diversidad, para las experiencias, para la socialización, para mirar y observar pero también para jugar, tocar, oler, escuchar, emocionarse. En términos de Alderoqui y Pedersoli (2011) es necesario comprometerse en el diseño de experiencias fluidas, interactivas e imaginativas.

El estudio, también nos permitió conocer que los museos son *percibidos* como espacios de aprendizaje y educación vinculados a la cultura, donde los sujetos investigan, se informan y conocen. Esta percepción de los museos, también constituye un *desafío para la creatividad*, en la medida que da relevancia a la institución museística como espacio especial para conocer sobre cultura. En este sentido, en un contexto de globalización trabajar en los museos la idea de diálogo intercultural, de respeto a los valores y creencias sociales, la comprensión de lo diferente, la construcción de diversidad de historias, la visualización del posicionamiento del mensaje del museo, el impacto en la identidad personal y social de los visitantes, constituyen el desafío de una perspectiva creativa que busca aumentar, invertir, invertir e indisciplinar la educación (Elisondo, 2015).

Otro de los resultados del estudio, se vincula al reconocimiento de las *experiencias previas* de los estudiantes en museos. Fue posible reconocer el carácter social de las mismas, a los museos se asiste con la *escuela, con la familia y con los amigos*. En relación a las vivencias suelen estar relacionadas a visitas guiadas. Claramente, resulta un *desafío para la creatividad* trabajar en experiencias más allá de las tradicionales visitas guiadas. A los museos podemos ir a jugar, a intercambiar ideas con otros, a compartir con personas de diferentes edades, a crear, a aprender, también a mirar y observar.

De la *satisfacción* con las experiencias en los museos, los estudiantes, valoraron positivamente sus vivencias. Los aspectos que les agradaron fueron que en los museos se encuentran objetos especiales, que es posible aprender, informarse y conocer; a la vez que sorprenderse, asombrarse y descubrir. Por otro lado, también criticaron algunos aspectos de los museos, como la falta de interacción con los objetos, el excesivo silencio, el aburrimiento, la rigidez y control excesivo, la falta de mediación a través de los guías o de las explicaciones empleando cartelería. Reclamaron, en algunas ocasiones que los museos *innoven*. Escenarios diversos; aprender emocionándose; empleando objetos; continuar las experiencias museísticas en la casa, en la escuela, en la universidad, en la web; crear productos originales a partir de los museos, plantear preguntas, muchas preguntas; ambientes para jugar, tocar, escuchar; preguntarle a los visitantes qué desean; todo estos son desafíos para la creatividad.

Percepciones y experiencias asociadas a los museos se convierten en desafíos para la creatividad, de los trabajadores de los museos, de los docentes y de los investigadores. Los investigadores, también deben desafiar su creatividad para que los resultados de los estudios se visualicen en acciones concretas en los museos. Finalmente, quedan abiertos una serie de interrogantes ¿Cómo acercar los resultados de investigación a las gestiones de los museos? ¿Cómo modificar percepciones tradicionales de los museos hacia percepciones más vivas y dinámicas? ¿Cómo trabajar desde una mirada creativa complementando espacios educativos formales y no formales? Las preguntas constituyen nuevas invitaciones y desafíos para la creatividad, para pensar en nuevas investigaciones.

Referencias bibliográficas

- Alderoqui, S y Pedersoli, C. (2011). *La educación en los museos. De los objetos a los visitantes*. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Altamirano, C., Crespo, C., Lander, E. y Zunino, N. (1997). Modalidades de apropiación del patrimonio: el museo y su público. *Arte y recepción*, 235-247. Buenos Aires, CAIA. Recuperado de <http://www.caia.org.ar/docs/Altamirano%20Cresp%20Lander%20Zunino.pdf>
- Antoine-Faúndez, C.D., Carmona-Jiménez, J. (2015): Museos y jóvenes: entre la incompreensión y el desencanto. Percepciones y argumentos juveniles sobre el consumo cultural de museos en Chile. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(2) 227-242. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/44561/45854>
- Arias Castilla, C. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes pedagógicos*, 8 (1), 9-22. Recuperado de <http://revistas.iberamericana.edu.co/index.php/rhpedagogicos/article/view/590>
- Doering, D.Z. (2010). "Strangers, Guests, or Clients? Visitor Experiences in Museums", *Curator. The Museum Journal*, 42. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.2151-6952.1999.tb01132.x>
- Domínguez, A. (2003). La museología participativa. La función de los educadores de museo. Actas de los XIII Cursos Monográficos sobre Patrimonio Histórico. (99- 117). Reinos.
- Elisondo, R. (2015). La creatividad como perspectiva educativa. Cinco ideas para pensar los contextos creativos de enseñanza y aprendizaje. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 15 (3), 1-23. DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v15i3.20904>
- Elisondo, R. y Melgar, M.F. (2015). Museos y la Internet. Contextos para la innovación. *Revista Innovación Educativa*, 15 (68), 17-32. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732015000200003
- Elisondo, R., Donolo, D. y Rinaudo, M. (2012). Docentes inesperados y Creatividad. *Revista Electrónica de Investigación Docencia y Creatividad*, 1, 103-114. Recuperado de <https://docs.google.com/file/d/0B5Sju9aeFZ8AN29qNVhIOFlscFU/edit?pli=1>
- Elisondo, R., Donolo, D., y Rinaudo, M. (2009). Ocasiones para la creatividad en contextos de educación superior. *Revista de Docencia Universitaria*, 4, 1-16.
- Escarbajal De Haro, A. y Martínez de Miguel López, S. (2012). El papel de la educación y los museos en la inclusión social. Una contribución desde la animación sociocultural. *Revista Educatio Siglo XXI*, 30 (2); 445-466. Recuperado de <http://revistas.um.es/educatio/article/view/160921>
- Falk, J. H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press, Inc.

- Falk, J. y Dierking, L. (2000). *Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning*. Estados Unidos. Ed. Altamira Press.
- Hein, G. (1998). *Learning in the Museum*. Washington: Ed. Routledge.
- Garde López, V. (2013). Conocer la experiencia de los visitantes: un paso hacia el museo esencial. *Revista Museos.es*, 9, 196-205. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5079992>
- Laboratorio Permanente de Público de Museos (2012). *Conociendo a todos los públicos ¿Qué imágenes se asocian a los museos?* Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de España. Recuperado de <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14315C>
- Laboratorio Permanente de Público de Museos (2013). *Conociendo a nuestros visitantes. La experiencia de la visita al museo*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de España. Recuperado de <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14548C>
- Martini, Y. (2007). *Teoría y práctica de un museo. Balance de una pasión*. Córdoba. Ed. Del Boulevard.
- Melgar, M.F., y Donolo, D. (2011). Salir del aula... Aprender de otros contextos: Patrimonio natural, museos e Internet. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de la Ciencia*, 8 (3), 323-333. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92019747008>
- Soneira, A. (2006). La 'Teoría fundamentada en los datos' (Grounded Theory) de Glaser y Strauss. En Vasilachis de Gialdino (Coord). *Estrategias de Investigación cualitativa*. Barcelona. Ed. Gedisa.
- Tasdemir, A; Kus, Z y Kartal, T (2012). Out-of-the-School Learning Environments in Values Education: Science Centres and Museums. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 46, 2765-2771. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.562>