



# La "noche" construida por los visitantes del Museo de Antropología FFyH-UNC. Caso de estudio, la *Noche de los Museos*

Mariela E. Zabala\* y M. Cristina De Carli\*\*

\*Laboratorio de Investigación Museística-Cultural, Área Educación, Museo de Antropología, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. E-mail: marielaeleonora@gmail.com; \*\*Laboratorio de Investigación Museística-Cultural, Área Educación, Museo de Antropología, Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina E-mail: decarlicristina@hotmail.com

---

## Resumen

*En este trabajo sistematizamos las opiniones y vivencias que tienen los visitantes del Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba en la propuesta cultural conocida como la Noche de los Museos. Limitamos el análisis a la edición que tuvo lugar el viernes 23 de noviembre de 2012. Lo primero que descubrimos (o percibimos) fue que había una significación especial dada a la visita por tratarse de "la noche", a partir de ello indagamos acerca de las particularidades de lo nocturno en esta propuesta cultural. En el artículo problematizamos la importancia de los estudios de públicos o visitantes para la gestión de los museos, luego historizamos la propuesta cultural de la Noche de los Museos en Europa y Córdoba, y finalmente, presentamos, sistematizamos, analizamos e interpretamos la propuesta y desarrollo de la Noche 2013.*

**Palabras clave:** Museos; Público; Noche; Gestión; Antropología.

The night built by the Museum of Anthropology FFyH-UNC visitors. The *Night of the Museums* as a case study.

## Abstract

*In this paper we systematize the opinions and experiences that people provide when visiting the Museum of Anthropology, School of Philosophy and Humanities, Universidad Nacional de Córdoba, within the framework of the cultural proposal known as the Night of the Museums. We have restricted this analysis to the event that took place on Friday 23<sup>rd</sup> November 2012. The first aspect we discovered (or perceived) was the fact that a special significance was attached to the visit, for it being at "night"; hence, we inquired about the peculiarities of the night within this cultural proposal. In the article we question the importance of the studies of museum visitors in terms of museum management. We then report the history of the cultural program of the Night of the Museums in Europe and Cordoba, and present, systematize, analyze and interpret the proposal and development of the Night of 2013.*

**Keywords:** Museums; Public; Night; Management; Anthropology.

---

En este trabajo abordamos la experiencia de los visitantes del Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba (en adelante MA) en el marco de la propuesta cultural denominada *Noche de los Museos*. Consideramos que los visitantes tienen algo valioso para compartir con nosotros acerca de la *Noche*, y en particular, en relación con sus experiencias en el Museo, a partir del patrimonio que exhibimos y con las propuestas educativas-culturales que ofrecemos. Ellos con su trayectoria de vida familiar, escolar y social construyen su propia interpretación de lo que el museo ofrece en sus más variadas propuestas. Por eso sus opiniones, comentarios y críticas son de suma importancia para que las exhibiciones y las propuestas se mantengan renovadas en relación a sus demandas e intereses así como a una divulgación siempre actualizada de la ciencia básica del museo, las ciencias antropológicas.

En este artículo proponemos sistematizar, analizar e interpretar lo que para los museos universitarios fue la segunda edición de la *Noche de los Museos* sucedida el día viernes 23 de noviembre de 2012, organizada conjuntamente por el Programa de Museos, de la Secretaría de Ciencia y Tecnología y de la Subsecretaría de Cultura de la Universidad Nacional de Córdoba (en adelante PROMU), la Agencia Córdoba Cultura del Gobierno de la Provincia de Córdoba y la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba. En esta oportunidad participaron 17 museos de la Universidad Nacional de Córdoba, 5 museos de la provincia y un paseo cultural, 3 Centros Culturales y el Cine club de la municipalidad. Estos espacios permanecieron abiertos desde las 20:00 hs hasta las 02:00 de la madrugada valorizando y ofreciendo distintas expresiones del

---

Recibido 05-09-2013. Recibido con correcciones 22-05-2014. Aceptado 14-08-2014

Revista del Museo de Antropología 8 (1): 125-132, 2015 / ISSN 1852-060X (impreso) / ISSN 1852-4826 (electrónico)

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/index>

Facultad de Filosofía y Humanidades – Universidad Nacional de Córdoba - Argentina

patrimonio científico, artístico y cultural, sumando un total de más de 80 actividades. El objetivo planteado por los organizadores de esta propuesta fue “difundir el conocimiento científico, histórico, artístico y cultural de los Museos de Córdoba compartiéndolo con públicos de diversas edades, sectores sociales e intereses diferentes”.

En esta edición de la propuesta cultural, llevamos a cabo una investigación de estudio de público con el objetivo de conocer los gustos, expectativas, preferencias, percepciones, intereses, medios de información y traslado en esa noche peculiar. Con este estudio pretendemos generar un espacio en donde la voz del visitante haga eco y sea considerada para enriquecer y mejorar la organización y las propuestas de próximas ediciones, dado que por su acogida e impacto en los ciudadanos de Córdoba, es proyectada por sus organizadores como una experiencia para sostener en el tiempo.

### **Historización e importancia de los estudios de públicos para la gestión de museos**

Siguiendo lo planteado por Hooper Greenhill (1998) consideramos importantes estos estudios porque son una estrategia planificada y sostenida en el tiempo que posibilita la atracción de nuevos visitantes. Este aspecto debería ser vital en la planificación y acción de los comunicadores, los educadores, curadores y encargados del marketing del museo. Además porque la sistematización y análisis de los resultados se convierten en una herramienta de gran utilidad para conocer al público real y potencial, tomándolo en cuenta para diseñar las nuevas políticas socio educativas con el fin de llegar a una mayor diversidad de públicos.

Valoramos además al público como “una herramienta” de apoyo para el monitoreo permanente, cuyo objetivo primordial es investigar el proceso de interpretación y transformación del significado de los patrimonios exhibidos (Bialogorski y Fritz 2004). Debido a esto, entendemos al estudio de público como el proceso de obtención de conocimiento sistemático sobre los visitantes reales y potenciales de museos, con el fin de analizar el conocimiento de los visitantes, en la planificación y puesta en marcha de actividades realizadas por las instituciones que los llevan a cabo.

Estos estudios se vienen haciendo hace más de cuarenta años, principalmente en EEUU y países europeos, motivados por la necesidad de conocer y fomentar el acceso de los visitantes al museo (Hervás Aviles 2008). Sin embargo, este campo de estudio resurge y se afianza en la década del setenta, a través de la *nueva museología*, donde los visitantes pasan al centro de la escena en el campo de la museología (Hernández Hernández 1992).

Contemporáneamente, en la década del noventa, la Asociación Americana de Museos de Estados Unidos hace una serie de sugerencias para implementar en las

áreas educativas el análisis de públicos, evaluación de aprendizaje, y la efectividad de las exposiciones, entre otros puntos (Pérez Santos 2008). La mayor parte de los trabajos de investigación sobre públicos de museos giran en torno a análisis de visitantes describiendo sus características, circulación, pero también se realizan investigaciones cuyo objeto de estudio real son el público potencial, enfatizando por ello en variables que tiendan a generar nuevas propuestas para captar esas franjas de público aún ausentes de la oferta cultural.

Si bien se realizan evaluaciones de actividades destinadas al público, las investigaciones sobre evaluaciones formativas son muy escasas. Por lo que podría afirmarse que en cuanto a las investigaciones cuyos objetos de estudio se centran en la evaluación de la imaginación del visitante de un museo, son enriquecedoras pues permiten ampliar y profundizar el universo de percepción del visitante, con respecto a la muestra particular que se realiza en ese momento (Dufresné Tassé 1998).

En Argentina, los estudios de público tienen una incipiente vida a partir de la investigación realizada en 1961 en el Museo Nacional de Bellas Artes de la Ciudad de Buenos Aires, destinada a conocer “los problemas de la cultura en la sociedad moderna, y específicamente, de la interacción de las formas de la cultura superior con las manifestaciones masivas” (Lorenzano 1998:1). Más cercano en el tiempo, el Museo de Arte Popular José Hernández se constituye en pionero de los estudios de público cualitativos, realizando en el año 1997 la Primera Pasantía de Estudios de Público a través de un convenio entre la Dirección del Museo y la Sección Folklore del Instituto de Ciencias Antropológicas de la Universidad de Buenos Aires y desde el año 2000 se delinea el Programa de Estudios de Público (Bialogorski y Fritz 2004), el Programa de Patrimonialización de las Artesanías y Promoción de los Artesanos el Banco de la Memoria del Campo Artesanal el cual propone dar cuenta de la complejidad de esta cuestión a través de la realización de estudios de público sincrónicos y diacrónicos acerca de la construcción de la significación de las producciones artesanales ya consagradas y de las contemporáneas (Bialogorski 2000) entre tantas otras investigaciones que realiza la institución desde su laboratorio de estudio de público.

En el caso del Museo de Ciencias Naturales de Universidad Nacional de La Plata indagaron acerca de las opiniones de los visitantes en torno a la exhibición de restos humanos en sus salas durante algunos meses del 2011 y el 2012 con el fin de contribuir al diseño de políticas institucionales en materia de exhibiciones (Reca, Sardi, Canzani y Domínguez 2014).

Por su parte, el MA viene haciendo estudios de visitantes de carácter cuantitativo desde su reapertura con la nueva exhibición desde el año 2002, y comenzó investigaciones más cualitativas a partir de la creación del Laboratorio

de Investigación Museística Cultural en el año 2009 (Assandri y Zabala 2010; Pedernera y Mercáu 2010). Las investigaciones del Laboratorio han tomado como modelo trabajos anteriores -como los mencionados- que atañen al público de los museos y sus preferencias en el consumo cultural, a fin de continuar enriqueciendo el conocimiento sobre quienes nos visitan, sus percepciones, sensaciones y opiniones, información que abre un espacio complementario para implementar nuevas estrategias destinadas a ampliar el espectro de públicos reales.

### **Un poco de historia acerca de esta propuesta cultural: *la Noche de los Museos***

"La Larga Noche de los Museos" es una iniciativa alemana, más concretamente de la ciudad de Berlín, que se realiza desde el año 1997. De la misma participan la mayoría de los 180 museos y memoriales pertenecientes a dicha ciudad quienes abren sus puertas dos veces por año, a fines de enero y fines de agosto, entre las 18:00 hs y las 02:00 hs de la madrugada. Como complemento de la "Larga Noche de los Museos" y uniéndose a ella se crea en 2005 "La Noche Europea de los Museos" como iniciativa del Ministerio de Cultura y de la Comunicación de Francia.

En Argentina, la iniciativa fue tomada por la Ciudad de Buenos Aires en el año 2004 y desde entonces, un sábado al año, los museos y centros culturales de distintas zonas de la ciudad permanecen abiertos en horario nocturno.

En el interior de la Provincia de Córdoba, más precisamente en la Ciudad de Alta Gracia, la propuesta de la Noche de los Museos se realiza ininterrumpidamente hasta el presente desde el año 2006. Por su parte, en la ciudad de Córdoba se realizó por primera vez el viernes 28 de octubre de 2011 por iniciativa de la UNC y convocó a los 16 museos de dicha dependencia. Meses más tarde, el viernes 20 enero de 2012, el gobierno de la Provincia de Córdoba repitió la propuesta con los museos de su dependencia.

Estos eventos tuvieron tal éxito, por la afluencia de visitantes, que para noviembre de 2012 se organizó la segunda edición de La Noche de los Museos en forma conjunta entre la UNC, el Gobierno de la Provincia de Córdoba y el Gobierno Municipal de Córdoba. Algunas de las características que hacen peculiar a la propuesta cultural es que se realiza en una geografía temporal de la ciudad como es la "noche", teniendo lugar en algunos barrios de la ciudad como Nueva Córdoba, Alberdi, Observatorio, Ciudad Universitaria y el Centro, donde están ubicados la mayoría de los museos.

Durante esta *noche* las normas habituales que regulan a los museos durante el día, cambian y los resignifican, modificando el paisaje urbano y los actores que circulan en él así como ampliando los usos posibles de los lugares. En relación al cambio tanto de la geografía urbana como el de la nocturnidad, entendemos, siguiendo a Margulis

(1994), que la *noche* es un tiempo particular que se procesa y construye socialmente, dando como resultado usos y percepciones particulares de la misma, es decir que aquí la *noche* es entendida como la percepción social del tiempo. Estos cambios se materializan en la multiplicidad de propuestas programadas para la noche entre diversas instituciones. Cada museo ofrece intervenciones artísticas que contemplan las más diversas expresiones, se dispone de transporte gratuito dentro de un circuito predeterminado que incluye a las diferentes instituciones participantes, destinadas a todo público, en horario vespertino y con entrada gratuita, de manera que se logra institucionalizar el espacio y el tiempo de las prácticas sociales de la *noche*.

Como podemos ver esta propuesta cultural se expandió desde Alemania a distintas ciudades del mundo, y en particular a la Ciudad de Córdoba en tan sólo 14 años. Tal vez esto se deba a que la propuesta tiene una llegada masiva a la comunidad local en la cual se realiza, lo que produce legitimidad, prestigio y trascendencia en el tiempo y el espacio. Estas cualidades permiten que se sostenga edición tras edición, año tras año, articulando distintas órbitas estatales en una propuesta en común. Esto es posible por la buena predisposición y participación de los visitantes que se basan en experiencias gratas previas en estos espacios.

### **La propuesta cultural del Museo de Antropología**

El MA para la edición 2012 agregó a su exhibición permanente una serie de intervenciones tanto en su espacio interior como exterior. Los objetivos dependían del lugar donde fueran desarrolladas las propuestas: aquellas que se hacían en la vereda y parte de la calzada del edificio buscaban captar la atención, despertar la curiosidad de los potenciales visitantes e invitar a pasar a conocer las salas y las actividades que se realizaban. Las intervenciones que se hacían en el interior se planificaban como dispositivos complementarios de la muestra permanente tendientes a focalizar y jerarquizar algún tema de la misma (Comunicaciones personales con Guías-Educadores del Área Educación MA).

En el espacio exterior tuvo lugar el espectáculo de la "Comparsa Afro con Danzas y ritmos de raíz mandingue", esta fue la primera actividad artística con el objetivo de dar inicio a la noche en la sede del MA. A las 22hs y a las 00.00, actuó el grupo "Intervento". Grupo cordobés de danza popular", que ya había participado el año anterior y del cual se obtuvieron excelentes referencias por parte del público. El cierre de la noche estuvo a cargo de "Vaivén Córdoba" a las 01:00 hs, grupo musical que mezcla distintos estilos como rumba flamenca, tango, milonga y folklore con un estilo contemporáneo, congregando a un amplio público, que en su mayoría primero visitó el museo y luego esperó la presentación del grupo. Esto nos dio la pauta de que los grupos artísticos también aportan sus seguidores al público de la noche.

Figura 1 Encuesta a los visitantes

Figure 1 Visitor survey



En cuanto a las intervenciones en el interior del edificio fueron varias y diversas, una de ellas fue la performance en la Muestra fotográfica “Sitios de la memoria en Córdoba. Negros esclavizados: ausencias y presencias” en la Sala Alberto Rex González, realizada a las 23:00 hs. Otras se llevaron a cabo en el espacio de la Biblioteca del Museo, de 20:00 a 01:00. Algunas fueron la intervención audiovisual sobre el uso del libro, que se proyectó de forma continua, un video sobre lo interactivo y la tecnología que significa un libro, un libro para la construcción por parte de los visitantes, y la propuesta de un colectivo artístico de susurradores que regalaban poemas al público mientras recorrían las salas.

Además, en las salas del Museo se hicieron intervenciones museográficas a partir de los colores y significados de la *whipala*. Cada sala del Museo se diferenció con un color de la *whipala*, intervención que se completó con una referencia escrita en un cartel al ingreso en donde se proporcionaba la explicación de su significado para el pueblo *Aymara*. En las salas se modificaron las luces de las vitrinas creando un ambiente diferente al cotidiano.

El MA ofreció una diversidad de propuestas artísticas como literatura, teatro, música y danza, apelando a las distintas manifestaciones artísticas para atraer e interpelar a la mayor cantidad de visitantes considerando las diferencias y heterogeneidad de los mismos. Estas propuestas fueron difundidas junto a las propuestas del resto de los museos que participaban de la segunda edición. Algunas de las piezas de difusión de la programación fueron: una revista y la página web de la UNC.

Sexo: Ocupación:

Procedencia:

1) ¿Cómo te enteraste de la Noche de los Museos?

- Internet ()
- Periódicos ()
- De boca a boca ()
- Televisión/radio ()
- Folleto Informativo ()
- Cartelera pública ()

2) ¿Qué te pareció la propuesta de la Noche de los Museos?

- Excelente ()    Muy buena ()    Buena ()
- Regular ()    Mala ()    Muy mala ()

3) ¿Es la primera vez que visitas este museo?

- SI ()    NO ()

4) ¿Cómo llegaste?

- En colectivo gratuito ()
- Por mi cuenta ()

5) ¿Cuánto tiempo duró tu visita?

- Menos de treinta minutos ()
- De 30 minutos a 1 hora ()
- Más de 1 hora ()

6) ¿Visitará otros museos esta noche?

- SI () ¿Cuál?
- NO ()

- 1) ¿Podrías mencionar las 2 cosas del Museo de Antropología que viste esta noche que más te gustaron?
- 2) ¿Descubriste algo que no conocías?
- 3) ¿Y la que te gustó menos? ¿Por qué?
- 4) Luego de recorrer nuestro museo, ¿qué sería lo primero que le contarías a otra persona sobre esta experiencia?
- 5) Si participaste de la Noche de los Museos 2011, ¿reconoces algunas mejoras en la propuesta del Museo? ¿De qué tipo?
- 6) ¿Hubo algo de la noche de 2011 que no estuvo presente y te hubiese gustado volver a ver?

¡Muchas gracias por participar!

## Diseño de encuesta

Para este estudio de público diseñamos un “dispositivo tradicional” (Pérez Santos 2000) de recolección de datos como la encuesta, prevista para que el visitante respondiera de manera individual y personal. La encuesta como herramienta de trabajo proporciona, por un lado, datos cuantitativos que sirven luego de base para el cálculo más tradicional de porcentajes, y por otro, a través de la realización de preguntas abiertas como “¿qué fue lo que más te gustó del Museo?”, da lugar a una revisión

Figura 2 Banners de presentación de la investigación al público

Figure 2 Public banners of the research



cuantitativa de estos datos, lo que nos permite profundizar los conocimientos y sensaciones de los visitantes. La encuesta fue mixta ya que contó con preguntas cerradas y abiertas (Figura 1).

El total de encuestas que realizamos fueron 80, es decir que se trató de un muestreo por lo que no es posible tomarlo como algo significativo por su representatividad numérica. La elección de encuestados fue azarosa, a lo largo de toda la noche y fue realizada por distintos miembros del Laboratorio de Investigación Museística Cultural del MA. El lema de la investigación, "Tus palabras por un lápiz", fue creado porque cada persona que participaba de la encuesta recibía un lápiz de regalo en agradecimiento al tiempo que dispuso para charlar y responder la encuesta.

Teniendo en cuenta la significación y usos de los espacios, nos ubicamos en el hall de entrada del MA, a mano derecha un poco más adelante de la recepción, dado que habitualmente es el lugar de ingreso, al que acuden para pagar su entrada, preguntar alguna duda, hacer una compra en la tienda o a manifestar quejas o agradecimientos. En este espacio colocamos un banner (Figura 2)

Como desventaja del lugar escogido, descubrimos que era muy transitado, por lo cual se dificultaba entablar conversaciones prolongadas, sumado a la premura que tenían algunos visitantes por irse a visitar otro museo o porque se les iba el grupo de amigos o el colectivo.

**Resultados de las encuestas**

Al análisis de las encuestas lo subdividimos en dos

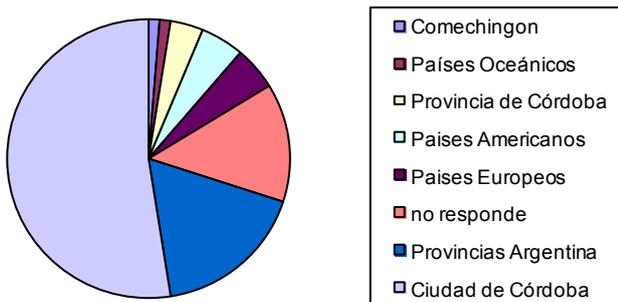


Figura 3 Procedencia de los visitantes

Figure 3 Origin of visitors

apartados. En el primero de ellos, examinamos e interpretamos las preguntas que focalizaban en la Noche de los Museos; mientras que en el segundo, las que refieren al MA.

*Propuesta Cultural Noche de los Museos*

A partir de las encuestas podemos conocer que el 60% que accedieron a responder fueron mujeres, y sobre el total de los encuestados un 30% se identificaron como estudiantes y por último, con un muy bajo porcentaje, personas con diversidad de oficios, profesiones y empleos. Es decir que la propuesta cultural convocó a una diversidad de públicos, no necesariamente pertenecientes a la comunidad universitaria, como así tampoco a profesionales relacionados a las ciencias antropológicas, es más, ninguno de los entrevistados se identificó como antropólogo o arqueólogo.

Al analizar la procedencia de los entrevistados, un 66% de los visitantes eran cordobeses de la capital provincial pero también hubo visitantes de otras provincias de Argentina, de países europeos, americanos y oceánicos. Un visitante nos sorprendió identificándose de procedencia "Comechingona". Asimismo se puede ver la acogida que tiene la noche entre los vecinos de la Ciudad siendo porcentajes menores los que vienen de otras partes de la provincia, del país y del mundo (Figura 3).

*Procedencia de los visitantes*

Sobre la pregunta acerca de cómo se enteraron de la Noche de los Museos, un 26% indicó que fue de "boca en boca", otro porcentaje igual lo hizo por varios medios y éstos son seguidos por Internet con un 15%. Si cruzamos la información acerca de que la mayoría de los visitantes son estudiantes podemos inferir que su medio de comunicación más utilizado es Internet y la recomendación de boca en boca entre amigos. Al

momento de realizar la encuesta vimos que la mayoría de las visitas eran en grupo de amigos y en familia y a su vez observamos el afluente de visitas. Por eso fue tan importante la invitación o la información boca en boca.

Cuando preguntamos cómo evaluaría la propuesta de la noche, las respuestas son contundentes, un 68% la califica de excelente, un 21% de muy buena y un 11% no responde. Si a este análisis le agregamos que casi un 90% manifiesta visitar otros museos en esta noche y sólo un 10% señala que visitará sólo el MA, observamos que existe una predisposición a disfrutar de la noche visitando museos. En relación a quienes expresaron que sólo visitarían el MA, hipotizamos que puede tratarse de transeúntes ocasionales que al transitar por la acera del Museo se ven seducidos por la invitación decidiéndose a ingresar, para continuar con su salida nocturna planificada una vez concluida la visita. Entre los museos más citados para ser visitados fueron “los de ciencias naturales”, “la Manzana Jesuítica” y “los museos de arte”. Muy pocos pudieron señalar con nombre el museo que iban a visitar sino que lo hicieron por disciplina académica, lo cual no nos permite conocer el derrotero exacto de los visitantes. En la ciudad hay varios museos que se pueden asociar a dichas disciplinas, y con respecto, a la Manzana, en ese espacio están emplazados los siguientes museos: Museo Histórico de la UNC, Museo del Colegio Monserrat, Academia de Ciencias, Museo de Paleontología y Museo de Botánica. Pero sabemos que en el común de los cordobeses se llama Manzana Jesuítica al Museo Histórico de la UNC. Este es un punto a seguir indagando.

Para recorrer los diferentes museos en la noche existió el servicio de colectivos gratuitos prestado por la Empresa Municipal de Transporte (TAMSE) así como con ómnibus de la UNC. Según nuestro estudio sólo el 10% lo utilizó y entre quienes lo hicieron había australianos, cordobeses y pampeanos. Esta información la analizamos conjuntamente con las diferentes piezas de publicidad y podemos ver que es escasa la difusión que tiene el servicio así como el recorrido y el horario.

### *¡Qué esta bueno! lo recomiendo*

Luego de estas preguntas en general acerca de toda la propuesta de la noche, ahora nos centramos en examinar las apreciaciones de los visitantes del MA. El museo existe bajo esta denominación desde el año 2000 y dos años después hizo su reinauguración con una muestra muy innovadora en su nueva sede del barrio Nueva Córdoba en una arteria muy transitada como es la avenida Hipólito Yrigoyen (avenida que forma parte de la Media Legua de Oro Cultural), y recibió en el año 2010 una cantidad de 13.058 visitantes en grupos organizados (comprende fundamentalmente a las visitas guiadas a grupos en edad escolar) y 1459 visitantes sin visita guiada (Bonnin y Cattáneo 2011:16-36). A pesar de su novedosa muestra, su ubicación y afluencia de visitantes, aún más del 50% de

los visitantes de la noche es la primera vez que lo visita.

Seguidamente les consultamos el tiempo aproximado que permanecieron en el MA. Un 40% afirmó haber estado entre 30 minutos y una hora, y un 30% más de una hora. Si tenemos en cuenta que los espectáculos que se realizaron en el espacio exterior al museo duraron casi una hora, tal vez esto explica la gran permanencia de la gente visitando el museo. En la *noche* hay un uso distinto del tiempo, no hay un tiempo prefijado por el guía porque no hay vista guiada en las salas, se modifica la lejanía y la cercanía a la muestra, se habla y se comparte entre el grupo con el que se visita, no hay silencio. Los visitantes fijan tanto el tiempo como el recorrido que realizarán por el Museo. Hay una “ilusión” de libertad porque en realidad se establecen normas y una planificación previa de las propuestas pero hay un distanciamiento de lo cotidiano para los visitantes, separando el tiempo del trabajo y el del ocio.

A las respuestas acerca de las cosas que más “les gustaron” del MA, las agrupamos en tres categorías: los que recuperaron las actividades culturales propuestas, los que señalaron salas del museo y quienes marcaron culturas. Casi un 50% gustaron de las propuestas culturales y el otro 50% de las salas del museo y aunque sólo tres visitantes marcaron culturales, nos parece importante rescatarlos porque nos está hablando de distintos niveles de lecturas de la exhibición del museo. Las salas que más gustaron fueron Arte Andino, Ancestros y Sierras Centrales, y esto se complementa con lo que señalan como “descubrimiento”. Lo no conocido fueron la “casa cueva y la casa pozo” que forman parte de la sala Sierras Centrales; “los cráneos, evolución y mucha información de los primates” que es lo que se exhibe en la Sala de Ancestros.

Otro aspecto que sorprende es el comentario: “no pensé que podía visitarlo con niños”, siendo que, como ya mostramos el público que más visita el MA, es el escolar y que se ofrecen diariamente cuatro visitas para estos públicos. Es decir, que aún hay visitantes que piensan que los museos son esos espacios “sagrados” para adultos, concepción antigua acerca de qué es un museo.

*Entre las propuestas culturales más destacadas fueron la danza afro, la performance Interventos y los Surradores.*

Para seguir incursionando y en contraposición, consultamos acerca de las “dos cosas que menos gustaron”. En este punto las aglutinamos en la categoría *edilicia*. Pero aquí una sorpresa fue que la gente manifestó lo que no le gusta y propuso soluciones, por ejemplo: “la multitud”, “demasiada gente”, “amontonamiento” y “muy masivo”, por lo cual sugirieron que “la propuesta cultural de la noche de los museos sea más días” y/o “que tenga varias ediciones en el año”. Asimismo, con respecto a la ampliación del edificio manifiestan “no

gustarles porque los muros no tienen colores" y otros, porque "no se exhibe nada" por lo que proponen "agregar muestras de objetos". Esta apreciación y representación que tienen los visitantes acerca de qué deben mostrar los museos sorprende, ya que para la fecha existía en el segundo piso del nuevo edificio, en la Sala Alberto Rex González, una muestra en soporte de banners, titulada "Sitios de la memoria en Córdoba. Negros esclavizados: ausencias y presencias".

Finalmente consultamos si recomendaría a otra persona visitar el MA, y esta pregunta se articula con otros estudios de visitantes que hemos realizado donde se señala que el modo por medio del cual se enteran de las actividades es en el "boca a boca". Entonces, nos interesaba saber qué cuentan a otros acerca del MA. Las respuestas las categorizamos entre los que recuperan el montaje museográfico, los que señalan actividades educativas y los que adjetivan la visita. Algunas de las frases recuperadas en referencias a estas categorizaciones son: "que deben venir con tiempo para disfrutar con tranquilidad el museo"; "lindos los objetos y ambiental"; "buena organización e información interesante todo debería hacer una visita con más tiempo" "la propuesta diversa y espacio para participar. Aún me queda por recorrer".

Luego del diálogo o entrega de encuesta, le contábamos a los participantes que los resultados del estudio estarían disponibles en el blog del área educación a partir del mes de abril del año próximo y el día de los museos, que es otro momento muy particular dado el público que asiste ya que el Área Educación ofrece una actividad especial.

## Conclusiones

Esta indagación nos ha permitido conocer la recepción que tuvo esta segunda edición de la Noche de los Museos la Ciudad de Córdoba entre los visitantes del MA así como las representaciones y vivencias que tuvieron.

La propuesta claramente tiene un fuerte impacto en los cordobeses, ya que es una *Noche* en la cual se disponen a visitar museos en grupos de amigos y familiares, donde se supone que existe una diferencia generacional y por ende, cultural. Los museos que seleccionan son por la disciplina académica o por el lugar donde están emplazados pero no conocen su nombre, es decir que no es un público habituado a visitar museos. Lo que muestra que la Noche posibilite conocer otros espacios de la ciudad de ocio y educación. Este público que no conoce los museos, califica la propuesta como "excelente". Es decir, se trata de un público ávido por conocer y a su vez, nos permite repensarnos en el sentido de ofrecer cosas distintas y mostrarnos de maneras diferentes para atraer a otros públicos, como sucedió con los visitantes que no conocían el MA.

Esta buena predisposición también la podemos observar

al momento de señalar lo que no gusta, ya que son propositivos y todos se detuvieron en pensar cómo invitar a otras personas, potenciales visitantes, a venir al museo. Todo esto confirma que, el boca a boca sigue siendo el medio de comunicación más eficaz para modificar las representaciones que los ciudadanos tienen de los museos.

Una peculiaridad más es que la visita en esta *noche* se realiza en grupo de amigos, familiares y compañeros de estudio o trabajo, por lo que si bien la encuesta la recibe una persona puntualmente, ésta no se limita a completarla de manera personal sino que por el contrario, es común observar que la misma es socializada en voz alta con el resto del grupo para responder colectivamente.

Con respeto al MA se plantea el desafío de articular el nuevo edificio con el edificio antiguo desde las propuestas museográficas, ya que los visitantes no advirtieron la exhibición de la Sala Alberto Rex González.

Finalmente, podemos afirmar que la propuesta cultural de la *Noche de los Museos* es parte del proceso de comunicación entre los museos y la sociedad, donde la propuesta viene a activar ese proceso, generando una apropiación de esos espacios que aún para muchos visitantes sigue siendo el lugar de un sector social privilegiado y distinguido, que conoce de la disciplina base del museo. *De la mano de un niño, lo esperamos en el MA.*

Córdoba, 28 de agosto de 2013

## Agradecimientos

Esta investigación es parte del Laboratorio de Investigación Museística Cultural del Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba y se ha realizado en el marco del Proyecto de "Investigación de los públicos "reales" a los museos de la Universidad Nacional de Córdoba" que cuenta con un subsidio de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNC. En el diseño de la presente investigación participaron, además de las autoras de este trabajo, Silvia Burgos, Victoria Chabrando y Fabiola Heredia. A ellas muchas gracias. También agradecemos a Mirta Bonnin, Ana García Armesto y las evaluadoras del artículo por su lectura atenta y generosa, así como por sus valiosos aportes.

## Bibliografía

Assandri, S. y M. Zabala. 2010. Aproximaciones a las visitas familiares en el contexto del Museo de Antropología. Holguin, C., M. Baqueo Martín y M. Botero Salterén, *Educación: aprender y compartir en Museos. Memoria CECA argentina 2007-2010*. 242-254. Teseo. Buenos Aires

Bialogorski, M. 2004. Estudios de público y procesos de patrimonialización en el Museo de Arte Popular José Hernández. En III Jornadas de Museología Gestión, Curaduría y Turismo Cultural. Secretaria de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires. [http://museohernandez.buenosaires.gob.ar/?page\\_id=2107](http://museohernandez.buenosaires.gob.ar/?page_id=2107)

Bialogorski M. y P. Fritz. 2004. ¿Cómo impacta la Noche de los Museos en nuestros visitantes? Un estudio de público en la ciudad de Buenos Aires. Inédito.

Bonnin, M. y R. Cattáneo. 2011. Informe de Gestión 2010. Museo de Antropología. Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba.

Hernández Hernández, F. 1992. Evolución del Concepto Museo. Revista General de Información y Documentación, Vol. 2(l), 85-97. Edit. Complutense, Madrid.

Hervás Avilés, R. 2008. *Las investigaciones de público en los museos: aportaciones de la evaluación a la museología y a las Ciencias Sociales*. Aportación presentada en el Simposio "La evaluación en la Universidad como ámbito de formación y desarrollo profesional: investigación y docencia" en el V Congreso Iberoamericano de docencia universitaria. Valencia.

Hooper-Greenhill, E. 1998. *Los Museos y sus Visitantes* Ediciones Trea Gijón.

Laguens, A. y Bonnin, M. 2012. *Sociedades indígenas de las Sierras Centrales. Arqueología de Córdoba y San Luis*, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

Lorenzano, C. 1998. *El Público de arte treinta años después*. Ponencia presentada en las Jornadas de Sociología de 1998, Buenos Aires.

Margulis, M. 1994. *La Cultura de la Noche. La vida*

*nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Calpe, Buenos Aires.

Pedernera, C. y J. Mercau. 2010. "Del jardín de infantes al museo. Un aporte comunicacional a la relación del Museo y sus visitantes". Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Córdoba. Inédita.

Pérez Santo, E. 2008. El estado de la cuestión de los estudios de público en España. MUS-A 10 *Revista de los museos de Andalucía*.

Pérez Santos, E. 2000. *Estudio de Visitantes en Museos. Metodología y Aplicaciones*. Ediciones Trea. Gijón.

Reca, M, M. Sardi, A. Canzani y C. Dominguez. 2014. El público opina: estudio acerca de la exhibición de restos humanos en el Museo de La Plata. Revista del Museo de Antropología 7 (1): 167-176.

#### Fuentes on-line

<http://www.cba.gov.ar/reparticion/agencia-cordoba-cultura/>

<http://www.unc.edu.ar/investigacion/cienciaytecnologia/novedades-informacion-cyt/2012/noviembre/la-noche-de-los-museos>

<http://www.secyt.unc.edu.ar/nochedelosemuseos>

[www.icomargentina.org.ar](http://www.icomargentina.org.ar) consultada el 14 de mayo de 2013

[www.icom.museum](http://www.icom.museum) consultada el 14 de mayo de 2013

[www.lanochedelosemuseos.gob.ar](http://www.lanochedelosemuseos.gob.ar). Consultada el 14 de mayo de 2013