

Ciudades, museos y creatividad. Estudio de público en la Noche de los Museos

*Cities, museums and creativity. Public study in the
Night of the Museums*

MARÍA FERNANDA MELGAR

*Becaria posdoctoral de Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)
fernandamelgar@gmail.com*

ROMINA CECILIA ELISONDO

*Investigadora Asistente del CONICET
Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)
relisondo@gmail.com*

ANALIA CLAUDIA CHIECHER

*Investigadora adjunta de CONICET
Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)
achiecher@hotmail.com*

*Recibido: 10/05/2016
Aceptado: 22/08/2016*

Resumen

Las ciudades ofrecen espacios que pueden actuar como contextos para el desarrollo de la creatividad cotidiana. Uno de ellos pueden ser los museos. Ciudades, museos y creatividad se entrecruzan en La Noche de los Museos: un evento de carácter internacional que se realiza en diferentes ciudades con el objetivo de llegar a viejos y nuevos públicos. El artículo presenta un estudio de público de carácter exploratorio realizado con 37 sujetos que participaron de La Noche de los Museos realizada en una localidad Argentina. El objetivo fue identificar perspectivas, motivaciones y valoraciones de los participantes respecto de sus experiencias en La Noche de los Museos. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario de autoinforme. Los resultados permitie-

ron conocer con quiénes asisten las personas al evento, cuáles son sus motivaciones y qué aspectos son valorados de la experiencia, entre otros. Se concluye que La Noche de los Museos es una ocasión para la creatividad y una iniciativa que vincula a los museos con la sociedad.

Palabras clave

Ciudades, museos, creatividad, estudio de público, experiencias.

Abstract

Cities offer social spaces that can serve as contexts for the development of everyday creativity. One of these spaces can be museums. Cities, museums and creativity criss-cross in The Night of the Museums: an international event that takes place in different cities in order to reach old and new audiences. The paper presents an exploratory study of public conducted with 37 subjects who participated in the night of museums in a city from Argentina. The aim was to identify perspectives, motivations and ratings of participants in relation with the experience. For data collection a self-reported questionnaire was used. The results allowed to meet with people who attend the event, what their motivations are and what aspects are valued experience, among others. Night of Museums is an occasion for creativity, an initiative that links to museums with society.

Keywords

Cities, museum, creativity, public study, experiences.

Referencia normalizada: MELGAR, M^a FERNANDA; ELISONDO, ROMINA CECILIA; CHIECHER, ANALÍA CLAUDIA (2016): "Ciudades, museos y creatividad. Estudio de público en la Noche de los Museos". *Arte y Ciudad. Revista de Investigación*, nº 10 (octubre), págs. 31-52. Madrid. Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea, Universidad Complutense de Madrid.

Sumario: 1.- Introducción. 2.- Ciudades creativas y museos. 3.- Museos creativos, imaginados y vivenciados. 4.- La Noche de los Museos. 5.- Estudio de público en el Museo Tecnológico Aeroespacial. 5.1.- Contexto de estudio e instrumentos de recolección de datos. 5.2.- Caracterización sociodemográfica de los participantes. 5.3.- Resultados del estudio. 5.3.1.- Contexto social. 5.3.2.- Motivaciones para participar en la Noche de los Museos. 5.3.3.- Valoraciones sobre las experiencias. 6.- Consideraciones finales. 7.- Referencias bibliográficas.

1. Introducción.

La creatividad no está solo en la mente de las personas, circula por múltiples espacios, fluye de manera dinámica y se escabulle en inesperados rincones. La creatividad no es una exclusividad, sino una disponibilidad de los sujetos, cuyo despliegue depende de las oportunidades que brindan los contextos y los grupos.

Las ciudades, como contextos generales, mucho pueden hacer para promover la creatividad de quienes las habitan. En las ciudades se destaca la importancia de ciertos lugares –tales como clubs, museos, asociaciones vecinales, centros culturales, ONG– que invitan a los sujetos a compartir perspectivas, conocimientos, ideas y proyectos.

En estudios anteriores hemos destacado el papel de los espacios sociales de ocio activo como contextos propicios para el desarrollo de la creatividad cotidiana (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2013). También interesa remarcar en las ciudades la relevancia de espacios públicos donde conviven múltiples conocimientos, estéticas, personas y lenguajes, es decir, espacios promisorios para la creatividad. Uno de estos espacios pueden ser los museos, contextos donde convergen y a la vez divergen, lenguajes, objetos, estéticas, narrativas y personas.

Nos interesa subrayar el papel de los museos como espacios urbanos propicios para la creatividad. En la búsqueda de articulaciones entre ciudades, museos y creatividad, pensamos que los museos marcan caminos para la construcción de ciudades creativas.

En la presente investigación describimos la propuesta cultural denominada “La Noche de los Museos”, desarrollada en el Museo Tecnológico Aeroespacial de Las Higueras, ubicado en el Departamento Río Cuarto. Nuestro objetivo es analizar perspectivas, motivaciones y valoraciones de los participantes considerando las particularidades y potencialidades creativas de la experiencia.

En el artículo planteamos perspectivas teóricas acerca de las ciudades creativas y de los museos, realizamos un breve recorrido histórico sobre “La Noche de los Museos” y presentamos un estudio exploratorio del público participante en la “La Noche de los Museos” en el Museo Tecnológico Aeroespacial durante la Segunda Edición del evento en diciembre de 2015.

Creatividad cotidiana, museos y ciudades creativas conforman un entramado complejo y socialmente relevante, un contexto oportuno para el desarrollo de estudios sobre personas que participan en “La Noche de los Museos” ¿Por qué participan de este tipo de eventos? ¿Para qué van al museo? ¿Qué buscan las personas allí? ¿Qué encuentran en los museos? Son algunas preguntas que sobrevuelan el estudio y buscan respuestas, siempre provisorias y parciales, a lo largo del escrito.

2. Ciudades creativas y museos.

Las ciudades constituyen sistemas dinámicos y complejos, contradictorios y desiguales, aparecen relacionadas a un espacio, el territorio, y se caracterizan por estar habitadas por miles, millones de persona (megaciudades). Sin embargo, las ciudades son más que el territorio. Las ciudades están ahí para ser habitadas, circuladas, vivenciadas, rechazadas, transformadas. Las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, signos de un lenguaje; son lugares de trueque, pero no sólo económicos, sino también trueques e intercambios de palabras, de deseos, de recuerdos (Calvino, 1972).

Las ciudades son para algunos y no son para otros, son los espacios sociales, las aspiraciones de desarrollo económico, político y social, las amistades y las familias, las libertades y las seguridades e inseguridades, las medidas de nuestros sueños y anhelos. En las ciudades, nacemos, vivimos, morimos. Las ciudades son manifestaciones de la actividad creativa del hombre, de las soluciones a los problemas cotidianos y expresión de las culturas, de las representaciones simbólicas de los diversos grupos sociales. Continente y contenido, actividad y descanso, lugar de encuentro y punto de partida, soledad y muchedumbre (García García, 2016). Nos quedamos con esta última frase, las ciudades son lugares de encuentro y puntos de partida, soledades y muchedumbres. En este sentido, nos interesa, destacar el papel de instituciones como los museos en el intercambio creativo. Los museos, como instituciones inspiradoras de experiencias, como musas para los habitantes de la ciudad.

Los museos, desde mediados del siglo XX, y durante la primera década del XXI, buscan intensamente abrirse a los visitantes. Los cambios en su estructura se centran en el valor de la educación como herramienta para generar historias compartidas con las personas. Las acciones de los museos deberían estar centradas tanto en los objetos como en los sujetos que se apropian y los resignifican.

La creatividad en sus diferentes manifestaciones y formas es un proceso contextual que implica vínculos con otras personas y con entornos diversos. A partir de esta consideración general, sustentada en estudios contextuales y culturales de la creatividad (Glaveanu, 2014), adquiere especial sentido el estudio de los espacios urbanos y su potencial contribución a los procesos creativos. Desde el documento inicial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) de 2004 sobre ciudades creativas, se han logrado importantes avances teóricos y prácticos orientados al desarrollo de contextos urbanos propicios para la creatividad. En el campo teórico se han ampliado las perspectivas de análisis de las ciudades creativas desde enfoques economicistas hasta posiciones más humanistas y culturales. Las ciudades creativas despiertan el interés de investigadores y especialistas tal como se observa en la amplitud de propuestas presentadas en los congresos y eventos desarrollados sobre la temática. Por ejemplo, los cuatro Congresos Internacionales de Ciudades Creativas desarrollados en 2009, 2011, 2013 y 2016 organizados por la Asociación Icono14¹.

Nos interesa destacar las perspectivas que entienden a las ciudades creativas como creaciones dinámicas de los ciudadanos. La creación de ciudades creativas supone construir y reconstruir entornos alternativos, consolidar redes de interacciones y promover la diversidad cultural. Según Menchen (2011), “el futuro de la sociedad está en crear ciudades creativas (...) Hay que recuperar la creatividad latente de todos los ciudadanos, y sentirse protagonista de su crecimiento. Construir una ciudad creativa es un arte y una tarea colectiva de toda la población”. El autor subraya el carácter humanístico y social de la creatividad y la importancia del trabajo colectivo en la construcción de ciudades creativas. En las ciudades creativas, los espacios compartidos cobran especial relevancia; en este sentido nos interesan los museos como lugares que cuentan historias y permiten interacciones entre personas, objetos y conocimientos.

El desarrollo de las ciudades creativas reconoce el aporte de aspectos sociales que contribuirían u obstaculizarían la potencialidad creativa de los ciudadanos y habitantes de una ciudad. En este sentido, favorecerían el desarrollo de ciudades creativas los ambientes laborales y urbanos flexibles, amables, que fomentan el encuentro y el intercambio de conocimientos y creencias; la diver-

¹Actas de los congresos disponibles en <http://www.icono14.es/actas-historico>.

sidad y contraste de perspectivas y enfoques que incrementaría el surgimiento de nuevas ideas a la vez que promovería la consolidación de las diversidades culturales que propician el florecimiento de los procesos creativos en los lugares. Asimismo, contribuyen al desarrollo de las ciudades creativas los espacios públicos integradores de la población que favorecen el encuentro y el intercambio de ideas, que invitan a su apropiación por parte de la población, que fomentan el redescubrimiento de la ciudad, de sus lugares, de su historia, y que aportan identidad a los ciudadanos (Herrera Medina, Molina Prieto, y Bonilla Estevez, 2013).

Las ciudades creativas reconocen las acciones generadas desde las instituciones culturales y educativas como los museos. Acciones que desafían a las mismas instituciones y que invitan a los ciudadanos a vivenciar otras experiencias en torno a ellas. En este sentido, “La Noche de los Museos” es un evento que trasciende las fronteras nacionales. El evento surge en el esfuerzo de los museos por llegar a públicos diversos y ofrecer otra mirada del accionar museístico. Así como hablamos de ciudades creativas, es necesario pensar en museos creativos.

3. Museos creativos, imaginados y vivenciados.

La creatividad es una potencialidad que tenemos todas las personas. El despliegue creativo está relacionado con las oportunidades que desde los contextos se ofrecen. Los museos albergan productos creativos de diferentes grupos y sociedades. Desde sus contenidos, espacios y propuestas pueden contribuir a profundizar las experiencias creativas en las personas.

Los museos creativos son museos activos que diseñan experiencias, a través de una variedad de estrategias, para recibir a públicos diversos; se desafían generando una amplia oferta educativa y de ocio que incluye visitas guiadas, talleres, conferencias, conciertos y acciones con otras instituciones. Son museos que amplían sus acciones empleando las TIC, páginas web y redes sociales. Son espacios abiertos, dinámicos, divergentes, que trabajan de manera colaborativa con otras instituciones. En los museos creativos el objetivo principal es que los visitantes se sientan atraídos tanto por las adecuaciones del lugar como por los contenidos del museo y sus propuestas (Gómez Alonso, 2003; Viñarás Abad y Mateo, 2011).

Los museos creativos diseñan experiencias fluidas, interactivas e imaginativas con sus visitantes (Alderoqui, 2011). Experiencias que los consideran desde un punto de vista integral, en las que pueden comprender, disfrutar, escuchar, transformar, hablar, emocionarse. Las experiencias generan vivencias, que se transforman en parte de nuestro bagaje.

Las experiencias fluidas son generadas por la participación de las personas en actividades que los motivan a usar su tiempo en participar de ellas, solo por el placer que produce hacerlas, por lo disfrutable que resultan y la necesidad que generan de sostener la interacción. En general, las actividades plantean desafíos cognitivos, emocionales y sociales interesantes, que se integran a las personas, que los sacan de su cotidianidad, que permiten expandir los horizontes experienciales y su curiosidad.

Las experiencias interactivas tienen su eje en la experimentación y participación activa de los visitantes, en el hacer, tocar, sentir. La perspectiva interactiva no debe reducirse sólo a la manipulación motriz. Es necesario entender y definir la interacción desde una perspectiva compleja, que reconozca que las personas se involucran en las experiencias que los museos les proponen desde los pensamientos, las emociones y las acciones. La interacción no es solo manual, sino también cognitiva, social, emocional.

Las experiencias imaginativas son aquellas que contemplan la puesta en juego de la imaginación de los visitantes, promueven experiencias físicas, generan asombro, resonancia y narran historias. Las experiencias imaginativas invitan, provocan y convocan desde lo corporal e intelectual, desde el pensamiento y la acción, desde el juego, la aventura, la magia, la conversación, la curiosidad, la poesía y los cuentos. La imaginación posibilita apropiarse de las experiencias ampliando los límites y las miradas.

Los museos cuentan historias, proponen experiencias y los visitantes construyen y reconstruyen esas experiencias. En este sentido, un estudio sobre visitas de estudiantes universitarios a un museo, muestra cómo los configuran como espacios educativos, culturales, sociales. La visita genera experiencias diferentes al mismo tiempo que compartidas en los grupos visitantes (Elisondo; Melgar, 2015). Los museos creativos se juntan con otros para crear propuestas que inviten a las personas a experimentarlos más allá de las visitas guiadas. No tienen días ni horarios. De día y de noche invitan a sus visitantes.

4. La Noche de los Museos.

“La Noche de los Museos” es un evento que se originó en Berlín, Alemania, denominado como *La Larga Noche de los Museos*. Se realizó por primera vez en 1977, su objetivo fue atraer a nuevas personas que visiten las instituciones culturales. De la primera versión del evento participaron una docena de instituciones, que abrieron sus puertas desde las 18:00 hs. pm hasta las 2 am².

Durante la Noche de los Museos, museos e instituciones culturales ofrecen propuestas diversas, que incluyen la visita a los establecimientos así como el desarrollo de actividades artísticas y científicas, entre otras. Cada institución diseña un programa rico en actividades que incluyen escuchar, aprender, experimentar, mirar, emocionarse. En general, los gobiernos suelen estar comprometidos en esta iniciativa y ofrecen transporte gratuito para que las personas puedan desplazarse de un museo a otro.



Fig. 1. Extraída de la página web de *La Larga Noche de los Museos*. Märkisches Museum. Recuperada el 28 de octubre de 2016 de <http://www.lange-nacht-der-museen.de/de/ueber-die-lange-nacht/> (© Foto: Sergej Horovitz).

Desde 2005 en Europa fue creada *La Noche Europea de los Museos* por el Ministerio de Cultura y de Comunicación de Francia. Los museos abren sus puertas de noche de manera gratuita para que los visitantes puedan descubrir gratis

² Sitio web oficial de *La Larga Noche de los Museos* en <http://www.lange-nacht-der-museen.de/de/>

las colecciones y todos los eventos especiales organizados. El Consejo de Europa y la UNESCO apadrinan el festival y la Federación Francesa de Amigos de los Museos y la Reunión de los Museos Nacionales Franceses (RMN) son socios institucionales del evento³.



Fig. 2. Cartel de La Noche Europea de los Museos 2012. Recuperado el 28 de octubre de 2016 de <http://network.icom.museum/imd2012/dim-2012/noche-europea-de-los-museos/L/1/>. © Création: Le Gentil Garçon avec le soutien de NEUFLIZE VIE Conception graphique: Christophe Naux.

Buenos Aires fue la primera ciudad de América en sumarse a la iniciativa originada en Berlín (Bialogorski y Fritz, 2004). La propuesta tuvo lugar en el marco de los diálogos culturales entre Berlín y Buenos Aires, que se celebraron como parte de las conmemoraciones de la hermandad entre estas ciudades. La iniciativa cobra más fuerza a partir de 2004 donde se comenzó a implementar un nuevo modelo de gestión cultural que abarcó, entre otros aspectos, una estrategia integral de comunicación, los estudios de público, la Red de Museos Porteños, el programa Más Museos, y la recuperación de espacios públicos para usos culturales. La demanda de participación en la producción y el disfrute

³ Más información sobre la Noche Europea de los Museos disponible en <http://network.icom.museum/imd2012/dim-2012/noche-europea-de-los-museos/L/1/>

de los bienes culturales de la ciudad fueron cobrando así un nuevo sentido (Bialogorski y Fritz, 2004).



Fig. 3. Galería de imágenes de La Noche de los Museos en la ciudad de Buenos Aires, edición 2015. Recuperado 28/10/2016. [http://buenosaires.gob.ar/areas/cultura/museos/dg_museos/la_noche_de_los_museos/In2015/galeria.html#prettyPhoto\[paseohist\]/4/](http://buenosaires.gob.ar/areas/cultura/museos/dg_museos/la_noche_de_los_museos/In2015/galeria.html#prettyPhoto[paseohist]/4/)

En la provincia de Córdoba también se realiza La Noche de los Museos, desde 2006, de manera ininterrumpida en la ciudad de Alta Gracia, y desde 2011 en la ciudad de Córdoba. En relación a la ciudad de Córdoba, la iniciativa fue impulsada por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), con sus 16 museos universitarios. Durante 2012, los esfuerzos se multiplicaron y en forma conjunta la UNC, el Gobierno de la Provincia de Córdoba y el Gobierno Municipal de Córdoba, organizaron la Segunda Edición, que se continúa realizando hasta la actualidad (Zabala y De Carli, 2015).

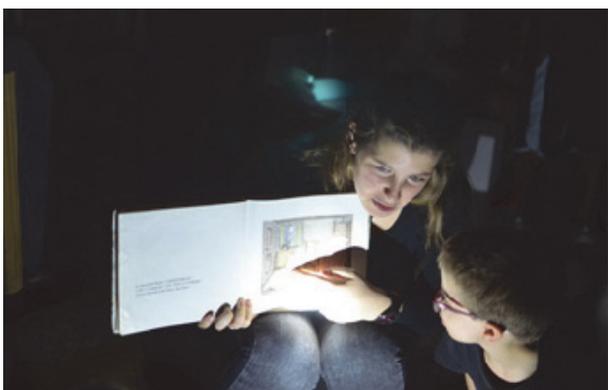


Fig. 4. Extraída de la Galería de imágenes de La Noche de los Museos en la ciudad de Córdoba, edición 2015. Recuperado 28/10/2016 <http://nochedelosemuseos.unc.edu.ar/ediciones-antiores-2/>

Desde el año 2014 también en la ciudad de Río Cuarto se realiza La Noche de los Museos. En la primera edición, el evento se denominó *La Noche de los Museos a la Luz de la Luna*, fue organizado por la Subsecretaría de Cultura del Municipio

de Río Cuarto, junto a museos, salas y distintas instituciones de la ciudad. Participaron el Museo Histórico Regional, el Museo Municipal de Bellas Artes, el Museo Otegui, la Tintorería Japonesa, el Archivo Histórico, el Museo del Riel y el Museo Tecnológico Aeroespacial, entre otros. El recorrido podía hacerse empleando medios de transporte particulares y públicos ofrecidos por el Municipio.

La segunda edición se realizó durante 2015, ampliándose la oferta cultural y educativa a más de 15 espacios culturales, museos, salas e instituciones. Se realizaron actividades en las calles de la ciudad, se invitó a locales comerciales, hubo recitales, visitas guiadas, talleres, representaciones teatrales, entre otros. La oferta de transporte se amplió considerando un *bicitour* y un *citytour* organizados desde el Área de Turismo del Municipio.

Desde el Museo Tecnológico Aeroespacial ubicado en Las Higueras, un pueblo cercano a la ciudad de Río Cuarto, se participó con una propuesta que incluyó el recibimiento con la banda militar, el recorrido al aire libre por la muestra de aviones, el recorrido por una muestra temporal de motores de aeronaves y la visita guiada por la muestra permanente del museo. Al inicio de la actividad el encargado del Museo explicaba a los visitantes los posibles recorridos y cada uno elegía libremente cuál realizar. Con el objetivo de mejorar la propuesta año a año decidimos consultar a los visitantes sobre diferentes aspectos relacionados con sus experiencias en La Noche de los Museos.

Fig. 5. Flayer de comunicación sobre programación del Museo Tecnológico Aeroespacial. Segunda Edición de La Noche de los Museos en Río Cuarto. Imagen recuperada del Facebook del evento.

<https://www.facebook.com/LaNocheDeLosMuseosRioCuarto/?fref=ts>.

La Noche de los Museos
A LA LUZ DE LA LUNA

18 DIC. 2015
RIO CUARTO, CORDOBA
ENTRADA LIBRE Y GRATUITA

MUSEO TECNOLÓGICO AEROESPACIAL
Las Higueras

- 19hs. Apertura
- Recorrido por muestra exterior: Douglas A4B C-222 "Tordillo"; Mirage MIII C1-717; muestra transitoria (motores de aeronaves).
- 20.30hs. Banda de música y guerra del Área de Material Río Cuarto (marchas militares).
- Visita guiada por el museo.
- 23hs. Cierre.

5. Estudio de público en el Museo Tecnológico Aeroespacial.

5.1. Contexto de estudio e instrumentos de recolección de datos.

El Museo Tecnológico Aeroespacial se ubica en un predio que cuenta con amplios espacios verdes, que se conjugan con los galpones que forman parte del Área de Material Río Cuarto (Unidad de la Fuerza Aérea Argentina). El museo funciona con tres muestras permanentes que cuentan la historia del Área, la historia de la aviación en el mundo y las características físicas del aire.

Durante la Segunda Edición de La Noche de los Museos, decidimos realizar un estudio de público de carácter exploratorio. Los estudios de público son herramientas de gestión de los museos. La investigación permite obtener conocimientos sistemáticos sobre los visitantes reales y potenciales (aquellos que podrían visitar un museo) 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 (Zabala y De Carli, 2015). Consideramos importante identificar las valoraciones y percepciones sobre las propuestas realizadas por el museo, como un elemento esencial para seguir diseñando experiencias fluidas, interactivas e imaginativas. El objetivo del estudio fue analizar perspectivas, motivaciones y valoraciones de los participantes considerando las particularidades y potencialidades creativas de la experiencia La Noche de los Museos.

Como instrumento de recolección de datos, elaboramos un cuestionario con siete interrogantes, algunos de respuesta múltiple opción y otros de respuesta abierta. El encabezado del cuestionario invitaba a los visitantes a responderlo y comentaba acerca de las finalidades para las que se utilizarían los datos. Se consultaba sobre los siguientes aspectos: edad, sexo y ocupación, medios por los que se enteró del evento, con quién asistió, motivaciones para participar, aspectos destacados de la experiencia, aspectos que modificaría, otras observaciones y si deseaba que lo contactáramos para seguir colaborando con la investigación. Respecto de los participantes, respondieron el cuestionario, de manera voluntaria, 37 personas de un total aproximado de 100 asistentes al evento. El cuestionario se entregaba impreso.

5.2 Caracterización sociodemográfica de los participantes.

Para la caracterización sociodemográfica de los participantes consideramos tres aspectos: edad, sexo y ocupación. En relación con la edad, del total de sujetos encuestados el 13% se ubicaba en la franja etaria de los 11 a los 20 años, sien-

do mayoría adolescentes (5 sujetos). El 5% tenía entre 21 y 30 años (2 sujetos); el 27% se ubicaba en la franja de los 31 a los 50 años (10 sujetos); el 35% se ubicaba en la franja etaria de los 51 a los 70 años (13 sujetos), el 8% tenía entre 71 y 90 años (3 sujetos) y el 11% de sujetos no respondieron al ítem edad (4 sujetos).

Según las respuestas del cuestionario al ítem edad, podría observarse una mayor cantidad de público adulto y adultos mayores participando del evento. En menor medida se observaron jóvenes. En este sentido, cabría diferenciar si existe una mayor disposición de los adultos y adultos mayores a responder el cuestionario o si efectivamente la participación en el evento fue mayormente de adultos y adultos mayores. El análisis del registro fotográfico del evento permite visualizar una clara predominancia de público adulto y adulto mayor.



Fig. 6. Grupo de visitantes escuchando al guía. Predominio de adultos y adultos mayores. Imagen facilitada por el encargado del Museo Tecnológico Aeroespacial, Sr. José Luis Araya. Tomadas por el fotógrafo del Área de Materiales Río Cuarto, Sr. Darío Merelles.

Del total de sujetos que accedieron a responder el cuestionario, el 68% fueron mujeres (25 sujetos), el 22% hombres (8 sujetos), y el 10% (4 sujetos) no indicó su sexo. En otros dos estudios de público sobre La Noche de los Museos, también se encontró que entre el público que accedió a responder las encuestas hubo más mujeres que hombres. Bialogorski y Fritz (2004) mencionaron que entre el público entrevistado más de la mitad fueron mujeres (65,9% de un total

de 129 encuestados). Asimismo, en la investigación de Zabala y De Carli (2015), también se señaló que el 60% (de un total de 80 encuestados) que accedió a responder el cuestionario fueron mujeres. El análisis de registro fotográfico permite visualizar que la mayoría de sujetos que participó del evento fueron mujeres.



Fig. 7. Público visitante recorriendo la muestra del Museo. En su mayoría se observan mujeres. Imagen facilitada por el encargado del Museo Tecnológico Aeroespacial, Sr. José Luis Araya. Tomadas por el fotógrafo del Área de Materiales Río Cuarto, Sr. Darío Merelles.

En nuestro estudio, en relación con las ocupaciones, el 19% de los encuestados fueron jubilados (7 sujetos), profesionales (7 sujetos) y amas de casa (7 sujetos). Luego se identificó un 16% de estudiantes (6), un 13% de empleadas de diferentes rubros (5) y un 3 % de personal militar (1 sujeto). También hubo un 11% de personas que no respondieron este punto (4 sujetos).

Un dato interesante de analizar es el reducido número de personal militar que participó de la actividad. Este dato resulta interesante en la medida que permite observar público potencial⁴ dentro de la misma institución donde funciona el museo. También resulta interesante observar la alta concurrencia de jubilados, identificándolos como otro grupo potencial en el desarrollo de actividades del Museo Tecnológico.

⁴ Es un concepto que se utiliza en los estudios de público, para referir al público cautivo, es decir, visitantes que aún no visitan el museo pero podrían llegar a hacerlo.

Los estudiantes y profesionales parecen ser asimismo un público frecuente en La Noche de los Museos, algo similar fue encontrado por la investigación de Zabala y De Carli (2015), quienes señalaron que un 30% de los encuestados fueron identificados como estudiantes. La propuesta convocó a un público diverso en relación con las ocupaciones: jubilados, amas de casa, profesionales, estudiantes, empleados de diversos rubros y militares.

En síntesis, a partir de las respuestas al cuestionario podríamos decir que el público del evento fue variado, destacándose una mayor proporción de adultos y adultos mayores en el total. Asimismo se observó una mayor participación de público femenino. Y en relación a las ocupaciones se observó una variedad que incluyó a jubilados, amas de casa, profesionales, estudiantes, entre otros.

5.3. Resultados del estudio.

Los resultados del estudio se describen considerando el contexto social de la visita, las motivaciones para participar y las valoraciones sobre la experiencia.

5.3.1. Contexto social.

La facilitación sociocultural es un aspecto característico del aprendizaje en los museos. Falk y Dierking (2000) señalan que la facilitación puede ser entendida de dos maneras: como “mediación sociocultural dentro de un grupo” y como “mediación facilitada por otros”. Por la primera se entiende a aquellas visitas que se realizan al museo formando parte de algún grupo con el que se comparten ciertas características, por ejemplo: compañeros de clase, familia, grupos de amigos, grupo de turistas, entre otros. Por la segunda, se entiende a los aprendizajes e interacciones que pueden producirse entre personas que sin conocerse se relacionan y se reconocen compartiendo experiencias educativas.

Uno de los aspectos que nos interesó conocer fue si las personas accedían solas o en compañía de otros a las experiencias en La Noche de los Museos. En este sentido, en el cuestionario se preguntó a los visitantes con quiénes asistieron al evento. Las opciones de respuesta fueron: solo, con mi familia, con amigos, otro (mencione). Las personas podían marcar más de una opción.

En general, el 62% de los encuestados asistió al evento con su familia (24 sujetos), el 18% con amigos (7 sujetos), el 18% solos (7 sujetos) y el 2% no respondió (1 sujeto). A partir de las respuestas puede observarse el carácter familiar y

fraternal que adquirió el evento. En otras investigaciones sobre el público asistente a La Noche de los Museos se encontraron datos similares. Zabala y De Carli (2015) señalaron que la mayoría de la visitas fueron en grupos de amigos y en familia, en tanto que Bialogorski y Fritz (2004) mencionaron en su investigación que el 40% de los encuestados asistió con amigos, el 29% en familia y el 20% en pareja.

Algunas familias aprovechan eventos como este para compartir tiempo de ocio y entretenimiento; asimismo aprenden y participan de eventos culturales. Este aspecto resulta interesante de considerar en la programación del museo, ya que podrían ofrecerse más actividades de este tipo. De la misma manera, otro aspecto interesante es la asistencia con amigos. Varios museos emplean estrategias como “Vení con tu amigo y participá de tal actividad”. La visita a museos resulta ser una práctica cultural propicia para compartir con otros.



Fig. 8. Nietos y abuelos llegando al Museo. Imagen facilitada por el encargado del Museo Tecnológico Aeroespacial. Tomadas por el fotógrafo del Área de Materiales Río Cuarto, Sr. Darío Merelles.

5.3.2. Motivaciones para participar en la Noche de los museos.

Además de con quiénes asistían las personas al evento, nos interesaba conocer cuáles eran sus motivaciones. En el cuestionario se presentaron las siguientes opciones: me dio curiosidad, me gustan los museos y no puedo visitarlos en horarios de día por mi trabajo, fui a la noche de los museos en otras ciudades, conocía el evento pero nunca participé, otras (mencione). Las personas podían marcar más de una opción. De las opciones presentadas en el protocolo, el 36% de los visitantes señaló que participaron del evento por curiosidad (18 sujetos), el 26% indicó que le gustan los museos pero no pueden visitarlos durante el día por razones laborales (13 sujetos), el 18% mencionó haber participado de la noche de los museos en otras ciudades (9 sujetos), el 18% indicó que conocían el evento y nunca habían participado (9), y el 2% específicamente porque querían conocer el Museo Tecnológico (1).

Cuando los museos ofrecen actividades que salen de las rutinas esperadas por los visitantes, parecen actuar como disparadores de la curiosidad. En este sentido, la curiosidad implica acción sobre la realidad para dar respuesta a ese motor y convertirse en una nueva experiencia. La curiosidad aparece relacionada con la creatividad, y en este sentido, cuando hablamos de museos como contextos creativos, destacamos su rol de ofrecer experiencias diversas a los visitantes que activen su curiosidad.

Por otro lado, destacamos la necesidad de generar experiencias que abarquen a públicos cada vez más amplios. Es necesario que los museos busquen alternativas para aquellos que no pueden asistir en los horarios habituales por razones laborales. Generar actividades mensuales, sábados o domingos es otra opción necesaria. Este aspecto, también fue valorado como una motivación en otra investigación. Bialogorski y Fritz (2004) mencionaron como resultado de su estudio que uno de los aspectos fundamentales que motivan al público a participar es la falta de posibilidades de recorrer museos en la semana por las obligaciones laborales, entre otros.

5.3.3. Valoraciones sobre las experiencias.

Otro aspecto que nos interesaba conocer fue qué les gustó a los visitantes. Esta pregunta se realizó de manera abierta. El 26% de las personas señalaron que les gustó el recorrido propuesto y las explicaciones del guía (11 sujetos); el 21% indicó que les gustó todo, sin realizar especificaciones (9 sujetos). El 19% de los suje-

tos consultados mencionaron que les gustó la muestra y el contenido (8 sujetos), y específicamente un 12% señaló que les gustaron los aviones (5 sujetos). Además, el 9% refirió al recibimiento con la banda militar (4 sujetos), el 7% destacó el edificio, es decir, las instalaciones, el mantenimiento y la organización del espacio (3 sujetos) y el 7% señaló otros aspectos en los que destacaron el compartir la experiencia con otros, la atención del museo y el conocer espacios nuevos de la ciudad (3 sujetos). Compartimos algunas respuestas de los participantes:

- Todo muy lindo, los aviones afuera y poder subir a uno de ellos fue lindo para la familia (Hombre de 43 años).
- El recorrido y el recibimiento fueron muy agradables. La charla brindada muy didáctica y entretenida porque pudimos participar. (Mujer 37 años).

En otros estudios de público los visitantes valoraron que el evento se realice de noche, no sólo porque les permite participar sin tener obstáculos laborales, sino que además se presenta como una opción de salida que puede hacerse en familia, con amigos, con la pareja o solos, pero que, al ser una actividad nocturna, adquiere un plus de sentido, una predisposición anímica y una percepción de las vivencias y del tiempo, diferente a las diurnas (Bialogorski y Fritz, 2004). En el mismo estudio, los participantes, también valoraron el carácter gratuito del evento y acceso a nuevos conocimientos.

Además de indagar sobre qué aspectos les gustaron de la experiencia, se consultó a los visitantes sobre qué aspectos modificarían. La pregunta se respondía de manera abierta. En general, se observó que pocas personas señalaron aspectos a modificar. Podríamos suponer que este es un indicador de conformidad y satisfacción con la experiencia.

Como aspectos a modificar del evento los visitantes consultados mencionaron que sería oportuno que se amplíe el tiempo disponible del recorrido (2 sujetos) y que el guía emplee micrófono (2 sujetos). Asimismo, indicaron que sería importante que el museo abra más días y horarios (1 sujeto), que se incentive más durante el evento la participación de los jóvenes y los niños (1 sujeto) y que se organice un servicio de cafetería (1 sujeto). Compartimos las respuestas de algunos visitantes

- Incentivar la mayor participación de los jóvenes y niños (Mujer, 23 años)
- Los medios para ofrecer información, estaría bueno que el guía cuente con micrófono (Mujer, 20 años).



Fig. 9. Recibimiento de la Banda Militar. Imagen facilitada por el encargado del Museo Tecnológico Aeroespacial. Foto: Darío Merelles. Área de Materiales Río Cuarto.

En relación con este punto, se destaca la importancia de los guías en las experiencias que pueden propiciarse de los espacios museísticos. Por otro lado, aspectos destacados como el recibimiento con la Banda, permiten apreciar la importancia de generar estrategias que permitan que los visitantes se sientan a gusto en los museos. En este sentido, esas estrategias pueden ser juegos, preguntas, videos, entre otros. Estrategias creativas sin grandes costos económicos para la institución.

6. Consideraciones finales.

La Noche de los Museos es una oportunidad que ofrecen las ciudades para que las personas interactúen con objetos, historias, conocimientos y otras personas. En definitiva, y siguiendo las perspectivas socioculturales de estudio de los procesos creativos, La Noche de los Museos es una ocasión para la creatividad. Visitar museos de noche es una propuesta que, si bien ya se desarrolla hace varios años y en diferentes ciudades, genera cierta novedad, curiosidad e interés, aspectos propicios para la creatividad, tal como hemos explicado en un estudio reciente (Elisondo y Melgar, 2016).

En la Noche de los Museos la configuración de los tiempos, los espacios y los vínculos con otros también es particular. La Noche de los Museos es un acontecimiento es decir, una experiencia con otros en un espacio y tiempo

particular; y una oportunidad para apropiarse de cada museo, integrando la acción en el espacio y asignándole significados y sentidos compartidos (Gil Orive, 2013).

Cierta flexibilidad, apertura y libertad caracteriza los recorridos, las interacciones y las decisiones que van tomando los participantes. Esta particularidad también contribuye en la generación de espacios creativos de aprendizaje colaborativo. La Noche de los Museos es una oportunidad para compartir con familiares y amigos, compañías más frecuentes en este tipo de eventos según los estudios analizados. Asimismo, que el evento sea de noche también favorece la participación de las personas que por sus actividades laborales no podrían hacerlo en otro momento, esto define un rasgo particular y muy interesante de la noche de los museos.

El estudio realizado, de carácter exploratorio, permite hacernos una idea del tipo de público que participó del evento en este museo. Para nuevas ediciones de la Noche de los Museos, nos parece importante poder realizar modificaciones al cuestionario que incluyan otros datos, considerando resultados de otros estudios. Asimismo, sería interesante observar si las características del público que visitó el Museo Tecnológico Aeroespacial son similares a las de visitantes de otros museos

Considerando los aportes de los participantes y los resultados se destaca la importancia de los estudios sobre públicos en museos para construcción de conocimientos que favorezcan el desarrollo de intervenciones y políticas que promuevan la participación y el aprendizaje en los museos. La comunicación es un aspecto clave para vincular a la sociedad con los museos y facilitar procesos de apropiación por parte de diferentes sectores y grupos sociales. Hace visibles los museos como espacios que todos podemos habitar, significar y disfrutar es aún un desafío para los propios museos y para las ciudades que pretendan promover procesos creativos en los ciudadanos. Museos abiertos y visibles para todos es un camino hacia las ciudades creativas.

Bibliografía.

- ALDEROQUI, S. y PEDERSOLI, C. (2011): *La educación en los museos. De los objetos a los visitantes*. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- 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. Recuperado 27 abril 2016 http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icom-argentina/pdf/BIALOGORSKI-RITZ_NOCHE_DE_LOS_MUSEOS.pdf.
- CALVINO, I (1972): *Las ciudades invisibles*. Milano. Ed. Einaudi.
- ELISONDO, R., DONOLO, D. y M. C. RINAUDO (2012): "Espacios comunitarios cotidianos. El arte como oportunidad para ser, crear y transformar". *Revista Arte y Sociedad*, 1. <http://asri.eumed.net/1/edr.html> (17-03-2013).
- ELISONDO, R. DONOLO, D. y M. RINAUDO (2013): "Lugares para la creatividad cotidiana en las ciudades. Su búsqueda, descubrimiento e ilusiones". Actas III Congreso Internacional de Ciudades Creativas. Disponible en <http://congreso2013.ciudadescreativas.es/index.php/es/>
- ELISONDO, R. y MELGAR, M. (2016): "Las ratas y los estudiantes. El poder de la novedad en la Educación". Actas IV Congreso Internacional Ciudades Creativas. Tomo 1. Universidad Complutense de Madrid, 14-16 de enero de 2016. http://congreso2016.ciudadescreativas.es/Ciudades_Creativas_2016_tomo1.pdf.
- ELISONDO, R. y MELGAR, M. (2015): "Museos construidos y reconstruidos. Experiencias educativas para la creatividad". *Question*, 1 (47), 325-341. <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2591>.
- FALK, J. y DIERKING, L. (2000): *Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning*. Estados Unidos. Ed. Altamira Press.
- GARCÍA GARCÍA, F (2016): "Cartas del Director". Actas del IV Congreso Internacional Ciudades Creativas. Tomo 1. Universidad Complutense de Madrid, 14-16 de enero de 2016. Recuperado el 27 de abril de 2016 de http://congreso2016.ciudadescreativas.es/Ciudades_Creativas_2016_tomo1.pdf.
- GIL ORIVE, M. (2013): "¿Habitar la ciudad? Una aproximación a la experiencia de lo urbano desde la práctica artística contemporánea". *Arte y Ciudad. Revista de investigación*, 3 (1): 385-402.
- GLAVEANU, Vlad (2014): *Distributed Creativity. Thinking Outside the Box of the Creative Individual*. London: Springer Briefs.

- GÓMEZ ALONSO, R. (2003): "El museo. Espacio creativo". *Icono 14. Revista de Comunicación y Nuevas tecnologías*. 1(2): 106-124.
<http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v1i2.456>.
- HERRERA MEDINA, L; MOLINA PRIETO, L. F y BONILLA ESTEVEZ, H. (2013): "Ciudades creativas: ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?". *Bitacora*, 22. (1): 11-20.
- MENCHEN, F. (2011): "La creatividad transforma la ciudad: Hacia la búsqueda de la ciudad creativa". *Revista Creatividad y Sociedad*, 17: 1-37. (27 abril 2016)
<http://www.creatividadysociedad.com/articulos/17/2%201a%20creatividad%20transforma%20la%20ciudad.docx.pdf>.
- VIÑARÁS ABAD, M y MATEO, C (2011): "Museos Creativos: innovación museística del siglo XXI". Actas II Congreso Internacional de Ciudades Creativas.
<http://www.icono14.es/actas/index.php?conference=2ccc&schedConf=2cc&page=paper&op=view&path%5B%5D=230&path%5B%5D=197>.
- UNESCO (2004): *Ciudades Creativas, fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales*. http://portal.unesco.org/culture/es/files/23947/11097017581Ciudades_Creativas_Espagnol.doc/Ciudades%2BCreativas%2BEspagnol.doc.
- ZABALA, M. E y DE CARLI, M. C (2015) "La "noche" construida por los visitantes del Museo de Antropología FFyH-UNC. Caso de estudio, la Noche de los Museos". *Revista del Museo de Antropología*. 8 (1): 125-132.
<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/article/view/11465>.