

# Situación de los museos en Chile

## Diagnóstico 2019



**opc** OBSERVATORIO  
DE POLITICAS  
CULTURALES



**CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS**



## SITUACIÓN DE LOS MUSEOS EN CHILE: DIAGNÓSTICO 2019

Estudio a cargo del área de Estudios de la Subdirección  
Nacional de Museos, Servicio Nacional del Patrimonio  
Cultural, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio  
Ejecutado por Observatorio de Políticas Culturales

Se autoriza la reproducción parcial citando la fuente correspondiente.

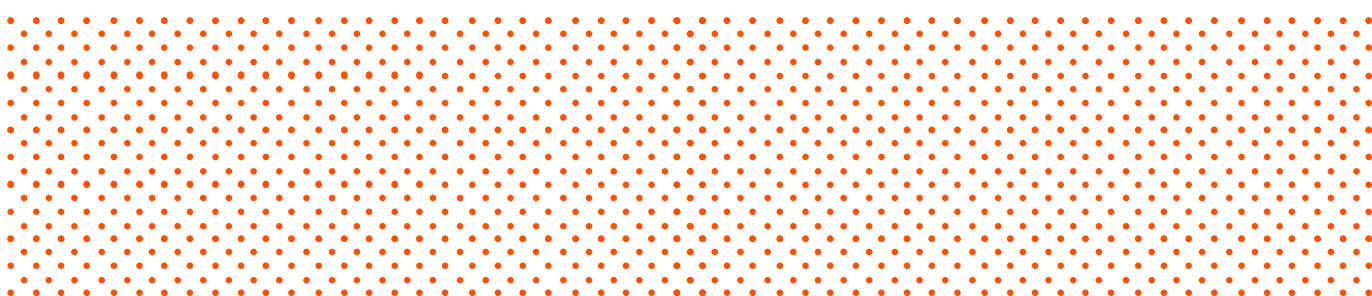
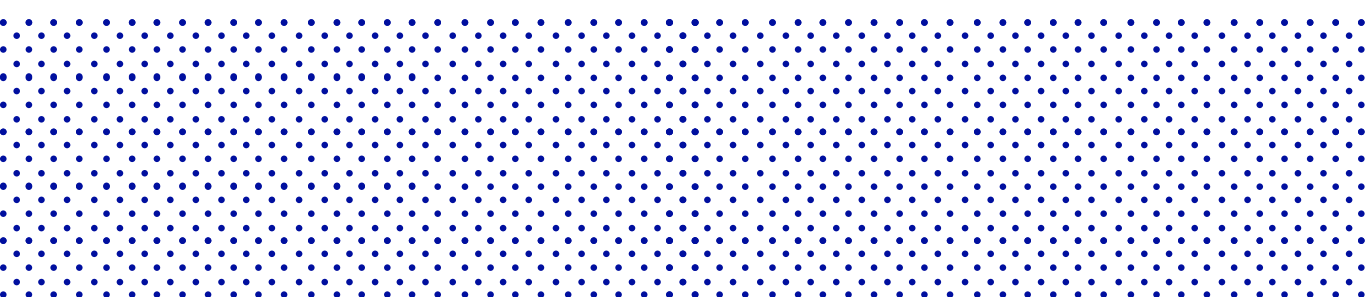
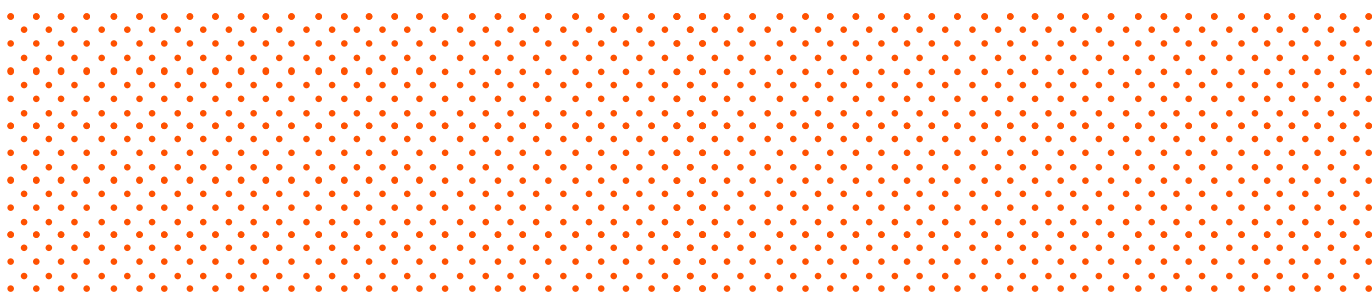
[www.museoschile.gob.cl](http://www.museoschile.gob.cl)  
[www.museoschile.cl](http://www.museoschile.cl)

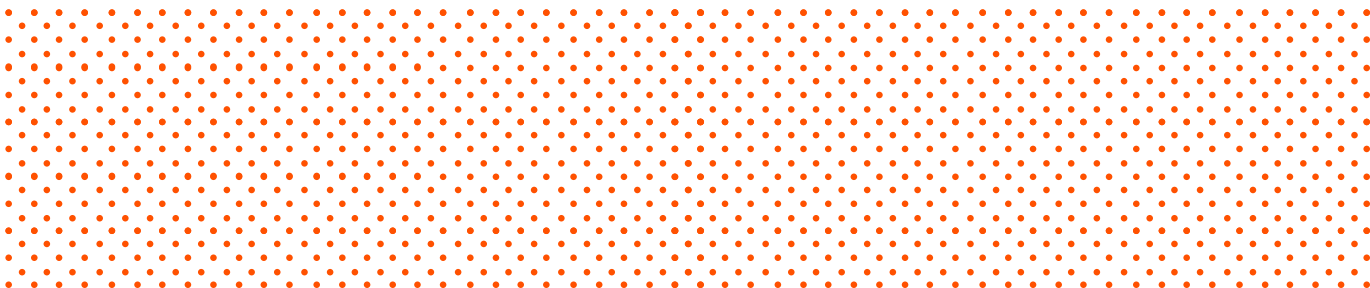
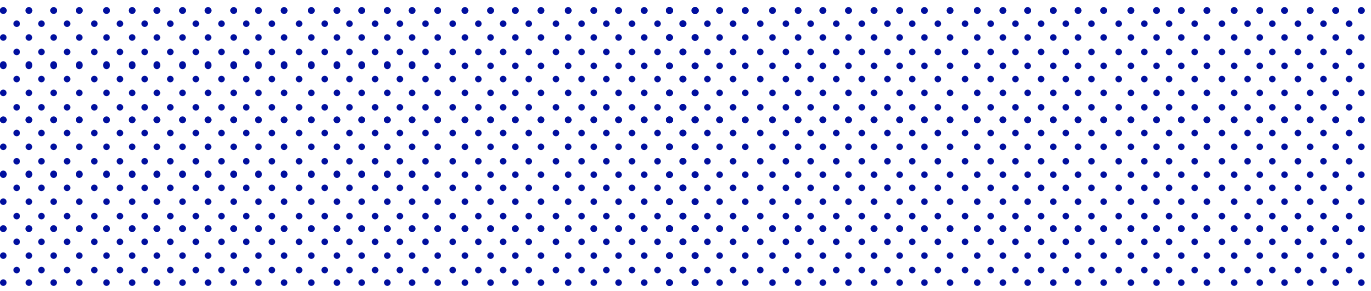
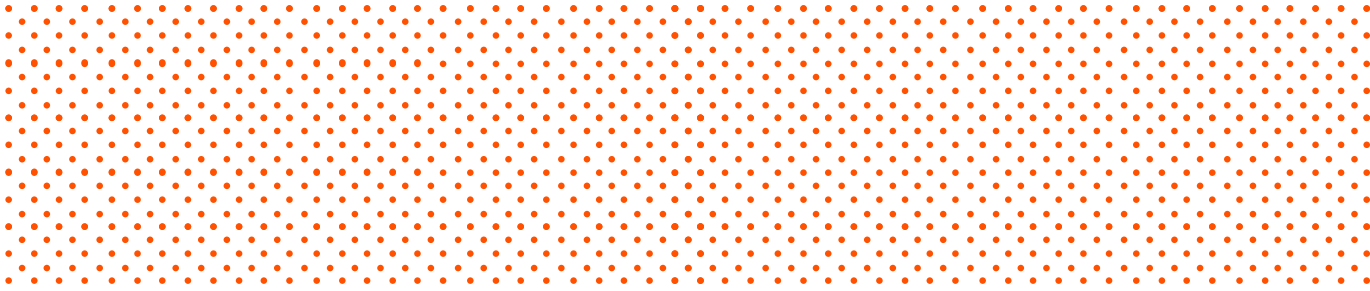
Mayo de 2019



# Situación de los museos en Chile

## Diagnóstico 2019

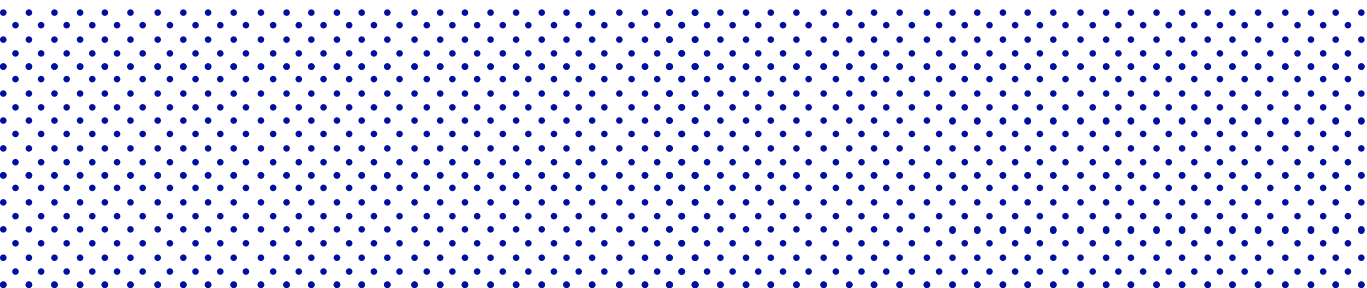
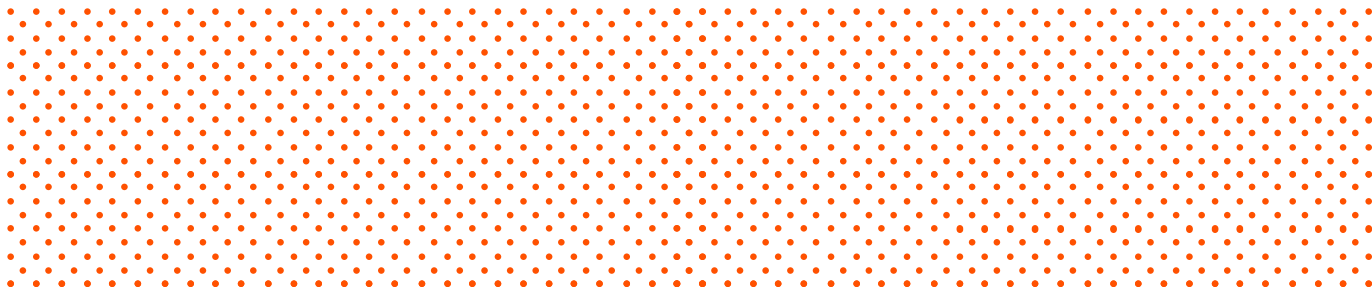
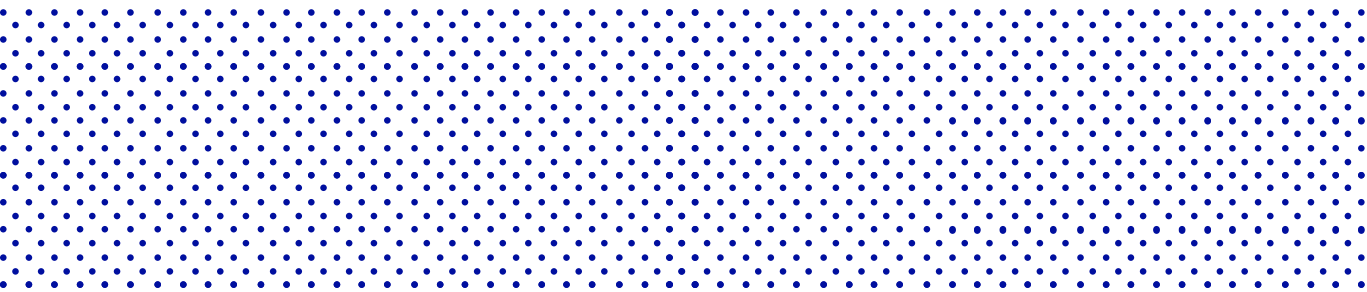






## CONTENIDOS

- 7**      Presentación SNM: Un panorama de los museos para un mayor desarrollo del sector museal
- 9**      Presentación OPC: El conocimiento como herramienta para el desarrollo de los museos
- 10**     Objetivos y metodología del estudio
- 12**     Marco de referencia
- 16**     Resultados Censo 2017
- 22**     Resultados Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017
- 37**     Resultados Registro de Museos de Chile 2018
- 44**     Análisis de conglomerados
- 52**     Conclusiones
- 54**     Referencias



## Un panorama de los museos para un mayor desarrollo del sector museal

En el contexto de la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y de la nueva institucionalidad cultural que se está implementando en todo el país, se ha hecho necesario conocer el panorama del sector museal, de modo de poder desplegar iniciativas públicas que promuevan el desarrollo de los museos en Chile.

¿Cuántos museos existen en el país?, ¿cuáles son sus características generales? y ¿cuáles sus principales desafíos?, son algunas de las preguntas que la presente publicación busca responder con el objeto de levantar un panorama del sector museal en Chile y sentar las bases para generar políticas públicas para todos los museos del país. Si bien esta no es la primera iniciativa de este tipo, sí es la más completa y actualizada que tenemos a la fecha, y que esperamos sea de gran utilidad para el trabajo de los museos en lo sucesivo.

La Subdirección Nacional de Museos (SNM) viene trabajando desde hace años en la generación de iniciativas que promuevan el desarrollo armónico de los museos, así como que procuren una relación más fluida y permanente con las comunidades. Si el Plan Nacional de Mejoramiento Integral de Museos (2001) y el Sistema de Gestión de Exhibiciones Permanentes (2010) implicaron un cambio positivo en la calidad de los museos del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural; la Política Nacional de Museos, el Fondo de Museos y el Registro de Museos de Chile, han marcado el inicio de un trabajo con los museos de todo el país, buscando extender el mejoramiento de la calidad de estas instituciones, independientemente de su dependencia administrativa o localidad en que se ubican.

En esa dirección es que apunta esta publicación y el contexto en el que se enmarca. *Situación de los museos en Chile: Diagnóstico 2019* tiene como propósito identificar el sector de los museos en Chile, por medio del catastro y la caracterización que provee el Registro de Museos de Chile (RMC), entregando un documento de fácil lectura con los principales resultados del estudio “Situación de los museos en Chile”, llevado a cabo en 2018 por el Observatorio de Políticas Culturales. El objetivo inicial de este estudio fue levantar el panorama de los museos en Chile luego de veinte años de la última de estas publicaciones,<sup>1</sup> caracterizándolos a partir de su desarrollo institucional, del manejo de colecciones que tienen y de su relación con la comunidad donde se insertan. Esta información fue extraída del Registro de Museos de Chile, pero también fue complementada con un análisis de la población beneficiaria de los museos a partir del Censo recientemente aplicado en 2017, así como del

1 Ver Bahamóndez *et al.* (1999).

perfil de quienes ya visitan museos en el país, por medio de los resultados de la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017 (ENPC). Producto del análisis de estas tres fuentes de información (RMC 2018, Censo 2017, ENPC 2017), la presente publicación expone un análisis de la realidad de los museos en Chile, su conceptualización, el perfil general de sus potenciales usuarios, así como también el de sus actuales beneficiarios.

Esperamos que los datos aquí publicados sean de utilidad para los museos del país, para quienes velan por su desarrollo y sostenibilidad, así como para la ciudadanía interesada en ellos. La información que se presenta tiene un gran potencial para la implementación de políticas públicas en patrimonio y constituye una oportunidad para una mayor evolución del sector museal en Chile.

Alan Trampe T.  
Subdirector Nacional de Museos  
Servicio Nacional del Patrimonio Cultural



PRESENTACIÓN OPC

## El conocimiento como herramienta para el desarrollo de los museos

Conocer más y mejor el territorio sobre el que trabajamos ha sido uno de los principales desafíos del sector cultural en Chile. En la última década, se ha avanzado de manera importante en este reto. Hoy tenemos más claridad sobre aspectos tan relevantes como, por ejemplo, las formas de participación y consumo cultural de los chilenos, el aporte de nuestro ámbito a la economía y la situación de los trabajadores culturales a lo largo del país. Sin embargo, sobre algunos campos específicos como el diverso y rico mundo de los museos, no existía la información suficiente que permitiera mejorar las estrategias para apoyar su desarrollo desde el Estado.

Desde hace unos años, el equipo de la Subdirección Nacional de Museos, ha dado pasos sustantivos para superar esta falencia. El proceso de discusión iniciado en 2015, que condujo a la publicación de la Política Nacional de Museos en 2018, significó la generación de información relevante sobre las principales necesidades y problemas que enfrentan estos agentes. En este marco, la implementación del Registro de Museos de Chile el año 2015, iniciativa heredera de la previa Base Musa, constituye un hito fundamental. Esta valiosa plataforma, materia prima de la presente publicación, permite contar con información actualizada y extensa, proporcionada directamente por los museos, sobre este sector cada vez más dinámico y diverso. Sin duda, su fortalecimiento y apropiación por parte de cada uno de los museos de Chile constituye una oportunidad única de contar con lo que consideramos el mejor instrumento de política pública: el conocimiento.

En el marco de este esfuerzo se inscribe el estudio “Situación de los museos en Chile”, que el Observatorio de Políticas Culturales (OPC) tuvo el privilegio de ejecutar, por encargo de la Subdirección y en estrecho trabajo con su equipo. Esperamos que esta investigación sirva para mejorar las acciones a favor del sector en Chile y ayude a los museos, que con tanta pasión enriquecen, de tan distintas maneras, la vida de chilenas y chilenos.

Bárbara Negrón  
Directora General  
Observatorio de Políticas Culturales

## Objetivos y metodología del estudio

La presente publicación recoge los principales resultados del estudio “Situación de los Museos en Chile”, encargado por la Subdirección Nacional de Museos (SNM) al Observatorio de Políticas Culturales (OPC), mediante licitación pública.

Esta investigación tuvo por objetivo diagnosticar el estado y funcionamiento de los museos en el ámbito nacional, identificando sus niveles de desarrollo a partir del conjunto de dimensiones que es posible reconocer por medio de la información que reúne el Registro de Museos de Chile. Asimismo, se buscó caracterizar a la población beneficiaria de los museos mediante el análisis de los resultados del Censo 2017, así como a quienes visitan este tipo de espacios culturales en el país, por medio de los resultados de la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017.

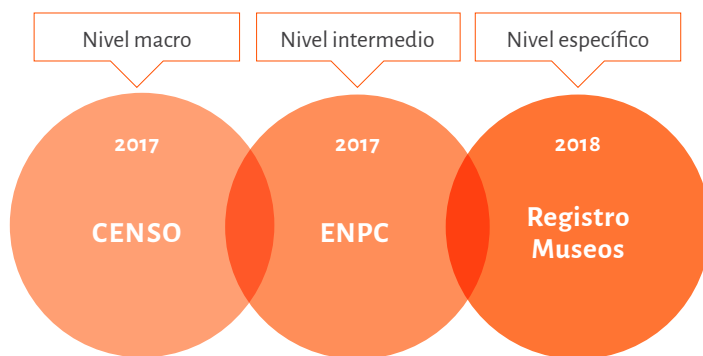
Tabla N° 1: Ficha técnica del estudio “Situación de los museos en Chile 2018”.

METODOLOGÍA	CUANTITATIVA
Fuentes de información	Secundarias, a partir de encuestas realizadas por CNCA, INE y fichas del Registro de Museos de Chile (RMC).
Enfoque	Participativo y de co-construcción entre equipo consultor y contraparte técnica.
Niveles de análisis estadístico	Descriptivo e inferencial, mediante análisis univariados, bivariados y multivariados.
Instrumentos de análisis	<ul style="list-style-type: none"><li>· Sistematización BBDD de origen en Excel, STATA o SPSS.</li><li>· Análisis estadísticos mediante <i>software</i> SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).</li><li>· Herramientas MS Graph para la generación de gráficos e infogramas.</li><li>· Sistema de georreferenciación mediante <i>software</i> ArcGis o QGIS, más algunas entregas en formatos de uso masivo como Google Maps o archivos kmz, similar a lo realizado en la plataforma virtual de los museos de Chile.</li></ul>
Análisis integrado	A partir de la información y las tipologías generadas junto a su georreferenciación, se elaboró un análisis integrado con recomendaciones de estrategias para mejorar y facilitar el desarrollo de los museos en el país.

Fuente: Elaboración OPC.

Se utilizó una metodología cuantitativa mediante análisis de fuentes secundarias por medio de procesos estadísticos descriptivos e inferenciales, ordenando y resignificando los datos disponibles en función de objetivos distintos de los objetivos que se tuvieron en cuenta al momento de levantar esos datos primarios. Lo anterior implicó una reducción de la multidimensionalidad de un fenómeno a aquellas dimensiones que eran del interés de este estudio y para las cuales se dispuso de indicadores válidos y confiables. En este contexto, las fuentes de información disponibles para el estudio aseguran calidad y suficiencia para los fines de la investigación. Se procesó y analizó información secundaria proveniente del Censo Nacional de Población y Vivienda 2017, la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017 y el Registro de Museos de Chile 2018. Cada fuente aportó información en diferentes niveles, yendo de un nivel macro a uno micro, sintetizando como se indica en el diagrama n° 1.

Diagrama N° 1: Niveles de análisis según fuentes de información.



Fuente: Elaboración OPC.

## Marco de referencia

¿Cómo se conceptualizan y entienden los museos en Chile?, ¿cómo se han desarrollado en nuestro país?, son algunas de las preguntas que dan pie para describir un panorama nacional de los museos en Chile, de modo de contextualizar los resultados de este estudio.

### Sobre la definición de museo

El origen de la palabra museo viene del *museion*, que fue el templo de las musas en Alejandría, donde vivían sabios dedicados al estudio y la investigación de la gran biblioteca y la vasta colección de objetos provenientes de distintas partes del mundo (Mostny 1975: 8).

Hasta mediados del siglo XX, las funciones tradicionales del museo eran cuatro: el deleite que se manifestaba en la exhibición, el estudio y la investigación de las colecciones, la conservación y la educación. Para ello, como advierte Grete Mostny, la originalidad del museo estaba en la tridimensionalidad del objeto real como fuente primaria de saber, que entrega información por medio de la observación directa (1975: 11). Con la *Declaración de la Mesa de Santiago* (1972) –tras el encuentro convocado por Unesco e ICOM– se añadió una nueva función a los museos: la integración a la vida de la sociedad a la que pertenece, cambiando su rol social y su forma de relacionarse con la sociedad. Si hasta inicios del siglo XX los museos servían como espacios de distinción social, fortaleciendo la desigual distribución de los capitales culturales, con los nuevos paradigmas de democratización cultural de mediados del siglo XX en adelante, los museos tuvieron que replantearse a sí mismos como instituciones integrales que están al servicio de la sociedad y su desarrollo. Así, la Mesa de Santiago de 1972 marcó un antes y un después en la museología, surgiendo a partir de esos primeros postulados lo que se llamaría la Nueva Museología, que supuso importantes avances “en la forma de establecer lógicas colaborativas y dialógicas entre museo y territorio” (Peters 2018b: s.p.). Así, los museos se volvieron más porosos y abiertos a las transformaciones.

El paso al siglo XXI vino marcado por nuevos planteamientos en torno a la labor museal, surgiendo la Museología Crítica, que entiende al museo como un lugar de interrogantes, controversias y aprendizajes mutuos, donde tanto los trabajadores del museo como los visitantes y la propia comunidad son creadores de conocimientos. Además, gracias a la influencia de las prácticas artísticas contemporáneas y los nuevos paradigmas en torno a la participación cultural, los museos incorporaron nuevas lógicas de trabajo con sus

públicos, con lo que la escena museal contemporánea pasó a estar compuesta por una “amplia gama de iniciativas multiformes, cuya diversidad desestima hoy cualquier intento de dar con las fronteras normativas de lo que es o puede ser un museo contemporáneo” (Pinochet 2016: 11).

Estas distintas formas de abordar la figura del museo han devenido también en definiciones diversas. El Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus iniciales en inglés) durante la 22° Conferencia General de Viena en 2007, estableció que “un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y disfrute” (ICOM 2007: 3). Ese mismo año se realizó el Primer Encuentro Iberoamericano de Museos en Salvador de Bahía en Brasil, punto de partida para la creación del Programa Ibero museos, en cuya *Declaración* se actualizó la definición y función de los museos, entendiéndolos como “instituciones dinámicas, vivas y de encuentro intercultural, como lugares que trabajan con el poder de la memoria, como instancias relevantes para el desarrollo de las funciones educativa y formativa, como herramientas adecuadas para estimular el respeto a la diversidad cultural y natural y valorizar los lazos de cohesión social de las comunidades iberoamericanas y su relación con el medio ambiente” (Ibero museos 2007: 23).

## Sobre los museos en Chile

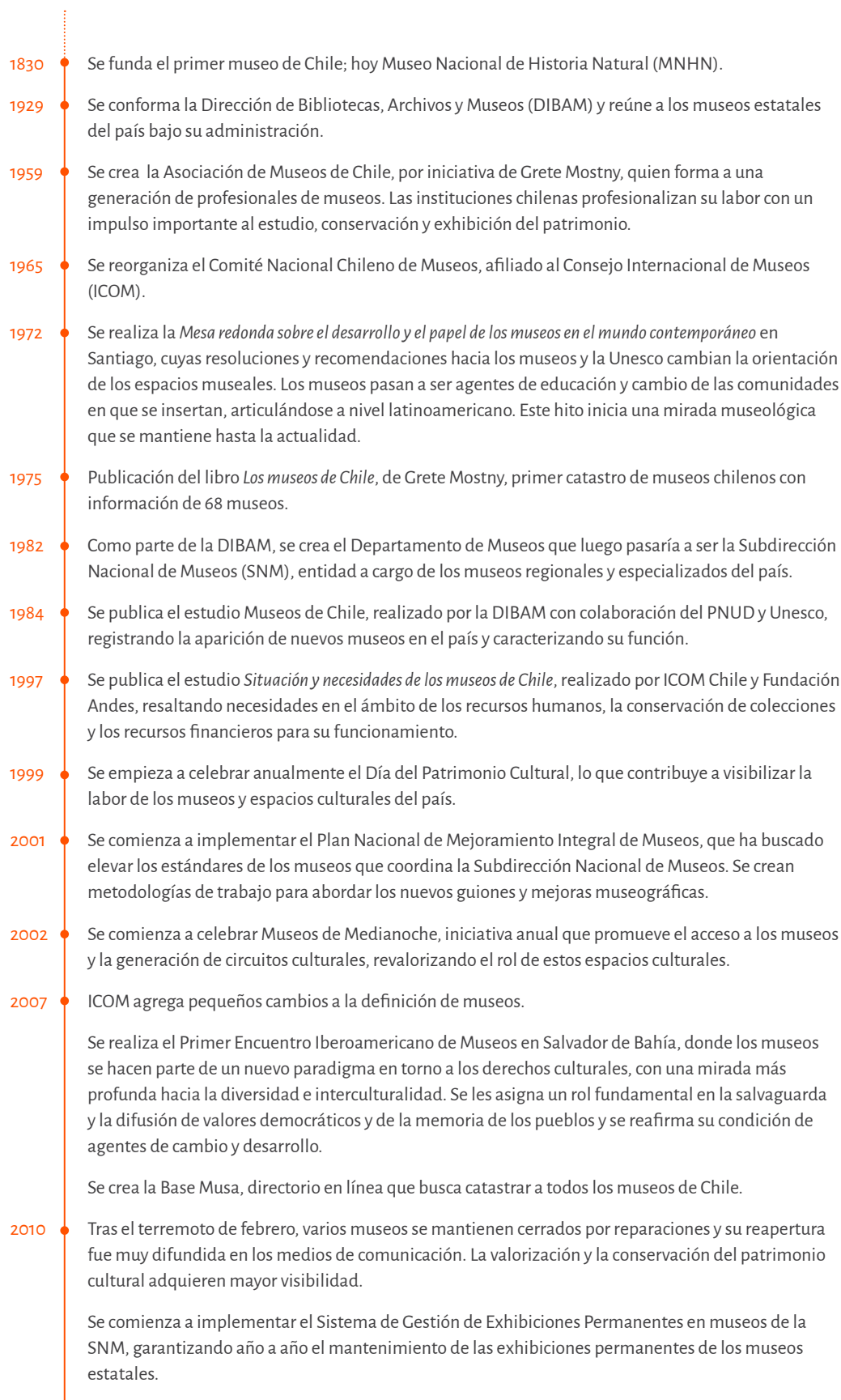
Los museos surgieron en nuestro país junto al proceso de construcción del Estado nación, con la misión de formar a los nuevos ciudadanos de la república. Durante el siglo XX fueron aumentando y profesionalizando su labor, generándose avances en el conocimiento museológico.

En la década del setenta, y luego de los cambios que trajo la Mesa de Santiago, surgieron los primeros diagnósticos del sector museal a nivel nacional, mostrando un desarrollo en el tiempo de estos espacios culturales. Estos diagnósticos revelan que los museos en Chile han cambiado en el tiempo: si bien hay más museos, más profesionalizados y es posible acceder a políticas públicas para el sector, existen problemas que se mantienen en el tiempo y han surgido nuevos temas.

El desarrollo institucional del sector cultural y patrimonial de los últimos años ha impactado en las políticas públicas para los museos, lo cual se ha visto respaldado por convenciones internacionales en materia de museos. En definitiva, Chile ha buscado mantenerse en sintonía con la escena internacional, aportando contenidos, modelos y cifras importantes.

Algunos hitos relevantes de esta historia se pueden identificar en la siguiente línea cronológica.

Diagrama N°2: Desarrollo de los museos en Chile.



- 2014 ● El gobierno de Michelle Bachelet se propone, por primera vez, poner en marcha una Política Nacional de Museos, que les permita a los museos “financiarse y mejorar su gestión y contenidos que ofrecen a la ciudadanía”, según indica en su programa.
- 2015 ● Se efectúan por primera vez “encuentros museales” en todas las regiones del país, para la construcción de una Política Nacional de Museos. Los trabajadores de museos confirman como principales necesidades del sector: el financiamiento, los recursos humanos y la relación con la comunidad, consensuando las propuestas que conformarían la Política Nacional de Museos.
- Se establece el acceso gratuito y universal en todos los museos dependientes de la DIBAM.
- Se crea el Registro de Museos de Chile, sitio web que reúne y difunde el sector de museos, incorporando a todos los museos que conforman el Sistema Nacional de Museos.
- Unesco publica en París la *Recomendación relativa a la protección y promoción de los museos y colecciones*, entendiendo a los museos como espacios que desarrollan una importante función en la educación, la cohesión social y el desarrollo sostenible. La recomendación hace hincapié en su valor económico por medio de las industrias creativas y el turismo.
- 2017 ● Se crea el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y la DIBAM pasa a ser el Servicio Nacional del Patrimonio Cultural (SNPC), dependiendo de la nueva Subsecretaría del Patrimonio Cultural.
- Se publica la Política Nacional de las Artes de la Visualidad 2017-2022, incluyendo a los museos de arte como agentes de exhibición, difusión y conservación de las artes visuales.
- 2018 ● Se publica la primera *Política Nacional de Museos* del país que busca promover el desarrollo armónico y sostenido de los museos de Chile, conformando una estructura funcional para los museos.
- En el contexto de la Política Nacional de Museos, se crea el Fondo para el Mejoramiento Integral de Museos (FMIM), cuyo objetivo es colaborar con el mejoramiento de las condiciones físicas, técnicas y de gestión de los museos que no reciben financiamiento del Estado.

## Resultados Censo 2017

El Estado busca que los museos sean accesibles a toda la ciudadanía del país. ¿Qué características tienen los potenciales beneficiarios de los museos chilenos? Preguntamos al Censo de Población y Vivienda 2017, ejecutado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), cuyos resultados al respecto se exponen a continuación.

Tabla N°2: Ficha informativa del Censo de Población y Vivienda 2017 (INE 2018a).

FICHA TÉCNICA	
Relevancia social y económica	Entrega la información base para la elaboración y evaluación de políticas públicas y, asimismo, para la toma de decisiones del sector privado y público.
Metodología utilizada	Censo tradicional de hecho (durante un momento específico) y de carácter abreviado (objetivos jerarquizados y en consecuencia, cuestionario con contenidos reducidos).
Período de aplicación	19 de abril de 2017, declarado feriado nacional.
Objetivo del Censo 2017	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Proveer información para la actualización y elaboración de las estimaciones y proyecciones de población.</li><li>2. Proveer información para la conformación de un nuevo marco muestral para las encuestas de hogares.</li></ol>
Principales productos generados	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Proyecciones de población.</li><li>2. Marco muestral de viviendas para encuestas de hogares.</li><li>3. Otros usos como recursos para municipalidades; subsidios sociales; toma de decisiones en el ámbito de la salud; delimitación política administrativa y localización de los servicios sociales; migración nacional e internacional; información geográfica actualizada.</li></ol>

Fuente: Elaboración SNM.

De acuerdo a la información del Censo 2017, las características principales de la población son las siguientes:



Tabla N°3: Perfil de beneficiarios en todo el territorio nacional.<sup>2</sup>

Total de habitantes	17.574.003
Total de viviendas	6.499.355
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
Población urbana	88% población urbana
% nivel educacional mayoritario	26% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	13% pertenece a un pueblo originario
% migración	5% extranjeros residentes

Tabla N°4: Perfil de beneficiarios de Arica y Parinacota.

Total de habitantes	226.068
Sexo	50% mujeres / 50% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
Población urbana/ rural	92% población urbana
% nivel educacional mayoritario	24% científico humanista
% que pertenece a un pueblo originario	36% pertenece a un pueblo originario
% migración	10% extranjeros residentes

Tabla N°5: Perfil de beneficiarios de Tarapacá.

Total de habitantes	330.558
Sexo	49% mujeres / 51% hombres
Rango etario mayoritario	17% 20 a 29 años
% población urbana	94% población urbana
% nivel educacional mayoritario	24% científico humanista
% que pertenece a un pueblo originario	25% pertenece a un pueblo originario
% migración	17% extranjeros residentes

Tabla N°6: Perfil de beneficiarios de Antofagasta.

Total de habitantes	607.534
Sexo	48% mujeres / 52% hombres
Rango etario mayoritario	18% 20 a 29 años
% población urbana	94% población urbana
% nivel educacional mayoritario	25% científico humanista
% que pertenece a un pueblo originario	14% pertenece a un pueblo originario
% migración	12% extranjeros residentes

<sup>2</sup> El perfil se basa en los rasgos mayoritarios de los habitantes del país y luego de cada región.

Tabla N°7: Perfil de beneficiarios de Atacama.

Total de habitantes	286.168
Sexo	50% mujeres / 50% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
% población urbana	91% población urbana
% nivel educacional mayoritario	27% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	20% pertenece a un pueblo originario
% migración	3% extranjeros residentes

Tabla N°8: Perfil de beneficiarios de Coquimbo.

Total de habitantes	757.586
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
% población urbana	82% población urbana
% nivel educacional mayoritario	28% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	9% pertenece a un pueblo originario
% migración	2% extranjeros residentes

Tabla N°9: Perfil de beneficiarios de Valparaíso.

Total de habitantes	1.815.902
Sexo	52% mujeres / 48% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
% población urbana	91% población urbana
% nivel educacional mayoritario	26% científico humanista
% que pertenece a un pueblo originario	7% pertenece a un pueblo originario
% migración	3% extranjeros residentes

Tabla N°10: Perfil de beneficiarios de Región Metropolitana.

Total de habitantes	7.112.808
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	17% 20 a 29 años
% población urbana	96% población urbana
% nivel educacional mayoritario	22% científico humanista
% que pertenece a un pueblo originario	10% pertenece a un pueblo originario
% migración	8% extranjeros residentes

Tabla N°11: Perfil de beneficiarios de O'Higgins.

Total de habitantes	914.555
Sexo	50% mujeres / 50% hombres
Rango etario mayoritario	14% 20 a 29 años
% población urbana	74% población urbana
% nivel educacional mayoritario	33% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	7% pertenece a un pueblo originario
% migración	2% extranjeros residentes

Tabla N°12: Perfil de beneficiarios del Maule.

Total de habitantes	1.044.950
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	15% 20 a 29 años
% población urbana	73% población urbana
% nivel educacional mayoritario	36% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	5% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N°13: Perfil de beneficiarios de Ñuble.

Total de habitantes	480.609
Sexo	52% mujeres / 48% hombres
Rango etario mayoritario	14% 20 a 29 años
% población urbana	69% población urbana
% nivel educacional mayoritario	36% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	5% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N°14: Perfil de beneficiarios del Biobío.

Total de habitantes	1.556.805
Sexo	52% mujeres / 48% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
% población urbana	73% población urbana
% nivel educacional mayoritario	28% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	11% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N°15: Perfil de beneficiarios de La Araucanía.

Total de habitantes	957.224
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	15% 20 a 29 años
% población urbana	71% población urbana
% nivel educacional mayoritario	34% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	34% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N° 16: Perfil de beneficiarios de Los Ríos.

Total de habitantes	384.837
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	16% 20 a 29 años
% población urbana	72% población urbana
% nivel educacional mayoritario	26% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	26% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N°17: Perfil de beneficiarios de Los Lagos.

Total de habitantes	828.708
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	15% 20 a 29 años
% población urbana	74% población urbana
% nivel educacional mayoritario	36% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	28% pertenece a un pueblo originario
% migración	1% extranjeros residentes

Tabla N°18: Perfil de beneficiarios de Aysén.

Total de habitantes	103.158
Sexo	52% mujeres / 48% hombres
Rango etario mayoritario	16% 30 a 39 años
% población urbana	80% población urbana
% nivel educacional mayoritario	34% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	29% pertenece a un pueblo originario
% migración	2% extranjeros residentes

Tabla N°19: Perfil de beneficiarios de Magallanes.

Total de habitantes	166.533
Sexo	51% mujeres / 49% hombres
Rango etario mayoritario	16% 30 a 39 años
% población urbana	92% población urbana
% nivel educacional mayoritario	23% educación básica
% que pertenece a un pueblo originario	23% pertenece a un pueblo originario
% migración	5% extranjeros residentes

Fuente: Elaboración SNM.

## Resultados Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017

Luego de conocer el perfil general de los beneficiarios de museos, cabe preguntarnos ¿quiénes visitan actualmente los museos y quiénes no? ¿Qué características tienen en común que nos pueden ayudar a comprenderles y convocarles? Preguntamos a la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017 que aplicó el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (hoy integrado al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio) por medio del INE. Este estudio “describe la magnitud y tendencias en relación al consumo de servicios culturales que manifiestan las personas residentes de las áreas urbanas del país” (INE 2018b). Algunas informaciones relevantes de este instrumento son las siguientes:

Tabla N°20: Ficha técnica de la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017.

FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	La población objetivo del estudio está compuesta por personas de 15 años y más que habitan en viviendas particulares en las zonas urbanas de todas las regiones del país y, la selección de la muestra se basa en el listado de viviendas que provee el Marco Muestral 2015 del INE.
% cobertura población objetivo	89,7%
Número de comunas incluidas en el marco muestral	135 (cuya población urbana es igual o superior a 10.000 habitantes).
Error absoluto teórico	· RM: +-3,5% · Valparaíso-Biobío: +-4% · Otras regiones: +-5%
Número de viviendas encuestadas	12.151
Período del trabajo de campo	26 de agosto al 4 de diciembre de 2017.
Modo de aplicación	Entrevista personal, aplicada por encuestador en dispositivo electrónico.
Tiempo de entrevista	Promedio 38.2 minutos.

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

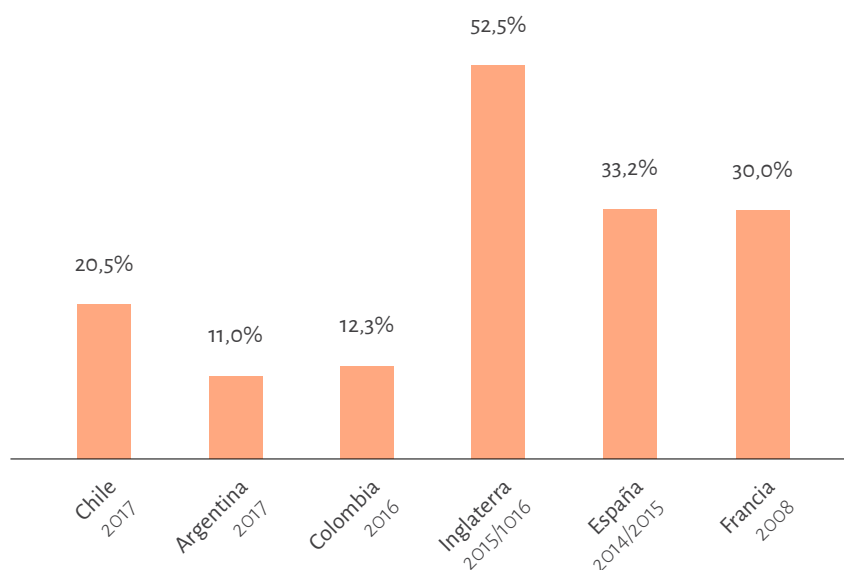
Algunos resultados de esta encuesta que resultan relevantes para comprender la visita a los museos, así como conocer a sus visitantes y no visitantes, son los siguientes:

**1. Un quinto de la población asistió a museos el año pasado, lo que implica un buen escenario en el contexto regional y cultural del país.**

El 20,5% de la población señala haber visitado algún museo en los últimos 12 meses, esto equivale a 2.572.388 personas a nivel nacional. Cabe destacar que esta proyección considera solo a personas mayores de 15 años y que no ha variado mucho desde 2005, que es cuando se efectuó la primera Encuesta Nacional de Consumo Cultural.

1.1. Un 20,5% de visitas a museos es un buen escenario en el contexto regional. Al comparar esta cifra con otros países, se observa que el nivel de asistencia a museos en Chile está por encima de los porcentajes que se dan en países latinoamericanos como Argentina y Colombia, pero es una cifra menor a los niveles de participación en países europeos como Inglaterra, España y Francia.

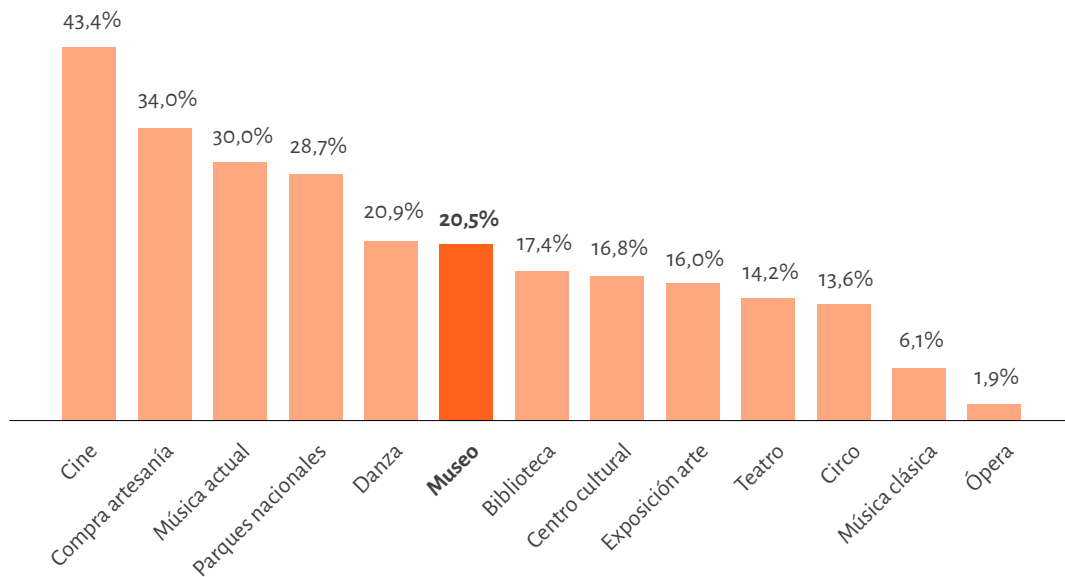
Gráfico N°1: Asiste al menos una vez a un museo en los 12 meses previos a la encuesta.



Fuente: Los museos y sus públicos: Resultados de la ENPC 2017.

1.2. Los museos son el tercer espacio cultural más visitado del país. Al comparar la cifra de visitas a museos con otras prácticas de participación cultural que mide la misma encuesta (CNCA 2018), vemos que las visitas a museos superan el porcentaje de personas que visita bibliotecas (17,4%) y centros culturales (16,8%).

Gráfico N°2: Porcentaje de personas que asiste a actividades o espacios culturales en los 12 meses previos a la encuesta.



Fuente: Los museos y sus públicos: Resultados de la ENPC 2017.

## 2. ¿Qué características tienen los visitantes de museos?

Los visitantes de museos tienen características en común de edad, estudios, nivel socioeconómico y prácticas culturales. En general, tienden a tener entre 15 y 44 años, contar con estudios universitarios y ser de los quintiles 4 y 5. Pero lo más interesante es que un porcentaje relevante visitó un museo durante su niñez.



Tabla N°21: Perfil de asistentes a museos.

PERFIL DE ASISTENTES A MUSEOS	
Población asistente estimada <sup>3</sup>	2.572.388 personas.
% de población asistente	20,5%
Localización comunal	Comunas con museos (22,5%).
Localización regional	Metropolitana (25,2%), Arica y Parinacota (24,0%), Magallanes (23,4%), Coquimbo (22,1%) y Valparaíso (20,6%).
Sexo	Sin diferencias. Hombres (20,8%). Mujeres (20,2%).
Edad	15 a 29 años (27,1%). 30 a 44 años (24,2%). Promedio 37,5, mediana 34,0 y moda 25,0 años de edad.
Educación	Estudios universitarios incompletos (38,6%). Estudios universitarios completos (39,4%).
NSE	Quintil 4 (23,8%). Quintil 5 (37,8%).
Museos en la niñez	36,3% de las personas que fueron a un museo en su niñez han acudido a un museo en el último año.
Discapacidad	Que no poseen dificultades permanentes (23,5%).
Pueblos originarios	Sin diferencias. Personas de pueblos originarios (22,6%). Personas que no pertenecen a pueblos originarios (20,0%).

Fuente: Elaboración OPC en base a ENPC 2017.

2.1. Si pudiéramos clasificar a estos visitantes (20,5% de la población) de acuerdo a su caracterización sociodemográfica y su forma de visitar los museos, tendríamos que es posible identificar tres tipologías generales: los visitantes asiduos (58,7%), los invitados ocasionales (23,4%) y los visitantes excepcionales (18%).

3 Proyectado en población mayor de 15 años a nivel nacional.

Tabla N°22: Grupos de visitantes de museos y sus características.

TIPOLOGÍA VISITANTES DE MUSEOS	% DE MUSEOS	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Invitado ocasional	23,4%	Son visitantes ocasionales o que concurren con poca frecuencia a los museos y otros espacios culturales, y que generalmente acuden invitados por terceros.	Quintil 3 (23,6%), que concurre invitado por lo que no paga entrada (14,7%), que han ido una (55,0%) a dos veces (27,0%) a museos en el último año, y no participan ni acuden a otras actividades culturales.	Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso y O'Higgins.
Excepcional que paga	18,0%	Son visitantes que van muy poco a los museos, no fueron a museos en su niñez ni tampoco van con frecuencia en la actualidad, además suelen pagar por la entrada a los museos.	Quintil 1 (21,7%), 2 (18,9%) y 4 (29,0%), que no fueron a museos en su niñez (60,8%), que pagan entrada cuando van al museo (28,7%), y que han ido una sola vez en el último año (60,9%), suelen ir a danza (39,3%) y bibliotecas (41,4%).	Maule, Biobío, Araucanía, Los Lagos y Aysén.
Asiduos con acceso liberado	58,7%	Son el grupo más amplio y cautivo de los museos, acuden con frecuencia, generalmente no pagan por entrada y llevan una vida cultural más activa combinando los museos con otros espacios y actividades culturales.	Quintil 5 (40,2%), que visitaron museos en su niñez (48,3%), que no pagan entrada en los museos que visitan (57,5%), que han concurrido tres o más veces (14,3%) al museo en el último año, suelen ir al cine (75,2%), a exposiciones de arte (48,2%), centros culturales (42,0%), al teatro (37,0%) y, en menor medida, a la ópera (7,9%).	Arica y Parinacota, Los Ríos, Magallanes y Metropolitana.

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

2.2. Ahora bien, cuando exploramos el tipo de exposiciones a la que suelen acudir estos visitantes, sabemos que frecuentan más museos de arte<sup>4</sup> (38,3% de las visitas), de objetos históricos y antigüedades (37,4% de las visitas) y de objetos prehistóricos o de pueblos originarios (23,4% de las visitas). Los demás tipos de exposiciones poseen menos del 15% de las menciones, siendo los menos visitados los museos de ciencia y tecnología (8,0%) y de decoración y moda (2,5%). Los perfiles de visitantes según tipo de exposición son los que se muestran en la tabla n°23.<sup>5</sup>

4 Fotografía, escultura, grabado, instalaciones, entre otras.

5 Los segmentos destacan características por sobre la media del total de menciones según el tipo de exposición.

Tabla N°23: Segmentos destacados según tipo de exposiciones que visita la última vez.

TIPO DE EXPOSICIÓN	%	SEGMENTOS QUE MÁS VISITAN ESE TIPO DE EXPOSICIÓN	SEGMENTOS QUE MENOS VISITAN ESE TIPO DE EXPOSICIÓN
Artes (pintura, fotografía, escultura, grabado, instalaciones, performance, video-arte, dibujo, etc.)	38,2	45 a 59 años (42,5%). Quintil 5 (43,6%). Coquimbo (46,5%), Maule (55,8%), Biobío (43,4%) y Aysén (47,4%).	Básica incompleta o menos (30,8%), Básica completa (31,7%), Técnica nivel superior (31,9%). Quintil 1 (28,8%). Arica y Parinacota (12,6%), Tarapacá (19,2%), Antofagasta (22,2%), Atacama (25,6%), Los Ríos (23,4%) y Magallanes (22,0%).
Arquitectura (dibujos, croquis, instalaciones)	11,6	Básica incompleta o menos (18,6%). Coquimbo (26,9%) y Biobío (31,5%).	Básica completa (0,8%) y Media incompleta (7,7%). Arica y Parinacota (4,7%), Maule (6,5%), Los Ríos (2,0%) y Aysén (3,0%).
Objetos de artesanía (cuero, orfebrería, cerámica, textil, etc.)	11,6	60 años y más (15,8%) Básica incompleta o menos (26,2%), Básica completa (28,3%). Quintil 2 (16,0%). O'Higgins (16,5%), Maule (17,2%), Biobío (36,1%) y La Araucanía (32,5%).	Universitaria completa o más (6,2%). Quintil 5 (6,1%). Metropolitana (4,8%) y Magallanes (5,3%).
Decoración y moda	2,5	Sin segmentos destacados.	
Objetos prehistóricos o de pueblos originarios (antropología o arqueología)	23,4	60 años y más (26,6%). Básica incompleta o menos (38,2%), Media incompleta (30,1%), Técnico nivel superior (27,5%). Quintil 1 (28,1%) y quintil 2 (28,5%). Arica y Parinacota (36,5%), Tarapacá (34,3%), Coquimbo (44,4%), Biobío (45,9%), La Araucanía (35,7%), Los Lagos (50,6%) y Magallanes (43,4%).	Básica completa (16,5%) y universitaria completa o más (18,4%). Quintil 5 (14,3%). Metropolitana (15,2%), Los Ríos (10,8%) y Aysén (16,7%).
Objetos históricos y antigüedades	37,4	45 a 59 años (41,0%) y 60 años y más (45,9%). Básica incompleta o menos (64,7%), Media incompleta (47,1%). Quintil 1 (43,5%). Arica y Parinacota (68,1%), Tarapacá (56,8%), Coquimbo (70,5%), O'Higgins (61,5%), Biobío (61,1%), La Araucanía (51,8%), Los Ríos (54,2%) y Magallanes (52,1%).	Básica completa (31,0%), universitaria incompleta (31,8%), universitaria completa (33,6%). Quintil 5 (30,2%). Valparaíso (27,2%) y Metropolitana (27,5%).
Objetos naturales como animales, plantas, minerales (historia natural)	15,1	Básica completa (30,3%). Biobío (32,4%), La Araucanía (21,4%) y Aysén (23,5%).	Universitaria incompleto (10,1%). Quintil 5 (12,3%). Arica y Parinacota (5,4%), Tarapacá (7,6%), Coquimbo (8,2%), O'Higgins (8,3%) y Magallanes (6,5%).
Ciencia y tecnología	8,0	Sin segmentos destacados.	
Otra	8,1	Sin segmentos destacados.	

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

2.3. Por último, sabemos que las razones que los movilizan a visitar museos son el interés por las exposiciones y piezas presentadas en la muestra visitada (49,5%), la búsqueda de conocimientos nuevos (30,8%) y ser parte de una actividad educativa (24,8%). Si bien las motivaciones no son excluyentes, cabe destacar que las razones más mencionadas dicen relación con el interés y el gusto (interés por las colecciones, la búsqueda de conocimientos y la curiosidad) y quedan en un segundo nivel la realización de actividades educativas, y las actividades familiares y de recreación. Esto releva la importancia de fortalecer la prácticas de visita a estos espacios culturales.

Tabla N°24: Perfiles de visitantes a museos según sus motivos de visita.

MOTIVOS POR LOS CUALES FUE AL MUSEO	TOTAL	SEGMENTOS DESTACADOS QUE MÁS VAN POR DICHO MOTIVO	SEGMENTOS DESTACADOS QUE MENOS VAN POR DICHO MOTIVO
Me interesan las exposiciones o piezas de la colección	49,5	Fue a museos en niñez (54,2%). 60 años y más (56,2%). Universitaria incompleta (56,2%) y universitaria completa (56,9%). Quintil 4 (55,9%) y quintil 5 (56,0%). Tarapacá (73,0%), Antofagasta (66,9%), Atacama (65,7%), Maule (77,7%), Biobío (60,1%) y Aysén (57,5%).	No fue a museos en niñez (45,4%). Básica incompleta (44,8%), Básica completa (35,9%), Media incompleta (42,1%), Media completa (44,5%) y Técnica nivel superior (40,5%). Quintil 1 (37,0%) y quintil 3 (44,8%). Coquimbo (36,5%), Valparaíso (42,1%), La Araucanía (40,1%), Los Lagos (30,9%), Los Ríos (31,5%) y Magallanes (44,3%).
Estaba buscando conocimientos nuevos	30,8	Media completa (35,2%). Quintil 3 (35,4%). Arica y Parinacota (35,9%), Tarapacá (36,5%), Antofagasta (37,0%), Atacama (41,0%), Coquimbo (59,6%) y Aysén (39,0%).	Media incompleta (23,8%). Quintil 1 (24,7%). Valparaíso (17,1%), Biobío (22,6%), La Araucanía (25,5%), Los Lagos (22,6%), Los Ríos (21,4%) y Magallanes (14,6%).
Fui a un evento o charla	6,1	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.
Era parte de una actividad educativa	24,8	15 a 29 años (29,9%). Media incompleta (41,3%). Quintil 1 (38,6%) y quintil 3 (29,6%). Atacama (30,6%), Maule (34,2%), La Araucanía (29,6%), Los Lagos (29,4%) y Magallanes (44,5%).	60 años o más (18,1%). Básica completa (19,1%), universitaria incompleta (19,5%), universitaria completa (18,9%). Quintil 4 (18,7%) y quintil 5 (18,1%). Arica y Parinacota (18,2%), Antofagasta (17,0%), Biobío (17,5%), Los Ríos (11,0%) y Aysén (15,4%).
Acompañé a alguien	22,4	Básica incompleta o menos (38,4%). Quintil 2 (27,9%). Arica y Parinacota (31,9%), Tarapacá (29,7%), Antofagasta (47,6%), Coquimbo (38,3%), Valparaíso (28,4%), Maule (33,2%) y Los Lagos (30,2%).	Básica completa (14,9%), universitaria completa o más (18,0%). Quintil 5 (18,6%).

Quería llevar a mis hijos(as) o familiares	20,5	30 a 44 años (31,9%). Básica incompleta o menos (26,8%), Media completa (29,9%), Técnica nivel superior (38,3%). Quintil 1 (44,0%). Arica y Parinacota (38,1%), Tarapacá (28,2%), Atacama (27,2%), Coquimbo (30,5%) y Biobío (27,8%).	15 a 29 años (9,6%). Media incompleta (14,1%), uiversitaria incompleta (13,3%), universitaria completa o más (15,3%). Quintil 4 (14,6%) y quintil 5 (12,2%). Antofagasta (14,6%), Valparaíso (14,3%), Maule (15,1%), Los Ríos (16,2%) y Aysén (17,3%).
Me lo recomendaron	18,1	30 a 44 años (22,1%). Quintil 5 (22,3%). Antofagasta (51,5%), Atacama (29,4%), Coquimbo (40,3%), O'Higgins (23,9%) y Los Lagos (25,0%).	Media incompleta (13,8%). Quintil 1 (13,2%). Arica y Parinacota (13,5%), Tarapacá (11,4%), Valparaíso (14,3%) y Araucanía (11,6%).
Fue una actividad previa antes de salir a otro lugar	3,2	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.
Quería ocupar otros servicios (internet, baños, cafetería, tiendas)	0,8	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.
Me regalaron la entrada o era gratis	8,4	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.
Por curiosidad o porque lo quería conocer	23,9	45 a 59 años (29,7%) y 60 años y más (28,7%). Básica completa (46,6%) y universitaria incompleta (32,4%). Quintil 4 (28,5%). Atacama (32,5%), Coquimbo (30,6%), O'Higgins (51,8%), Maule (29,2%), La Araucanía (37,2%), Los Ríos (32,5%) y Aysén (43,0%).	30 a 44 años (19,4%). Básica incompleta o menos (19,3%), Media incompleta (13,3%) y Técnica nivel superior (19,2%). Quintil 1 (15,6%) y quintil 2 (18,9%). Arica y Parinacota (13,9%), Tarapacá (17,3%), Antofagasta (15,8%), Valparaíso (15,9%) Los Lagos (18,0%), Magallanes (11,9%).
Otro motivo	4,1	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.
No sabe	0,1	Sin segmentos destacados.	Sin segmentos destacados.

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

### 3. ¿Qué características tienen quienes no suelen visitar museos?

Las personas que no han visitado museos en el último año equivalen al 79,5% de la población, proporción que se incrementa a un 87,3% en las comunas que no poseen museos. En general, las personas que no asisten a museos residen en la zona sur del país, a excepción de los residentes de la región de Magallanes. Los no visitantes de museos tienen características en común de edad, territorio, educación y práctica cultural. En general, tienden a ser personas con 45 años o más, no cuentan con museos en su comuna, son de los quintiles 1 y 2, cuentan con educación básica y no visitaron un museo durante su niñez.

Tabla N°25: Perfil de no asistentes a museos.

PERFIL DE NO ASISTENTES A MUSEOS	
Población asistente estimada <sup>6</sup>	9.999.551 personas
% de población no asistente	79,5%
Localización comunal	Comunas sin museos (87,3%).
Localización regional	Antofagasta (94,1%), del Maule (93,2%), Aysén (90,1%) y Los Lagos (89,6%).
Sexo	Hombres (79,2%). Mujeres (79,8%).
Edad	Mayores de 60 años (88,8%). 45 y 59 años (83,7%). Promedio 44,6, mediana 43,0 y moda 27,0 años de edad.
Educación	Educación básica incompleta o menos (93,8%). Educación básica completa (92,5%).
NSE	Quintil 1 (86,0%). Quintil 2 (84,9%).
Museos en la niñez	85,1% de las personas que no fueron a un museo en su niñez, tampoco han ido a un museo en el último año.
Discapacidad	Que poseen dificultades físicas y/o de movilidad (91,4%).
Pueblos originarios	Personas de pueblos originarios (80,0%). Personas que no pertenecen a pueblos originarios (77,4%).

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

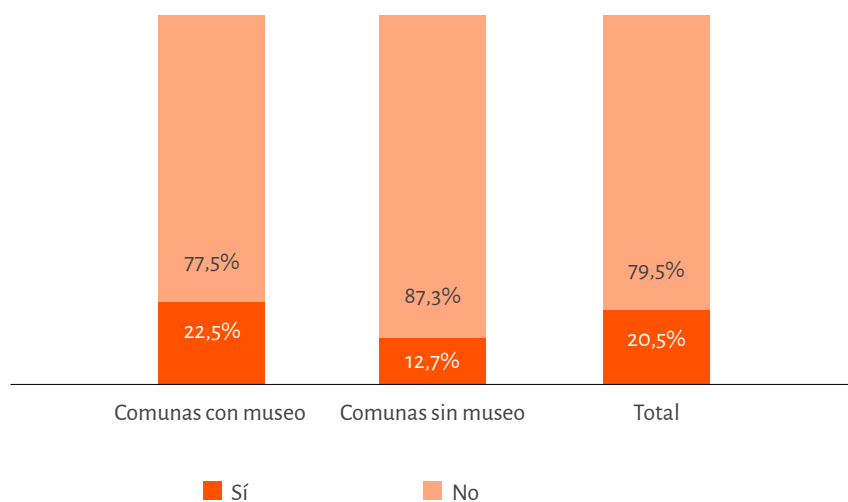
#### 4. Existen algunos aspectos que influyen en visitar o no museos, como la existencia de museos en la comuna de residencia o haber visitado un museo durante la niñez.

Esto da cuenta de aspectos relevantes a considerar en la práctica de visitar estos espacios.

4.1. La existencia de museos en la comuna de residencia sí importa al momento de visitar museos. Quienes cuentan con un museo en su comuna tienden a visitar más museos que quienes no cuentan con un museo en su comuna. Concretamente, las visitas a museos son mayores en aquellas comunas que poseen alguno de estos espacios, alcanzando un 22,5%, frente a un 12,7% de visitantes en las comunas que no poseen estas instalaciones.

Cabe destacar que esto no significa que a mayor cantidad de museos, mayor proporción de visitantes. La mayor cantidad de museos por comuna no necesariamente asegura una mayor proporción de visitas. La información del Registro de Museos de Chile y la Encuesta Nacional de Participación Cultural nos muestra que tener museos en la comuna incide en visitar museos anualmente, pero tener más museos en una comuna no asegura tener una mayor proporción de visitantes de museos en el último año.

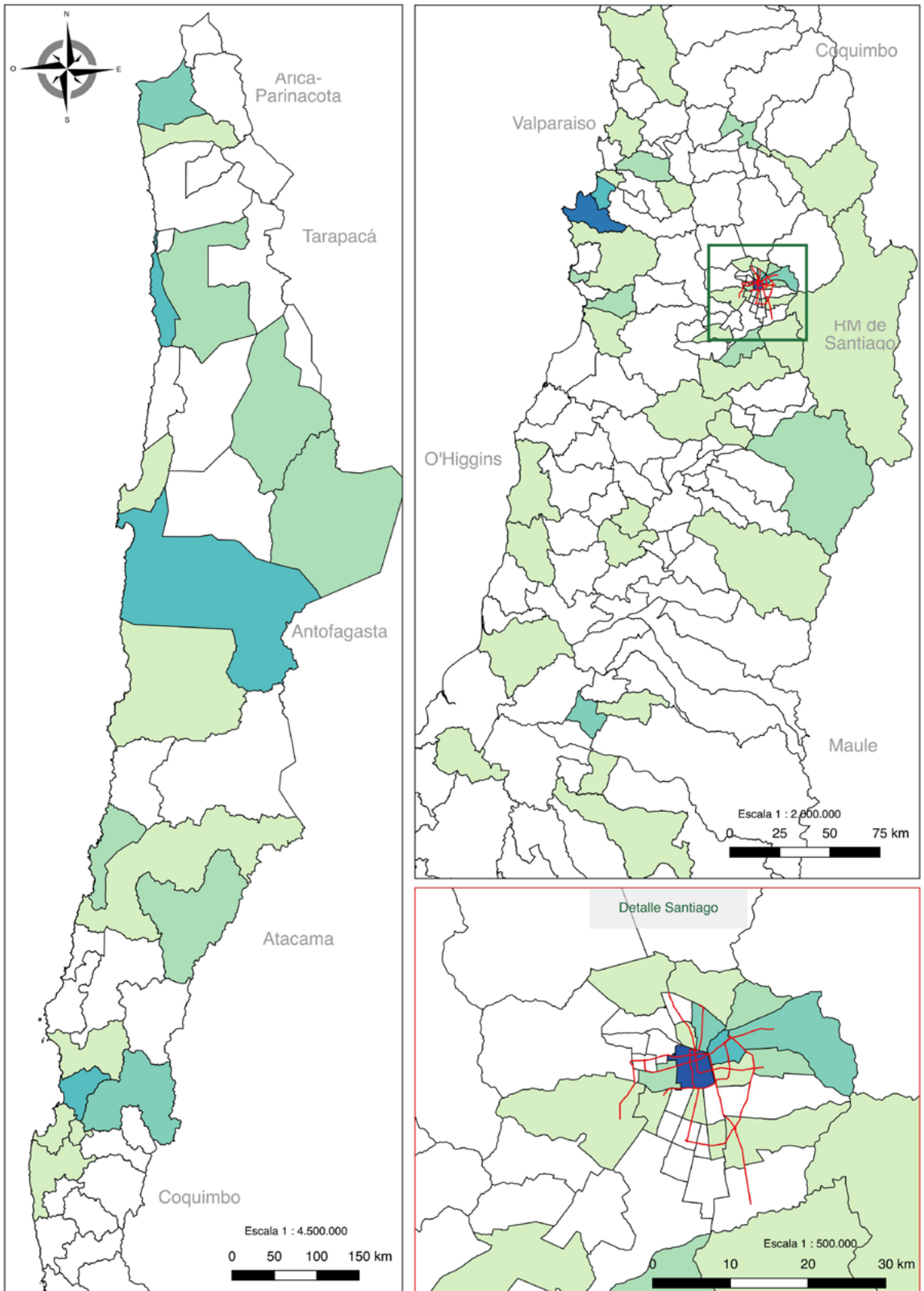
Gráfico N°3: Asistencia a museos en los 12 meses previos a la encuesta según comunas con y sin museos.



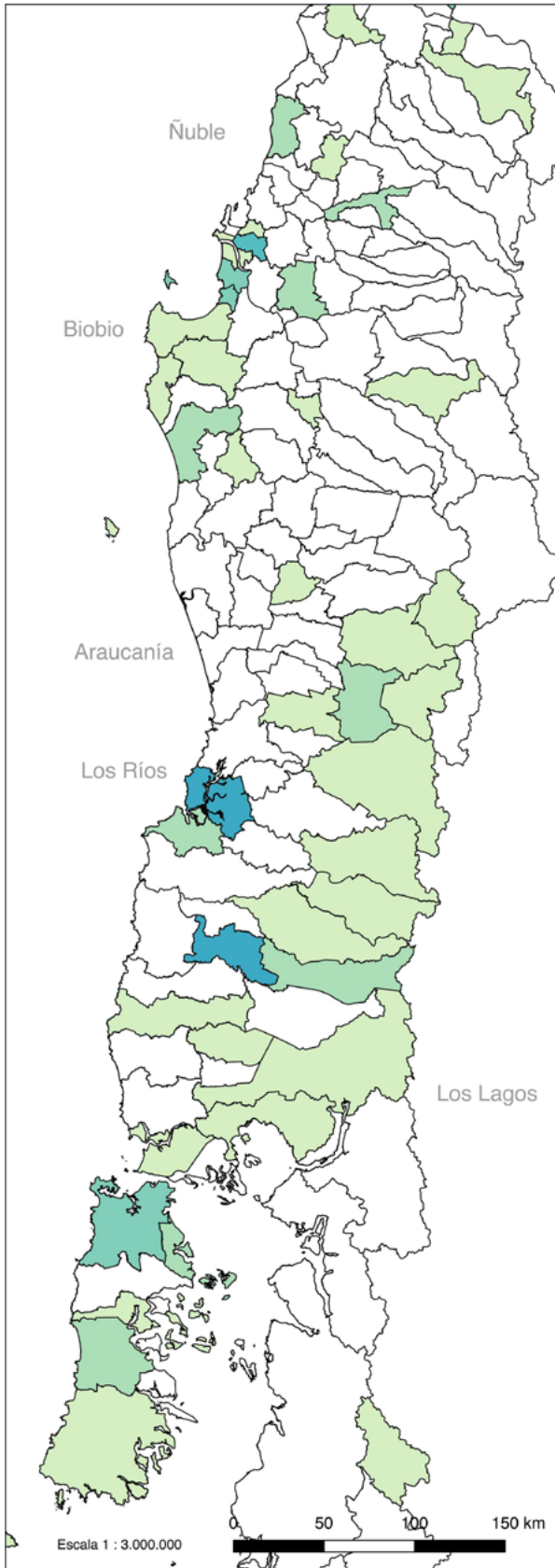
Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

4.1.1. ¿Sabemos dónde están ubicados los museos? Sí. Los museos están distribuidos de manera desigual en el territorio nacional. Por una parte, existen comunas con varios museos y, por otra, se observan comunas que no tienen museos.

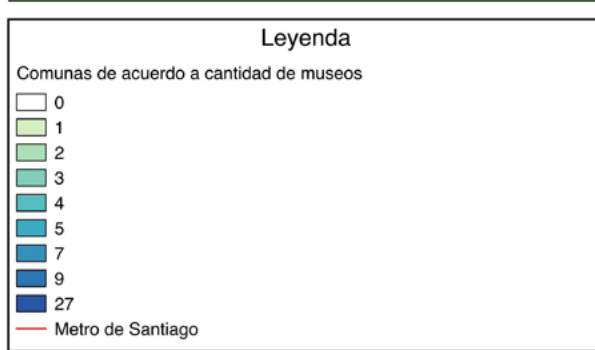
Mapa N°1: Cantidad de museos por comunas.







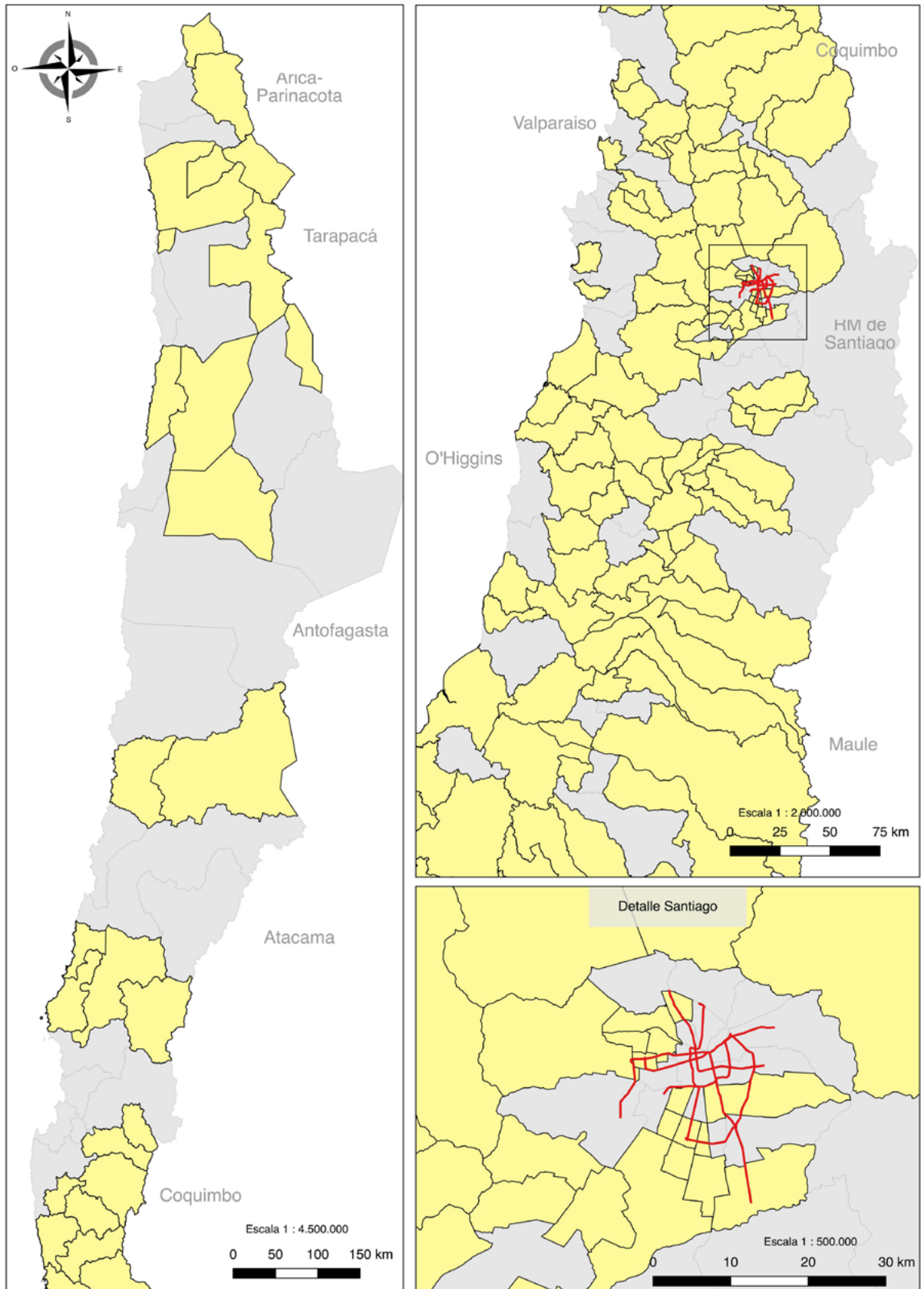
**CANTIDAD DE MUSEOS POR COMUNAS**

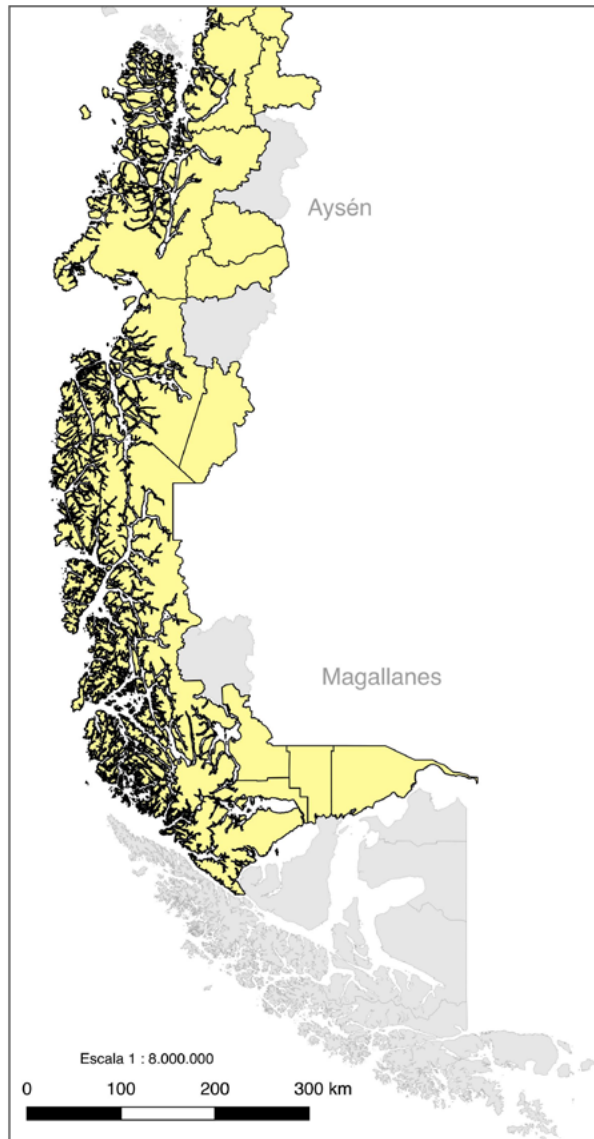
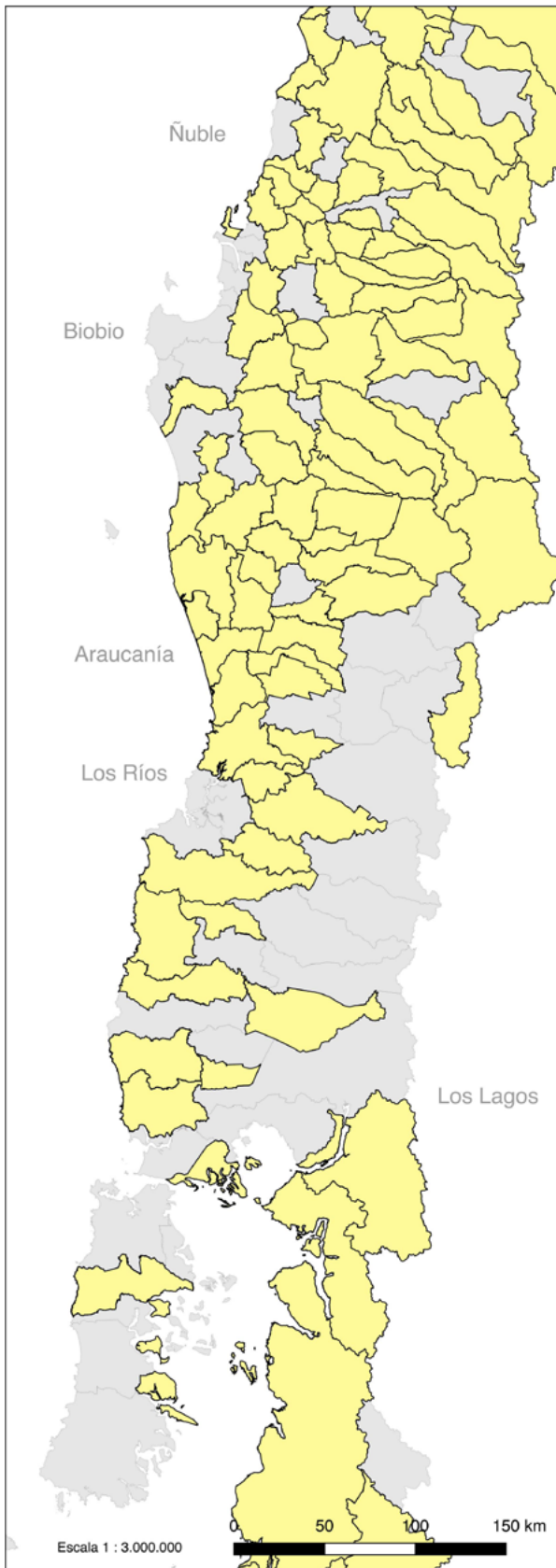


Datum 19 S WGS 1984

Fuentes de información:  
 - División política administrativa INE precenso 2017  
 - Registro de Museos de Chile nov 2018

Mapa N°2: Comunas sin museos.





**COMUNAS SIN MUSEOS**

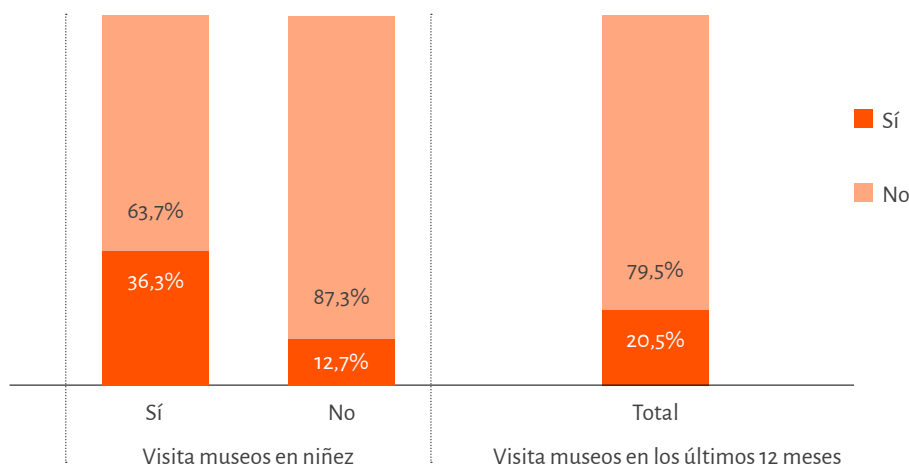
**Leyenda**

- Comunas sin museos
- Metro de Santiago

Datum 19 S WGS 1984  
 Fuentes de información:  
 - División política administrativa INE precenso 2017  
 - Registro de Museos de Chile nov 2018

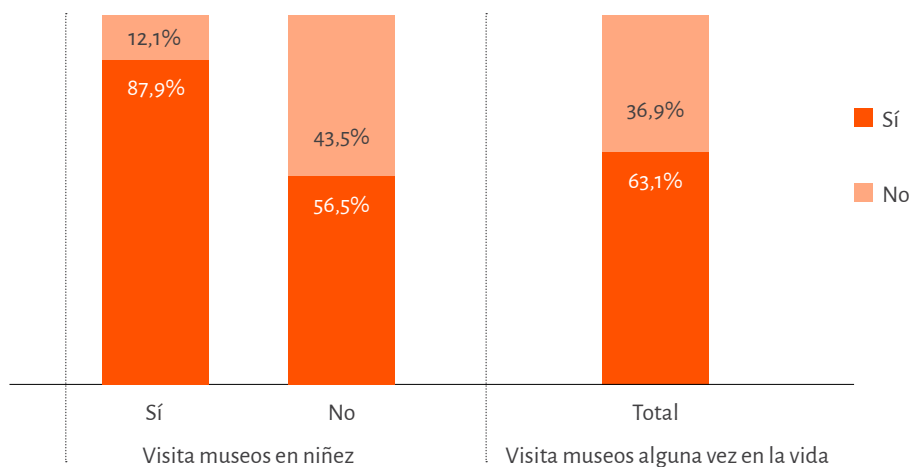
4.2. Otro factor que es relevante entre la población que sí suele visitar museos es la experiencia de haber asistido a uno durante la niñez, lo que nos dice que la visita a museos durante la niñez sí importa, reforzando la relevancia de la labor educacional que efectúan los museos. La concurrencia a algún museo en la niñez es una de las variables más determinantes en el perfil de asistentes, pues el 36,3% de las personas que sí fueron a un museo en su niñez han acudido a un museo en el último año, frente a un 14,9% que no fue en su infancia. Por su parte, un 87,9% de las personas que sí fueron a un museo en su niñez, señala haber visitado un museo en su vida, frente a 56,5% que no fue cuando niño y no ha visitado nunca un museo.

Gráfico N°4: Asistencia a museos durante los 12 meses previos a la encuesta según visita a museos en la niñez.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

Gráfico N°5: Asistencia a museos alguna vez en la vida (submuestra de quienes no han ido en últimos 12 meses) según visita a museos en la niñez.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de ENPC 2017.

## Resultados Registro de Museos de Chile 2018

Levantando ya la información de quiénes son los beneficiarios de los museos (INE 2018a) y quiénes son los actuales visitantes y no visitantes de estos espacios (CNCA 2018), exploramos en las características de los museos chilenos: ¿cómo son los museos en Chile? ¿Cuál es su nivel de desarrollo? ¿Cómo puede el Estado facilitar el trabajo de estos espacios culturales? Para responder a estas preguntas, a continuación se describen las principales características de los museos chilenos, analizando los datos del Registro de Museos de Chile (RMC) actualizados al 12 de noviembre de 2018.

El Registro de Museos de Chile ([www.museoschile.cl](http://www.museoschile.cl)) es el sitio web de los museos del país, que dispone en línea de un directorio con todos los museos del territorio nacional, detallando sus principales características y servicios. El sitio es administrado por la Subdirección Nacional de Museos, del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, y permite el conocimiento, la difusión del sector y el encuentro de los diversos actores que lo conforman.

REGISTRO MUSEOS CHILE

Inscribir museo Museo registrado Buscar f t y

¿Qué es el RMC? Noticias En cifras Recursos Recorrer museos -

263 Inscritos Conócelos

Buscar

Museo de Artes Decorativas - Región Metropolitana de Santiago / Recoleta

Noticia destacada

El próximo 10 de mayo Participa en el Seminario de Públicos de Museos 2019 23 de abril de 2019

[+] Ver más noticias

Forma parte de la comunidad RMC

Inscríbete, verifica y actualiza tus datos

El RMC es la plataforma virtual que da cuenta de los museos del país con sus características y servicios más relevantes. Ingresando tu información nos ayudas a construir una base de datos sólida que dé cuenta, de manera certera, de la realidad museal del país y contribuya a la construcción y fortalecimiento de redes de colaboración y estrategias comunes de los museos.

Mapa del sitio Contacto Términos y condiciones de uso

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio CHILE LO HACEMOS TODOS Gobierno de Chile



Tabla N°26: Ficha técnica del Registro de Museos de Chile.

FICHA TÉCNICA DEL REGISTRO DE MUSEOS DE CHILE	
¿Qué es el RMC?	Es la plataforma virtual de los museos de Chile, que cuenta con un directorio en línea de todos los museos del país, con sus características y servicios más relevantes. El sitio se concibe como un espacio de encuentro y difusión del sector de museos, pretende reunir a estas entidades y valorizar su trabajo, siendo una herramienta de conocimiento sobre los museos y acercamiento a la ciudadanía. El Registro de Museos de Chile reúne a todas las entidades museales que forman parte del Sistema Nacional de Museos.
¿Quiénes pueden inscribirse?	Todas aquellas instituciones que poseen y exhiben bienes patrimoniales a público, sin distinción de escala, dependencia administrativa o características.
¿Para qué sirve la información registrada?	Los datos del RMC tienen por objetivo contribuir al levantamiento de información y difusión del sector de museos. Por medio de ellos es posible dar a conocer de manera sistematizada la realidad museal del país al público general y especializado; facilitar el intercambio de información entre las administraciones y los profesionales de museos para fomentar las redes de colaboración y el establecimiento de estrategias comunes, y contar con información crítica que sirva de base para las acciones del Sistema Nacional de Museos.
¿Cómo funciona el RMC?	Cada museo tiene una cuenta y clave en el sitio web que le permite acceder a llenar la ficha de registro, publicar fotografías y noticias en el portal. El formulario de registro está dividido en 10 secciones: datos generales, características, colecciones, visitas, infraestructura, personal, recursos tecnológicos, redes de apoyo, datos anuales y contacto.
Cantidad de museos inscritos <sup>7</sup>	255
Sitio web	www.museoschile.gob.cl www.registromuseoschile.cl

Fuente: Elaboración SNM sobre la base de RMC 2018.

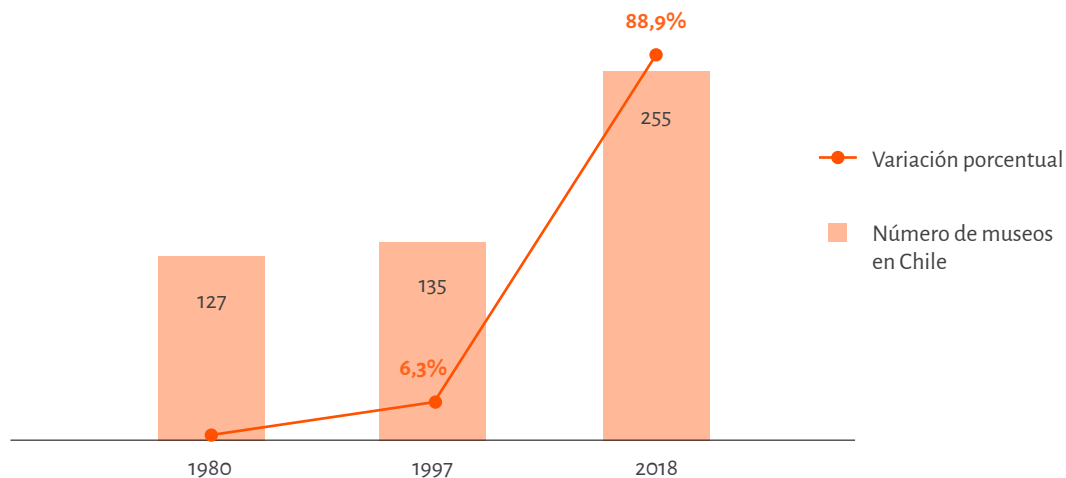
A continuación se presenta un perfil de los museos chilenos de acuerdo a sus características mayoritarias.

## 1. ¿Qué sabemos de los museos?

1.1. En términos generales sabemos que existen 255 museos inscritos en el RMC, lo que supone un gran crecimiento en relación con las últimas cifras disponibles del año 1997 (Bahamóndez *et al.* 1999), cuando se identificaban 135 museos en todo el país. Entre esa fecha y la actualidad, el número de museos ha aumentado en un 88,9%.

7 El RMC se actualiza diariamente. Para el presente estudio se utilizaron los datos actualizados al 12 de noviembre de 2018.

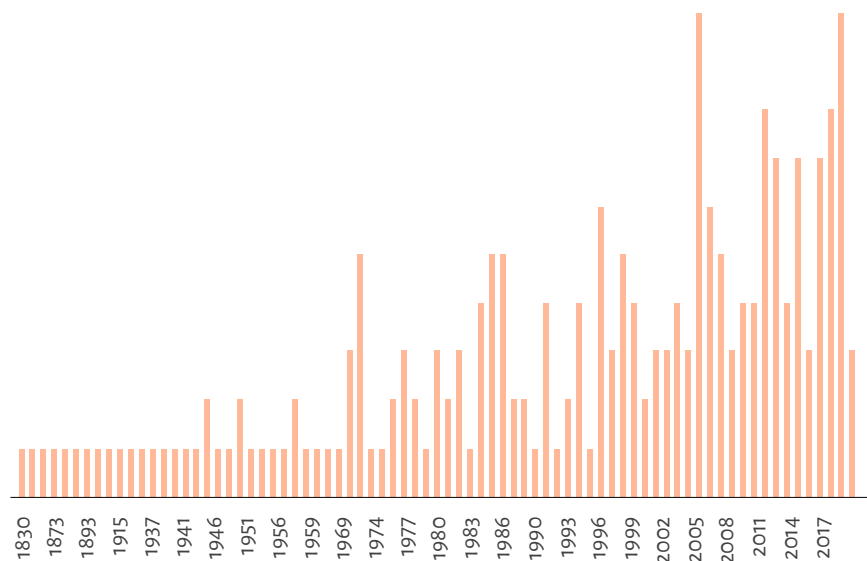
Gráfico N°6: Número de museos en Chile entre 1980 y 2018.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018, Bahamóndez *et al.* 1999 y DIBAM 1984.

Al observar la cantidad de museos por año de apertura, es posible ver con mayor detalle que la mayor cantidad de museos se abre en la década del 2000 y, sobre todo, de 2010 a la fecha, evidenciando un aumento exponencial de museos en los últimos años.

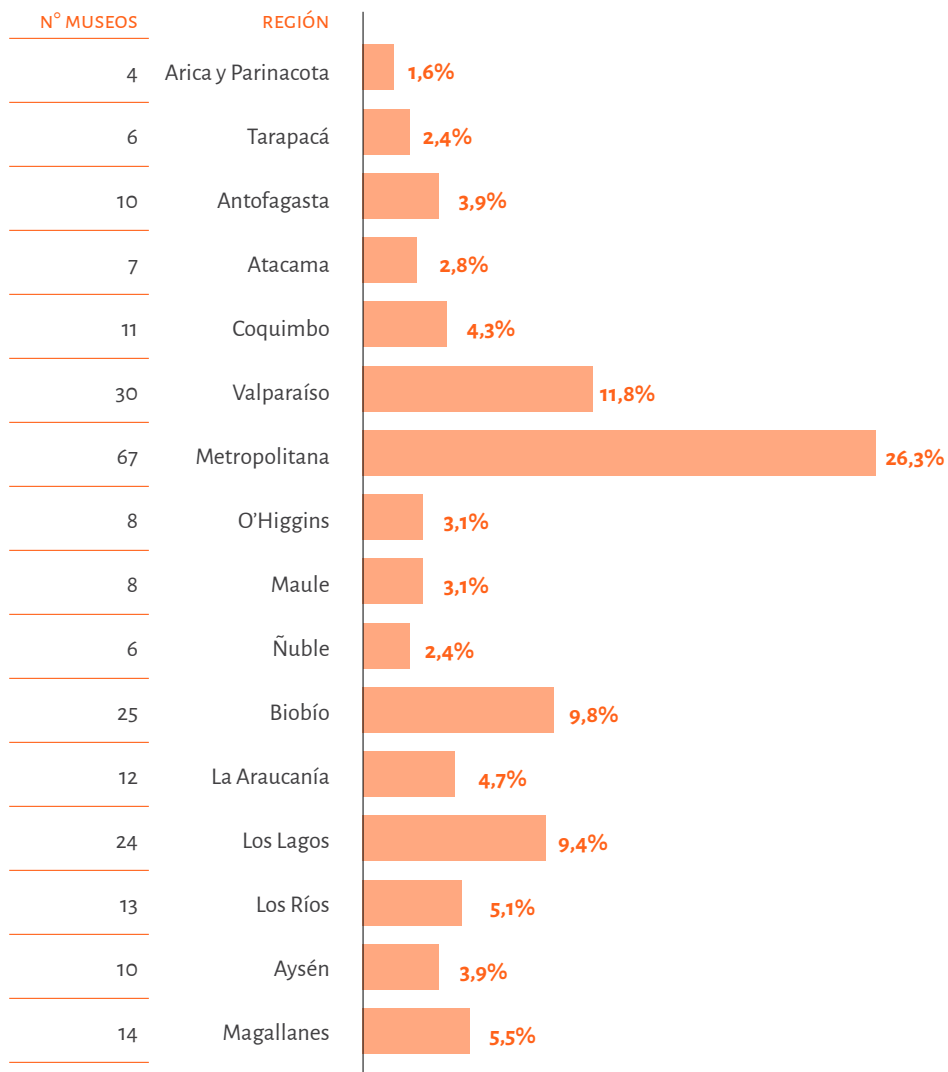
Gráfico N°7: Cantidad de museos por año de origen.



Fuente: Elaboración SNM sobre la base de RMC 2018.

1.2. Sabemos también que los 255 museos registrados actualmente se distribuyen desigualmente en las regiones del país, concentrándose mayoritariamente en la Región Metropolitana (26,3%), y luego en las regiones de Valparaíso (11,8%), Biobío (9,8%) y Los Lagos (9,4%). Las regiones con menos museos son Arica y Parinacota, con cuatro museos (1,6%), y las regiones de Tarapacá y Ñuble, con seis museos cada una.

Gráfico N°8: Museos a nivel nacional.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.



1.3. Al cruzar la cantidad de habitantes a nivel nacional y regional con el número de museos, obtenemos que en promedio en Chile existe un museo por cada 68.918 habitantes. Sin embargo, se dan importantes diferencias entre regiones, siendo Aysén la que cuenta con mayor cantidad de museos por habitantes, seguida de las regiones de Magallanes, Los Ríos, Los Lagos y Atacama. Las regiones que están por debajo de la media nacional son La Araucanía, Ñuble, Metropolitana, O'Higgins y Maule.

Tabla N°27: Museos según región y número de habitantes.

REGIÓN	N° MUSEOS	N° HABITANTES	HABITANTES / MUSEOS
Aysén	10	103.158	10.316
Magallanes	14	166.533	11.895
Los Ríos	13	384.837	29.603
Los Lagos	24	828.708	34.530
Atacama	7	286.168	40.881
Tarapacá	6	330.558	55.093
Arica y Parinacota	4	226.068	56.517
Valparaíso	30	1.815.902	60.530
Antofagasta	10	607.534	60.753
Biobío	25	1.556.805	62.272
Coquimbo	11	757.586	68.871
<b>Total país</b>	<b>255</b>	<b>17.574.003</b>	<b>68.918</b>
La Araucanía	12	957.224	79.769
Ñuble	6	480.609	80.102
Metropolitana	67	7.112.808	106.161
O'Higgins	8	914.555	114.319
Maule	8	1.044.950	130.619

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

## 2. Perfil general de los museos chilenos

De los datos obtenidos en el Registro de Museos de Chile es posible extraer el siguiente perfil de museos chilenos, a partir de sus características mayoritarias, según se aprecia en tabla n° 28.

Tabla N°28: Perfil de museos chilenos.

PERFIL DE MUSEOS DE CHILE		
Características generales	Cantidad total registrada	255
	Tipología de espacio	66,3% se clasifica como museos.
	Dependencia administrativa	54,1% depende de organizaciones privadas. 45,5% depende de organizaciones públicas.
	Dependencia institucional	22,4% depende de municipalidades.
Infraestructura	Protección legal del inmueble	43,1% de los museos no son inmuebles patrimoniales.
	Estado del inmueble	64,7% de los museos se encuentra en buen estado de conservación.
	Propiedad del inmueble	53,7% de los museos son propietarios de los recintos donde operan.
	Material de construcción	24,3% de los museos es de hormigón.
	Metros cuadrados promedio construidos	Los museos disponen en promedio de 2.514 metros cuadrados construidos.
Recursos humanos	Cantidad de trabajadores promedio por museo	8,6 personas promedio por museo, con una mediana de 4 personas y moda de 3 personas.
	Cantidad de profesionales promedio por museo	5 profesionales y técnicos trabajan en promedio por museo, con una mediana de 2 trabajadores y moda de 3 trabajadores.
	Cantidad de contratados promedio por museo	5,1 personas están contratadas en promedio de manera permanente por museo, con una mediana de 2 y moda de 0.
	Cantidad de trabajadores temporales promedio por museo	1,7 personas se encuentran contratadas de manera temporal, en promedio por museo, con una mediana y moda de 0.
	Cantidad de trabajadores sin remuneración promedio por museo	8,3 personas trabajan en promedio sin remuneración por museos.
	Museos con programas de capacitación	13,7% de museos cuenta con programas de capacitación.
	Museos con pasantías	30,2% de los museos cuenta con programas de prácticas y pasantías.
Recursos tecnológicos	Museos con internet	63,5% de los museos tiene internet en sus instalaciones.
	Museos con sitio web	32,5% de los museos cuenta con sitio web.
	Museos con Facebook	62,4% de los museos tiene una página de Facebook.
	Museos con Twitter	33,7% de los museos tiene una cuenta de Twitter.
	Museos con Instagram	32,9% de los museos tiene una cuenta de Instagram.
	Museos con Youtube	25,1% de los museos tiene un canal de Youtube.
	Museos con blog	9,0% de los museos tiene un blog.
	Museos con <i>software</i>	15,7% de los museos usa <i>softwares</i> o programas especiales.

Vinculación con el medio	Museos con convenio formal con otras organizaciones	35,7% de los museos ha suscrito algún convenio formal con otras organizaciones.
Colecciones	Museos por tipo de colección (respuesta múltiple, total superior a 100%)	70,2% de los museos tiene colecciones de historia. 52,9% de los museos tiene colecciones de arqueología, antropología y etnografía. 40,8% de los museos tiene colecciones de arte. 26,7% de los museos tiene colecciones de ciencias naturales e historia natural.
	Cantidad de objetos promedio por museo	15.172 objetos en promedio tienen los museos chilenos en su colección.
	Cantidad de objetos promedio expuestos por museo	506 objetos expuestos en promedio tienen los museos chilenos.
	Cantidad de objetos promedio inventariados por museo	14.473 objetos inventariados tienen en promedio los museos chilenos.
	Sistema de registro mayoritario	24,3% de los museos tiene registradas sus colecciones en Excel.
	Museos con depósito propio	54,9% de los museos cuenta con un depósito propio para sus colecciones.
	Museos que investigan sus colecciones	53,3% de los museos realiza investigaciones sobre los objetos de su colección.
Visitantes	Museos con ingreso gratuito	49,4% de los museos cuenta con ingreso gratuito.
	Precio promedio de ingreso a museos	Del 34,1% de museos que sí cobra entrada, cobra en promedio \$2.527.
	Principales servicios que ofrecen los museos (respuesta múltiple, total superior a 100%)	Los 4 principales servicios que los museos ofrecen –además de la exhibición–, son visitas guiadas (86,7%), baños (69,4%) libro de visitas o sugerencias (65,1%) y acceso a internet mediante wifi (58,0%).
	Museos que efectúan registro de visitas	72,2% de los museos cuenta con un registro de visitas.
	Museos que aplican encuestas a visitantes	50,2% de los museos aplica encuestas a sus visitantes.
	Museos que segmentan visitas	40,4% cuenta con datos segmentados por tipo de visitas.
	Cantidad de visitas promedio del año anterior	En 2017, los museos registraron un promedio de 38.841 visitas anuales.

Fuente: Elaboración SNM sobre la base de RMC 2018.

## Análisis de conglomerados

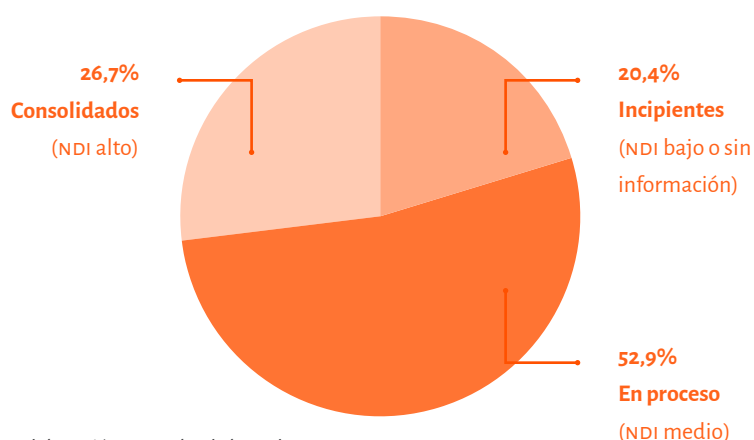
Para poder agrupar a los museos de acuerdo a su nivel de desarrollo institucional, de gestión de colecciones y de relación con la comunidad, este estudio consideró un análisis de clústers o conglomerados, que es una técnica estadística que identifica la máxima homogeneidad en cada grupo y la mayor diferencia entre los grupos (De la Fuente 2011: 3). Así, fue posible generar tipologías de museos que nos permiten ver el panorama nacional del sector museal.

### 1. Tipologías de desarrollo institucional

Se identificaron tres grupos de museos según su grado de desarrollo de la estructura institucional:<sup>8</sup>

- Museos consolidados: un 26,7% posee un alto nivel de desarrollo institucional.
- Museos en proceso: poco más de la mitad de los museos del país (52,9%), presenta un nivel de desarrollo medio.
- Museos incipientes: un 20,4% de los museos posee un nivel de desarrollo bajo, o sin información al respecto.

Gráfico N°9: Porcentaje de museos por tipología de Nivel de Desarrollo Institucional (NDI).



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

8 Para la construcción del clúster de desarrollo institucional se utilizaron las variables: Índice de Desarrollo de Misión Institucional, Reseña histórica, Índice de Desarrollo para el Personal, e Índice de Desarrollo Tecnológico y Redes Sociales, todas variables e índices de las dimensiones definidas para el desarrollo institucional de los museos.

Las características de cada grupo de museos de acuerdo a su nivel de desarrollo institucional se indican en la tabla n° 29.

Tabla N°29: Características de los clústers de Nivel de Desarrollo Institucional.

TIPOLOGÍA NIVEL DE DESARROLLO INSTITUCIONAL (NDI)	% DE MUSEOS	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Museos consolidados (NDI alto)	26,7%	Son museos consolidados en su desarrollo, con vasta trayectoria en el país, poseen cimientos institucionales sólidos.	Alto nivel de desarrollo de su misión institucional en Índice de Desarrollo Institucional (25,0%), no poseen reseña histórica o no responden (19,1%); cuentan con un alto Nivel de Desarrollo para el Personal en capacitaciones y pasantías (13,2%), y un alto grado de Desarrollo Tecnológico y Redes Sociales (20,6%); más frecuentes en Fuerzas Armadas, de Orden y Seguridad Pública, Iglesia, Servicio Nacional del Patrimonio Cultural y universidades privadas, y creados antes del año 1989 (33,8%).	Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo y Valparaíso.
Museos en proceso (NDI medio)	52,9%	Son museos que se encuentran en un proceso de afianzar sus bases institucionales, en algunos aspectos presentan importantes avances, pero en otros aún tienen desafíos pendientes.	Nivel de desarrollo intermedio de su misión institucional (42,2%); que cuentan con reseña histórica (89,6%); sin desarrollo (48,1%) o desarrollo bajo en sus programas de capacitación y pasantías (34,1%); con un nivel de desarrollo de tecnologías y redes sociales medio (40,7%); con dependencia pública (48,1%), de fundaciones y universidades públicas, y que han comenzado a funcionar desde 1990 hasta el 2018.	Arica y Parinacota, Ñuble, Los Lagos, Los Ríos, Aysén, Magallanes y Metropolitana.
Museos incipientes (NDI bajo)	20,4%	Son museos que no entregan información sobre su desarrollo institucional o bien este es bajo en la mayoría de las dimensiones, aún les queda por definir y avanzar en materia de estructura y organización institucional.	Bajo nivel de desarrollo de su misión institucional (46,2%) o sin misión definida (11,5%); no aplica en reseña histórica (3,8%); sin datos en sus programas de capacitación y pasantías (34,6%); con un nivel de desarrollo de tecnologías y redes sociales bajo (50,0%) o sin desarrollo (30,8%); con dependencia privada (59,6%) y sin información sobre año de inicio (28,8%).	O'Higgins, Maule, Biobío y Araucanía.

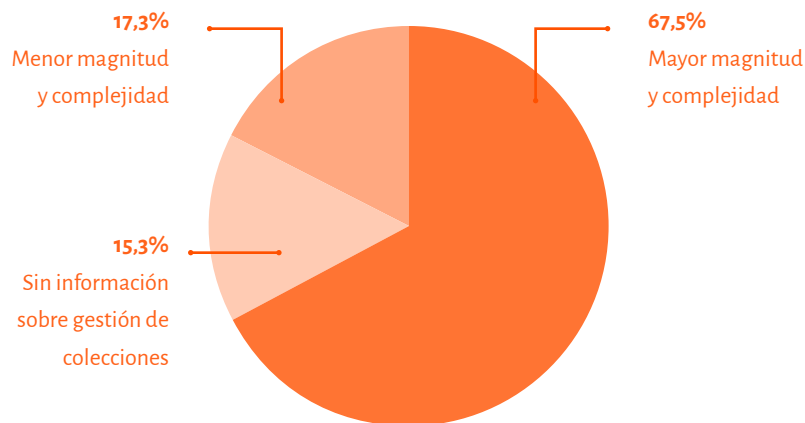
Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

## 2. Tipologías de gestión de colecciones

Se identificaron tres grupos de museos según su nivel de desarrollo en la gestión de colecciones<sup>9</sup> que realizan:

- Mayor complejidad: un 67,5% de los museos se clasifica en el grupo de entidades con manejo de colecciones de magnitud y complejidad.
- Menor complejidad: un 17,3% realiza una gestión de sus colecciones, de menor tamaño y un nivel de complejidad reducido.
- Sin información: un 15,3% no posee información sobre la gestión de sus colecciones.

Gráfico N° 10: Porcentaje de museos por tipología de gestión de colecciones de los museos.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

Las características de cada grupo de desarrollo en la gestión de colecciones se indican en la tabla n° 30.

9 Para la construcción de clústers de desarrollo en la gestión de colecciones, se utilizaron las variables: Grado de modernización del sistema de registro (a partir del sistema de registro de colecciones), número aproximado de objetos de la colección del museo recodificada, y realización de investigación sobre los objetos de la colección.

Tabla N°30: Características del clúster de gestión de colecciones.

TIPOLOGÍA GESTIÓN DE COLECCIONES	% DE MUSEOS	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Mayor complejidad	67,5%	Se compone de museos con un nivel de gestión avanzado y de mayor magnitud, que manejan colecciones de un volumen alto y medio, y que cuentan con sistemas de registros e investigan respecto a sus colecciones.	Son museos que manejan colecciones grandes, con entre 501 y 9.999 objetos (45,3%) o bien más de 10.000 objetos (10,5%); cuentan con una mayor nivel de complejidad en sus sistemas de registro de las colecciones mediante <i>softwares</i> o digitalizaciones (51,2%) o bien mediante sistemas de fichas o libros (44,8%); cuentan con un nivel medio (32,6%) y alto (32,0%) de cantidad de colecciones y llevan a cabo investigaciones sobre los objetos de sus colecciones (69,2%), tienen una dependencia pública (50,6%) y poseen un nivel de desarrollo institucional (clúster) medio (57,0%).	Tarapacá, Valparaíso y Metropolitana.
Menor complejidad	17,3%	Son museos que cuentan con menos cantidad de objetos en sus colecciones, que cuentan con otros sistemas de registros y no llevan a cabo investigaciones sobre los objetos que componen sus colecciones.	Poseen colecciones más bien pequeñas, con menos de 500 objetos (68,2%); poseen otro tipo de sistemas diferentes a los <i>softwares</i> y registros físicos para llevar el registro de sus colecciones (20,5%); cuentan con una baja cantidad de colecciones, en particular disponen de solo un tipo de colección (52,3%) y no realizan investigación referida a sus colecciones (36,4%); destacan los museos que dependen de corporaciones (18,2%) y municipalidades (29,5%). Cuentan con un nivel de desarrollo institucional (clúster) bajo o sin información (29,5%).	O'Higgins, Maule, Biobío, Ñuble, La Araucanía, Los Ríos, Aysén y Magallanes.
Sin información sobre gestión de colecciones	15,3%	Este grupo está formado por museos que no han sistematizado ni registran información respecto a los procesos de gestión de sus colecciones.	No informan respecto a la cantidad de objetos de sus colecciones ni sus sistemas de registro de dichos objetos; manejan un nivel bajo de cantidad de colecciones (solo una, 74,4%), no informan si realizan investigación sobre sus colecciones, y tienen dependencia privada (66,7%). Cuentan con un nivel de desarrollo institucional (clúster) alto (43,6%).	Arica y Parinacota, Antofagasta, Atacama, Coquimbo y Los Lagos.

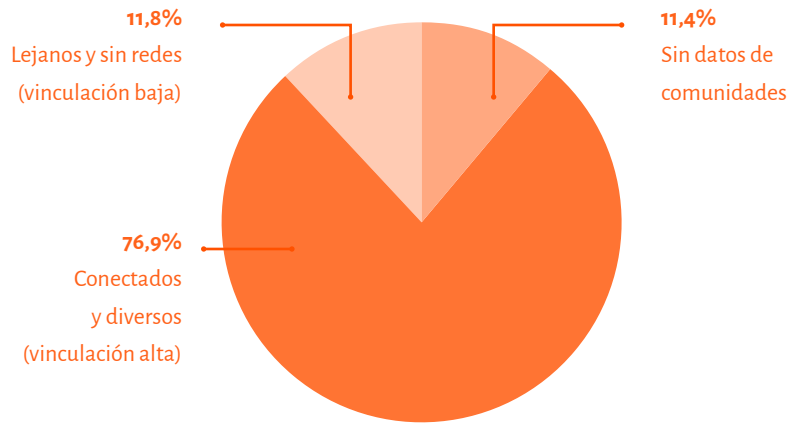
Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

### 3. Tipologías de relación con la comunidad

Se reportaron tres grupos de museos según cómo se vinculan con sus comunidades:

- Alta vinculación con comunidades: la mayor parte de los museos (76,9%) tiene una vinculación alta y diversificada con sus comunidades o públicos.
- Baja vinculación con comunidades: un 11,8% de los museos posee una relación lejana y sin mucha vinculación con sus comunidades.
- Sin información: un 11,4% de los museos no registra información respecto a las modalidades e intensidad de contacto con sus públicos.

Gráfico N°11: Clúster relación con comunidades.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de RMC 2018.

Las características de cada clúster de relación con comunidades se detallan en la tabla n° 31.



Tabla N°31: Características de los clústers de relación con comunidades:

TIPOLOGÍA RELACIÓN CON COMUNIDADES	% DE MUSEOS	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Conectados y diversos	76,9%	Este clúster agrupa museos que entregan una oferta diversa de servicios, que se mantienen informados respecto a sus públicos y con una gama amplia de redes para conectarse.	Entregan una oferta alta (52,0%) y media (24,0%) de servicios, con más de cinco servicios en promedio, tales como visitas guiadas, wifi, baños, talleres, cafeterías, estacionamientos, entre otros. Poseen registros y llevan a cabo un manejo de datos de visitantes por medio de encuestas, segmentaciones y control de visitas. Cuentan con un nivel de desarrollo medio (43,9%) y alto (17,9%) de soportes tecnológicos y presencia en redes sociales, y un grado medio (34,7%) y alto (19,4%) de participación en redes de museos regionales, nacionales e internacionales. Registran visitas (88,8%) y en clúster de desarrollo institucional pertenecen al nivel medio (59,2%); en clúster de gestión de colecciones realizan una gestión de alta magnitud y complejidad (81,6%).	Maule, La Araucanía, Aysén y Metropolitana.
Lejanos y sin redes	11,8%	Se trata de museos con una oferta limitada de servicios que no se vinculan de manera activa con sus comunidades ni mantienen información al respecto.	Entregan una oferta limitada de servicios a sus públicos (96,7%) con menos de cuatro servicios en promedio, ninguno informa respecto al manejo y registro de datos de sus visitantes, no han desarrollado tecnologías ni usan redes sociales (96,7%), todos poseen una vinculación nula o baja con redes de museos a nivel regional, nacional e internacional. Poseen un nivel alto en el clúster de desarrollo institucional (53,3%) y sin datos en gestión de colecciones (76,7%).	Arica y Parinacota, Coquimbo, Valparaíso y O'Higgins.
Sin datos de comunidades	11,4%	Son museos desconectados de sus públicos, no registran ni informan sobre la vinculación con sus comunidades.	No poseen registro de sus visitantes, ni informan de la cantidad de servicios entregados. Poseen un bajo nivel de desarrollo tecnológico y de redes sociales (34,5%), no informan respecto a su participación en redes de museos, no llevan registro de visitas (65,5%), en clúster de desarrollo institucional poseen nivel bajo o sin información (41,4%) y en clúster gestión de colecciones cuentan con un nivel bajo (31,0%).	Antofagasta, Atacama Biobío, Ñuble, Los Lagos, Los Ríos y Magallanes.

Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

#### 4. Tipos de museos en Chile de acuerdo a su nivel de desarrollo

A partir del análisis de los tres conglomerados generados (desarrollo institucional, gestión de colecciones, relación con la comunidad), se identificaron tres tipos de museos según su nivel de desarrollo:

##### **Tipo 1.**

Los museos que se han consolidado en su desarrollo institucional, profundizando en el despliegue de su misión, reseña histórica, programas para su personal y avanzando en recursos tecnológicos y redes. Presentan menos información respecto a la gestión de colecciones que llevan a cabo, y se reportan lejanos a sus comunidades y sin participación en redes de museos a nivel local, nacional e internacional. Estos museos son mayoritariamente los museos más antiguos del país, es decir, los creados antes de 1989, y se ubican en las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo y Valparaíso.

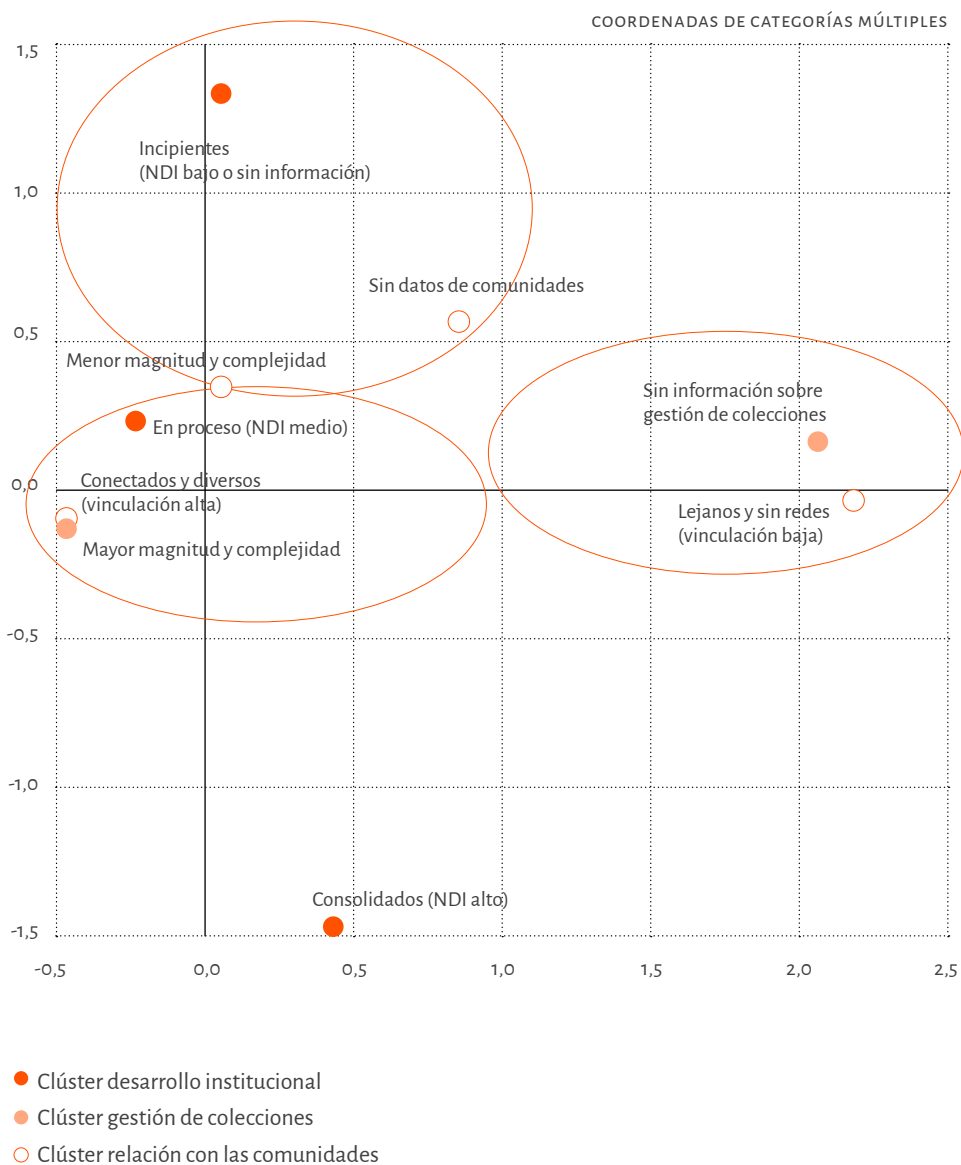
##### **Tipo 2.**

Como contrapartida, los museos con un desarrollo incipiente, que cuentan con un nivel de desarrollo institucional bajo o sin información, son museos de menor magnitud y complejidad, de acuerdo con la tipología de gestión de colecciones, y no presentan información respecto a la forma en que se vinculan con sus públicos en el clúster de vinculación con las comunidades. Territorialmente, se ubican en las regiones de O'Higgins, Maule, Biobío y La Araucanía.

##### **Tipo 3.**

Por último, los museos que se encuentran en un nivel intermedio de desarrollo institucional son museos que se encuentran “en proceso” de desarrollo en este ámbito, y que cuentan con una gestión de colecciones de mayor magnitud y complejidad y además se muestran altamente conectados con sus públicos mediante una oferta amplia y diversa de servicios y participan en redes de museos. En general, estos son los museos más jóvenes del país, por lo que su consolidación en términos institucionales no resulta extraña. Se ubican en las regiones de Arica y Parinacota, Ñuble, Los Lagos, Los Ríos, Aysén, Magallanes y Metropolitana.

Gráfico N°12: Tipologías de museos según nivel de desarrollo institucional, gestión de colecciones y relación con la comunidad.



Fuente: Elaboración OPC sobre la base de RMC 2018.

## Conclusiones

El panorama de los museos en Chile 2019 nos entrega algunas informaciones que son importantes de considerar para el sector en el país:

1. En términos generales, desde el punto de vista de la situación institucional de los museos chilenos, de su manejo de colecciones y de la relación que mantienen con sus públicos, los museos de Chile muestran un mayor dinamismo desde 2000 en adelante. Han aumentado exponencialmente su volumen; las políticas públicas para el sector han experimentado una evolución positiva (Política Nacional de Museos, Fondo de Museos, Registro de Museos de Chile); los museos han evolucionado, diversificado sus modelos de gestión (fundaciones y corporaciones, universidades, municipios), y han aumentado su dotación de equipos de trabajadores.
2. Un aspecto poco desarrollado por los museos es el ámbito comunicacional y asociativo. Se advierte un bajo porcentaje de museos con página web (32,5%) y otras redes sociales aparte de Facebook (que en promedio bordean el 33%). Tampoco se observa un desarrollo importante en lo asociativo, considerando que casi la mitad de los museos tiene nivel de vinculación nula o baja en redes de apoyo.
3. Las cifras de visitas de los museos del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural y la Encuesta Nacional de Participación Cultural muestran a los museos como espacios culturales altamente visitados, a la vez que existe una creciente preocupación por el registro y el conocimiento de los públicos de museos, lo que evidencia la necesidad de avanzar en este ámbito. Un aspecto significativo en este sentido es la importancia que tiene el capital cultural en la práctica de visitar museos, existiendo barreras de acceso de tipo económico, educativo y simbólico. El hecho de que casi la mitad de los museos no cobre por entrada (sobre todo los de dependencia pública) contribuye a disminuir las barreras económicas, pero aún no es suficiente para salvar la brecha de participación entre los distintos niveles educacionales y socioeconómicos.
4. Se identificaron dos grupos claros de museos en Chile: uno de instituciones de más larga data, que están consolidados institucionalmente, que presentan poca información sobre sus colecciones (en cuanto a su complejidad y magnitud) y no se vinculan con sus públicos, activa y dinámicamente, y otro, constituido por museos más jóvenes, que aún requieren trabajar en su planificación estratégica y consolidación institucional, pero sí se han abocado a sus colecciones y a trabajar sus públicos.

Se observan distintas brechas, barreras y facilitadores en el acceso y la participación en los museos que se resumen en la tabla n° 32.

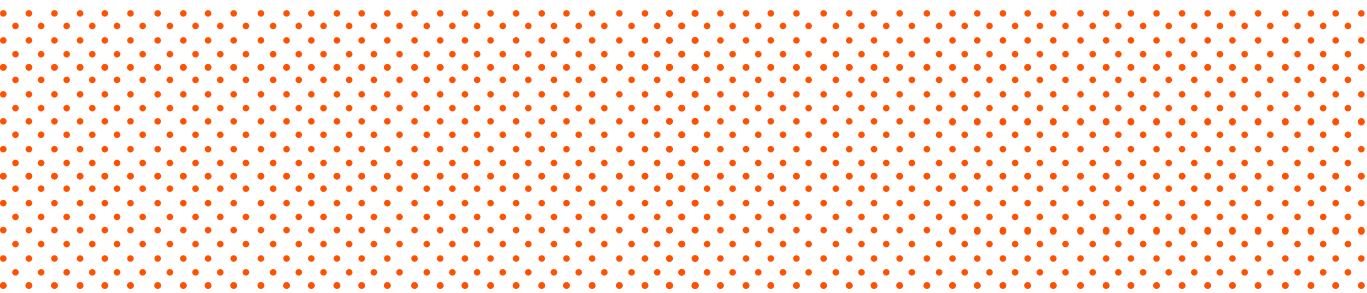
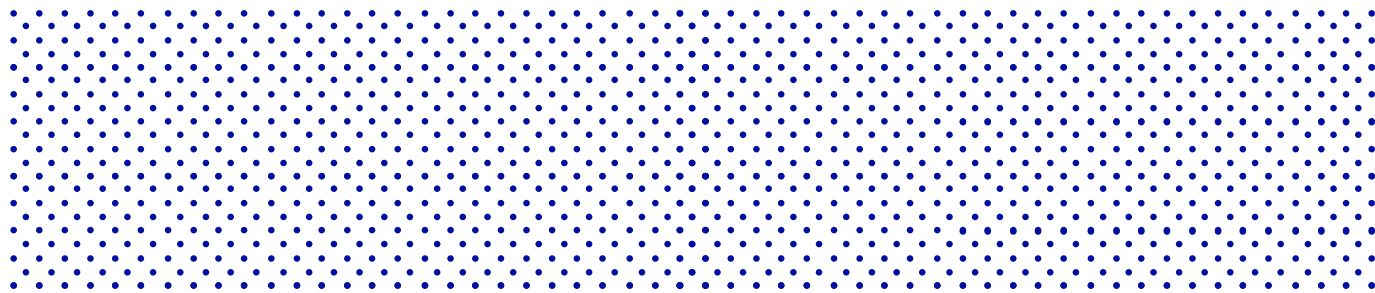
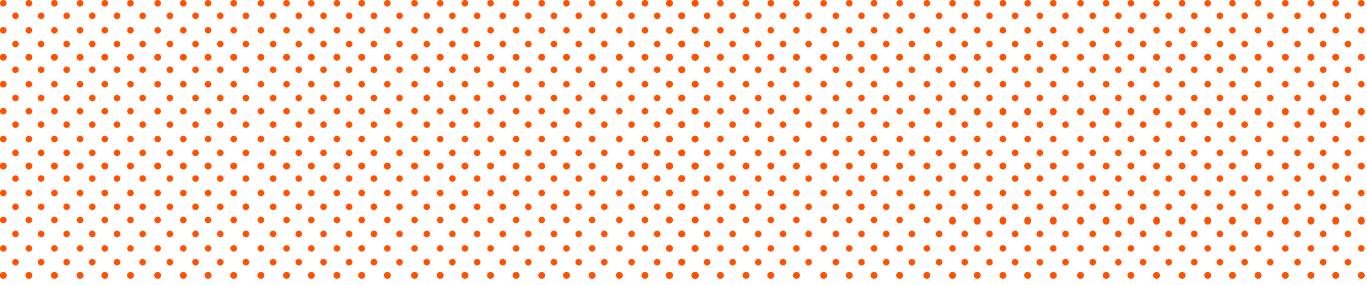
Tabla N° 32: Brechas, barreras y facilitadores en el acceso a los museos.

BRECHAS, BARRERAS Y FACILITADORES EN EL ACCESO A LOS MUSEOS		
Brechas	Diferencias entre grupos y segmentos de la población que puede determinar el acceso y la participación en los museos.	Visita de museos en la niñez: el aspecto más determinante a la hora de visitar o no un museo, es el hecho de haber sido llevado a uno de estos recintos durante la infancia.
		Quintil de ingresos: las posibilidades de visitar un museo están condicionadas por el quintil de ingresos de la persona, existiendo mayores posibilidades de acceso en los quintiles más ricos.
		Nivel educacional: a mayor nivel educacional se observa una mayor visita a museos.
		Edad: prepondera una mayor visita a museos en los segmentos más jóvenes, aunque es una variable menos determinante que el quintil o el nivel educacional.
		Territorio: puede marcar diferencias importantes en torno a la visita a museos, sobre todo en cuanto a la existencia o no de museos en la comuna donde se vive. También existen diferencias entre regiones, con una mayor participación en Arica y Parinacota, Coquimbo, Metropolitana y Magallanes, y con una baja participación en Antofagasta, Maule y Aysén.
Barreras	Factores que impiden o limitan la incorporación de un segmento o grupo de población a la participación cultural.	Barreras vinculadas al territorio: - Un 36,7% de las comunas del país posee un museo. Existen museos en 127 comunas de un total de 346 comunas a nivel nacional. - Existe una mayor concentración de recintos museales en las capitales regionales del país, y en las regiones Metropolitana, Valparaíso, Biobío y Los Lagos.
		Barreras institucionales: - El nivel de desarrollo institucional es bajo en el 39,2% de los museos del país. Falta potenciar su planificación estratégica y entrega de herramientas para una mayor solidez institucional. - El 34,1% de los museos cobra por entrada.
		Barreras vinculadas a condiciones de infraestructura y equipamiento: - Menos de la mitad de los museos cuenta con facilidades para personas con movilidad reducida. - Un 21,6% de los museos no cuenta con servicio de baños.
		Barreras vinculadas con el acceso a información y contacto con públicos: - Solo el 25,5% cuenta con servicios en otros idiomas aparte del español. - Solo el 32,5% de los museos cuenta con página web. - Solo el 28,6% aplica encuestas a sus visitantes y el 40,4% cuenta con datos segmentados por tipo de visitante.
Facilitadores	Variables o factores que facilitan el acceso de un segmento o grupo de población a la participación cultural.	Fortalecimiento de la institucionalidad vigente, junto al desarrollo e implementación de la Política Nacional de Museos.
		Surgimiento de nuevos museos en la última década.
		Formar parte de circuitos culturales permite potenciar el acceso de públicos omnívoros, que resultan ser los que más visitan museos.
		Estar vinculados a circuitos y destinos turísticos importantes, dada la estrecha relación que existe entre visitar museos y el turismo.
		Existencia de museos en la comuna de residencia.
		Haber sido llevado a museos durante la niñez.
		Participar en iniciativas de política pública que difunden y fomentan las visitas a museos, como Museos de Medianoche y el Día del Patrimonio.
		Formar parte de redes de museos, tanto a nivel local, como nacional e internacional.
		Contar con capital humano calificado, con alta presencia de profesionales y técnicos sobre el total del personal que trabaja en museos.
Contacto rápido y cercano de los museos con sus públicos, mediante recursos digitales y redes sociales.		

## Referencias

- Bahamóndez, Mónica, Beatriz Espinoza y Alan Trampe (1999) *Situación y necesidades de los museos de Chile: diagnóstico 1997-1998*. Santiago de Chile: ICOM-Chile y Fundación Andes.
- Biblioteca Nacional de Chile (2018) Los museos en Chile (1929-1988). Memoria Chilena. Disponible en <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-543547.html> [última consulta 9/11/2018].
- CNCA (2013) Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- CNCA (2018) Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- De la Fuente, Santiago (2011) *Análisis de conglomerados*. Madrid: UAM.
- DIBAM (1984) *Museos de Chile (diagnóstico)*. Santiago de Chile: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos.
- Ibermuseos (2007) *Declaración de la Ciudad del Salvador*. Brasilia: Ministério da Cultura de Brasil.
- ICOM (2007) *Resoluciones aprobadas por la 22ª Asamblea General de ICOM, Viena, Austria*. Disponible en <http://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/> y en [https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOMs-Resolutions\\_2007\\_Esp.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOMs-Resolutions_2007_Esp.pdf) [última consulta 18/4/2019].
- INE (2018a) Memoria del Censo 2017, junio 2018, disponible en: [http://www.censo2017.cl/memoria/descargas/memoria/libro\\_memoria\\_censal\\_2017\\_final.pdf](http://www.censo2017.cl/memoria/descargas/memoria/libro_memoria_censal_2017_final.pdf)
- INE (2018b) Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017: Informe metodológico Factor de Expansión, marzo de 2018.
- Mincap (2018) Los museos y sus públicos: resultados de la Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017 [PPT].
- Mostny, Grete (1975) *Los museos de Chile*. Santiago de Chile: Editora Nacional Gabriela Mistral Ltda.
- OIM (2013) Panorama de los Museos en Iberoamérica - Estado de la cuestión. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España e Ibermuseos. Disponible en: <http://observatorio.ibermuseos.org> [última consulta 6/11/2018].
- OIM (2014) Estudios de Públicos de Museos en Iberoamérica. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España e Ibermuseos. Disponible en: <http://observatorio.ibermuseos.org> [última consulta 6/11/2018].
- OPC (2017) Cultura en las elecciones: ¿qué proponen los candidatos? Disponible en: <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/OPC/seguimiento/cultura-en-las-elecciones-que-proponen-los-candidatos-3/> [última consulta 9/11/2018].

- OPC (2018) Estudio sobre la Situación de los Museos en Chile 2018, Informe final, Diciembre de 2018.
- Peters, Tomás (2012) “Más que una pauta, una herramienta: aportes metodológicos para una canasta básica de consumo cultural”. En OPC (ed.) *Políticas Culturales: ¿Qué medimos? ¿Cómo evaluamos?*, Colección del Observatorio de Políticas Culturales, n°2, pp. 67-79.
- Peters, Tomás (2018a) “Capital cultural y participación cultural en Chile: apuntes históricos, propuestas emergentes”. En CNCA, Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, pp. 34-51.
- Peters, Tomás (2018b) Entre el hacer conjunto y pensar la diferencia: el proyecto “Mirada de Barrio del MSSA” [Documento de Trabajo OPC].
- SNM (2015) Hacia una Política Nacional de Museos. Documento Base para la construcción de una Política Nacional de Museos. Subdirección Nacional de Museos DIBAM. Disponible en: <[www.registromuseoschile.cl](http://www.registromuseoschile.cl)> [última consulta 8/11/2018].
- SNM (2018a) Públicos en los Museos DIBAM [PPT].
- SNM (2018b) Política Nacional de Museos. Mejores museos para un Chile mejor. Santiago de Chile: Subdirección Nacional de Museos DIBAM. Disponible en: <[www.registromuseoschile.cl](http://www.registromuseoschile.cl)> [última consulta 8/11/2018].
- SNM (2018c) Cuestionario para visitantes de museos (resultados primer y segundo trimestre 2018) [PPT].
- Unesco (2015) *Recomendación relativa a la protección y promoción de los museos y colecciones, su diversidad y su función en la sociedad aprobada por la Conferencia General en su 38ª reunión*. París: Unesco. Disponible en: <<http://portal.unesco.org>> [última consulta 6/11/2018].
- VV.AA. (1972) *Mesa Redonda de Santiago de Chile 1972*. Disponible en: <[www.ibermuseum.org](http://www.ibermuseum.org)> [última consulta 8/11/2018].



SUBDIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS

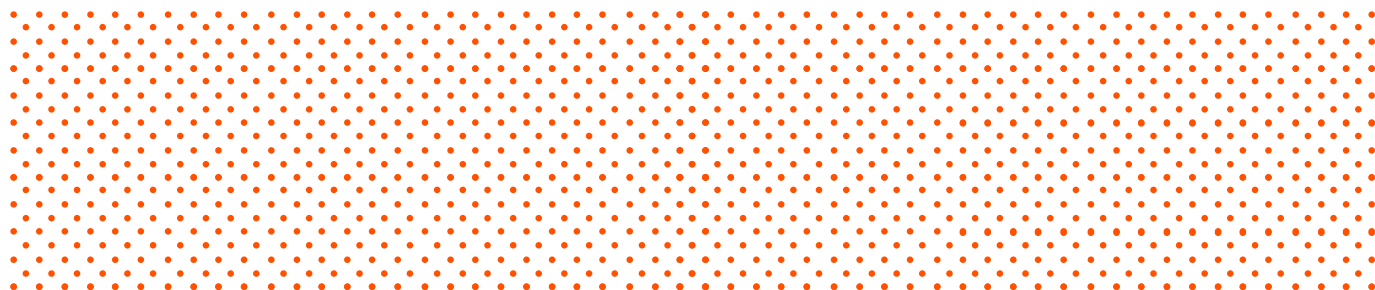
Recoleta 683, Recoleta

Santiago, Chile

+562 24971200

[www.museoschile.gob.cl](http://www.museoschile.gob.cl)

[www.museoschile.cl](http://www.museoschile.cl)









**CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS**