

## Narrativa en el Espacio Museográfico

### *Narratives in the Museographic Space*



**Iris Ailsa Coronado Briceño**

Investigadora independiente, México

[iris.coronadobrc@uanl.edu.mx](mailto:iris.coronadobrc@uanl.edu.mx)

0009-0006-4879-4024

**Sofia Luna Rodríguez**

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

[sofia.lunard@uanl.edu.mx](mailto:sofia.lunard@uanl.edu.mx)

0000-0003-2879-4132

Recibido: 22/08/2025

Aceptado: 19/11/2025

### Resumen

En décadas anteriores, el enfoque de la museografía era mostrar una narración cronológica de los hechos expuestos, de lo simple a lo complejo, con la presentación de datos duros y comprimidos. La participación del público era la de un espectador que se quedaba al margen de la exposición de ideas ya establecidas e interpretadas para ellos y no se animaba al pensamiento crítico e individual; sin embargo, esto ha cambiado en las últimas décadas, donde la museografía contemporánea ha establecido nuevos recursos en el diseño de exposiciones. En este artículo de reflexión, se habla de la narración como recurso museográfico para conectar con las audiencias, animar a la creación de preguntas y la búsqueda de conocimiento, además de reforzar un sentido de identidad y comunidad.

**Palabras clave:** Museografía, interiorismo, cultura, narrativa.

---

### Abstract

*In previous decades, the field of museography focused on presenting a chronological narrative of historical events, progressing from the simple to the complex, and emphasizing condensed, factual data. Public engagement was limited to a passive role, with visitors positioned as spectators who remained on the margins of pre-established and pre-interpreted content, thereby discouraging critical and individual thinking. However, this paradigm has shifted in recent decades, as contemporary museography has introduced new strategies in exhibition design. This discussion paper explores storytelling as a museographic tool to foster meaningful connections with audiences, stimulate inquiry and the pursuit of knowledge, and reinforce a sense of identity and community.*

**Keywords:** *Museography, interiorism, culture, storytelling.*

## 1. Introducción

A través del tiempo, los seres humanos se han visto naturalmente atraídos a las historias, relatos y aventuras, y a sus distintas representaciones. Bruner (1990) sostiene que escuchar un relato es una de las formas más eficaces en las que las personas adquieren conocimiento, ya que la información presentada como una historia es menos probable que sea olvidada de la mente del espectador. Esto se debe a que las historias no solo son más fáciles de ser recordadas, debido a su estructura simple de principio, desarrollo y desenlace, sino que también ayudan a que las personas comprendan, de mejor manera, valores e identidades ajenas, aunque sean muy diferentes a las propias. Al escuchar un relato, las personas transforman los detalles en algo más grande y más íntimo; las figuras históricas se vuelven más humanas y, por lo tanto, más cercanas a la realidad de un espectador contemporáneo.

Si se observa la historia, esto no es nada nuevo. La narración nació como un medio oral y, al mismo tiempo que nació la sociedad, sirvió para preservar ideas, conocimientos y cultura a través de diferentes generaciones. Después, la narración escrita e impresa cambió la tradición de la narración oral, aunque las reglas siguieron siendo las mismas: un propósito claro, personajes que crecen dentro de la historia, crear una atmósfera que sea emocionalmente satisfactoria y generar preguntas en la audiencia. Posteriormente, emergió el cine, donde se aplican las mismas reglas, pero se toma más en cuenta la creación de la atmósfera (Bedford, 2001).

Por ello, Bedford (2001) habla de que la narrativa es la herramienta ideal para las exposiciones museográficas. En sus palabras:

(Las narraciones) enseñan sin sermonear, alientan a la reflexión personal y la discusión pública. Inspiran asombro y admiración; permiten al espectador imaginar otro tiempo y lugar, encontrar lo universal en lo particular y sentir empatía por los demás. Preservan la memoria individual y colectiva, y hablan tanto al adulto como al niño. (p.33)

Es decir, un espacio museográfico diseñado en torno a una historia y un mensaje es una herramienta de enseñanza que, de forma sutil y suave, dirige al público al pensamiento crítico, a una reflexión personal y abre el espacio para una discusión pública sobre el mensaje expuesto a través de la empatía, la admiración y el asombro. Además, estimula la imaginación en los niños y en los adultos, pues los lleva en un viaje a otro momento en la historia. Este momento puede no parecerse a su realidad actual, pero aún puede hablarles, conmovérselos y emocionarles.

Para utilizar las herramientas narrativas en una exposición museográfica, el diseñador y el equipo museográfico deben tener en cuenta el espacio museográfico, el contexto social y territorial en el que está expuesta y el tipo de público y el mensaje que se quiere presentar. El diseñador debe considerar no solo los objetos expuestos, sino también las características del espacio, la intención detrás del objeto, la materialidad, el color de los muros, el suelo y la manera en la que los medios digitales y audiovisuales pueden actuar como apoyo al momento de crear la atmósfera del espacio (Pardow, 2024).

Según Pardow (2024), los desafíos futuros y actuales de la museografía serían la creciente diversidad de audiencias, el desarrollo continuo de las tecnologías digitales y la necesidad de sostenibilidad. Es por ello que, en este artículo de reflexión, se expondrán diferentes herramientas enfocadas en la narración, que pretenden servir como guía en el desarrollo y diseño de espacios museográficos diversos e interactivos.

## 2. Metodología

El presente artículo de reflexión se fundamenta en la metodología de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), reinterpretada al contexto museográfico y con base en lo propuesto por Correa y De Uslar (2019), en el *Manual de diseño y evaluación de la interpretación en los museos*.

Correa y De Ulsar (2019) proponen cuatro fases orientadas al diseño de experiencias inspiradoras, significativas y gratificantes en los museos, al crear una guía práctica para asegurar que la exposición cumpla sus objetivos educativos y su función de entretener y enriquecer culturalmente a la audiencia. Sus fases son comprender, diseñar, evaluar y operar. Estas guían desde la evaluación previa del espacio que se utilizará para la exposición, hasta la operación de la misma y su posterior evaluación.

Aunque no se menciona explícitamente en su trabajo, las fases de Correa y de Ulsar (2019) son las mismas, o bastante parecidas, a las utilizadas en el proceso de Diseño Centrado en el Usuario. Este tipo de diseño también marca cuatro fases, que son análisis del contexto, definición de los requisitos, diseñar y evaluación. Por ello, se hace esta conexión entre ambas; más que herramientas técnicas, son un enfoque de diseño que sitúa al visitante como el centro del proceso de diseño expositivo.

Esto quiere decir que, al utilizar estas fases en el diseño de una exposición museográfica, se buscó comprender al usuario, sus necesidades e intereses, así como adaptar el contenido a su contexto social, emocional y cultural. Además, el resultado final del diseño del espacio se evalúa siempre con consideración de la opinión del usuario, lo que genera una conexión íntima y significativa. Este es un paso central en el proceso del Diseño Centrado en el Usuario.

Esta reflexión se estructura en torno a estas fases, con el fin de analizarlas, junto con sus contribuciones, en el desarrollo de una museografía narrativa, con el propósito de documentar aprendizajes, tensiones y oportunidades.

### **Comprender**

La fase inicial consiste en reconocer los recursos presentes en el museo elegido, como el tipo de público, características de las salas, el acervo, el personal, los recursos económicos disponibles, la cantidad de tiempo que debe durar el proyecto, la capacidad para difundir sus actividades, además de la disposición al cambio de parte de la institución museográfica. Este análisis es fundamental en el

proceso, ya que proporciona un marco de referencia para las decisiones en el proyecto de diseño museográfico que se planea realizar. Además, exige una mirada sensible y humana hacia las personas que habitan el espacio museográfico, el público y el personal del museo.

Para esto, se puede realizar un diagnóstico preliminar para determinar las áreas de oportunidad del museo, evaluar los programas y los servicios, y definir el público al que se dirige el museo (Correa y De Ulsar, 2019). Esto permitirá detectar tanto las fortalezas como las limitaciones del museo en cuestión, para así determinar los puntos clave en los que se tiene que intervenir.

Una de las estrategias sugeridas es realizar una entrevista con el colaborador del museo. Según indican Correa y De Ulsar (2019), estas entrevistas pueden estructurarse bajo los siguientes puntos:

- Identificación del área en la que se desempeña la persona entrevistada.
- Tiempo que lleva colaborando en dicha área.
- Funciones y responsabilidades principales de su puesto.
- Aspectos positivos del área en la que se desempeña o del museo en general.
- Aspectos que considera que no se realizan de manera adecuada y podrían mejorarse.
- Factores externos al área que pueden aprovecharse para mejorar su trabajo.
- Factores externos que afectan negativamente su desempeño.
- Acciones que la propia persona considera que puede implementar para mejorar su labor.
- Elementos que más le agradan de su trabajo, área o del museo en general.
- Elementos que menos le agradan de su trabajo, área o del museo.
- Cambios que le gustaría realizar en su trabajo, área o museo.
- Preguntas sobre los visitantes actuales, su forma de atenderlos y las prácticas que realizan.

Desde este punto, se está tomando en cuenta la experiencia de un tipo de usuario indirecto en la exposición, el de un colaborador del museo, para así diseñar una experiencia museográfica más relevante, inclusiva y significativa. Este diagnóstico preliminar del espacio museográfico puede leerse como un ejercicio de escucha, una práctica narrativa que revela fragmentos del día a día en el museo, su historia y los puntos de vista del personal encargado de este. Es el contexto de la historia, el boceto de lo que está por venir.

### Diseñar

Diseñar requiere un trabajo colaborativo y la integración de todas las áreas del museo. Necesita la integración de miradas y narrativas diversas, para fusionar la historia, el arte, la pedagogía y la tecnología. Así, se genera un relato colectivo.

Para crear una interpretación, es indispensable definir, en primera instancia, los objetivos, los mensajes y el público al que se dirige la exposición. Durante este proceso, debe integrarse toda la información posible, tanto la proveniente del propio museo como aquella administrada por fuentes secundarias, como artículos especializados, investigaciones académicas o experiencias documentadas por otras instituciones culturales (Correa y De Ulsar, 2019).

Por ejemplo, el equipo de los autores trabajó con usuarios de 15 a 25 años. Evaluaron primero los intereses de esta sección de la población, al analizar sus características en común y aplicarlas a la exhibición. En otras palabras, Correa y De Ulsar (2019) evaluaron primero la narrativa de los usuarios del museo, para integrarlas en la narrativa del espacio museográfico y lograr una mejor conexión entre el usuario y el museo.

El Museo Nacional de Chile (2022) comparte *Las raíces de una exhibición. Serie de las ideas a la práctica, un itinerario para crear exposiciones*, que se convierte en un referente valioso para guiar este paso del diseño. Este documento ayuda a guiar el equipo de trabajo, desde la conceptualización a la concreción de una narrativa expositiva sólida y coherente con los temas principales y objetivos.

En esta guía, primero se hace un levantamiento de temas, en donde se identifica la situación y los temas que se quieren abordar. Para ello, se contestan las siguientes preguntas: ¿Cuál es la misión del museo o la institución?, ¿Qué relación tiene con su entorno?, ¿Qué momento está viviendo la comunidad, región o país?, ¿Queremos consolidar al público existente y/o atraer nuevas visitas?, ¿Cuáles son mis capacidades y recursos? Y ¿en qué necesito ayuda?

Después, se hace una lluvia de ideas sobre temas de interés. Se piensa en distintos tipos de visitantes y en sus intereses personales. Durante este ejercicio, los autores recomiendan usar herramientas visuales y gráficas, como diagramas, esquemas, listados o bocetos, como ayuda para ordenar ideas, agrupar conceptos y llegar a nuevas conclusiones (Museo Nacional de Chile, 2022).

A partir de esto, se debe llevar a cabo una investigación sobre los temas. Para ello, se consulta con especialistas, así como se recurre a la revisión y el análisis de las colecciones existentes. También se identifican los recursos adicionales que pueden complementar el relato, como material audiovisual, fotografías, testimonios orales o multimedia (Museo Nacional de Chile, 2022).

Se quiere fijar como centro de la exhibición a los mensajes que se espera que el visitante haga suyos, como resultado de la experiencia museográfica que se diseñará. Estos deben limitarse hasta un máximo de cuatro mensajes, con el fin de atraer la atención y conservar el interés de los visitantes. Es importante estructurar la narrativa en torno a un principio, un final y un mensaje o moraleja (Museo Nacional de Chile, 2022).

Para esto, puede resultar útil formular nuevas preguntas sobre las exhibiciones, como: ¿Por qué es importante?, ¿Qué se quiere mostrar?, ¿Por qué esto podría interesar a otros? Estas preguntas pueden ayudar a filtrar los mensajes principales, lo que permite mantenerlos puntuales con los objetivos del museo.

Al final de esta investigación, se debe llegar a tener una estrategia interpretativa ya estructurada, compuesta por los siguientes elementos, según el Museo Nacional de Chile (2022):

- **Antecedentes.** El contexto bajo el cual se crea una exhibición, que llevó a proponer sus objetivos y contenidos.
- **Manifiesto.** El punto clave del documento, en donde se describen, en pocas palabras, los contenidos y la manera en la que se presentarán.
- **Objetivos.** Lo que se quiere lograr en y con la exhibición.
- **Preguntas y mensajes centrales.** ¿Qué se quiere contar?
- **Objetivos de la actividad + Temas = Mensajes para llevar a casa**
- **Visitantes.** Público primario, público secundario y público terciario.
- **Recursos.** ¿Cómo contar el relato?

Se puede comprender, entonces, que el diseñar se trata de sintetizar la complejidad del patrimonio en experiencias interpretativas significativas. Se busca no solo comprender lo que se exhibirá, sino también el tener un propósito, un mensaje para el público que lo verá.

### **Recursos Narrativos.**

¿Cómo contar el relato? Bedford (2001) presenta las siguientes herramientas para estructurar una narrativa museográfica. Lo expone como prácticas que transforman la forma en la que los visitantes se relacionan con el contenido y el impacto que se genera en ellos.

#### *Teatro de Objetos.*

Es una estrategia de exhibición que utiliza tecnologías multimedia para crear contextos narrativos multisensoriales para los objetos del museo. Su objetivo es dar vida a los objetos sin necesidad de

una experiencia práctica directa, al apelar a la imaginación, las emociones y la empatía del visitante.

Su primer uso documentado fue en 1980, por Taizo Miyake, que la implementó en Canadá, dentro de *Science North*. Se trataba de una exhibición donde los visitantes podían ver cómo el cielo nocturno se iluminaba lentamente sobre sus cabezas, y una voz solemne e infantil empezaba a cantar "Estrellita dónde estás". Después de esto, la estrategia fue utilizada y adaptada por otros museos, que utilizaron tecnologías muy simples, como luces programadas, sonido y narraciones pregrabadas, que resultaban muy útiles para generar atmósferas inmersivas que conectaban emocionalmente con el público.

Entre sus principales características destacan:

- El teatro de objetos utiliza un estilo narrativo para ayudar al público a conectar con los artefactos del museo, desde sus experiencias personales.
- Utiliza tecnología simple y de bajo costo, como computadoras, para controlar la iluminación, sonido y proyecciones, que sirven para generar una experiencia más inmersiva.

Este recurso narrativo va de la mano con la idea de la museografía contemporánea de crear narrativas diversas, donde diferentes voces se encuentran y dialogan, para formar una historia más rica y amplia, contada desde diferentes perspectivas. Para esto, se debe reconocer a cada objeto expuesto, cada texto interpretativo y cada decisión de diseño como parte de una trama que busca provocar algo en el espectador, y así, humanizar el conocimiento y la historia detrás.

Esta capacidad de dotar de vida a cada objeto es lo que hace que el teatro de objetos sea un excelente recurso narrativo en los museos. Además, es una alternativa fácil, que puede ser tan elaborada o simple como desee el diseñador. Así, no solo se limita al objeto en exhibición, sino que puede incluir al resto del espacio museográfico en la narrativa, al utilizarlo para acentuar los mensajes.

### *Dar voz a los olvidados.*

Se refiere a utilizar la narrativa en los museos de historia para dar voz (visibilidad) a las personas y comunidades que han sido excluidas del registro histórico. Esta práctica, aplicada principalmente en museos de historia, da una perspectiva más completa e inclusiva de la historia.

Un ejemplo de esto sería el caso de *Ballantine House*. En 1990, el museo de Newark se propuso hacer que su casa histórica de clase alta del siglo XIX, *Ballantine House*, fuera más atractiva para el público contemporáneo y diverso.

La estrategia utilizada fue la creación de personajes ficticios. Se trataba de personajes históricamente creíbles para poblar las habitaciones de la casa, que se introducen en la galería de orientación. Estos personajes pueden ampliar la narrativa de *Ballantine House* para incluir las voces y experiencias de las personas que trabajaban y vivían en la casa, pero que, a menudo, estaban ausentes de las historias tradicionales, como lo eran los criados o la gente de la comunidad de los alrededores de la mansión.

Este tipo de estrategia se aleja de la narrativa tradicional del museo. La historia se amplía más allá de las figuras prominentes y se vuelve la historia de una comunidad, con todos los contextos, orígenes sociales, raciales y económicos presentes en el museo. Este enfoque es especialmente relevante en museos de sitio o comunitarios, donde los relatos orales, las memorias locales y las experiencias cotidianas adquieren protagonismo y ofrecen una comprensión más compleja y humanizada del patrimonio.

### *Atmósfera.*

Es necesario reflexionar sobre el espacio y cómo este participará en la construcción de la atmósfera, según la exposición y las herramientas de narración que se quieren implementar. En este punto, es importante que se tome en cuenta el impacto del espacio y sus características en las emociones de los usuarios, como la luz, el color, la textura, el sonido y el resto del lenguaje sensorial, que complementa-

rán y amplificarán el discurso conceptual, como otra parte de la narrativa.

El espacio museográfico puede ser neutral, como el cubo blanco, que se trata de una forma de exhibir obras de arte en un espacio aislado de su contexto inmediato y de distracciones. Sin embargo, queda un debate sobre si un espacio puede realmente desprenderse de sus cualidades para ser complementamente estéril, o si todo está destinado a tener expresión y mensaje, aunque este sea el intentar no tener expresión y mensaje.

Otros museos toman la ruta contraria, pues conciben al espacio como parte de su narrativa. Establecen una relación inseparable entre la obra y el lugar de exposición. Este enfoque puede ser especialmente útil cuando se quiere utilizar una herramienta narrativa como el "dar voz a los olvidados".

### *Evaluar*

La etapa de evaluación constituye un componente esencial dentro del diseño museográfico y la metodología del diseño centrado en el usuario, ya que permite evaluar el impacto y la efectividad de las exposiciones, servicios y programas de experiencia de los visitantes. Las experiencias deben evaluarse en su proceso de diseño, para así poder tomar decisiones informadas, hacer cambios cuando se requieren y ahorrar tiempo y recursos económicos. No se debe tomar como un ejercicio final, sino como un proceso continuo (Correa y De Ulsar, 2019).

Para alcanzar estos fines, la evaluación puede apoyarse en diversas herramientas metodológicas, tales como cuestionarios, entrevistas, grupos focales, observaciones directas o análisis de comportamiento de los visitantes en sala. Cada una de estas técnicas aporta datos cualitativos y cuantitativos que, al ser integrados, ofrecen un panorama más completo sobre el desempeño de la exposición.

### *Operar*

La fase de operación consiste en poner en marcha el programa o exhibición, lo que requiere

de un compromiso total por parte de todos los involucrados en el proceso. Para poder contar una historia a través de los objetos, imágenes y textos en un museo, se debe primero definir el mensaje que se desea comunicar. Una vez establecido esto, se deberá reunir toda la información que llegue a apoyar la narrativa. Esta información debe organizarse con una estructura de comienzo, desarrollo y final, que puede ser cronológica, temática o basada en otros enfoques que permitan dar sentido a los contenidos.

Posteriormente, se seleccionan cuidadosamente los objetos, obras de arte o piezas que se consideren la mejor manera de presentar una narrativa con el propósito de la historia que se quiere contar. Una vez que está definida la selección, se planifica el espacio expositivo, con consideración de diversos factores: las características físicas del objeto, las condiciones que se deben mantener para su conservación y cuidado, la iluminación del espacio y sus especificaciones técnicas, la circulación de los visitantes y la forma en la que se presentará la información. Un ejemplo de ello sería escribir textos claros en las etiquetas de los objetos o paneles informativos; esto, sobre todo, ocurre cuando se debe complementar la información con el objeto, para así reforzar la narrativa (Correa y De Ulsar, 2019).

En esta parte, se deben tomar en cuenta todo tipo de visitantes y las formas en las que estos interactúan en el espacio. Para esto, se recomienda utilizar los siguientes principios del diseño universal, señalados por Zuñiga (2019):

- Uso equitativo. Diseño de fácil comprensión, que utilice una misma línea de diseño.
- Flexibilidad de uso. Utilizar diferentes formas de interpretar la información, con recursos como textos informativos en lengua de señas, así como la incorporación de subtítulos, audiodescripción y bucle magnético.
- Intuitivo y simple. Textos claros y sencillos, que puedan ser interpretados de forma intuitiva.
- Información perceptible o fácil de percibir. Utilizar las capacidades sensoriales del usuario para dar información.

- Tolerancia al error. Minimizar las acciones que pueden tener consecuencias fatales o graves.
- Mínimo esfuerzo físico. Uso de macrotipos, que requieren menos esfuerzo de lectura.
- Tamaño adecuado de aproximación y uso. Espacio adecuado para la manipulación y el uso del espacio, independientemente de la edad, tamaño, postura o movilidad del usuario.

Como parte final del proceso, se incorporan elementos interactivos y recursos multimedia que enriquezcan la experiencia y fomenten una relación más dinámica entre el visitante y la exposición. En 2010, el Consulado Artístico de Inglaterra afirmó que más gente se interesa por los eventos culturales cuando se utilizan nuevas tecnologías interactivas, ya que se involucra activamente a los visitantes en este proceso de aprender y formar conexiones con las exposiciones (Pujol et al., 2012).

Una exposición interactiva se caracteriza por:

- Uso de tecnología: Se utilizan ordenadores, pantallas táctiles, proyecciones, sensores, luces programadas, sonido y otros elementos multimedia para crear experiencias inmersivas y participativas. Esto puede verse en estrategias de narración, que se mencionan enseguida.
- Diseño centrado en el visitante (usuario): Las experiencias se diseñan con consideración de la audiencia a la que van dirigidas, como sus conocimientos, alcances físicos, su edad y la comunidad a la que pertenecen. Esto busca fomentar la curiosidad, la exploración y la participación.
- Experimentación activa: Los visitantes pueden manipular objetos, probar ideas, observar los resultados y aprender desde un enfoque constructivista y socioconstructivista.
- Aprendizaje social: Se fomenta el aprendizaje social a través de exhibiciones colaborativas y actividades grupales, donde los visitantes pueden trabajar juntos, compartir ideas y aprender unos de otros.



- **Multisensorialidad:** Las experiencias interactivas buscan involucrar múltiples sentidos, como el tacto, el sonido y la visión, para hacer que el contenido sea más accesible y atractivo para una gama más amplia de visitantes.
- **Narrativa:** La narrativa se utiliza a menudo para conectar los objetos del museo con las vidas y recuerdos de los visitantes, al crear una experiencia más personal y memorable.

La interactividad en los museos se relaciona estrechamente con las teorías de aprendizaje de Jean Piaget (1896-1980) y Lev Vygotsky, dos psicólogos influyentes que destacaron la importancia de fomentar la participación activa en el aprendizaje. Sus enfoques permiten que los estudiantes, que en este caso son visitantes, se conviertan en protagonistas de su propio aprendizaje (Orozco, 2005).

Jean Piaget comparte su teoría centrada en el constructivismo, específicamente sobre la idea de que los niños utilizan activamente la información que obtienen a través de interacciones con su entorno para construir su conocimiento; mientras que la teoría de Vygotsky se basa en el socio constructivismo, que da más peso al papel de la interacción social en el aprendizaje, que puede verse en exhibiciones colaborativas y actividades grupales.

Una vez integrados estos recursos, se deben realizar pruebas para verificar su correcto funcionamiento, así como obtener retroalimentación de usuarios y del propio equipo de trabajo. Esto garantiza que, en caso de detectarse fallas o dificultades en la comprensión, puedan efectuarse los ajustes necesarios antes de la apertura oficial (Correa y De Ulsar, 2019).

### 3. Resultados

La aplicación de la narrativa en el diseño museográfico ha mostrado resultados positivos en diversos estudios de caso y experiencias museográficas. Algunos de los principales hallazgos observados incluyen:

- **Mayor conexión emocional con las exposiciones:** Los visitantes tienden a recordar mejor los contenidos cuando están enmarcados en una historia, ya que esta genera una relación emocional que facilita la comprensión y la retención de información.
- **Incremento en el tiempo de permanencia en las salas:** Las exposiciones narrativas propician una mayor atención del público, lo que se traduce en más tiempo dedicado a explorar los contenidos.
- **Participación activa del visitante:** Al incorporar estrategias como el teatro de objetos, las narrativas personales o los recursos interactivos, los museos logran que el público se sienta parte del relato, lo que fomenta la reflexión individual y la participación colectiva.
- **Relevancia cultural y social:** En museos comunitarios o de sitio, el uso de narrativas locales ha permitido fortalecer el sentido de identidad, pertenencia y memoria colectiva entre los habitantes de la región.
- **Mejor evaluación de la experiencia museográfica:** Encuestas de satisfacción y estudios de evaluación indican que las exposiciones con estructura narrativa obtienen mejores valoraciones por parte del público, en comparación con las de enfoque exclusivamente informativo o cronológico.

Estos resultados respaldan el valor de la narrativa como una estrategia efectiva no sólo para comunicar conocimiento, sino para crear experiencias significativas y accesibles para públicos diversos.

### 4. Discusión y reflexiones

Este artículo de reflexión pretende exponer diferentes herramientas que pueden ser utilizadas para el diseño de exposiciones museográficas. La museografía que utiliza la narrativa como herramienta se ha convertido en un medio de aprendizaje afectivo y cognitivo.

Mediante la metodología de Correa y de Ullsar (2019), junto con las estrategias narrativas expuestas por Bedford (2001), se crean narrativas centradas en los usuarios, que utilizan sus contextos, historias y cultura en las exposiciones para crear una narración en donde los espectadores puedan empatizar.

## 5. Conclusiones

El análisis reflexivo de la narrativa como estrategia museográfica, así como la aplicación de la metodología de Diseño Centrado en el Usuario, permite comprender que los museos contemporáneos se han transformado en escenarios dinámicos donde se construyen significados, se propician encuentros entre personas y culturas, y se generan experiencias. Así, se convierten en vivencias emocionales, sociales y colectivas.

Una de las principales conclusiones es que la narrativa debe ser el eje estructural de la experiencia museográfica, no un recurso complementario. A través de ella, los objetos adquieren un valor ante el espectador, pues dejan de ser vistos como vestigios del pasado o piezas de una colección sin rostro ni emoción. Así, se convierten en protagonistas, en objetos con secretos y aventuras listos para ser interpretados por el visitante de cualquier origen. En este sentido, la narrativa permite generar un puente entre el pasado y el presente, entre la vida de las comunidades antiguas con las inquietudes, intereses y emociones de los públicos actuales.

Este recurso no solo facilita la comprensión de los contenidos, sino que también aumenta el tiempo de permanencia en las salas, estimula la participación y fortalece el sentido de identidad y pertenencia. Estos hallazgos son relevantes porque evidencian que la narrativa no solo enriquece la experiencia subjetiva del visitante, sino que también tiene un impacto tangible en los indicadores de éxito de una exposición.

Por último, cabe señalar que la narrativa en museografía no solo tiene un valor educativo y comunicativo, sino también político y social. Al decidir qué historias se cuentan, cómo se cuentan y a quiénes se les otorga voz y visibilidad, los museos están contribuyendo a moldear la memoria colectiva y a influir en la forma en que las comunidades se perciben a sí mismas. Es por eso que el rol de diseñador y museógrafo requiere de un nivel de responsabilidad grande.

**Declaración de conflicto de intereses:** Las autoras declaran no tener conflictos de interés.

**Declaración de contribución de las autoras:** A continuación, se menciona las contribuciones de las autoras, en correspondencia con su participación, mediante la Taxonomía Crédit:

- Iris Ailsa Coronado Briceño: Administración del proyecto, Análisis formal, Conceptualización, Investigación, Metodología y Redacción-borrador original.
- Sofía Alejandra Luna Rodríguez: Administración del proyecto, Redacción-revisión y edición, Supervisión y Validación.

## 6. Referencias

- Bedford, L. (2001). Storytelling: The real work of museums. *Curator: the museum journal*, 44(1), 27-34. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2001.tb00027.x>
- Bruner, J. (2015). *La educación, puerta de la cultura* (Vol. 3). Antonio Machado Libros.
- Correa, H. & de Uslar, E. (2019). Manual de diseño y evaluación de la interpretación en los museos. *Secretaría de Cultura de México*. <https://evemuseografia.com/wp-content/uploads/2023/07/manual-de-disen-o-y-evaluacio-n-24.05.2019.pdf>
- Museo Nacional de Chile. (2022). Las raíces de una exhibición. Serie de las ideas a la práctica- Un itinerario para crear exposiciones. *Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio*. <https://www.museoschile.gob.cl/sites/www.museoschile.gob.cl/files/2023-03/De%20las%20ideas%20a%20la%20pra%CC%81ctica%20.%20Las%20ra%C3%81ces%20de%20una%20exhibicio%CC%81n%20SNM.pdf>
- Orozco, G. (2005). Los museos interactivos como mediadores pedagógicos. *Sinéctica, Revista Electrónica de Educación*, (26), 38-50.
- Pardow, M. I. (2024). Construcción de atmósfera: la narración visual. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (229), 69-77.
- Pujol, L. Roussou, M., Poulou, S., Balet, O., Vayanou, M., y Ioannidis, Y (2012). Personalización de dispositivos digitales interactivos. *Museo de Arte de Denver*. <https://www.denverartmuseum.org/en/research-and-reports>
- Zuñiga, L. (2019). Manual de accesibilidad para museos. *Ibermuseos*. <https://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2020/05/2019-zuniga-manual-de-accesibilidad-para-museos-per.pdf>