

Educación en las entidades museales

ISBN 978-958-753-170-1



**Programa
Fortalecimiento
de Museos**



MINCULTURA



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**

PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Acción Educativa

“El museo se está convirtiendo en la universidad del pueblo, en sus aulas, aunque en el marco de una nueva interpretación de la educación, que hoy se entiende como una labor continua y permanente a lo largo de toda una vida”

Hooper-Greenhill

“Los desafíos museales son y deben ser también desafíos sociales”

Mario Chagas

A manera de Introducción

IMAGINE USTED UN MUSEO situado en una plaza central, en la esquina más soleada, la más lejana de la zona rural del pueblo. Pueblo que fue de antes cruce de caminos, lugar de recambio de cabalgaduras, de arrieros de carriel, de cargueiros, de la Antioquia de Peralta, Carrasquilla y de Castro Saavedra.

Los pobladores del campo fundaron el pueblo, y aunque ahora parecen alejados siempre están ahí: en el mercado del domingo, en la historia que ha creado la cultura. El museo entonces tendría que convocar a esas personas a venir a su plaza central.

¿CÓMO HACERLO? Quizá la entidad museal quiera recuperar historias que conocen ellos sobre los tiempos de la fundación. Y podría invitarlos a que entreguen a la juventud esas memorias de la construcción del pueblo y los saberes de su época.

Puede ser conveniente para este hipotético museo llamar estos usuarios y unirlos con personas jóvenes; o invitarlos a intercambiar entre ellos historias y miradas del mundo.

Si esa fuese su intención, tal museo podría diseñar ciertas actividades educativas para este público, propiciando diferentes comprensiones e ideas –quizá desprejuiciadas y menos tradicionales- sobre el arte en general y los museos en particular.

¿QUÉ UTILIDAD TENDRÍA ELLO PARA LA ENTIDAD MUSEAL? En primer lugar estaría aumentando su círculo de influencia, o si se quiere su meta de visitantes. Al convocar usuarios no tradicionales a conocer y recorrer sus colecciones el museo amplía su esfera de acción y se acerca a las comunidades de su zona de influencia.

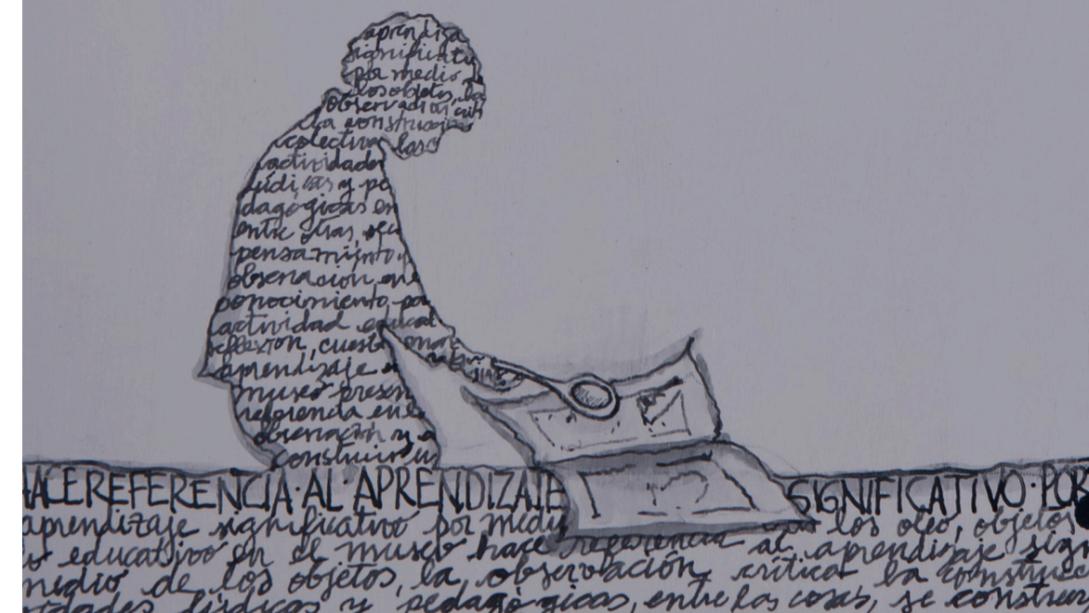
En segundo lugar: el papel del museo en el mundo contemporáneo está cambiando. Tal como lo planteó en su momento Alan Trampe¹ se sueña ahora con museos permeables, que favorecen el reencuentro con las comunidades a través de una comunicación dialogante e inclusiva. Museos que se hacen cargo de las situaciones de sus territorios y de nuevos, múltiples, diversos y sorprendentes patrimonios.

1 Tomado de: <http://icomchile.org/2013/08/21/publicacion-sobre-la-mesa-de-santiago-de-1972/>

Museos que se reconocen como agentes de cambio y promotores de desarrollo, que abandonan su papel tradicional como guardianes del patrimonio y se transforman en sólidas plataformas de gestión que aportan a la calidad de vida de los usuarios de su entorno.

En tercer lugar, y según este orden de ideas, las entidades museales deben generar relaciones estrechas con sus públicos, incentivando la construcción de aprendizajes y reflexiones; y la observación crítica, el análisis, la comparación y la apropiación del patrimonio. Elementos que convierten al museo en un recurso educativo para el aprendizaje a lo largo de la vida y que propende por la generación de espacios de diálogo y construcción colectiva.

Ante este reto, los servicios educativos serán el corazón mismo de la actividad museística, como base fundamental de una misión comprometida con el patrimonio y con procesos de desarrollo social y comunitario.



Ejercicio

Piense en SU museo.

¿Cómo caracteriza usted la población de su zona de influencia, es decir, de su comunidad?

Si quisiera diseñar una actividad educativa que motive a visitar su museo a usuarios poco interesados en él, ¿Qué podría hacer?



¿Qué es lo educativo?

PARA EL APRENDIZAJE
propende por la generación
de construcción colectiva
por medio de los objetos
OBJETO. EL OBJETO
observación del objeto
pensamiento y reflexión
diálogo sobre el

LO EDUCATIVO EN EL MUSEO se refiere a un escenario de aprendizaje que utiliza los objetos, la observación crítica, la construcción colectiva, las actividades lúdicas y pedagógicas, entre otras, para generar procesos de pensamiento y reflexión; así como de problematización, cuestionamiento, ruptura y cambio en contextos y circunstancias específicas.

¿CÓMO HACER ACTIVIDADES EDUCATIVAS? Siguiendo con nuestro caso de la entidad museal ubicada en la plaza del pueblo, un encuentro de abuelos con jóvenes estudiantes en los bancos de la plaza puede ser un buen ejemplo de una acción educativa de corte histórico. Esta puede ser compuesta por varios eventos, encuentros y actividades dirigidas al público del sector.

Por ejemplo, en ese encuentro los abuelos pueden recordar y contar los juegos de grupo que eran de tradición en su juventud, pueden guiar a los estudiantes para que jueguen al trompo, a la rayuela, a policías y ladrones.

Una semana después los jóvenes pueden llevar al encuentro en la plaza los resultados de una investigación escolar que hacen sobre la antigua calidad del pueblo como cruce de caminos y lugar de descanso para los arrieros y sus cabalgaduras.

El museo, en asocio con el colegio, prepara para los escolares una charla con un experto historiador de la colonización antioqueña de la montaña. El museo prepara con los profes una guía de preguntas que los chicos trabajarán en clase al día siguiente de la charla.

Los profesores piden a sus alumnos que respondan las preguntas –a partir de la charla- como tarea para la clase siguiente.

Observe cómo en este ejemplo los procesos educativos sugeridos consideran estos aspectos importantes para nuestra nueva propuesta museal:

- * El público es una prioridad para el museo.
- * El museo conoce su territorio, conoce sus usuarios; se adapta a sus intereses, reconoce sus situaciones y sus necesidades.
- * El museo se enlaza con todas las personas sin importar su nivel académico, su profesión, su condición socioeconómica, su lugar de origen, su condición étnica.
- * Mediante el reconocimiento, el museo crea su público y gestiona sus actividades como parte de una **comunidad participativa que toma conciencia de su problemática** como seres humanos individuales y sociales.
- * El museo entrega a sus visitantes oportunidades para reflexionar y crear nuevos discursos de acuerdo con su experiencia personal, sus emociones y sus relaciones. El museo valora y responde a las múltiples perspectivas individuales de sus usuarios, lo que incentiva la construcción conjunta de sentido.
- * El museo ofrecerá diversidad de actividades educativas de manera que lleguen a, e incluyan, los diferentes públicos (Niños y niñas, jóvenes, adultos, adultos mayores, personas en condición de discapacidad, etc.)

Ejercicio

¿Podría usted invitar los abuelos de su municipio o de su barrio para que se reúnan a contar historias de la vida cotidiana de su juventud?

Si tuviese usted una colección de viejas máquinas de escribir: ¿Qué actividad educativa podría crear para abuelos y jóvenes alrededor de su colección?



¿CADA CUANDO TIEMPO SE HACEN ACTIVIDADES EDUCATIVAS? La nueva concepción del museo como lugar de encuentro con la comunidad exige que su accionar educativo sea regular y no solo esporádico o eventual. Es un despliegue de actividades variadas y atractivas que entregan al usuario datos, información y algo muy importante: conocimientos. Es decir, el accionar educativo debe concebirse como un **sistema** y no como un evento.

Solo así podrá aportar al conocimiento, la preservación, la comprensión, la investigación y la comunicación del patrimonio cultural.

De esta manera, la educación quiere desarrollar reflexiones sobre la vida, la historia y la sociedad con los usuarios del museo. En esta mirada, la comunidad se beneficia de un servicio educativo y es también aliada del museo.

Dicho así, la responsabilidad en la acción educadora es constante, de todo momento; así que debemos hablar de servicios educativos –regulares o permanentes–, lo que va más allá de realizar actividades educativas.

¿QUÉ ES UN SERVICIO EDUCATIVO? Otra vez en nuestro ejemplo: las conferencias, la charla para escolares, la guía de preguntas, y la tarea para la semana siguiente; todas son herramientas didácticas preparadas por el museo y que constituyen un servicio educativo porque permiten y motivan al público para construir conocimiento de la mano del museo. Ahora, considere usted que estas son actividades que sobrepasan la mera exhibición y que su ejecución va más allá de asistencia de público a la sala. Es una manera de expandir la acción del museo por fuera de sus muros y de su escenario tradicional.

Entonces: es un servicio que el museo ofrece a su público con el propósito de acercarse a la comunidad mediante actividades pedagógicas lúdicas y de su interés. Los usuarios intervienen así en el descubrimiento y construcción colectiva del patrimonio, fortaleciendo el vínculo con su museo y apropiándose de sus propuestas, sin importar el grupo de pertenencia.

Ejercicio

Si su museo ya desarrolla actividades educativas,

¿Cómo cree usted ese servicio puede propiciar la construcción de conocimiento con sus usuarios?

¿EN QUÉ ESCENARIOS SE OFRECEN LOS SERVICIOS EDUCATIVOS? Se denomina escenario al espacio destinado para llevar a cabo una actividad educativa. Este escenario puede encontrarse dentro de la entidad museal o puede estar por fuera de ella. En nuestro ejemplo el museo ha lanzado a los estudiantes una actividad relacionada que no está dentro de sus muros, pero que es una actividad educativa museal: las preguntas para responder en clase.

He aquí como la acción del museo se expande fuera de sus muros y fuera de los horarios tradicionales de exhibición. Es una acción donde el disfrute y uso de la exhibición continua después de terminar el recorrido por la muestra.

ALGUNOS ESCENARIOS SE RELACIONAN A CONTINUACIÓN:

Exposición permanente

La exposición permanente es aquella que se ubica en la sede del museo y que se encuentra abierta al público por tiempo indefinido.

En este escenario, los servicios educativos buscan dinamizar el patrimonio allí exhibido, acercar a nuevos públicos, e incentivar el intercambio de conocimientos.

Exposiciones temporales

La exposición temporal se exhibe por un período corto, y se dispone en recintos que se adaptan a las necesidades particulares de cada muestra.

Los servicios educativos en este escenario apuestan a mantener vivo el interés de usuarios que conocen bien nuestra institución y su patrimonio, personas que nos visitan regularmente, interesadas en otros temas y otras actividades, que desean una oferta adecuada a sus intereses, sus expectativas y sus formas de leer el mundo.

Puede diseñarse un servicio educativo que articule de alguna manera la exposición permanente con la temporal.

Exposiciones itinerantes

Son una suerte de “exposición viajera”: exposiciones diseñadas para “seguir un itinerario”, casi siempre por fuera de la sede permanente del museo. El diseño debe adaptarse a diversos recintos y a las necesidades de transporte y montaje.

La apuesta educativa se concentra aquí en un acercamiento –físico- del patrimonio a las comunidades, facilitando su acceso al conocimiento y por ende el intercambio de saberes. Los servicios educativos para este escenario deben considerar en su diseño las particularidades socioculturales de los territorios que recorre la muestra para potenciar la interacción con los públicos.

Eventos especiales

Son actividades donde el museo celebra o conmemora sucesos locales o nacionales de alguna importancia. Los servicios educativos para un evento especial deben considerar el significado del acontecimiento para el territorio y para los públicos en el entorno en que será desarrollado.

Demanda Especifica

Son actividades educativas que los públicos solicitan a la entidad museal, o aquellas identificadas como de interés potencial de acuerdo con las necesidades de los públicos.

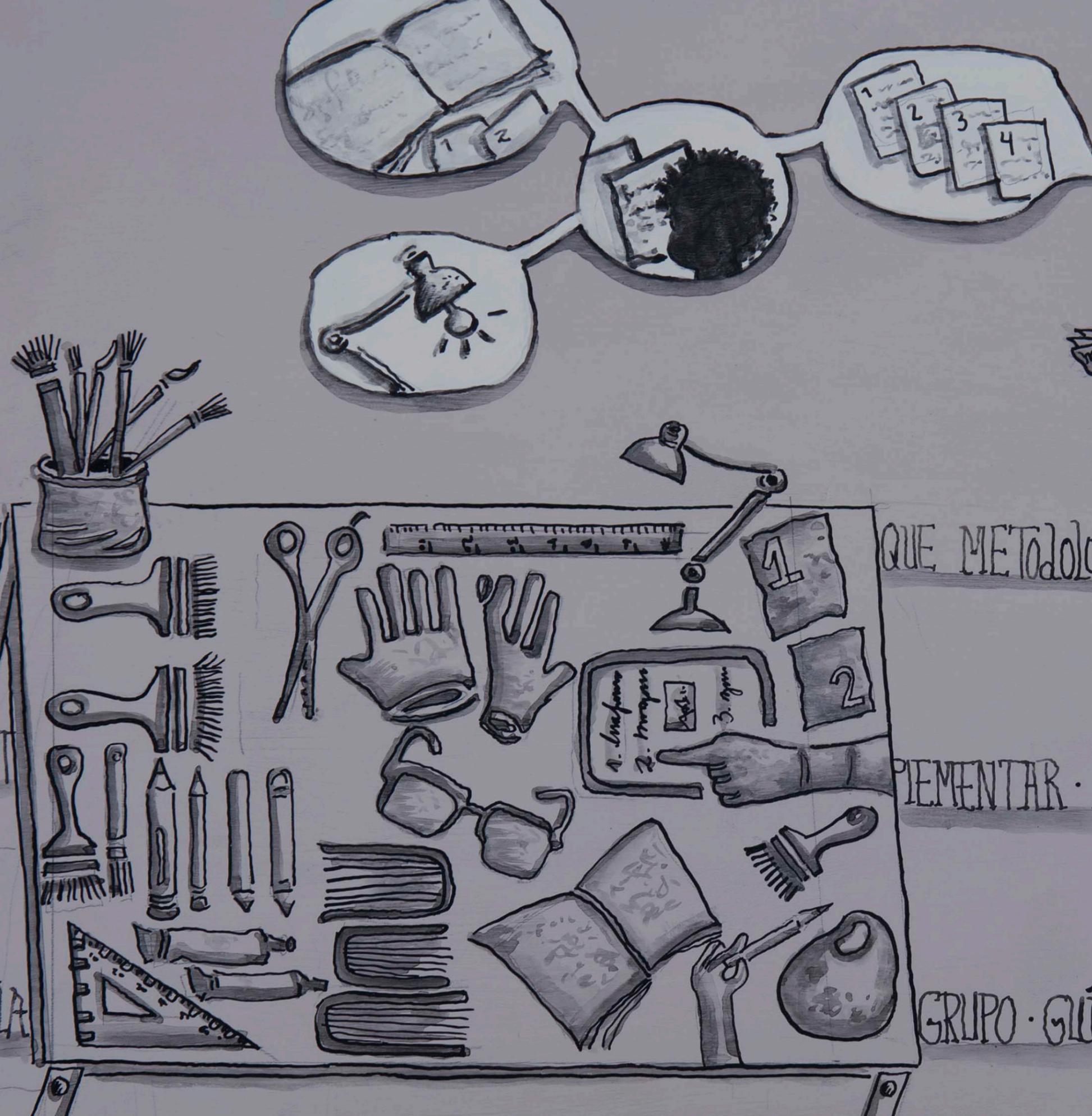
Su apuesta educativa se centra principalmente en las preferencias de los públicos, sus valores, las particularidades del contexto.

Convenios

Un convenio es una convención o un contrato con otra entidad realizada para juntar esfuerzos en torno a un interés común o a una tarea compartida.

Para diseñar un servicio educativo de este tipo se indaga por las expectativas de la entidad con la cual se realiza el convenio y se estudia el impacto conjunto en los públicos, sin desviarse de la misión propia del museo.





Pasos necesarios para crear un servicio educativo

¿A QUIÉN SE DIRIGE UN SERVICIO EDUCATIVO? La entidad museal debe seleccionar el público al cual dirige su servicio educativo, teniendo en cuenta para ello sus particularidades, intereses, necesidades y carencias.

Es una decisión clave para el proceso de diseño educativo, pues determinará el tema y la metodología para su implementación. Para ello, el museo analizará cuidadosa y rigurosamente las particularidades sociales y culturales en las que se encuentra inmerso. Esto es, verificará y reconocerá su articulación con el contexto y los públicos presentes. Revise la Cartilla [Planeación](#)

La selección de los públicos usuarios del servicio educativo podría tener en cuenta criterios como:

- * Incluir públicos con dificultades de acceso a la oferta museal (jóvenes en condición de vulnerabilidad, adultos mayores, población en condición de discapacidad, grupos étnicos, entre otros).
- * Vincular grupos poblacionales vecinos a la entidad museal (comerciantes formales e informales, estudiantes de colegios aledaños, estudiantes universitarios, oficinistas, entre otros).
- * Fortalecer la interacción con los públicos asiduos al museo.
- * Desarrollar ofertas especializadas para públicos clasificados por grupo etéreo (niños y niñas, jóvenes, adultos, adultos mayores).
- * Desarrollar ofertas diferenciadas para distintos niveles de escolaridad de la población.

El éxito de un servicio educativo depende en buena medida de reconocer y determinar claramente una meta en cuanto a cantidad y calidad de usuarios a convocar. Puede ser una meta numérica determinada de acuerdo con las capacidades generales del museo: recurso humano que dinamizará la actividad, materiales y recursos disponibles, distribución de los espacios disponibles, entre otros.

¿CÓMO EXPLORAR EL CONTEXTO DE LOS PÚBLICOS? Después de seleccionar los públicos a los cuales se dirigirá el servicio educativo se hace necesario avanzar en el conocimiento de sus contextos con el fin de entregar al usuario una experiencia gratificante en su visita al museo.

En su modelo de experiencia museística interactiva [Falk y Dierking¹](#) proponen la lectura de tres contextos claves en el proceso de interacción con los públicos:

Contexto personal

Utiliza variables que describen las personas y sus estados de ánimo desde un punto de vista psicosocial y sociodemográfico como edad, sexo, nivel de estudios, lugar de residencia. Incluye los estilos de aprendizaje del público, sus expectativas, sus intereses, las experiencias previas de cada persona en su relación con los museos. Y, por supuesto, considera inquietudes generales de los visitantes

² Falk, J.H. Y Dierking, L.D., (2000) Learning from museums: visitor experiences and the making of meaning. Walnut Creek: AltaMira Press. California.

que puedan enriquecer el diseño y los resultados del servicio educativo.

El servicio educativo por tanto debe pensarse desde un conocimiento previo de los usuarios, materia prima que alimenta el proceso de interacción con los diferentes públicos.

Contexto sociocultural

Se contemplan distintos tipos de relaciones interpersonales que pueden incidir en la visita al museo:

- Si la visita se hace en compañía de la familia, con amigos del colegio o la universidad, con grupo de pares o en solitario.
- Debe considerarse la frecuencia y volumen de visitas que recibirá el museo.
- Las particularidades socioculturales predominantes en los grupos de visitantes.

Contexto físico

Constituye un factor determinante en la planificación de la visita al museo.

Por tal razón en la elaboración del servicio educativo se deben tener en cuenta aspectos como:

- La ubicación del museo y sus alrededores.
- Los elementos arquitectónicos que definen el espacio museístico.

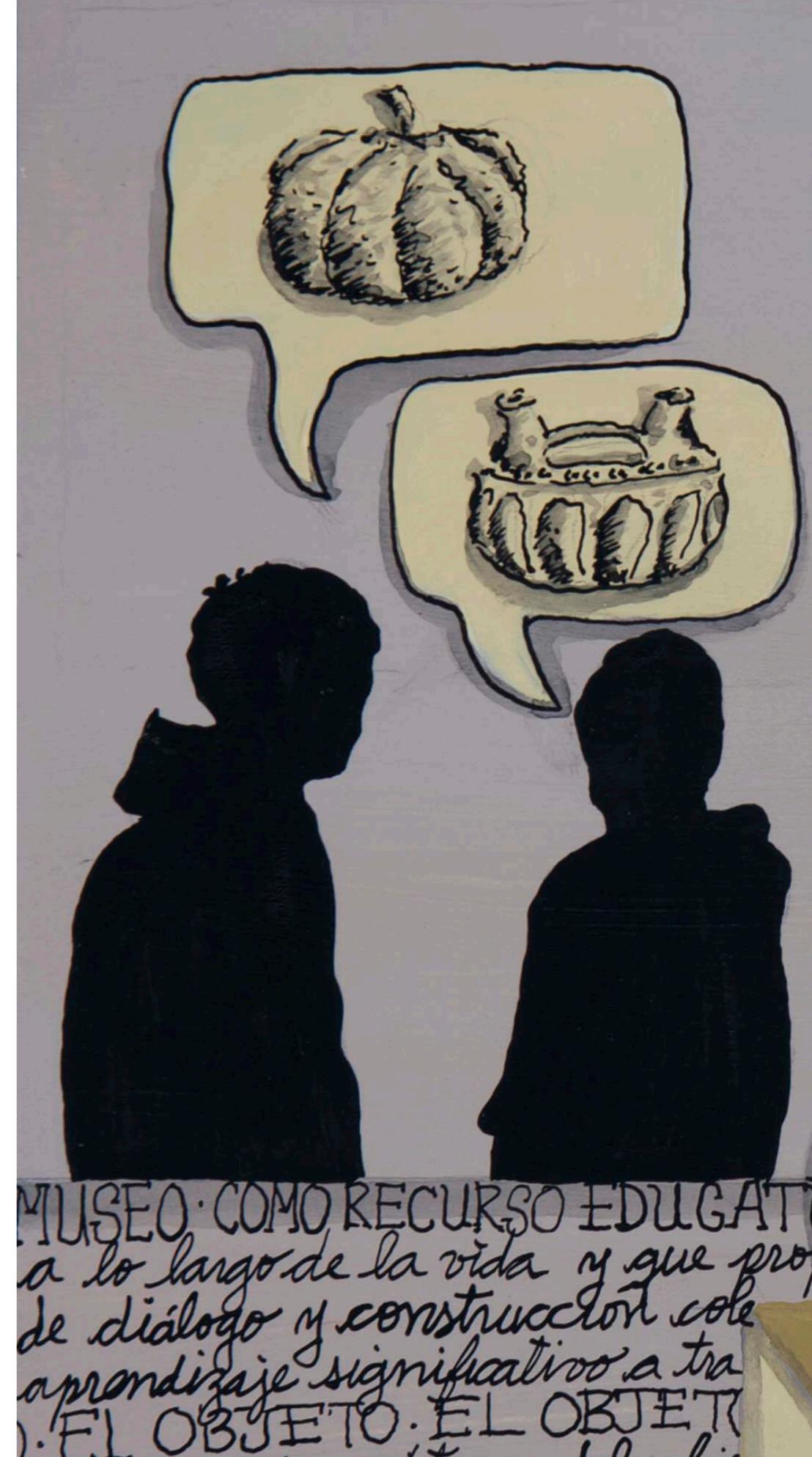
- El diseño de los lugares de exposición.
- Los sistemas de señalización y orientación de la visita.
- Los lugares de descanso.
- Los servicios que presta la entidad (tienda, café, parqueadero, etc.)
- Y en un nivel más sensitivo: los olores, el sonido, la temperatura del museo, entre otros.

Este contexto es relevante porque el aprendizaje se sitúa en un contexto físico que interactúa con los usuarios quienes recuerdan, buscan significados, otorgan sentido a los entornos y recuperan recuerdos en los lugares que visitan.

¿CÓMO PROPICIAR INTERACCIONES ENTRE EL MUSEO Y LOS PÚBLICOS? Es importante que la institución diseñe un portafolio de servicios educativos que responda a sus apuestas y que determine para estos servicios un marco de acción ajustado a su misión.

El portafolio de servicios educativos es un medio para el logro de apuestas de importancia en la concepción del museo, esto es, aquellas señaladas en la misión.

En la misión el museo establece claramente su razón de ser, las acciones y labores que desarrollará para lograr sus objetivos. En la misión se expresa el “que”, el “como” y el “para que” de su existencia.



Si en su Museo no ha trabajado todavía una visión y una misión estratégica que se corresponda con las características de sus públicos, puede usted recurrir a las Cartillas [Propuesta Museológica](#) y [Planeación Estratégica](#) a través de estos enlaces:

La misión del museo debe estar acorde con las características de sus usuarios, de su público. Debe responder a las condiciones y expectativas actuales de la entidad y a sus proyecciones en lo educativo.

Las actividades educativas propician una mayor interacción con los públicos, facilitan su reflexión frente al patrimonio y fortalecen su sentido de pertenencia con el museo. Por estas razones deben diseñarse cuidadosamente teniendo siempre en cuenta la misión del museo.

ACTIVIDADES DE INTERACCIÓN QUE PODRÍA REALIZAR CON SUS PÚBLICOS:

Visita comentada y /o recorrido guiado

Una visita comentada constituye una mirada particular sobre una exposición. La visita guiada establece con el público una relación más personalizada y fortalece el sentido de pertenencia de este con el museo. En esta actividad se reconocen los saberes e intereses del público y con base en ellos se genera un recorrido significativo.

Sus principales elementos articulan la muestra, el montaje, el guía y el público.

Talleres

Se busca que el visitante experimente por sí mismo la solución a una pregunta, a un problema, a una necesidad planteada en la muestra. Son espacios alternativos para abordar el patrimonio. Se busca que a partir de la práctica puedan inferirse conceptos, nociones o ideas claves para la disciplina, oficio o saber relacionado con la colección del museo.

Actividades escolares y/o jornadas pedagógicas

Son aquellas actividades cuyo objetivo central es facilitar la interacción entre los estudiantes y los contenidos expositivos del museo con el fin de hacerlos más cercanos a su lectura del mundo.

Estas actividades buscan complementar procesos de aprendizaje a distintos niveles (educación básica, secundaria y universitaria); ampliando e incentivando el interés de los estudiantes en unidades de estudio específicas –lecciones, temas-.

Las actividades escolares se diseñan conjuntamente con los docentes de las áreas de interés.

Actividades académicas

Son actividades donde se desarrollan temas precisos y relevantes a cargo de conocedores o expertos.

En esta perspectiva pueden incluirse actividades que amplíen la cobertura de otros servicios educativos prestados al público, tal como vimos en el ejemplo más arriba en esta cartilla: visitas especializadas, cursos, seminarios, conferencias, encuentros, conversatorios, cátedras, simposios; buscando para todos ellos su relación con los objetos y testimonios de las colecciones o con temas de relevancia en el ámbito patrimonial.

Actividades culturales

Son actividades que involucran puesta en escena de diferentes expresiones artísticas y culturales.

Pueden diseñarse también en conjunto con entidades educativas, instituciones de carácter cultural y otras. Es una oportunidad para vincular al museo proyectos independientes, y para incentivar a las comunidades a presentar sus proyectos artísticos.



Entre sus múltiples opciones están:

- * Conciertos: Pueden ser de un género específico, en temporadas especiales, o en franjas fijas.
- * Proyecciones audiovisuales: Pueden presentarse proyectos independientes de universidades, colegios y entidades culturales a través de formatos como el filmi-nuto, cortometraje, documental, experimental, video-arte y animación. Así mis-mo, la entidad museal puede emprender como proyecto un cineclub del museo.
- * Artes escénicas: Comprenden diferentes tipos de representaciones que involu-cren el cuerpo dentro de un escenario; se destacan la danza, los títeres, el teatro, entre otros.

Materiales didácticos

Los materiales didácticos son elementos que apoyan la visita al museo. Pueden ser diseñados para usarse dentro o fuera del espacio museístico, y sobre sopor-tes de cualquier material (papel, cartón, acrílico, electrónico, multimedial).

Su intención es de carácter pedagógico y didáctico, son herramientas de apoyo para diferentes casos. Entregan información adicional que acompaña al visitante durante la exhibición.

EJEMPLOS DE MATERIALES DIDÁCTICOS:

- Capacitación a las comunidades en recolección de información.
- Recolección de la información en colaboración con la comunidad.
- Análisis de la información.
- Conclusiones obtenidas a partir del análisis.

Su función puede ser informativa o didáctica. Se utilizan para las diferentes clases de públicos, deben tener un lenguaje coherente y claro acorde con la función que se les defina.

Publicaciones

Son un medio para que la entidad museal entregue conocimiento sobre el patrimonio que alberga y los servicios que ofrece. Son –sobre todo– un medio para crear memoria de sus propias acciones.

Formación de voluntarios

El voluntariado es un espacio de participación en donde personas que desean contribuir con las tareas museales se vinculan a su oferta de formación.

Se entrega a los voluntarios una formación integral en temas cercanos a sus intereses personales y funcionales para el museo: 1) Conocimiento del museo y sus colecciones, 2) Interacción con los públicos y con su entorno, 3) Tópicos de trabajo específicos al interior del museo, 4) El museo y su proyección sociocultural, la misión, y las necesidades e intereses de cada institución particular.

De este modo los voluntarios obtienen una visión completa y transversal de las labores desarrolladas en el museo y se apropian de su patrimonio actuando como enlace y difusión con sus comunidades.

Ejercicio

Redacte o recupere la misión actual de su museo y seleccione una de estas actividades tipo.

Diseñe una actividad acorde con su misión para la muestra que hoy tiene su museo en exhibición.

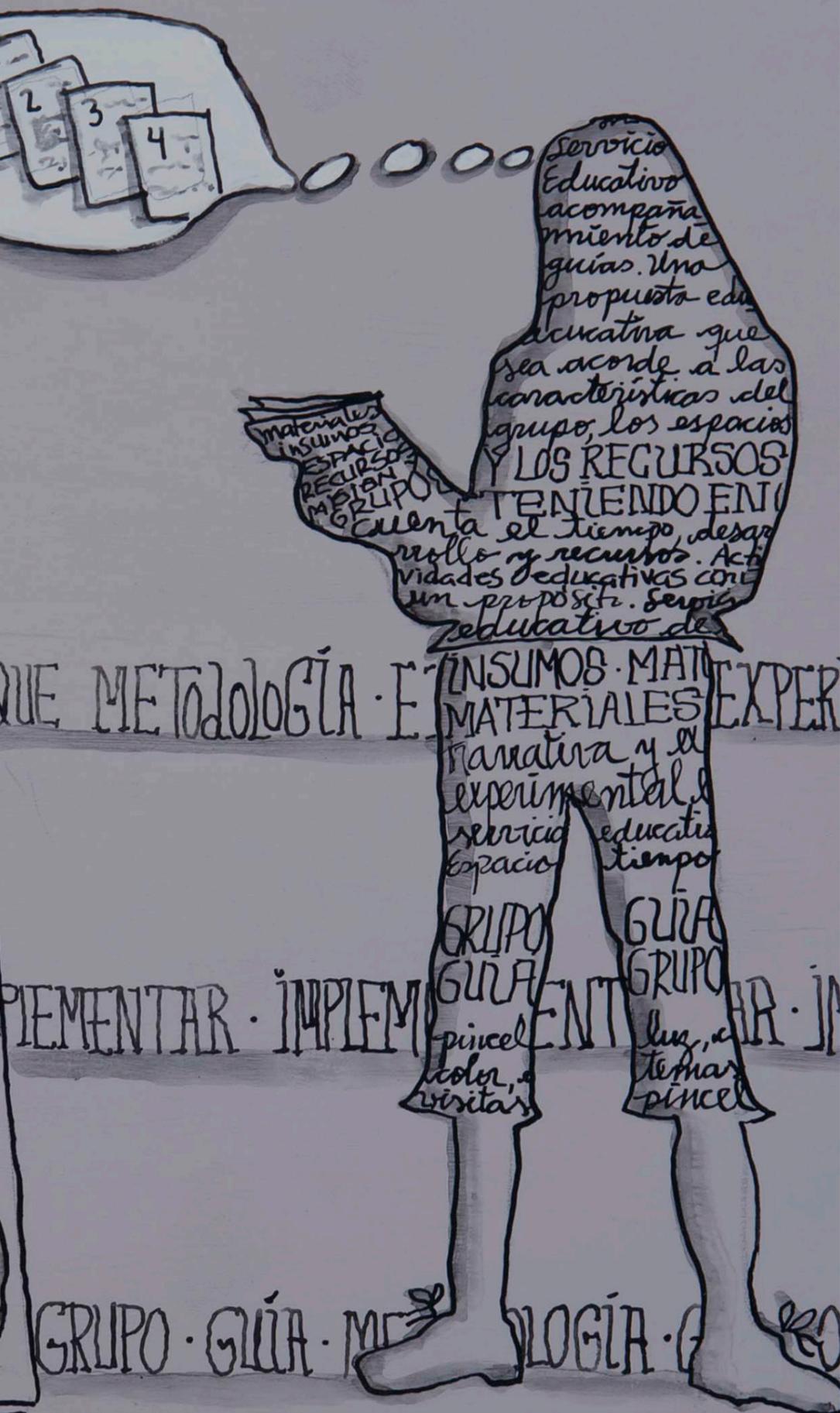
Ejercicio

alternativa

Suponga que su museo tiene esta misión

“El Museo Histórico tiene como misión investigar, valorar, conservar y difundir los testimonios de la memoria cultural local y regional; para generar así nuevos procesos sociales fortaleciendo la identidad cultural en niños, jóvenes y adultos, ofreciendo además espacios de conocimiento y deleite para toda la comunidad y los visitantes”.

Seleccione cualquiera de estas actividades tipo. Diseñe una actividad acorde con esta misión.



Actividades fuera del museo

Actividades externas al museo que buscan acercar el conocimiento del patrimonio a las comunidades.

Pueden realizarse exposiciones, cursos, talleres, charlas, conferencias y actividades lúdicas y pedagógicas con grupos poblacionales priorizados por la entidad museal.

Acciones de investigación participativa en comunidades

Son acciones que propician la participación del público en las dinámicas de la entidad museal; se acepta –entonces– compartir con las comunidades las actividades de investigación, preservación y difusión del patrimonio.

Esta labor implica un proceso de investigación permanente, sensibilización y motivación; que reconozca dinámicas e intereses de los públicos mediante el diálogo y el análisis de experiencias contextualizadas en tiempo y en espacio, y la retroalimentación continua con la comunidad.

Ejercicio

Recuerde las actividades educativas que nuestro hipotético museo realiza con abuelos y jóvenes en la plaza central del municipio.

¿Cuál piensa que es el objetivo de esa actividad?

Marque la respuesta acertada

- Los usuarios obtienen conocimiento y comprensión sobre un tema.
- Los usuarios desarrollan o fortalecen habilidades.
- Los usuarios disfrutan, se inspiran y crean en equipo.
- El público logra avances o “progresos” en ciertos temas interesantes y significativos.

¿CUÁLES SERÁN LOS OBJETIVOS DEL APRENDIZAJE? El objetivo para una actividad de aprendizaje o para un servicio educativo es aquello que el museo espera lograr con sus usuarios al realizar la actividad.

Objetivos de un servicio de aprendizaje podrían ser:

- * Que la persona obtenga conocimiento y comprensión sobre un tema.
- * Desarrollar o fortalecer habilidades.
- * Ofrecer disfrute, inspiración y creatividad al público.
- * Establecer avances o “progreso” en determinados temas.

¿QUÉ METODOLOGÍAS APLICAR PARA LA OFERTA EDUCATIVA? En este apartado se tratan los procedimientos a seguir en las actividades, teniendo en cuenta los elementos que hemos mencionado y los tipos de metodología más apropiados.

NARRATIVA

Actividades educativas de tipo narrativo son aquellas que –como su nombre lo indica- aprovechan el **interés** y el **gusto** de las personas por la **narración de sucesos**. Todos los seres humanos disfrutamos el placer de contar historias y de escuchar historias: alguien prefiere contar, alguien prefiere escuchar, pero siempre sentimos emoción al escuchar o al crear narraciones.

La emoción es un camino directo hacia el interés de las personas. Una estrategia didáctica que se apoya en la capacidad y el interés por narrar historias puede tener un éxito casi garantizado.

Por ejemplo, un museo en Mompox puede tener una muestra sobre la historia de la navegación por el Magdalena. Una estrategia narrativo-didáctica puede tener como base formular esta pregunta a sus usuarios: ¿Cuándo navegaste por última vez por el Magdalena? Cada persona –por ejemplo, en un grupo de visitantes- cuenta su anécdota. De esta narrativa sencilla pueden desprenderse otras similares.

Metodología

- 1) Establecer el tema de la actividad narrativa.
- 2) Establecer un objetivo para la actividad.
- 3) Invitar a la actividad a los públicos que se han definido. En el ejemplo serían jóvenes, abuelos y maestros de secundaria.
- 4) Propiciar el comienzo de la actividad mediante una introducción motivadora. Por ejemplo: “Sabemos que muchas de las personas que se encuentran hoy acá tuvieron parientes arrieros, o, incluso, fueron arrieros en su juventud. ¿Quieren contarnos alguna historia de miedo de los arrieros?”
- 5) Facilitar el desarrollo de la actividad mediante un ejercicio de moderación y

asignación equitativa de la palabra. Es decir, lograr que todas o casi todas las personas participen.

6) Cerrar la actividad mediante alguna conclusión, que puede ser construida por el grupo total. Por ejemplo, se hace la pregunta: ¿Cómo creen ustedes que contribuyeron los arrieros a la economía del municipio en los años de la fundación?

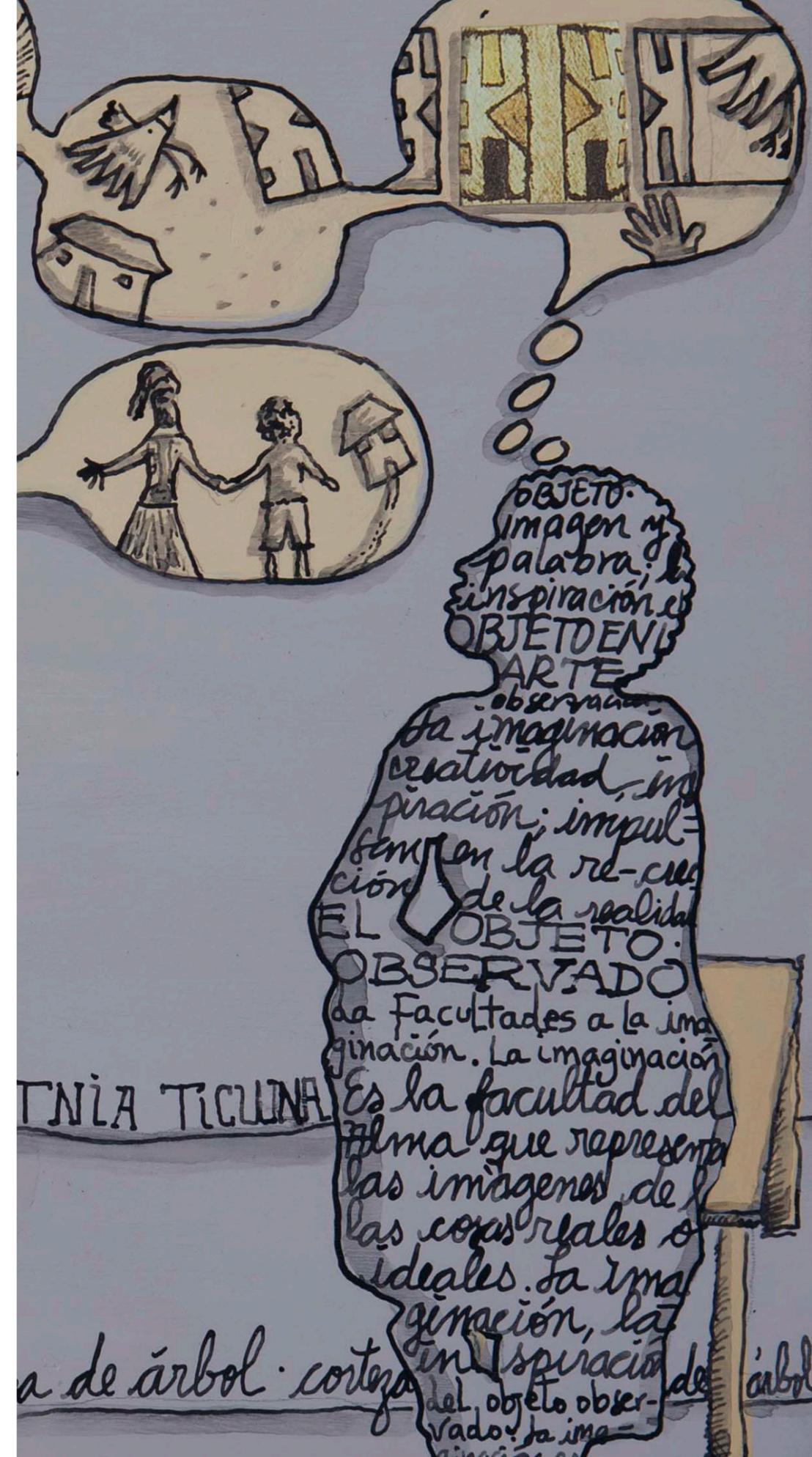
EXPERIENCIAL

Se trata también –la palabra lo explica– de propiciar experiencias en el escenario del museo. En una exposición sobre la llegada del hombre a la luna en 1969 pueden ubicarse computadores que simulen la estación terrestre que guía el vuelo a la luna, se puede encontrar en esos ordenadores información técnica sobre la hazaña mundial.

Las personas pueden tener una comprensión directa del asunto si el museo les entrega una oportunidad de “vivir y experimentar” las situaciones que se exponen en la muestra. Los museos de ciencia y tecnología usan mucho este tipo de estrategias didáctico-educativas.

Metodología

- 1) Establecer el tema de la actividad experiencial.
- 2) Establecer un objetivo.



3) Establecer unas “reglas de juego” para el desarrollo de la actividad. Ejemplo: tiempo máximo disponible, tipos de información a recuperar, formar equipos en lugar de buscar individualmente.

4) Modo de presentación de los resultados de la experiencia investigativa.

5) Cierre, conclusiones o presentaciones de los hallazgos de cada grupo.

ESTÉTICO/ARTÍSTICA

Una experiencia de tipo estético/artístico hace posible la producción de opiniones, pensamientos o ideas en un marco de libre creatividad.

Por ejemplo, una pintura, una escultura, un collage, una anécdota, una novela, una narración.

Una didáctica estético/artística facilita el aprendizaje en la medida en que la persona es libre de crear y proponer una mirada personalísima sobre el mundo, misma que proviene de sus propias ideas, sin limitaciones: la libertad que otorga el escenario de lo artístico permite que la persona se sienta cómoda para proponer asuntos que mediante otros discursos más “normatizados” (científico, racionalista, positivo, del derecho, el mismo lenguaje cotidiano) no podría expresar –ni, aún– explorar.

Las personas realizan pinturas, fotos, vídeos, anécdotas, acerca de lo **que el museo exhibe, propone, muestra, reflexiona**. Estas didácticas permiten la expresión de lo personal, emocional e íntimo. Los dos modos de manifestación son potentes para dejar alta recordación y apropiación.

Metodología

- 1) Establecer el tema de la actividad artística.
- 2) Establecer un objetivo.
- 3) Motivar a las personas entregando elementos y estableciendo la libertad total para “jugar” con los elementos técnico/creativos (pinturas, lápices, pinceles, papeles, fotos, revistas...etc)
- 4) Establecer unas “reglas de juego” para el desarrollo de la actividad. Ejemplo: tiempo máximo disponible, formar equipos a cambio de crear individualmente.
- 5) Modo de presentación de los resultados de la experiencia investigativa.
Por ejemplo: las personas que terminan cuelgan su trabajo en la pared.
- 6) Mecánica para que todas las personas vean con tranquilidad todas las obras.
- 7) Cierre, conclusiones o presentaciones de cada obra y conversaciones alrededor de estas. Por ejemplo: a una persona se le pregunta: **¿Qué representa esta obra?** Luego la persona que hizo el trabajo habla de aquello que quería significar con su obra.



LÓGICA

A diferencia de la anterior, una didáctica de tipo lógico busca que las personas establezcan o reconozcan relaciones lógicas, de continuidad temporal, del tipo “causa/efecto”. Estas relaciones son útiles para el aprendizaje por su cercanía con las acciones de la vida de todos los días. Las didácticas lógicas pueden tener un componente narrativo fuerte ya que se desarrollan necesariamente en el tiempo: existe un primero, un después, un más adelante y un final, cierre o conclusión.

Metodología

- 1) Establecer el tema de la actividad lógica.
- 2) Establecer un objetivo.
- 3) Establecer un tema para la actividad.
- 4) El tema debe ser tratado en las exhibiciones en curso de la entidad museal.
- 5) Formular una pregunta introductoria que relacione las personas del público con sus intereses actuales (que el museo ha indagado y determinado previamente). Por ejemplo: en un museo en la costa Caribe que hace una exposición sobre el ferrocarril la pregunta puede ser: ¿En qué canción se hace referencia al ferrocarril? (El Testamento, de Rafael Escalona).
- 6) Hacer una segunda pregunta relacionada con la primera que se refiera a una lógica determinada. Para el caso puede ser la lógica del recorrido férreo Valledupar- Barranquilla.

7) Para facilitar el desarrollo –si nadie da respuesta- se lanza entonces una pregunta alterna: ¿Cómo es este viaje hoy por carretera? ¿Qué ciudades y municipios atraviesa?

8) Se expande la temática refiriéndose a contrastes entre el transporte en aquel tiempo y el momento actual.

9) Cierre, de acuerdo con el desarrollo de la actividad según la realizan las personas del público.

FILOSÓFICA

Metodologías que potencian la construcción autónoma de conocimiento y de pensamiento. Para ello deben construirse “preguntas y dispositivos generadores” que crean dudas e interrogantes al usuario; pero que al mismo tiempo le incentivan a construir respuestas desde sus propios saberes, considerando su nivel de conocimiento sobre el asunto.

Metodología

1) Establecer el tema de la actividad filosófica.

2) Establecer un objetivo.

3) El tema debe ser tratado en las exhibiciones en curso de la entidad museal.

4) Diseñar preguntas generadoras y que relacionen las personas del público con sus intereses actuales (que el museo ha indagado y determinado previamente) y con el mundo actual. Por ejemplo: se cuenta la anécdota de un padre que le trae a su hijo un libro como regalo. El niño pregunta a su padre: “Dime pa, esta tableta electrónica tan rara ¿Cómo se prende, con qué pilas trabaja; o no tiene pilas?”

5) Lanzar una segunda pregunta relacionada con la primera que genere dudas e indagaciones profundas, ejemplo: ¿Es mejor leer libros impresos o leer en los dispositivos electrónicos?

6) Para facilitar el desarrollo –si nadie da respuesta- se lanzan preguntas alternas.

7) Se expande la temática refiriéndose a contrastes entre el mundo hoy y el pasado reciente.

8) Cierre, de acuerdo con el desarrollo de la actividad según la realizan las personas del público.

Ejercicio

Escoja una de las modalidades anteriores y diseñe una actividad siguiendo las metodologías propuestas.

Si le parece conveniente podría hacer propuestas que unan algunas de las metodologías listadas más arriba, de acuerdo con las posibilidades e intereses de la misión de su Museo y de los intereses del público.

¿CÓMO SE DISEÑA Y SE ESTRUCTURAN LAS ACTIVIDADES? Es muy importante –se reitera– estructurar el servicio educativo considerando claramente las características y niveles de saber y conocimiento de la comunidad usuaria.

Se sugiere tener en cuenta las siguientes líneas generales en la estructuración de la oferta educativa:

- * Diseñar la llegada de los grupos participantes al museo, la presentación de la entidad museal, y una motivación hacia la actividad a realizar. Piense que la primera actividad que encuentra el usuario establece el significado de toda la actividad, y deja en su recuerdo la mayor impresión. Trate de provocar mucho interés a partir de su conocimiento del público.
- * Desarrollo concatenado de la actividad educativa, estableciendo secuencias que muestren su avance y mantengan el interés en la continuidad lógica y cronológica; la secuencia permitirá al usuario reconocer sus logros sucesivos. Esto se obtiene con un buen conocimiento de las características y particularidades de los públicos, los espacios y los recursos planteados.
- * Cada cierto tiempo deben abrirse escenarios para una puesta en común de las comprensiones y percepciones de cada grupo de usuarios (es un escenario muy apropiado para señalar al público avances y escalones de logro).
- * Cierre pedagógico de la actividad. Puede tener una acción metacognitiva, esto es, una acción que facilite a las personas constatar sus propios aprendizajes.

La acción metacognitiva puede incluirse también en los sucesivos escenarios de puesta en común. Basta una pregunta simple: ¿Qué hemos aprendido hasta ahora? En los escenarios de puesta en común. Y ¿qué es lo que mejor recuerdan de esta visita o actividad? Al cierre de la experiencia educativa.

INSUMOS: Para llevar a buen término la actividad o el servicio educativo deben tenerse muy en cuenta los recursos necesarios para ejecutarla: Escriba un ejemplo, piense un ejemplo de su propio museo.

TIEMPO: Es necesario valorar claramente el tiempo de duración de la actividad en su conjunto y de cada una de las partes que la componen. Se podría estimar una hora y media de duración para una actividad promedio.

RECURSOS INTERACTIVOS: Se refiere a dispositivos tecnológicos y museográficos que se ponen en juego en la exposición y que se integran en la actividad o en los servicios educativos.

MATERIALES: Se refiere a los materiales de carácter fungible necesarios para la ejecución de la actividad, especialmente elementos de papelería.

LUGAR: Espacios donde se desarrollará la actividad, considerando los recorridos y desplazamientos que se realizarán durante su desarrollo.

TALENTO HUMANO: Se refiere a los recursos humanos requeridos para ejecutar adecuadamente las acciones, actividades, labores y tareas en el diseño e implementación del servicio educativo.

Estos aspectos deben ser cuantificados en el marco del servicio educativo para establecer la búsqueda de recursos y/o los procesos de gestión de los mismos.

PILOTAJE: El pilotaje es un proceso realizado para validar el servicio educativo. Antes de incluir una actividad o un servicio en el portafolio de la entidad museal es necesario ponerlo a prueba con la población. Se busca determinar la recepción del público a la propuesta, si se lograron los objetivos planteados, si estaba acorde con las necesidades identificadas: aspectos que permiten hacer ajustes conceptuales y metodológicos.

Con esta información, obtenida de la evaluación de los participantes en la actividad, las personas encargadas de diseñar el servicio educativo podrán hacer los ajustes respectivos antes de institucionalizar el servicio.

Ejercicio

Basándose en las actividades diseñadas en ejercicios anteriores, haga un diseño provisional de sus servicios educativos.

¿CÓMO SABER SI LAS ACTIVIDADES EDUCATIVAS SON EFECTIVAS? La revisión y el ajuste de las actividades educativas es un proceso que se ejecuta **en todos los momentos del servicio educativo** (antes, durante y después). Permite revisar el servicio educativo y hacer correcciones según las necesidades. Puede hacerlo usted mismo de manera sencilla observando, haciendo entrevistas, revisando las acciones con su equipo de trabajo; contrastando los resultados obtenidos contra los objetivos planeados.

HERRAMIENTAS PARA REVISAR LA PROPUESTA EDUCATIVA

Se revisa el desarrollo de la actividad mediante observación o participación directa con los usuarios. Es útil considerar los siguientes aspectos en la observación: interacción entre dinamizadores y participantes, discusiones, debates y aportes de usuarios, niveles interés y participación en las herramientas lúdicas y pedagógicas que constituyen la actividad.

De igual manera, en la etapa del diseño, la observación y la interacción con los públicos permite analizar el contexto del museo, su relación con las comunidades y las necesidades de estas en términos educativos.

Se sugiere tener en cuenta herramientas como:

Observación sistemática

Consiste en observar la actividad bajo la orientación de una guía o cuestionario que conduce la observación considerando los determinantes y características diseñadas para la actividad.

Observación participante

Consiste en vincularse e interactuar con las personas participantes para analizar la experiencia y su desarrollo en la cotidianidad del museo.

Se pueden elaborar diarios de campo para registrar apuntes sobre la observación; los apuntes sirven como insumo para diseño y ajuste de servicios educativos.

Grupos focales

Consiste en una reunión de grupo; pueden juntarse entre seis y doce personas que conversan con la guía y apoyo de un moderador. El moderador hace preguntas en momentos y en temas clave para evitar la dispersión de la conversación.

El grupo responde las preguntas en una dinámica agradable y distensionada, los participantes deben sentirse cómodos y libres para expresar y comentar sus opiniones.

Encuesta

Consiste en un cuestionario diseñado con preguntas más o menos estandarizadas. La encuesta puede sintetizarse en una base de datos que interpreta y resume las respuestas de los encuestados.

Las temáticas de las preguntas dependen de las necesidades de información de la entidad museal y la etapa del proceso que se evalúa.

Entrevista

Consiste en una conversación relativamente formal entre dos o tres personas; la entrevista tiene una estructura ordenada mediante preguntas sucesivas. Se usa para indagar por aspectos más detallados y con mayor profundidad en el acercamiento a los públicos.

Redes sociales

Las redes sociales permiten a las instituciones acercarse a sus visitantes de manera diferente. El potencial de las tecnologías de la información para los museos es inagotable y supone una nueva vía de trabajo fecunda y enriquecedora que puede aportar grandes resultados a la institución, al evaluar sus servicios educativos en algunos segmentos de población.



Una vez obtenida esta información a través de las herramientas mencionadas, se revisan los aportes de las personas participantes en las actividades, sus opiniones, sus gustos; aún, sus críticas.

Mediante el análisis pueden determinarse las fortalezas y debilidades de la propuesta educativa. Es decir: ¿Funciona? ¿Es interesante para el público? ¿Le ofrece información útil, significativa, suficiente? ¿Quedan dudas, inquietudes, otros intereses u otras motivaciones?

Observe que no se privilegia ni se enfatiza en lo malo, lo difícil o lo problemático. Se trata de comprender las reacciones del público para ajustar el servicio, generando un proceso de mejoramiento y ajuste continuo que responde regularmente a las necesidades de los públicos.

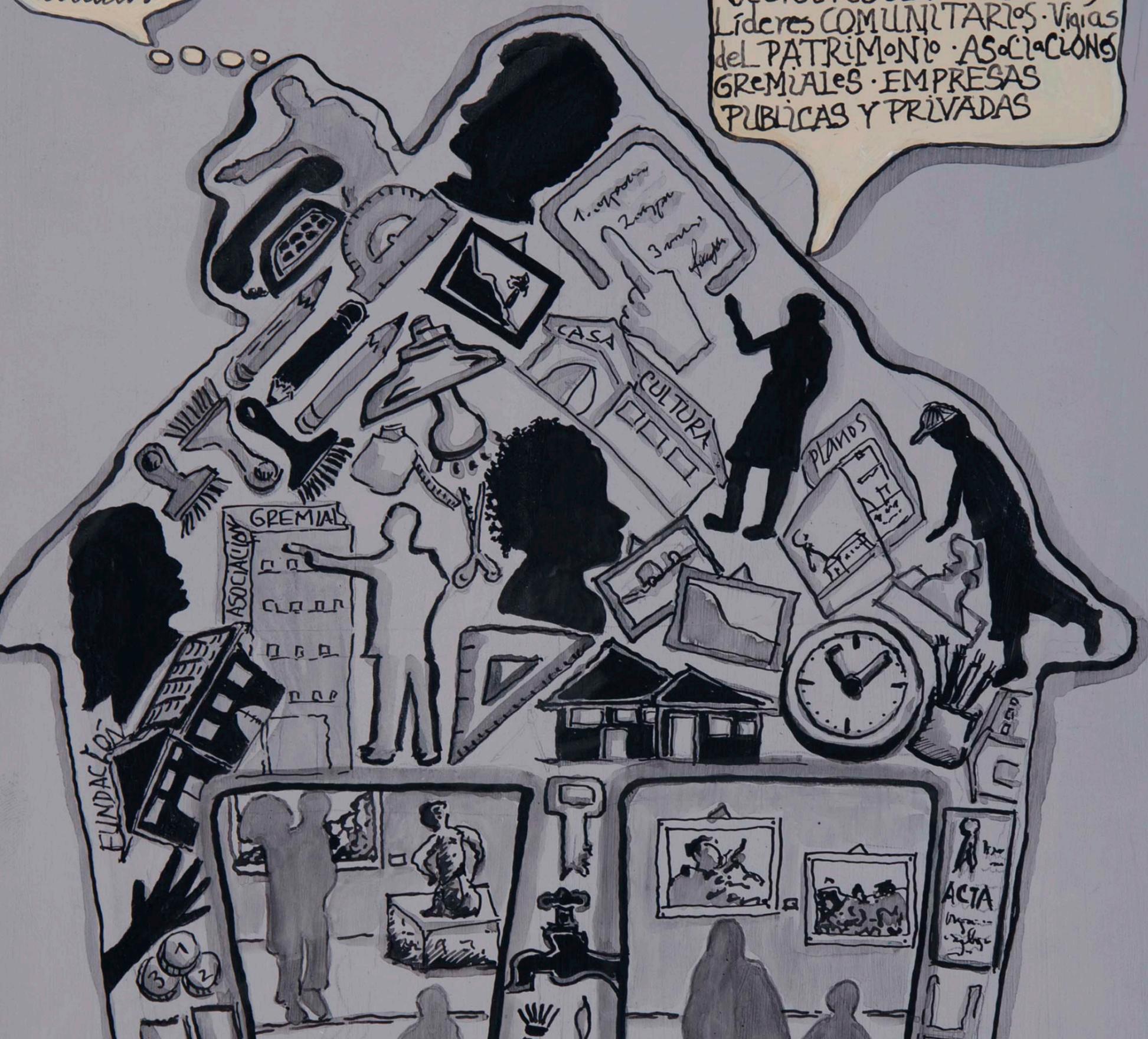
Ejercicio

Recupere las opiniones positivas que su público ha expresado.

Recupere aquellas negativas o aquellas que plantean nuevas motivaciones y requerimientos. Luego, trate de ajustar el servicio educativo mejorando las cosas que ellos consideran deficientes, fortaleciendo aquello que desean encontrar. Por ejemplo: aprecian las visitas guiadas pero les gustaría una guía escrita para seguirla; entonces imprima pequeños volantes o guías. Consideran que los grupos son demasiado grandes y les cuesta apreciar las obras; proponga entonces grupos más pequeños, con recorridos más cortos en tiempo; diseñe más alternativas de horario.

en búsqueda de aliados...

Secretarías DE EDUCACIÓN
CASAS de CULTURA · Fundaciones
Secretarías DE CULTURA ·
Líderes COMUNITARIOS · Vigías
del PATRIMONIO · ASOCIACIONES
GREMIALES · EMPRESAS
PUBLICAS Y PRIVADAS



En busca de aliados

EJEMPLOS DE ALIADOS

- Secretarías de Cultura.
- Casas de Cultura.
- Secretarías de Educación.
- Líderes comunitarios.
- Asociaciones gremiales.
- Instituciones educativas.
- Fundaciones.
- Vigías del patrimonio.
- Empresas públicas y privadas

Un servicio educativo puede hacerse exclusivamente por parte del museo o puede hacerse con otras instituciones o personas: por ejemplo, con escuelas o expertos, tal como hemos visto en el ejemplo. Los aliados son personas, grupos de personas o instituciones con intereses y causas comunes, con recursos o capacidad para apoyar el servicio educativo de la entidad museal. Los aliados pueden apoyar las actividades para lograr o para aumentar el impacto esperado.

En ciertos casos los aliados contribuyen a una lectura del contexto más acertada y precisa, o contribuyen con sus conocimientos del usuario o destinatario de la actividad o servicio.

¿CÓMO ENCONTRAR ALIADOS? La forma más fácil de vincular aliados a los procesos educativos es identificar en el contexto de la entidad museal personas o instituciones que trabajan asuntos similares.

Por ejemplo, si el proyecto de la entidad museal va dirigido a mujeres cabeza de familia, el museo puede generar vínculos con las oficinas que abordan este tema en alcaldías locales, gobernaciones, etc.

Un método para avanzar en la consecución de aliados puede ser la construcción de un inventario o directorio de actores clave en el territorio, institucionales o no institucionales, con el fin de generar enlace con estas entidades.

Bibliografía de referencia

>> Camacho Rojas, Felicia, (2007). “Los programas educativos de los museos del Banco Central” IX Congreso Nacional de ciencias, exploraciones fuera y dentro del aula. Instituto tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica.

Recuperado de: <http://www.cientec.or.cr/exploraciones/ponencias2007/FeliciaCamacho.pdf>

>> Falk, J.H. Y Dierking, L.D., (1992) [The museum experience](#). Whalesback Books. Washington

>> Falk, J.H. Y Dierking, L.D., (2000) [Learning from museums: visitor experiences and the making of meaning](#). Walnut Creek: AltaMira Press. California.

>> Hein, George E. SF, [El Museo Constructivista](#), Bogotá, Colombia, CECA Comité de Acción Educativa y Cultural de Museos de Bogotá.

Recuperado de: <http://www.ilam.org/documentos/centro-de documentacion.html?sobi2Task=sobi2Details&catid=12&sobi2Id=376>

>> Hooper Greenhill., (1996) [Museums and their visitors](#). Routledge. New York

>> Maceira Ochoa, Luz., (2008) [Los museos: espacios para la educación de personas jóvenes y adultas](#).
En: Revista Decisio. Saberes para la Acción en Educación de Adultos. Mayo-agosto.

Recuperado de: http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio_20/decisio20_saber1.pdf

>> Museo Nacional de Colombia., (2009) [“Comunicación + educación en un museo. Nociones básicas”](#)
Bogotá

>> Padro, Carla., (2011). [Retos de la museología crítica desde la pedagogía crítica y otras intersecciones](#).
Revista Museo y territorio, N. 4, pp. 102-114. Universidad de Barcelona.

Recuperado de: <http://www.museoyterritorio.com/pdf/museoyterritorio04-11.pdf>

>> Rodrigo, J.,(2008). [La otra documenta 12 contrapartidas pedagógicas](#). En Papers de Art N. 94.

Recuperado de: <http://javierrodrigomontero.blogspot.com/>

>> Zabala, Mariela E. y Roura G., Isabel. (2006) [“Reflexiones teóricas sobre patrimonio, educación y museos”](#).
Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales. Mérida-Venezuela., Enero-Diciembre. N° 11:233-261.

Recuperado de: http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131695052006000100011&lng=en&nrm=Iso&tlng=es

MINISTERIO DE CULTURA

Ministra

Mariana Garcés Córdoba

Viceministra

María Claudia López Sorzano

Secretario general

Enzo Rafael Ariza Ayala

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA

Directora

María Victoria de Angulo de Robayo

Subdirectora

Ana María Cortés Solano

Secretaria ejecutiva

Ligia Mendoza Suárez

Planeación y control presupuestal

Rosario Rizo Navarro

Diego Camilo Charry Sánchez

Programa Fortalecimiento de Museos

María Cristina Díaz Velásquez

José Bernardo Acosta Narváez

Irene Carolina Corredor Rojas

Jaime Orlando Félix Bermúdez

Elsa Janneth Vargas Ordóñez

Claudia Liliana Villegas Orozco

Mónica Clavijo Roa

Juan Carlos Cipagauta Acosta

Jennifer Cortés Giraldo

Abimelec Enoc Martínez Robles

Astrid Karina Fajardo Carvajal

Secretaria ejecutiva

Berenice Cristancho Vera

Pasantes

Camila Borda Calderón

Camila Jiménez Acero

Curaduría de Arte

Gloria Pineda Moncada

Laura Rubio León

Paola Camargo González

Guillermo Vanegas Flórez

Curaduría de Historia

María Paola Rodríguez Prada

Ángela Gómez Cely

Libardo Hernán Sánchez Paredes

Santiago Robledo Páez

Cindia Caterine Arango López

Curaduría de Arqueología y Etnografía (en convenio con el ICANH)

Margarita Reyes Suárez

Patricia Ramírez Nieto

Deissy Cristina Perilla Daza

Gina Catherine León

Paula Kamila Guerrero García

Catalina Cavelier Adarve

Natalia Lozada Mendieta

María Victoria Galvez

Paola López Lara

Marcela García Sierra

Francisco Escobar Salas

Carlos Iván Rodríguez

Secretaria ejecutiva

Sandra Julieth Molina Panqueba

Gestión de Colecciones

Fernando López Barbosa

Secretaria ejecutiva

Bertha Aranguren

Área de Registro y Documentación

Martha Lucía Alonso González

María José Echeverri Uribe

Sandra Milena Ortiz Cardona

Pedro Pablo Méndez Aguacía

Samuel Monsalve Parra

Área de Conservación

María Catalina Plazas García

Yeni Liliana Sánchez Gómez

Practicantes

Ginna Xiomara Rodríguez Cuncanchún

Dalí Francisco Mesa Silva

Archivo y Centro de Documentación

Antonio Ochoa Flórez

Angélica María Díaz Vásquez

Museografía

Germán Eduardo Lemus Rincón

Nury Espinosa Vanegas

Laura María Ortiz

Practicante

Valeria Morales Rodríguez

Montaje museográfico

Miguel Antonio Sánchez Montenegro

Jesús Roberto Gómez León

Servicios educativos y culturales

Carlos Eduardo Serrano Vásquez

Secretaria ejecutiva

Diana Marcela Gómez Bernal

Programación cultural

Nancy María Avilán Dávila

Monitores permanentes

Cristian Alejandro Suárez Caro

Diana Carolina Monroy García

Iván Andrés Otálora Orjuela

Johana Marcela Galindo Urrego

Juan Ricardo Barragán Aguilar

Viviana Andrea Díaz Barreto

Walter Mauricio Martínez Rosas

Comunicaciones

María Andrea Izquierdo Manrique

Felipe Lozano Ortega

José Muñiz Moreno

Elkin Rivera Gómez

Practicante

Ana María Collazos Solano

Exposiciones itinerantes

Adriana Parra Peña

Asesoría Jurídica

María Clara Fajardo Atuesta

Secretaría ejecutiva

Dayana Reyes

Informática

Giovanny Andrés Espitia Roa

Diego Andrés Díaz Gómez

Fabio Humberto Malambo

Administración

Jorge Augusto Márquez Pabón

Jesús Narváez Maya

Auxiliar administrativa

Mileidy Johana Orjuela Monroy

Boletería

Juan Carlos Galarza Pinto

Conductor

Jorge Bernal Muñetón

Mensajero

Miguel Antonio Hurtado Espinel

Seguridad

Seguridad Superior Ltda

Security Shops Ltda

Aseo

Eminser Ltda

Eventos especiales y mercadeo

María Virginia Rodríguez de Valdenebro

Auditorio Teresa Cuervo Borda

Julián Erazo López

ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL MUSEO NACIONAL

Presidente de la Junta Directiva

Jorge Cárdenas Gutiérrez

Directora ejecutiva

María de los Ángeles Holguín Pardo

Administración

Ana María Heilbron Jácome

Luz Marina Cruz Ramírez

Alexandra Mora Hurtado

Édgar Suárez Vega

Tienda

Jorge Alberto Medina Martínez

Anderson Flórez Sanchez

Coordinación editorial

María Cristina Díaz

Elsa Janneth Vargas

Asesoría en estructura y contenidos

Carlos Eduardo Serrano

Textos

Elsa Janneth Vargas

Diseño Didáctico

Juan Fernando Franco

Edición y corrección de estilo

Juan Fernando Franco

Ilustraciones

Nury Espinosa

Diseño

Marcela Franco Cajiao

© Bogotá, noviembre de 2014

ISBN 978-958-753-170-1

Programa Fortalecimiento de Museos

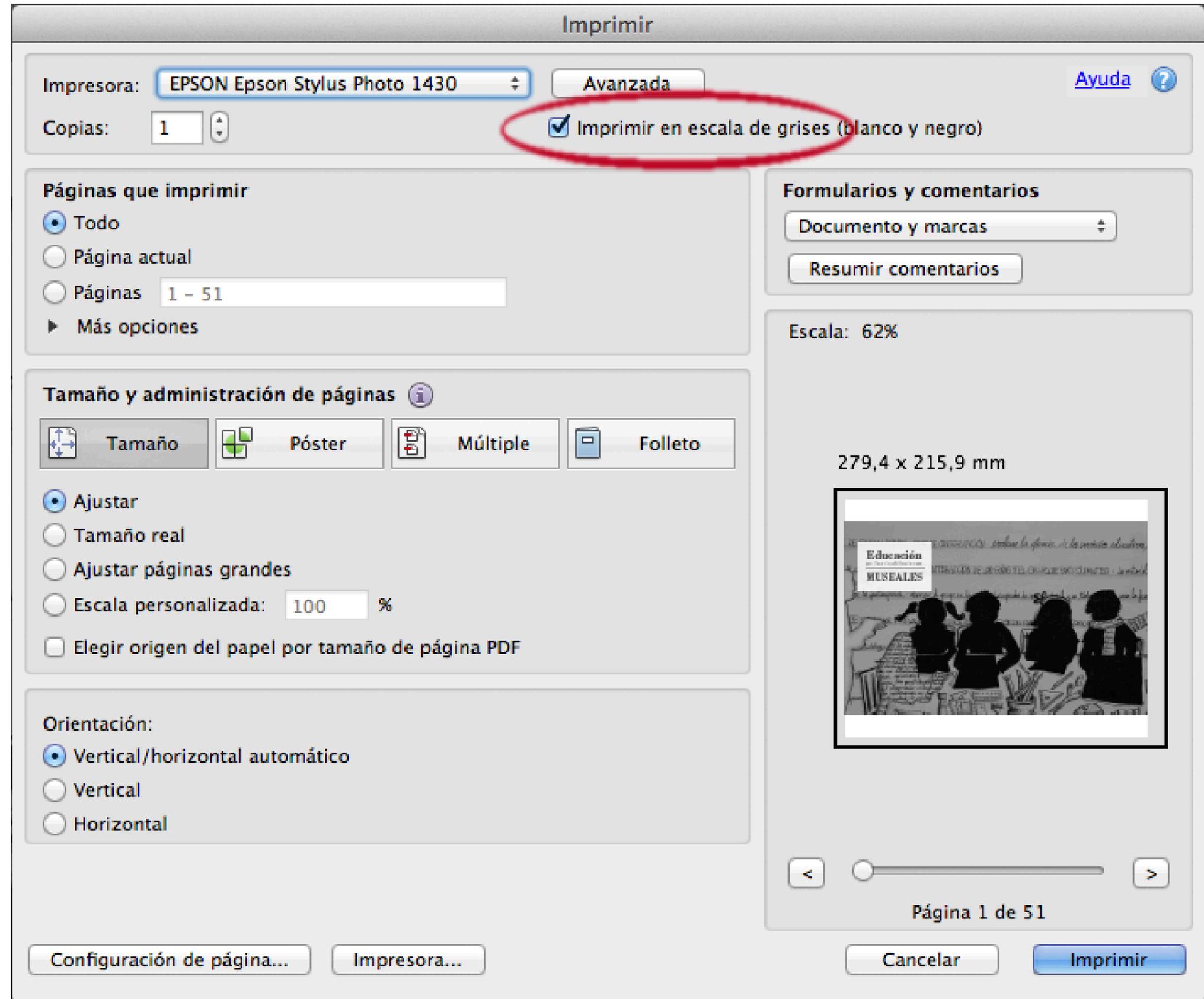
Museo Nacional de Colombia

www.museoscolombianos.gov.co

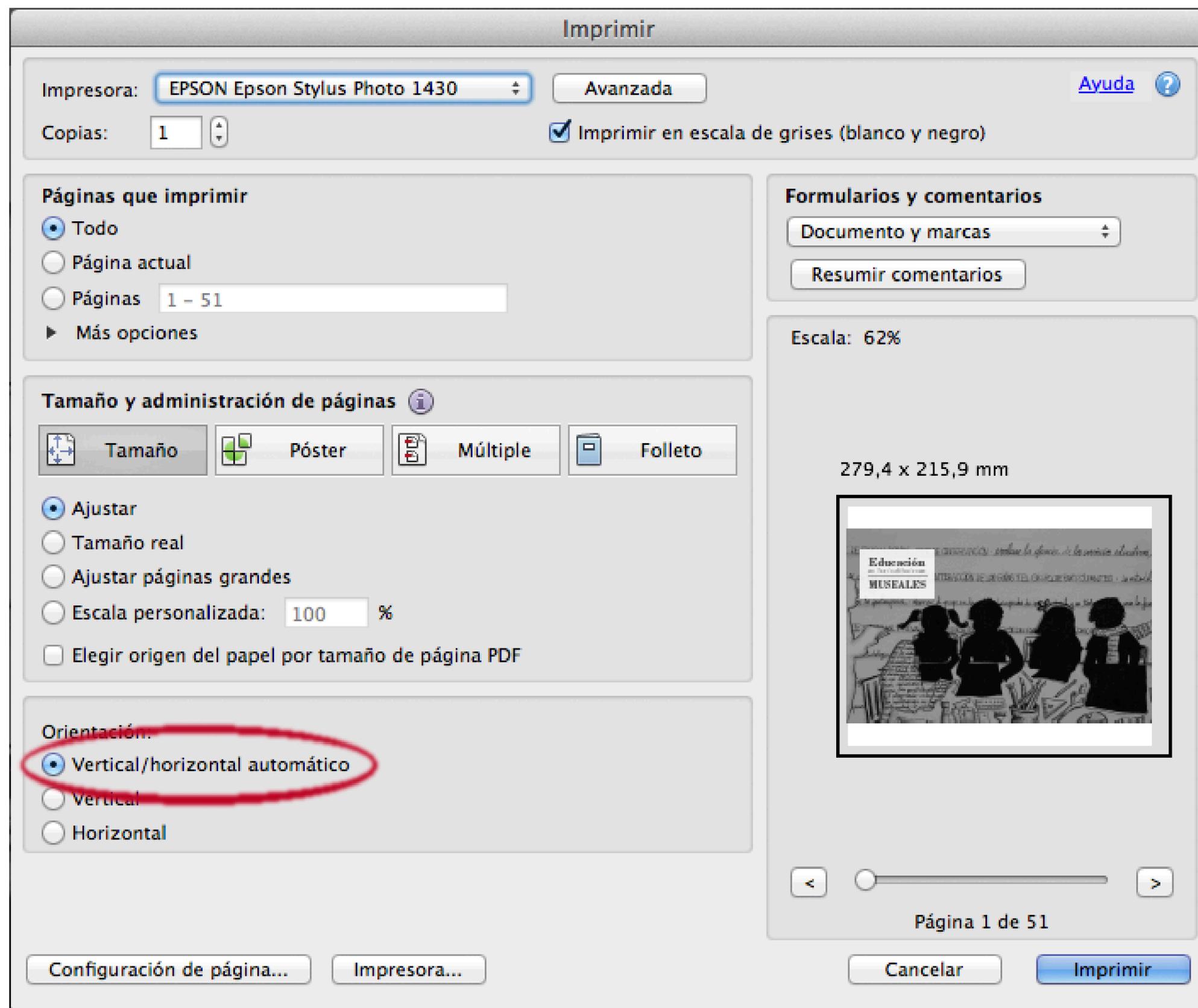
PARA IMPRIMIR ESTA CARTILLA

Si no le preocupa utilizar papel, siga estos pasos:

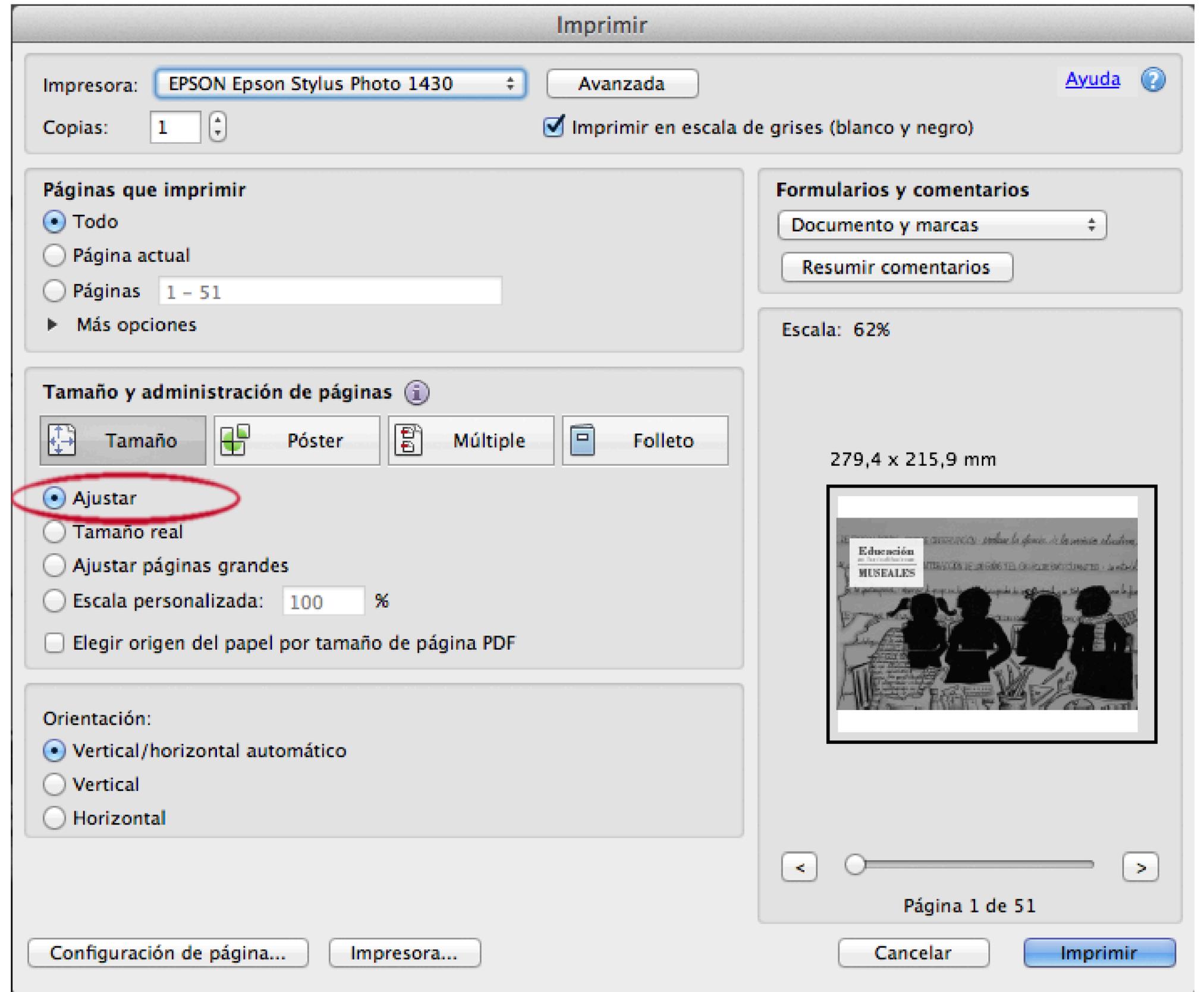
1. En la ventana imprimir haga CLICK en la casilla “Imprimir en escala de grises”.



2. En la sección “Orientación”, haga CLICK en la casilla “Vertical/Horizontal automático”.



3. En la sección “Tamaño y orientación de páginas” haga CLICK en la casilla “Ajustar”.



4. Para imprimir haga CLICK en el botón "Imprimir".

