

# comunicación + educación en un museo

**nociones básicas**

Ministerio de Cultura / Museo Nacional de Colombia  
Programa Red Nacional de Museos

# Presentación

El Programa Red Nacional de Museos, como instancia del Museo Nacional de Colombia, pretende responder a las diferentes necesidades que en la actualidad presentan los museos del país en cuanto a los procesos que deben llevar a cabo para cumplir sus objetivos. Lo anterior buscando siempre propiciar su continuidad como espacios de encuentro al servicio de la sociedad y su desarrollo tras un proceso de sensibilización sobre la definición, funciones y misiones propias de estas entidades.

En ese sentido la Red, en desarrollo de su misión y con el fin de apoyar el fortalecimiento de los museos, está trabajando en la publicación de textos especializados que se distribuyen entre los museos e instituciones afines para que sirvan de material de consulta y divulgación.

Estos textos tienen por objeto trazar conceptos básicos en las áreas de trabajo de un museo, para lo cual hemos partido de la experiencia del Museo Nacional y de la revisión bibliográfica pertinente. La propuesta aquí presentada, es sólo una aproximación más acerca de cómo llevar a la práctica procesos que derivan en el funcionamiento de una entidad de este tipo y, si bien ésta no es la única manera de realizar las mencionadas labores, esperamos que sea un buen punto de partida para ello.

En cada una de estas publicaciones buscamos mostrar, de forma sintética, temas teóricos y prácticos del quehacer profesional en el ámbito. Algunos de los aspectos transmitidos oralmente, o aprendidos a lo largo de los años de ejercicio profesional en las instituciones comienzan ahora a ser transcritos y buscan fortalecer las relaciones profesionales con los museos, ampliando así las perspectivas e invitando a discusiones que a través de esta herramienta puedan incitar a la concienciación, capacitación y adelanto en el sector museal colombiano.

Consideramos estos textos como un aporte bibliográfico sobre aspectos museales en nuestro país, y como un punto de partida para invitar a la discusión y profesionalización de las personas que trabajamos en los museos colombianos.

*María Victoria de Angulo de Robayo*  
Directora Museo Nacional de Colombia

COMUNICACIÓN + EDUCACIÓN  
EN UN MUSEO  
*Nociones básicas*

**María Angélica Rodríguez Gutiérrez**  
**Margarita María Mora Medina**  
*Textos*

**Ana María Cortés Solano**  
**Juan Felipe Rodríguez Sauda**  
*Coordinación general*

**La Silueta**  
*Diseño*

**Editora Géminis Ltda**  
*Impresión*

ISBN 978-958-8250-57-1

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico o mecánico.

© 2009  
Ministerio de Cultura  
Museo Nacional de Colombia  
Red Nacional de Museos  
Carrera 7 No. 28 -66  
Bogotá, Colombia



**Conocimiento del público**  
13

**Atención a los públicos**  
19

**Programa educativo**  
23

**Exposiciones**  
55

**Programa de divulgación**  
59

**Publicaciones**  
65

**Conclusiones**  
68

**Bibliografía**  
70

# Introducción

En el siglo XXI, la tarea y el reto de los museos no se limita sólo a las funciones tradicionales de conservar, investigar, exhibir y comunicar el patrimonio que tienen a cargo. A las actividades que desarrollan en torno a la construcción del conocimiento, se han sumado otros compromisos que están dirigidos al público y le dan sentido a la labor que realizan estas entidades.

Múltiples investigadores en todo el mundo han producido una extensa bibliografía para definir y delimitar el ámbito de estos nuevos compromisos. Del análisis de estos trabajos, es que en esta publicación se propone denominar, bajo la fórmula comunicación+educación, una serie de acciones que buscan ofrecer medios y soluciones para que los museos puedan enfocar su trabajo diario hacia los públicos.

Ésta es una propuesta práctica para que los museos pongan en conocimiento de sus públicos no solo los aspectos relacionados con su existencia, naturaleza y funcionamiento, sino también para lograr un interés por sus actividades; motivar la visita; dar a conocer el patrimonio que albergan y de esa manera cumplir con su misión de servicio.

Con este documento la Red Nacional de Museos pretende ofrecer una herramienta al alcance de todos los museos colombianos y sugiere una serie de acciones, con las que espera contribuir a cualificar el trabajo que realizan los responsables de los museos.

Este material trabaja en torno a seis temas que abarcan las distintas posibilidades que tiene un museo para establecer comunicación entre el público y las colecciones. Se divide en seis secciones temáticas, en cada una se presenta una descripción, distintas metodologías para realizar diagnósticos frente a su situación actual y en algunos casos recomendaciones para la puesta en marcha de los proyectos.

Se espera que con las recomendaciones que aquí se aportan, los museos puedan hacer más comprensibles sus contenidos a un mayor número de personas, con el fin de diseñar programas y servicios que se ajusten a las necesidades y expectativas de un número amplio de personas.

★ Los temas por desarrollar son:

1. Conocimiento del público
2. Atención al público
3. Programa educativo
4. Exposiciones
5. Programa de divulgación
6. Publicaciones





\* { Conocimiento } \*  
del público

Si se tiene en cuenta que en la actualidad la relación entre el público y el museo se considera un tema central de la museología, conocer quién lo visita o no, es tan importante como investigar las colecciones.

Gracias a los denominados “Estudios de públicos”, los museos han entendido que no existe un público homogéneo y uniforme, sino que, trabajan para distintos públicos con diversas características, determinadas por variables como la edad, el nivel de escolaridad, la ocupación, el estado civil, entre otros. En esa medida, los museos deben diseñar sus programas, proyectos y servicios de tal manera que puedan beneficiar a un sector más amplio y más diverso de la sociedad.

### *¿Por qué los museos deben conocer los públicos?*

- ★ Porque puede mantenerlos informados y convocarlos de manera más efectiva.
- ★ Porque puede diseñar programas, proyectos y servicios para lograr que esas personas se conviertan en visitantes asiduos.
- ★ Porque puede hacer un uso más eficiente de sus recursos humanos y financieros.
- ★ Porque si un museo sabe a quién beneficia puede demostrar el impacto de su trabajo al interior de una comunidad.
- ★ Porque si un museo presenta un balance de resultados de su trabajo puede gestionar recursos, convenios y alianzas que le permitan cumplir con los objetivos trazados.

### *¿Cómo puede un museo conocer sus públicos?*

Con el fin de tener una aproximación básica a los públicos se sugiere realizar dos tipos de acciones:

**Registro básico de visitantes:** es una herramienta que permite tener un control sobre el número y el tipo de visitantes que asisten al museo, con el fin de determinar quiénes se benefician de la labor que realiza el museo.

**Estudios de públicos:** la Asociación Americana de Museos los define como “El proceso de obtención de conocimiento sistemático de y sobre los visitantes de museos, actuales y potenciales, con el propósito de incrementar y utilizar dicho conocimiento en la planificación y puesta en marcha de aquellas actividades relacionadas con el público”<sup>1</sup>.

Los estudios de públicos ofrecen a los museos metodologías para conocer a sus distintas clases de visitantes y a partir de esa información diseñar actividades, ajustar programas, mejorar el servicio y tomar decisiones que le permitan a los trabajadores de los museos atender de manera más efectiva al público y administrar los recursos humanos y financieros.

‘El estudio de público ofrece un perfil de las características del público y las posibilidades de segmentar ese conjunto de personas en grupos funcionales a los que se puede adaptar mejor nuestra oferta expositiva y de programas. El estudio de público no se limita al perfil del usuario, a sus variables demo o psicográficas sino que suele incluir preguntas sobre las opiniones de los visitantes en aspectos de público que interesan al museo en ese momento concreto. Los estudios de público permiten

.....  
<sup>1</sup> Pérez, Eloisa. *Estudios de público, evaluación de exposiciones y programas y diseño de áreas expositivas en el Museo Marítimo*. Universidad Autónoma de Madrid, p. 62.

perfilar el público actual, potencial o el no público y fundamentar las estrategias de penetración y la toma de decisiones sobre los problemas. Identificar las expectativas de los públicos respecto a la institución y los rasgos diferenciales respecto a otros centros, son algunos de los aspectos considerados hoy centrales para establecer una gestión activamente inteligente de un museo<sup>2</sup>.

¿Para qué se realizan los estudios de público?

- ★ Para conocer el perfil de público, sus motivaciones y sus opiniones.
- ★ Para analizar el comportamiento del público.
- ★ Para identificar el público actual, potencial y el no público.
- ★ Para programar actividades diseñadas para los distintos públicos.
- ★ Para ofrecer un mejor servicio al público.
- ★ Para identificar las expectativas de los públicos con respecto a la institución.
- ★ Para evaluar los servicios educativos.
- ★ Para evaluar los montajes.
- ★ Para crear espacios para que el público opine sobre el museo.
- ★ Para responder preguntas que se plantean los funcionarios del museo.
- ★ Para demostrar el impacto económico de una exposición.
- ★ Para fundamentar la toma de decisiones sobre problemas.
- ★ Para establecer rasgos diferenciales con respecto a otros museos.
- ★ Para conocer las actitudes y opiniones de las personas que no desean acudir a los museos.

### Actividades

Para poner en marcha estas dos acciones (registro básico de visitantes y estudios de público) le sugerimos responder los siguientes cuestionarios:

#### *Cuestionario Registro de visitantes*

1. ¿Lleva algún tipo de control para determinar cuántas personas visitan el museo?	
Sí ___ No ___	
2. ¿El control es?	
Manual	___
(por conteo)	
Cálculo por venta de boletas	___
3. ¿Con qué periodicidad hace el control?	
Diaria	___
Semanal	___
Mensual	___
Anual	___
4. ¿Clasifica sus visitantes teniendo en cuenta el servicio que recibe?	
Sí ___ No ___	

.....  
<sup>2</sup> Ibid., p.62.

**En caso de que responda afirmativamente, revise la siguiente lista:**

Visitantes a salas permanentes	___
Visitantes a exposiciones temporales	___
Asistentes a actividades culturales o académicas	___
Visitantes a la biblioteca o centro de documentación	___
Visitantes al área administrativa	___
Visitantes al restaurante	___
Visitantes a la tienda	___
Asistentes a eventos organizados por terceros en el museo	___

**5. ¿Cuenta con cifras totales de visitantes?**

Número total	___
Días más visitados	___
Horas más visitadas	___

### *Cuestionario Estudios de público*

Mediante la aplicación de los estudios de público usted puede obtener información sobre los aspectos que presentamos a continuación. Con esta herramienta puede construir un cuestionario a partir de ello y utilizar la información para diseñar o ajustar sus servicios, mejorar la atención al público, tomar decisiones sobre el equipo de trabajo y los recursos con que cuenta.

**1. Perfil demográfico de sus visitantes**

- Edad
- Sexo
- Nivel de escolaridad
- Ocupación
- Lugar de nacimiento
- Lugar de residencia

**2. Perfil socio-demográfico**

- Medios informativos  
*(Cómo se enteró de la existencia del museo, de una exposición, de una actividad académica o cultural)*
- Medios de comunicación  
*(En el colegio, alguien le contó, le llegó una comunicación del museo, lo visitó por casualidad)*
- Actividades en el tiempo libre
- Qué otros museos visita
- Tipo de transporte  
*(Cómo llegó al museo: a pie, en carro, en transporte público)*



### 3. Visita

Motivo de la visita

Frecuencia

*(Cuántas veces ha visitado el museo)*

Duración

*(En cuánto tiempo recorre el museo)*

Con quién visita el museo

### 4. Montaje

Recorrido

Iluminación

Contenidos

Tamaño de la letra en las fichas y los apoyos de la exposición

Objetos interesantes

### 5. Evaluación sobre prestación de un servicio

Prestación de un servicio

*(Qué tipo de atención recibe el público en la llegada al museo, la taquilla, la persona que atiende al público y los vigilantes)*

El grado de satisfacción del visitante

## *Recomendaciones*

Estas dos acciones (registro de visitantes y estudios de público) se deben llevar a cabo continuamente para poder realizar mediciones y comparaciones.

Es importante crear alianzas con universidades para contar con asesoría académica para el diseño y la implementación de las metodologías.



2

\* { Atención de } \*  
los públicos

Para que un museo oriente su trabajo a los públicos debe hacer un seguimiento y una evaluación permanente de la prestación de sus servicios, teniendo claro que la relación con el visitante no se construye solamente alrededor del disfrute de las colecciones sino también en la atención que se presta en distintos momentos de la visita: la llegada al museo, la relación con el vigilante, con la persona que hace el recorrido, entre otros.

Esto con el fin de eliminar todas las posibles barreras y hacer sentir a los públicos cómodos, física y emocionalmente, de tal manera que quieran volver a visitar el museo.

### Actividades

Para evaluar el servicio que se le presta al público, le sugerimos responder el siguiente cuestionario:

#### Cuestionario Atención al público

**1. ¿En el museo se publica de manera visible información sobre?**

Horarios: Sí \_\_\_ No\_\_\_

Tarifas. Sí\_\_\_ No\_\_\_

**2. ¿El museo cuenta con señalización sobre?**

Accesos (entradas y salidas) \_\_\_

Servicios \_\_\_

Recorrido \_\_\_

**\* Recomendaciones para la visita**

*(Es importante que el museo defina y comunique de manera clara unas políticas frente a dos aspectos: la toma de fotografías, en muchos museos es permitido siempre y cuando no se use el flash para así no deteriorar el estado de conservación de las obras, y en cuanto al ingreso de perros guías, con el fin de contribuir a equiparar las condiciones del público en situación de discapacidad).*

**3. ¿La señalización tiene en cuenta los siguientes aspectos?**

Está ubicada en un sitio visible \_\_\_

Ofrece información actualizada \_\_\_

Brinda información oportuna \_\_\_

Incluye símbolos internacionales  
(incluir opción de símbolos en el diseño) \_\_\_

El tamaño de letra es legible \_\_\_

El diseño es flexible  
(Se puede modificar fácilmente) \_\_\_

Está relacionada con la imagen del museo \_\_\_

**4. ¿El museo cuenta con un espacio para la venta de boletas?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**5. ¿El museo ofrece un espacio para que los visitantes puedan guardar su ropa y sus maletas?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

6. ¿El museo tiene un punto de información?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

7. En caso de que su respuesta anterior sea positiva, el punto ofrece información sobre:

El museo \_\_\_\_\_

Las colecciones \_\_\_\_\_

Los servicios educativos \_\_\_\_\_

Las actividades \_\_\_\_\_

8. ¿El museo cuenta con baños?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

### *Recomendaciones*

La actitud y el tipo de atención que brindan al público quienes trabajan en el museo son fundamentales en la experiencia de visita y determinan el interés o no de la sociedad en los museos.



3

\* { Programa educativo } \*

El museo es un escenario de aprendizaje en el cual existen múltiples formas de educar a partir de la observación y la experiencia individual o grupal. No es solamente un lugar para guardar y exhibir objetos, sino también un espacio para interactuar con ellos a través de los sentidos, para generar momentos únicos y memorables, *“el museo es un lugar donde la gente aprende fundamentalmente sobre la gente (incluso sobre ellos mismos) a través de objetos que la gente ha hecho, ha utilizado o ha considerado valiosos”*<sup>3</sup>.

A partir de estas experiencias de aprendizaje es donde el programa educativo<sup>4</sup> del museo entra en acción, para diseñar y realizar actividades que comuniquen y acerquen al público a las colecciones y objetos del museo de una forma didáctica, proporcionando espacios de encuentro y saberes para las diferentes necesidades del público.

Dentro de sus proyectos<sup>5</sup> está diseñar y ofrecer servicios educativos, planear actividades de tipo cultural y académico y proyectar investigaciones para el desarrollo de públicos, en el ámbito de la educación no formal e informal.

### ¿Para qué se realiza el programa educativo en un museo?

- ★ Para ofrecer actividades y servicios que acerquen al público al conocimiento de las colecciones.
- ★ Para generar experiencias de aprendizaje en el público a través de los objetos.
- ★ Para proporcionar herramientas didácticas que permitan el acercamiento al patrimonio.
- ★ Para transmitir el valor y cuidado del patrimonio.
- ★ Para crear escenarios de intercambio y diálogo entre la comunidad y el museo.
- ★ Para brindar una oferta académica y cultural.
- ★ Para contribuir al incremento del número de visitantes al museo.

.....  
<sup>3</sup> S. Marwick: "Learning from each other: museums and older members of the community- the people's story-", en: Valdés, María del Carmen. *La difusión cultural en el museo: III "Difusión y educación en el museo"*. España, Ediciones Trea, 1999, p. 87.

<sup>4</sup> **Programa:** documento para la ordenación de las actuaciones de futuro en cada ámbito concreto del museo, que incluye la relación de necesidades para el cumplimiento de las funciones museísticas, que se resolverán y concretarán en los distintos proyectos. Gómez Chinchilla, Marina y otros (editores). *Criterios para la elaboración del plan museológico*. Ministerio de Cultura. España, Secretaría General Técnica, 2006, p. 28.

<sup>5</sup> **Proyecto:** documento ejecutable que posibilita la materialización concreta de las especificaciones técnicas recogidas en distintos programas. Los proyectos definen, describen y proponen soluciones ajustadas a las necesidades planteadas (...) Se inicia con un primer planteamiento conceptual y concluye con un sinfín de soluciones prácticas que responden a las necesidades de la institución en sus diversas áreas, en forma de proyectos ejecutables. *Ibíd.*, p. 28.



# Desarrollo de proyectos

Para la realización y diseño de los proyectos que a continuación se presentan, es necesario realizar tres acciones: autoevaluar, planear e implementar. Se debe tener en cuenta que estas tres acciones se ponen en práctica tanto en el proceso de creación del museo, como en su quehacer diario si ya está constituido.

Con el ánimo de que los lectores puedan hacer un análisis y diagnóstico de las condiciones actuales del museo en relación con el programa educativo, en las páginas siguientes se presentan algunas preguntas para ciertos proyectos, que permitirán con sus respectivas respuestas detectar las carencias y establecer prioridades para dicho programa.

Así mismo, encontrará una explicación y descripción detallada de cada uno de los proyectos, con recomendaciones que le permitirán organizar y realizar tareas en el futuro para su respectiva implementación, consolidando de esta manera su programa educativo.

## Programa educativo Proyectos

- ★ **Investigación y estudio de objetos, colecciones y espacios de exhibición con fines educativos.**
- ★ **Observación y análisis del público visitante.**
- ★ **Planeación y diseño de servicios educativos acordes con las necesidades del público.**
- ★ **Realización de materiales didácticos. Programación y apoyo para actividades académicas y culturales.**
- ★ **Proyectos conjuntos.**

# Investigación y estudio de objetos, colecciones y espacios de exhibición con fines educativos

El carácter de las colecciones del museo le permitirá planear los servicios a ofrecer. Si se tiene una colección propia se podrá disponer de ella en cualquier fecha del año para ofrecer servicios educativos; en cambio si se tienen colecciones en comodato, es indispensable conocer los tiempos de préstamo de éstas, y de acuerdo con ello diseñar los servicios educativos o las actividades académicas y culturales. Por ello es importante que después de responder las siguientes preguntas tenga en cuenta las consideraciones adicionales:

## 1. Actualmente las colecciones del museo son:

- Propias
- En comodato

## 2. De los objetos de la colección se tiene una información:

- Mínima  
*(cuando se sabe su procedencia)*
- Media  
*(cuando se han elaborado fichas básicas de registro de colecciones)*
- Detallada y exhaustiva  
*(cuando se tiene información específica de los contextos del objeto y se ha investigado sobre sus diferentes interpretaciones)*
- No posee ninguna información

Es recomendable que antes de iniciar cualquier investigación se elaboraren fichas básicas de registro de colecciones. La Red Nacional de Museos<sup>6</sup> cuenta en su página Web con un formato estándar, sin embargo existen otras opciones que usted puede consultar y/o utilizar, como el formato desarrollado por el Comité Internacional para la Documentación del Consejo Internacional de Museos (ICOM-CIDOC)<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> En este link: <http://www.museoscolombianos.gov.co>, podrá descargar las fichas básicas de registro de colecciones para arte e historia, arqueología y etnografía.

<sup>7</sup> Esta página: <http://www.arqueo-ecuadoriana.ec>, es la versión Web de una Ficha Técnica desarrollada por el CIDOC Services Working Group: "Registro paso por paso: cuando un objeto ingresa al museo". Es la primera de una serie de páginas sobre estándares de información en el museo, preparadas por el Comité Internacional para la Documentación del Consejo Internacional de Museos (ICOM-CIDOC). Si usted desea buscar otras referencias en los buscadores Web (Google, yahoo, etc.) con la palabra clave *fichas básicas de registro*, puede encontrar diferentes tipos de formatos aplicados en museos de todo el mundo.

Con las fichas básicas de registro diligenciadas<sup>8</sup>, podrá iniciar investigaciones y consultas sobre la procedencia, el valor patrimonial, las características físicas y los contextos sociales y culturales de los objetos; no olvide también investigar sobre la historia del edificio en el cual se alberga el museo.

Recuerde que parte de la investigación debe tener un fin didáctico para acercar al público al conocimiento de la colección, realizar un análisis exhaustivo del objeto le permitirá hacer diferentes lecturas. Para ello puede desarrollar una serie de preguntas y reflexiones establecidas en “*las fases de interpretación de un objeto*”<sup>9</sup>:

**1. Fase: exploración sensorial del objeto:**

Durante esta primera fase se deben indagar los aspectos físicos externos e internos del objeto: *tamaño, escala, materiales (cuántos, cuáles...), colores (intrínsecos, aplicados), olor, sabor, ruido, textura, temperatura, peso, estado de conservación, etc.*<sup>10</sup>

**2. Fase: búsqueda de otras informaciones:**

Es necesario examinar todo tipo de información para tener diversas lecturas de un mismo objeto, para ello puede buscar en: *otros objetos, otras personas, otros lugares, libros, documentos, fotografías, películas, etc.*<sup>11</sup>

**3. Fase: análisis y discusión de la información obtenida:**

Luego de examinar y explorar el objeto en las anteriores fases, se debe analizar y discutir sobre algunos aspectos: *uso (cuándo, para qué, por qué, de quién, para quién...), materiales (cuáles, de dónde, por qué...), diseño (estilo, decoración, coste), elaboración (cuándo, cómo, dónde, por quién...), significado (en la época en que fue construido, ahora, para mí, para su dueño, en otras culturas...) etc.*<sup>12</sup>

**4. Fase: recordar, comparar, relacionar y sintetizar:**

Esta última fase recopila y organiza la información y el análisis obtenido de las tres primeras fases, para ello se tendrá en cuenta realizar preguntas que relacionen el objeto con otros ámbitos: *¿Qué conozco que se le parezca?, ¿Qué conozco que tenga la misma función?, ¿Por qué lo tengo/ no lo tengo?, ¿Sería útil en otros lugares o en otros tiempos?*<sup>13</sup>; comparar el objeto con: *Otros objetos utilizados por el mismo usuario, otros objetos realizados por el mismo autor, otros objetos de la misma época, otros objetos del mismo material, objetos del mismo tipo, clase, función etc.*<sup>14</sup>; relacionar el objeto con contextos artísticos, históricos, sociales y científicos: *corrientes artísticas, avances científicos y tecnológicos, coleccionismo, etc.* y, finalmente, sintetizar cada una de estas relaciones del objeto con las apreciaciones personales: *¿Qué significa para mí?, ¿Qué significa para los demás?*<sup>15</sup>.

<sup>8</sup> Los objetos son identificados y cuantificados cuando ingresan en el museo. Después de ese primer momento a los objetos se les asigna una cédula; en ella aparecerán tanto las características básicas levantadas en un primer momento como un primer diagnóstico sobre su estado. La tercera parte del proceso consiste en el levantamiento de una ficha básica descriptiva en la cual los elementos anteriores son unificados y sistematizados. A partir de ese momento el objeto queda incorporado como parte de la colección del museo. Gómez de Chávez, María Isabel. *Bienes culturales: manual para inventario*. Bogotá, Colcultura, 1991, p. 161.

<sup>9</sup> Estas fases según María Inmaculada Pastor, hacen parte de “*aprender de y con objetos*”, para ayudar a los visitantes a leer comprensivamente a partir de los mismos e interpretar razonablemente sus significados. Tomado de Pastor Homs, María Inmaculada, *Pedagogía museística*, Barcelona, Ariel, 2004, p. 56.

<sup>10</sup> Pastor Homs, María Inmaculada. *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Cap. 4: “La experiencia educativa en el museo”. Barcelona: Ariel, 2004. p. 56.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 57.

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> *Ibid.*

## **++ La información de los objetos, la colección y la historia del edificio son un material indispensable para el diseño de cualquier servicio educativo. Sin esta información no se podrá ofrecer una excelente atención de calidad al visitante.**

### *Recomendaciones:*

Para iniciar el estudio e investigación de su colección, es necesario elaborar la totalidad de las fichas básicas de registro.

Revise qué otro tipo de información posee el museo sobre la colección: documentos de inventario, catalogación e investigación y publicaciones: folletos informativos, libros o videos institucionales.

A partir de esta búsqueda empiece a realizar un levantamiento bibliográfico de la información que no se tenga de los objetos, ya sea sobre su función, sus características físicas, su autor o sus posibles contextos (históricos, culturales, científicos, etc.).

Luego de este levantamiento, elabore un cronograma de estudio, el cual puede ser por tipo de colección, grupo de objetos o temático (éstas no son las únicas posibilidades, pueden variar de acuerdo con sus intereses y necesidades).

Prepare y desarrolle cursos de estudio, éstos son cursos preparatorios para conocer, analizar y exponer cada uno de los temas relacionados con la colección (procedencia de los objetos, contextos, curaduría, museografía, etc.); los puede desarrollar durante un tiempo determinado, teniendo dentro de su programación visitas con expertos, exposiciones realizadas por los mismos integrantes del curso y recorridos por sitios de interés (museos, bibliotecas, bienes patrimoniales, etc.). Recuerde retroalimentar toda la información que va adquiriendo, para tener un conocimiento más profundo de la colección y así poder ampliar en el futuro la oferta educativa.

Las fases de interpretación del objeto (citadas anteriormente) hacen parte de su investigación personal frente a éstos, las diferentes interpretaciones que obtenga de los análisis y preguntas son un motor creativo para el diseño de los servicios educativos.

# Observación y análisis del público visitante

1. ¿Cuál es el público que más participa en visitas, talleres y actividades culturales y académicas del museo?

- \_ Niños
- \_ Jóvenes
- \_ Adultos
- \_ Tercera edad
- \_ Familias
- \_ Población en situación de discapacidad
- \_ Turistas
- \_ Grupos educativos  
(*jardines, colegios, universidades, institutos de educación, etc.*)

2. ¿Qué público le gustaría que participara en visitas, talleres y actividades culturales y académicas del museo?

- \_ Niños
- \_ Jóvenes
- \_ Adultos
- \_ Tercera edad
- \_ Familias
- \_ Población en situación de discapacidad
- \_ Turistas
- \_ Grupos educativos  
(*jardines, colegios, universidades, institutos de educación, etc.*)

Para cualquier museo es indispensable la mirada y la atención del público, sin ellos no podrían sobrevivir.

En capítulos anteriores se citaron diferentes herramientas para conocer y estudiar al público, en este apartado se hará exclusivamente una identificación del público asistente a las actividades del programa educativo para generar nuevos servicios y fortalecer los existentes.

Por lo tanto, es recomendable tener en cuenta que:

- ★ Es necesario observar el tipo de público que más asiste a visitas, talleres y a las actividades culturales y académicas, pues ellos son el objetivo inicial hacia el cual usted puede planear, diseñar y elaborar los servicios educativos y la programación académica y cultural (tenga en cuenta los ítems de conteo citados en el capítulo 1: Conocimiento del público).
- ★ Si desea llegar a otros públicos elabore actividades que puedan ser atractivas y novedosas.

- ★ Las familias son un público objetivo interesante de explorar, si está atento a sus necesidades podrá ofrecer oportunidades para que padres e hijos indaguen, compartan y aprendan en el mismo espacio, ya sea ofreciendo recorridos temáticos o programando actividades culturales.
- ★ A las personas en situación de discapacidad muchas veces no se les facilita la manera de conocer el museo, diseñe actividades en las cuales este público pueda tener algún tipo de acceso a las colecciones (talleres, charlas, recorridos especiales); tenga en cuenta que las opiniones y la experiencia con estos visitantes, pueden enriquecer la forma de percibir los objetos y estructurar un museo más accesible.
- ★ *“Si las exposiciones y las muestras ofrecen oportunidades para el uso de varios sentidos, no solo se satisfacen algunas de las necesidades especiales, sino que se permite que las personas accedan al contenido de la exposición utilizando su manera de aprendizaje preferida, ya sea visual, a través del tacto o a través del sonido”<sup>16</sup>.*

## ++ La observación y el análisis del público en el museo permite evaluar los servicios ofrecidos y a su vez destacar las necesidades y falencias de éste constantemente.

### *Recomendaciones:*

Con ayuda de la encuesta realizada para el estudio de públicos (citada en el capítulo 2: Estudios de público), discrimine y contabilice por rangos de edades los asistentes a visitas, talleres y actividades culturales y académicas de la siguiente forma:

- ★ Niños menores de 5 años
- ★ Niños de 6 a 12 años
- ★ Jóvenes de 13 a 18 años
- ★ Adultos jóvenes
- ★ Adultos
- ★ Adultos mayores

Identifique de acuerdo con esta clasificación, tanto el público de mayor afluencia como el de menor afluencia. Para el público de mayor afluencia, evalúe constantemente los servicios educativos y las actividades culturales a partir de las experiencias, necesidades y expectativas que estos mismos le generen.

Para el público de menor afluencia diseñe actividades atractivas teniendo en cuenta:

- ★ El rango de edad
- ★ Las capacidades intelectuales y motrices
- ★ Los temas de interés de acuerdo con ejes temáticos y edades, por ejemplo, en el caso de los niños: los animales, el universo, los deportes; en el caso de los jóvenes: gustos musicales, cine y actividades relacionadas con las tribus urbanas; para los adultos mayores temas que comparen el ayer y el hoy, oficios, tradiciones, etc.

Si realiza una oferta para niños los fines de semana ésta involucrará la visita de adultos; puede diseñar recorridos sobre los oficios y profesiones, carreras de observación que necesiten la ayuda de padres, talleres de arte (pintura, plastilina, reciclaje, etc.) y

<sup>16</sup> Hooper-Greenhill, Eilean. *Los museos y sus visitantes: Introducción*. España, Ediciones Trea, 1998, p.153.

ciencia (astronomía, experimentos científicos, etc.), ciclos de títeres, ciclos de cine para niños y actividades novedosas: una noche en el museo, acampando y soñando. Estas actividades las puede incluir en la programación cultural del museo para tener un número mayor de asistentes.

Si no tiene actividades para personas en situación de discapacidad puede diseñar talleres con ellos mismos y con el público general, para que juntos compartan experiencias y diseñen actividades sensibles y novedosas; ofrézcales también como opción, que ellos puedan diseñar sus recorridos y actividades en el futuro.

# Planeación y diseño de servicios educativos acordes con las necesidades del público

Los servicios educativos sirven de mediadores en la relación entre el público y los objetos; no son solo la planeación de visitas y talleres al azar, son espacios de encuentro para que el visitante se acerque a las colecciones, para ello es indispensable la presencia de un guía, o de un monitor docente<sup>17</sup>, o de un voluntario, o de un tallerista, cuyo trabajo es generar en el público experiencias de aprendizaje a través de los sentidos.

Existen varios tipos de servicios educativos:

1. Charlas informativas
2. Visitas
3. Talleres
4. Previsitas a maestros
5. Formación de voluntarios

## 1. Charlas informativas

Las charlas informativas son guías cortas, en las que se le da al visitante una información básica sobre la historia del museo, sus ejes temáticos y la disposición de los objetos según su colección dentro del espacio museístico.

Para su elaboración se debe tener una información general de la fundación y la historia del museo, sus colecciones y la descripción general de las salas. La persona encargada de hacerla deberá conocer respectivamente estos temas; generalmente éste es un servicio gratuito que presta el museo.

## 2. Visitas guiadas

Pueden ser:

- ★ Generales
- ★ Especializadas
- ★ Con material didáctico

### Visitas generales

Son recorridos guiados por las colecciones del museo. La intención de estas visitas es construir una visión general y panorámica de las exposiciones del museo. Durante la visita se especifica la historia del edificio, del museo y se realizan explicaciones detalladas en los espacios de exhibición de los objetos más emblemáticos de la colección.

<sup>17</sup> Un monitor es un mediador entre la colección y los visitantes. No sólo es el intermediario entre los objetos en sala y el público, es responsable de la univocidad en la información que transmite y de la forma en la cual la transmite. El monitor debe manejar una información precisa y amplia sobre el museo y su colección, y en virtud de su papel de mediador, debe establecer las diferencias entre los públicos, sus necesidades y sus intereses. Guerrero, Francisco. *Manual del monitor docente. Programa básico de formación*, Museo Nacional de Colombia- División educativa y cultural, 2005. Documento interno DEC, sin publicar.



## Visitas guiadas especializadas

Estas visitas se caracterizan por tratar un tema específico, sea de tipo político, social, artístico, cultural, histórico o funcional a partir de los objetos. Sus posibilidades son diversas: comparaciones y diferencias de épocas o períodos históricos, cuestionamientos patrimoniales sobre los objetos (valor monetario, histórico y cultural, cuidado y resguardo del patrimonio, hallazgos, etc.), diferencias de técnicas artísticas, desarrollo y evolución de las ciencias, etc.

## Visitas con material didáctico

Este tipo de visita se caracteriza por desarrollar y utilizar durante el recorrido algún tipo de material didáctico. Los visitantes a medida que van haciendo el recorrido guiado, completan, analizan y elaboran las actividades que les sugiera el material, como por ejemplo: diferencias o comparaciones entre los objetos, sopas de letras, dibujos, etc. Para poder realizar esta visita se debe tener previamente una guía de recorrido y objetos de acuerdo con la estructura del material. La elaboración de esta visita tiene que ser muy acorde con los contenidos del material; en la sección “Realización de materiales didácticos”, encontrará herramientas para el desarrollo de éstos.

Para diseñar y elaborar los diferentes tipos de visita tenga en cuenta:

### En cuanto al diseño:

- ★ Establecer a qué tipo de público se va a dirigir.
- ★ Definir cuál es el sentido de la visita.
- ★ Formular un objetivo general y algunos específicos, con el fin de precisar lo que se va a ofrecer al visitante.
- ★ Determinar el tiempo de duración del recorrido (1/2 hora, 1 hora etc.).

### En cuanto a la elaboración:

- ★ De acuerdo con la definición y los objetivos de la visita (general y específicos), seleccione los temas por tratar, las estaciones del recorrido y los posibles objetos que pueden apoyar este contenido.
- ★ Investigue y discrimine la información pertinente de acuerdo con sus intereses (para ello tenga en cuenta la sección: *Investigación y estudio de objetos y espacios de exhibición con fines educativos*).
- ★ Realice un análisis personal de los objetos elegidos, para ello tenga en cuenta las fases de interpretación citadas en el apartado *Investigación y estudio de objetos, colecciones y espacios de exhibición con fines educativos* e “Indague el objeto en cuanto a sus rasgos físicos (forma, color, tamaño, materiales) función, (¿Para qué fue hecho?), valor (social, político, económico, religioso, ideológico, cultural, afectivo) y construcción (¿Cómo fue hecho? ¿Cuántas personas lo hicieron?)<sup>18</sup>”.
- ★ Busque relaciones o diferencias entre los objetos de tipo temático, utilitario o en torno a su proceso de elaboración (técnica y material).

<sup>18</sup> <http://encolombia.com/museos-diferentes.htm>

“Una de las ventajas de usar objetos es su potencial para explotar una pluralidad de significados dentro de un objeto cualquiera y, con esta exploración, descubrir la información que ese objeto nos transmite relacionada con el amor, los recuerdos, un hecho determinado o una persona, además de los significados vinculados a su naturaleza material y a su historia<sup>19</sup>”.

## **++ Los objetos son los instrumentos necesarios para las charlas y las visitas guiadas, indagar sus procesos de elaboración, su historia y sus contextos, ayudan a que el visitante tenga una lectura documentada sobre lo que está observando.**

### *Recomendaciones:*

Es necesario que antes de idear cualquier servicio educativo tenga en cuenta los espacios abiertos al público, los días de atención y el personal disponible para dar información específica sobre el museo, los objetos y su colección.

Si en este momento no tiene ningún servicio educativo, puede iniciar diseñando y elaborando la charla informativa, ésta le ayudará a crear pautas y a tener herramientas para nuevos servicios. Recuerde que la puede realizar también en un idioma extranjero o nativo.

Tenga en cuenta que al inicio de las charlas informativas, las visitas o cualquier servicio educativo, el guía o monitor encargado debe dar la bienvenida a los visitantes, realizar una presentación personal indicando el nombre y cargo y una breve presentación de los espacios que componen el museo (baños, salas de exposición, jardines, etc.).

Recuerde que en cada uno de los servicios educativos se utiliza un lenguaje claro, se explican los términos desconocidos (Ej. etnografía, antropología, comodato, etc.) y en ningún caso se inventa información de los objetos, si no sabe aclárelo desde el principio.

Al finalizar cualquier servicio educativo no olvide mencionar las actividades futuras del museo.

Las visitas generales, especializadas y con material didáctico, se pueden ofrecer para grupos escolares, jóvenes, adultos o tercera edad; la recomendación para su duración en los tres casos, es no exceder una hora y media.

## **3. Talleres**

La diferencia entre una charla informativa y una visita general o especializada con un taller son los productos. En las primeras se ofrece una información detallada

.....  
<sup>19</sup>Hooper-Greenhill, Eilean. Op. cit., p. 204.

y específica sobre objetos, contenidos y temáticas. Los últimos son experiencias sensibles que se dan a partir de aprender a conocer y a hacer. Esto se materializa en el desarrollo de un producto (o proceso) artístico, literario, científico, etc. Durante su proceso de elaboración, esta experiencia es dirigida por un tallerista durante un tiempo determinado, quien debe tener el conocimiento suficiente sobre el contenido y/o las técnicas establecidas para el taller.

Los talleres pueden versar sobre las temáticas y los objetos tanto de la colección permanente como de las exposiciones temporales; se diseñan para todo tipo de públicos, y en el caso específico de los grupos escolares, pueden complementar algunos contenidos desarrollados en el aula. Un ejemplo de ello sería un taller diseñado para explicar la diferencia de las “técnicas artísticas”, el cual buscaría un acercamiento a los objetos bidimensionales (cuadros, dibujos, grabados, fotografías) y tridimensionales (esculturas en madera, yeso, cartón, aluminio) del museo, invitando a los estudiantes a conocer y reflexionar sobre el espacio, los materiales y los tamaños.

Para el diseño y ejecución del taller se deberá tener en cuenta:

**Objetivos:** qué es lo que se busca con el taller.

**Público objetivo:** hacia quién va dirigido el taller.

**Duración:** el taller puede ser de una sola sesión (2 horas) o desarrollado en varias sesiones.

**Temática:** contenidos a tratar de acuerdo con el sentido del taller.

**Metodología:** la forma de elaborar el taller con los asistentes (paso a paso).

**Resultados esperados:** el producto que se elaborará durante el taller junto con la experiencia de aprendizaje derivada de éste.

Las siguientes clasificaciones pueden ser una opción para diseñar sus talleres. No son una regla para seguir, ya que las posibilidades son variadas, pero sí le ayudarán a establecer el tipo de taller y la experiencia que quiere generar a partir de éste:

## Aprender a hacer:

Talleres en los cuales se aprenden y se exploran técnicas específicas o procesos de elaboración en algún campo del conocimiento:

**Talleres artísticos** (técnicas artísticas: dibujo, pintura, escultura, grabado, fotografía; artesanías: hilados, textiles, tejidos, uso de materiales, etc.).

**Talleres científicos** (experimentación en ciencias, elaboración de instrumentos científicos, etc.).

**Talleres literarios** (búsqueda y sensibilización para el incremento de la escritura y la lectura).

**Talleres en relación con la vida cotidiana** (¿qué quiero ser cuando sea grande?, Haciendo mi propia película, Mi historia en fotografías: Crónicas del barrio vecino y mi escuela).

**“Quizás uno de los regalos más útiles que pueda ofrecer un museo al final de la jornada sea que el visitante se marche pensando: no podía imaginar que yo pudiera hacer eso”<sup>20</sup>**

.....  
<sup>20</sup> *Idid.*,p. 202.

## Aprender a conocer:

Talleres de experiencia, en los cuales se podría jugar a ejercer un rol para entender las acciones de una profesión u oficio, o se experimenta con algunos recursos para entender el funcionamiento de algo en particular:

**Talleres de roles**, en los cuales el participante asume una profesión u oficio y las tareas por seguir: Ej. Profesión: "COCINERO", Tareas: 1. Seleccionar una época histórica del museo en que quisiera ser cocinero (colonia, siglo XIX, etc.), 2. Observar y escribir los objetos que tengan alguna relación con la comida, 3. Inventar una receta a partir de los objetos vistos, 4. Hacer el experimento en casa.

**Talleres de experimentación** (con el cuerpo en movimiento, con instrumentos musicales o equipos audiovisuales: cámaras de video o fotográficas, micrófonos, etc.)

**++ Es muy importante que en el momento de diseñar el taller, se tomen como punto de referencia los objetos de la colección, éstos, junto con las actividades, son un conjunto didáctico que acercará al visitante al conocimiento del museo.**

### *Recomendaciones:*

Elabore un cronograma de actividades, en el cual establecerá: el estudio de público (para analizar a quién y cómo pueden ir dirigidos sus talleres), la evaluación de los espacios del museo aptos para talleres, el diseño conceptual y metodológico de los posibles talleres y el presupuesto destinado a la compra de materiales y pago del tallerista (de ser necesario).

Evalúe si las propuestas para los talleres son aptas para el público objetivo y si no atentan contra la integridad de la colección del museo.

Los talleres se pueden realizar entre semana o los fines de semana, recuerde que estos últimos atraen más público si las actividades son diseñadas para padres e hijos.

Con los resultados o procesos de algunos talleres puede organizar una pequeña exposición temporal dentro o fuera del museo; esta actividad servirá de puente para vincular a la comunidad con los procesos del museo, en cuanto al ejercicio museístico: creación, selección, montaje, etc.

## 4. Previsitas

Las previsitas son un servicio destinado a profesores, practicantes, líderes comunitarios y todas aquellas personas interesadas en llevar grupos escolares o grupos culturales, en la cual se asesora para planear la visita al museo. Este servicio se puede prestar tanto para las exposiciones temporales como para las permanentes.

Se pueden realizar de dos maneras:

## Opción 1

En esta previsita se le dan al interesado las indicaciones logísticas mínimas para la visita al museo y la oferta de servicios educativos permanentes que éste ofrece.

### Indicaciones logísticas (primera parte):

Aclarar si alrededor de los espacios del museo existen zonas de parqueo, esto con el fin de determinar si el transporte en el que vienen puede esperar a los visitantes o debe llegar al momento de la salida de éstos. Es importante también mostrar los espacios de servicio al público: taquilla, baños, guardarropa, salas de exhibición etc.

Indicar los precios específicos según el público (niños, estudiantes, adultos, tercera edad, personas en situación de discapacidad) para el ingreso al museo; si se escoge algún servicio educativo, aclarar el precio que se tiene para éstos (charlas informativas, visitas, talleres, etc.).

Por seguridad es recomendable que por cada grupo escolar o comunitario ingrese con ellos uno o varios acompañantes.

**“Los profesores necesitan información detallada y específica sobre el tipo de ayuda que pueden obtener, el material y equipo que están disponibles, lo que ellos deben traer y cuáles son las instalaciones con las que se puede contar”.**<sup>21</sup>

### Oferta de servicios (segunda parte):

Esta segunda parte de la previsita muestra al interesado una reseña y descripción de los servicios educativos (charlas informativas, visitas) que se ofrecen, teniendo en cuenta el tipo de público que realizará la visita, los intereses de los asistentes y los tiempos establecidos para la reserva de servicios.

## Opción 2

Esta previsita es una opción que se le puede dar al maestro, si él está interesado en diseñar y elaborar su propio recorrido, su material didáctico y posibles actividades complementarias en el aula de acuerdo con el PEI de su institución.

En este caso se le ofrecen algunas herramientas para hacer de la visita al museo una experiencia de aprendizaje única (los estudiantes podrán desarrollar en el futuro diferentes proyectos a partir de esta visita). Para ello se ha de tener en cuenta la planeación de tres momentos:

### Primer momento: Antes de la visita

Esta actividad es previa a la visita al museo.

Es indispensable que antes de la visita al museo se incite al alumno a indagar sobre lo que va a conocer. Esto se puede realizar por medio de actividades sencillas en el aula, como por ejemplo: seleccionar un objeto de la colección sin conocerlo (huesos de animales, cuadros, cerámicas, etc.) e invitar al alumno a imaginarlo y a realizarlo en algún

.....  
<sup>21</sup> Ibid., p. 145.

tipo de soporte (papel, arcilla, cartón) para que en el momento de la visita compare su objeto con el del museo, esto ayudará a enriquecer las lecturas que se tengan de éste y a su vez motivará al alumno a participar de una forma mucho más activa durante el recorrido. El maestro diseña estas actividades y alternativas de acuerdo con las relaciones y temas que quiera que sus alumnos observen en el recorrido.

### Segundo momento: Durante la visita

Es el momento de la visita al museo, el cual se convierte en una experiencia significativa para los sentidos porque se tendrá contacto con los objetos, los temas y el espacio físico.

El maestro puede estar apoyado por el personal de las institución (guías, monitores o voluntarios) o realizar él mismo el recorrido con sus alumnos. Durante éste, el maestro podrá detectar los gustos y evidenciar las experiencias emocionales que surgen a partir del descubrimiento de objetos y temas nuevos por parte de sus estudiantes.

### Tercer momento: Después de la visita

Es la actividad complementaria que cierra el ciclo, en ella participarán todos los alumnos de acuerdo con los gustos e intereses que generó en cada uno la visita al museo. Esta actividad puede ser dirigida por el maestro para realizarla en el aula o puede ser una tarea para elaborar en casa. Por ejemplo:

**En el aula:** realizar una exposición en el salón de clases con objetos que hacen parte fundamental de la vida cotidiana de cada individuo (lápices, cepillos, ropa, juguetes, objetos electrónicos, etc.), desarrollando implícitamente el proceso de elaboración que requiere una exposición: selección de objetos, investigación, diseño del espacio, elaboración de fichas técnicas.

**En casa:** recordar algunos de los objetos de la exposición para realizar un cuento, un relato, o una entrevista a algún familiar de cómo se imagina el objeto que se le está describiendo.

Una muy buena opción de presentar los servicios y las exposiciones temporales y permanentes del museo, es realizar jornadas generales que convoquen a los maestros de las diferentes instituciones educativas de la zona.

**++ Las previsitas son un servicio educativo fundamental para promover la visita del público escolar. Su intención es familiarizar e invitar al maestro a explorar las diferentes formas de acceder al proceso de aprendizaje en el museo, por medio de la utilización de objetos.**

#### *Recomendaciones:*

Para una mejor comprensión de los servicios del museo y del contenido de la previsita, se pueden elaborar folletos informativos para maestros en los cuales se describa cada uno de los servicios educativos prestados por el museo con sus respectivas indicaciones logísticas.

Una alternativa para presentar y ofertar los servicios educativos, las exposiciones permanentes y temporales del museo, es realizar jornadas generales que convoquen a los maestros de las diferentes instituciones educativas de la zona, para explicar los contenidos y actividades relacionadas con cada exposición.

## 5. Formación de voluntarios

Este servicio está orientado a la capacitación de personas interesadas en apoyar, diseñar y prestar algún tipo de servicio voluntario al museo en áreas específicas. Los voluntarios de acuerdo con sus intereses personales, reciben a cambio de su servicio capacitación sobre ejes temáticos determinados: nociones de museología, identificación de los objetos de la colección, manejo de público, historia, arte, ciencias, etc. (esto varía dependiendo de la colección, los intereses y necesidades de cada museo en particular).

La formación de voluntarios constituye para el programa educativo un proyecto a gran escala, ya que de allí se derivan: nuevas experiencias para trabajar con el público, fortalecimiento de los servicios educativos ofrecidos, ideas nuevas, proyectos especiales y lo más importante, los voluntarios en el futuro serán el vínculo entre las colecciones y los visitantes; de esta forma se tendrá un contacto directo con las necesidades del público para evaluar constantemente desde el guion curatorial hasta los servicios de accesibilidad y atención (señalización externa, interna, acceso para personas en situación de discapacidad, punto de información, biblioteca, etc.).

Para el diseño y planeación de este proyecto se deben tener en cuenta las siguientes fases<sup>22</sup>:

### Fase de planeación:

Establecer el público objetivo para el curso de voluntariado, los rangos de edades, los lineamientos para convocatoria abierta, los temas para tratar y las áreas destinadas para el servicio voluntario en el museo con sus respectivos tiempos (atención al visitante, servicios educativos, apoyo logístico a programación cultural, apoyo logístico a museografía, etc.)

### Fase de información:

Se dirige la convocatoria del curso al público interesado y se difunde en diferentes instituciones.

### Fase de selección de voluntarios:

Selección de voluntarios a partir de sus actitudes, aptitudes y a las necesidades del museo (esto varía según las expectativas del museo; puede hacer la convocatoria abierta y realizar para todos los inscritos el curso introductorio que más adelante se reseña o puede hacer una selección previa de voluntarios antes de iniciar dicho curso).

<sup>22</sup> En España, el programa para formación de voluntarios dirigido a tercera edad, está planificado desde un principio por fases sucesivas y de conformidad con un cronograma rigurosamente establecido por los profesionales y técnicos de la Confederación Española de Aulas de Tercera Edad; se debe realizar en cuatro fases que son: Fase de información y difusión, Fase de captación y selección de voluntarios, Fase de formación y motivación y, por último, Fase de aplicación y desarrollo: [http://www.ceate.org.es/voluntarios\\_museos.htm](http://www.ceate.org.es/voluntarios_museos.htm).

## Fase de formación:

La fase de formación se subdivide en:

### 1. Curso introductorio:

En este curso introductorio los aspirantes a voluntarios reciben capacitación sobre los fundamentos, objetivos y características del voluntariado y sus derechos y deberes<sup>23</sup> (aclarando que el servicio voluntario no tiene ningún tipo de remuneración económica). Así mismo, reciben someramente un panorama general del museo en el cual van a realizar el curso de voluntariado (organización interna, misión, visión, público que visita sus colecciones y problemáticas del propio museo). Una vez realizada la introducción se presentan las tres modalidades de formación a las que el voluntario puede acceder: reducido, básico y ampliado, con sus respectivas cargas horarias y con las tareas específicas que debe realizar según su escogencia.

Con este curso introductorio los aspirantes deciden o no realizar el curso de formación y según sus expectativas y disponibilidad horaria selecciona su modalidad de estudio. El voluntario puede escoger una o las tres modalidades del curso.

Una vez tomadas estas decisiones por parte de los aspirantes, los responsables de realizar el curso de formación, organizan el grupo y establecen el cronograma de estudios para seguir a la segunda fase: **El curso de formación.**

### 2. Curso de formación:

El curso se podrá dividir en tres fases: *reducido, básico y ampliado*<sup>24</sup>, estas divisiones no son una norma para seguir, pero sí pueden ser una buena alternativa para organizar, dirigir e incentivar el servicio y competencias (habilidades) que pueden ofrecer los voluntarios al museo.

Para una mejor comprensión y compromiso con el curso de formación, es prerequisite para el aspirante realizar el curso introductorio antes de iniciar el curso de formación.

**++ Una vez terminados cada uno de los tres cursos de formación descritos a continuación, el aspirante podrá presentar una evaluación para prestar su servicio voluntario, definido en colaboraciones continuas o colaboraciones puntuales<sup>25\*</sup>**

<sup>23</sup> [http://www.ceate.org.es/voluntarios\\_museos.htm](http://www.ceate.org.es/voluntarios_museos.htm)

<sup>24</sup> Calaf, Roser. [et al.]. *Arte para todos: miradas para enseñar y aprender el patrimonio*. Gijón, Trea, 2003, p. 68.

<sup>25</sup> El voluntariado en el Museo Guggenheim de Bilbao está dividido por cuatro áreas (Área de Relaciones Externas, Subdirección de Amigos del Museo, Subdirección de Atención al Visitante y Subdirección de Educación e Interpretación), las cuales tienen dos modalidades: colaboraciones continuas y colaboraciones puntuales, el servicio que presta cada voluntario depende de la modalidad escogida y el tiempo disponible para este. Para más información consulte: [http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos\\_educativos/voluntariado.php?idioma=es](http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos_educativos/voluntariado.php?idioma=es).



## ++ Colaboraciones continuas: servicios educativos y de atención al público; intensidad mínima de dos días a la semana.

### Colaboraciones puntuales: eventos específicos del museo, intensidad mensual, semestral o anual.

#### *Curso de formación reducido*

En este curso se propone una formación exacta sobre los lineamientos generales de la institución museo (definición, funciones esenciales, finalidad y funciones de gestión y organización)<sup>26</sup>. Una vez estudiadas estas nociones generales de la entidad museo, se estudia en detalle la organización y el funcionamiento interno del museo que está implantando el curso, descrito sucintamente en el curso introductorio. Esto incluye: organización interna, divisiones, colecciones, historia del museo, guion curatorial y museográfico, introducción a los servicios que se prestan al público tanto educativos (charlas introductorias, visitas, talleres, programación cultural, etc.) como de accesibilidad y atención (parqueaderos, baños, taquilla, punto de información, etc.), para terminar finalmente con estrategias e indicaciones para el recibimiento del público en cada uno de estos servicios.

Los voluntarios que cumplan con la carga horaria de este curso de formación, al finalizarlo podrán presentar una evaluación para prestar voluntariamente los servicios descritos a continuación, ya sea como colaboración continua o puntual:

#### Colaboraciones continuas:

- ★ Atención al visitante en el punto de información, para indicar: los horarios, las tarifas, el orden de recorrido y la ubicación exacta de servicios (baño, teléfonos, tienda, etc.).
- ★ Atención al visitante para la descripción e información de servicios educativos (charlas introductorias, visitas, talleres, etc.).
- ★ Realización de charlas introductorias.
- ★ Apoyo logístico para la realización de servicios educativos.

#### Colaboraciones puntuales:

- ★ Apoyo para la atención al visitante y realización de charlas introductorias los fines de semana.
- ★ Apoyo logístico para programación académica y cultural: visitas especiales, cursos, seminarios, conciertos, obras de teatro, etc.
- ★ Apoyo logístico en las inauguraciones del museo.

#### *Curso de formación básico*

Este curso comprenderá la identificación y el estudio de los objetos de la colección, el estudio a profundidad de los temas relacionados y la estructura de visitas y talleres educativos propios del museo; aplicando éstos al análisis del público en cuanto a su

.....  
<sup>26</sup> Para un estudio detallado revisar: *La arqueología, la etnografía, la historia y el arte en el museo*. Memorias de los coloquios nacionales. Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia, Bogotá, 2001.

identificación, naturaleza y necesidades, detallando así los problemas del museo para la atención de los diferentes tipos de visitantes (este último apartado puede desembocar en la realización de un proyecto específico por parte del voluntario, para ser elaborado en el último curso de formación).

Durante este curso de formación el voluntario aprende a realizar los servicios educativos propios del museo (charlas informativas, visitas, talleres y previsitas a maestros) con los diferentes tipos de público: niños, jóvenes, adultos, personas en situación de discapacidad y tercera edad.

Los voluntarios que cumplan con la carga horaria de este curso básico, al finalizarlo podrán presentar una evaluación para prestar voluntariamente los siguientes servicios:

#### Colaboraciones continuas:

- ★ Atención al visitante para la descripción e información de servicios educativos (charlas introductorias, visitas, talleres, previsitas a maestros).
- ★ Realización de servicios educativos para las diferentes clases de público que visita el museo:
  - Charlas informativas
  - Visitas generales y con material didáctico
  - Talleres
  - Previsitas a maestros
- ★ Apoyo en la actualización de la base de datos de instituciones formales y no formales para la información y divulgación de servicios educativos.
- ★ Apoyo en la investigación de objetos de la colección para diseñar y realizar un guion de visita especializado.

#### Colaboraciones puntuales:

- ★ Apoyo para la atención al visitante y realización de charlas introductorias los fines de semana.
- ★ Asistencia para la programación académica y cultural, en cuanto a: preproducción, producción, impresos, difusión, etc.
- ★ Asistencia para la preproducción de las inauguraciones, en cuanto a: base de datos actualizada de invitados, correspondencia y logística de la inauguración.

### *Curso de formación ampliado*

Este curso es una línea de profundización hacia las colecciones del museo, la creación de nuevos servicios para captación de público y para el desarrollo de proyectos especiales que beneficien algún área del museo. Para ello el voluntario, durante el transcurso de este último curso de formación, de acuerdo con sus intereses, elaborará un proyecto y su desarrollo será su servicio voluntario hacia el museo. Una vez evaluado y valorado el proyecto, el voluntario y los directores del curso elaborarán conjuntamente un cronograma para establecer las colaboraciones continuas y puntuales respecto al proyecto.

Las líneas de acción para cada proyecto dependen de las necesidades del museo, en sus distintas áreas, pero el común denominador de todos debe ser el mejoramiento de la comunicación del museo hacia el público en todos sus aspectos (museográfico, educativo, curatorial, documental, etc.).

Aquí se presentan algunos campos de acción para el desarrollo de proyectos:

- ★ Diseño de talleres y materiales didácticos para niños, jóvenes, adultos, personas en situación de discapacidad, tercera edad y familias.
- ★ Atención dirigida exclusivamente a maestros para seguimiento y apoyo de recorridos especiales para proyectos conjuntos entre el museo y el aula.
- ★ Desarrollo de propuestas especiales para la programación académica y cultural.
- ★ Asistencia para desarrollar proyectos museográficos temporales (físicos o virtuales) dentro de la colección permanente.
- ★ Apoyo en la catalogación e investigación de objetos para el registro de colecciones y para desarrollar servicios educativos especiales.
- ★ Apoyo en la formación de voluntarios para crear una red de voluntarios dentro del museo, con los museos vecinos y con las instituciones culturales de la zona geográfica, con el fin de crear actividades especiales que incentiven recorridos turísticos, valoración del patrimonio y trabajo del museo con la comunidad.
- ★ Desarrollo de charlas informativas de difusión de servicios educativos fuera del museo para captación de público.

La duración de cada uno de los cursos depende de la organización interna, las colecciones y necesidades del museo. Se puede establecer un tiempo aproximado de duración para cada uno de los cursos de la siguiente manera:

- ★ Curso introductorio: puede tener una duración aproximada de tres a cuatro horas, realizado en una sola sesión o dividido en dos sesiones en diferentes días.
- ★ Curso de formación reducido: puede tener una duración aproximada de un mes y medio, con sesiones de dos horas semanales.
- ★ Curso de formación básico: puede tener una duración aproximada de tres meses, con sesiones de tres horas semanales.
- ★ Curso de formación ampliado: puede tener una duración aproximada de tres a cuatro meses, con sesiones de tres horas semanales.

Los voluntarios podrán realizar si desean los tres cursos de formación, pero los deben cursar en orden y como prerrequisito para cada uno tienen que haber cumplido la carga horaria del anterior.

**++ El curso de formación en sus tres ciclos (reducido, básico o ampliado) no corresponde a la carga horaria de servicio voluntario que el aspirante debe realizar una vez desarrollado el curso. En el momento de su evaluación respectiva, el museo planteará el número de horas de servicio voluntario que el aspirante deba cumplir, ya sea por medio de actividades continuas o puntuales.**

## Fase de aplicación y evaluación I:

En esta fase el museo y el director o responsable del curso de formación, por medio de una evaluación, identifica y decide cuáles son los aspirantes a “voluntarios” para realizar la aplicación de cada uno de los cursos de formación, una vez cumplidas las horas de capacitación. A partir de este momento el museo acredita al voluntario por medio de una carta de aceptación o carné especial de voluntario; así mismo, el voluntario firma un acta de cumplimiento de objetivos del programa para sus actividades continuas o puntuales y declara no buscar ninguna prestación económica por sus servicios voluntarios.

## Fase de evaluación II:

Esta fase es el proceso de culminación tanto del proceso de formación como de la fase de aplicación y evaluación I; el responsable del curso y los voluntarios realizan un análisis y diagnóstico del servicio voluntario realizado hacia el museo, en el cual evalúan los resultados de cada uno, los logros y el impacto que produjo éste frente a la comunicación con el público y a las necesidades de la institución. En este punto es el propio museo quien decidirá si los voluntarios pueden tener una posible vinculación laboral en el futuro, por la prestación de algunos servicios o por la continuación de algunos proyectos.

**++ El voluntariado es una forma de vincular a la comunidad con el museo, ésta podría aportar a muchas de las funciones propias del museo si se está en un proceso de conformación; si es un museo ya establecido, los voluntarios pueden apoyar el desarrollo de nuevos servicios pedagógicos, la ejecución de los mismos y el fortalecimiento de algunas áreas del museo.**

### *Recomendaciones:*

Para planear, diseñar y elaborar su curso de formación a voluntarios tenga en cuenta las siguientes actividades:

★ Recopile información sobre voluntariado en museos, estas páginas Web le pueden ayudar:

<http://www.madriidiario.es/2008/Noviembre/canal-social/109294/museo-sorolla-voluntariado-mayores-guias-culturales.html>

<http://museovidrio.vto.com/uvol.htm>

<http://www.demayores.com/voluntarios-culturales-mayores/>

[http://www.ceate.org.es/voluntarios\\_museos.htm](http://www.ceate.org.es/voluntarios_museos.htm)

[http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos\\_educativos/voluntariado.php?idioma=es](http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos_educativos/voluntariado.php?idioma=es)

- ★ Establezca cuáles son las prioridades y necesidades de su museo, para proyectar el enfoque que tendrá el curso de formación.
- ★ Diseñe el curso de formación con sus respectivos ciclos, temas, bibliografía recomendada y horarios; tenga en cuenta también que debe designar a una o dos personas para apoyar la realización de dicho curso, lo ideal es que las personas designadas hayan estado en el proceso de conformación y creación del museo o tengan algún tipo de relación y experiencia en él.
- ★ A partir de sus propios recursos puede aportar al diseño y formación de dicho curso, por medio de material audiovisual, catálogos y visitas.
- ★ Realice una convocatoria abierta al público, tenga en cuenta que debe especificar los requisitos que los aspirantes deben cumplir: edad, profesión, gustos, etc. Usted puede decidir si el curso introductorio se lo imparte a todas las personas inscritas o si antes de realizar éste hace una pre-selección.
- ★ Es importante que una vez iniciado el curso de formación le ofrezca a los voluntarios incentivos y beneficios que los hagan sentir parte del museo, como por ejemplo: carta de aceptación, carné especial y entradas gratis.
- ★ Durante el curso de formación esté atento a los comentarios y dudas de los voluntarios, ya que esto reevaluará el desarrollo del mismo y detectará algunos problemas del museo.
- ★ Las evaluaciones al final de cada curso son un rito de paso, más que calificar pretenden identificar las capacidades y falencias de los voluntarios para la comunicación y trabajo con el público.
- ★ Al finalizar el curso con los tres ciclos respectivos y la evaluación pertinente, es importante que haga un acto protocolario (graduación de voluntarios) en el que participen algunos funcionarios del museo y todos los voluntarios capacitados, para incentivar su trabajo y apropiarlos del espacio del museo.
- ★ Verifique y haga un seguimiento constante a las horas de servicio de los voluntarios, para que una vez finalizadas, pueda establecer un diagnóstico confiable para analizar y evaluar propuestas en el futuro.
- ★ En caso de que no pueda realizar una convocatoria abierta o desarrollar un curso de formación, puede tomar como opción de voluntariado, la creación de un convenio con una institución de educación básica, para que los estudiantes de último grado presten su servicio social en el museo bajo su supervisión; ello podría fortalecer algunas actividades incompletas, como registro y documentación de objetos, diseño básico de folletos informativos, atención básica al público, etc.

Recuerde que ni la edad ni la profesión son un impedimento para realizar el voluntariado en el museo, usted puede crear un voluntariado específico para cada grupo de edad o puede realizar uno solo, tanto con jóvenes como con adultos mayores o personas en situación de discapacidad.

Estos son algunos ejemplos:

**Voluntariado infantil:** en este servicio educativo los niños pueden aprender y sensibilizarse sobre temas del museo, pueden evaluar y dar ideas sobre los talleres

y materiales didácticos que tenga el museo y a su vez pueden apoyar y desarrollar programación especial para ellos mismos: día del niño, día de las brujas, ciclos especiales de fines de semana, vacaciones y Navidad.

**Voluntariado para maestros:** los docentes pueden optar por este curso para fortalecer las herramientas educativas del museo y para establecer proyectos conjuntos con el museo para incentivar la visita de los estudiantes.

**Voluntariado tercera edad:** este voluntariado pretende incentivar en los mayores la difusión del patrimonio cultural, por medio de programación especial, en la cual pueden explotar sus habilidades y conocimientos de la zona geográfica o de la historia de algunos objetos del museo por medio de recorridos especiales, visitas o talleres con la comunidad.

# Realización de materiales didácticos

Los materiales didácticos son elementos de apoyo para la visita al museo. Pueden ser diseñados para ser usados dentro o fuera del espacio museístico, y sobre soportes de cualquier material (papel, cartón, acrílico).

Su intención es de carácter pedagógico y didáctico, dan información y son herramientas de apoyo en diferentes casos, ya sea para que el visitante realice su visita solo o en compañía del personal del museo.

Los materiales pueden tener una función y carácter informativo, monográfico o didáctico. Se utilizan para las diferentes clases de público, pero deben tener un lenguaje coherente y claro una vez identificada su función.

Los materiales didácticos deben cumplir algunas normas muy básicas de redacción y diseño para alcanzar una comunicación eficiente. El siguiente apartado del capítulo: *Museos: ámbitos perfectos de aprendizaje*<sup>27</sup>, señala las herramientas principales de lenguaje para la creación de cualquier material, taller o elemento educativo destinado al espacio museístico:

**“Todos los elementos educativos, ya sean exposiciones, conferencias, talleres o material para profesores deben cumplir con algunas normas muy básicas (...) Tal vez sea útil recordar, en pocas líneas, cuáles son estas normas fundamentales:**

- ★ *Determinar de antemano las necesidades y conocimientos del público al que van destinados, nos ayudará a conseguir una respuesta positiva.*
- ★ *Se debería limitar el contenido de lo que se va aprender, y dividir el material en un número de apartados que no sean en principio menos de cinco ni más de nueve, aunque éstos a su vez se puedan subdividir.*
- ★ *El objeto de estudio debe pasar de lo conocido a lo desconocido, estableciendo asociaciones con la vida diaria.*
- ★ *La analogía, la comparación y el ejemplo son instrumentos útiles para la comprensión. Las ideas deben expresarse de la forma más concreta posible, aunque no se deben dejar de lado las relaciones entre lo concreto y lo abstracto.*
- ★ *Incorporar marcos para el procesamiento del objeto de estudio. Por último se debe evaluar todo el material*<sup>28</sup>.

A partir de estos elementos y características básicas, identificaremos los principales pasos para la elaboración de materiales didácticos:

1. Identificar a qué clase de público va dirigido el material y cuál es su objetivo.
2. Establecer qué tipo de material se quiere diseñar<sup>29</sup>:

.....  
<sup>27</sup> Hooper-Greenhill, Eilean. Op. cit., p. 210.

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p. 210.

<sup>29</sup> En la actualidad pueden existir un sinnúmero de tipos y clases de materiales didácticos para la educación

**Informativo:** indica aspectos básicos del museo, de su historia, de sus colecciones o de su edificio. En algunos casos puede hacer referencia a un grupo de objetos o a una sala específica.

**Monográfico:** utilizados para exponer de forma pormenorizada un tema específico, un personaje (autor, artista, científico), un movimiento artístico o una época histórica.

**Didáctico:** es el material utilizado para realizar visitas guiadas o recorridos libres, destinado a grupos escolares, familias, tercera edad o población en situación de discapacidad. Contiene actividades y preguntas para ser desarrolladas a lo largo del recorrido, pueden tratar una temática específica o relacionar algunos objetos de la colección.

3. Utilizar en cualquiera de los tres casos un vocabulario conocido, si existen términos técnicos y nuevos para el público objetivo, será necesario explicarlos en un glosario de términos.

4. Para el caso de los materiales didácticos se pueden tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ★ Utilizar un título atractivo.
- ★ Se puede utilizar la figura de un rol para que sea asumida por el visitante.
- ★ Las actividades y preguntas deben estimular y motivar, no se trata de llenar por llenar o memorizar, se deben asociar a la vida cotidiana y deben indagar al objeto en todas sus condiciones (físicas, visuales, intelectuales). Ej. *En este cuadro encontrarás vacas de todos los tamaños y colores; la carne de vaca que comes a diario ¿podría ser de alguna de ellas?*
- ★ No se deben controlar los resultados de las preguntas; no siempre se deben encauzar a una sola respuesta, puede tener múltiples resultados. Ej. *Escribe el nombre del personaje que está en el cuadro e imagina con qué palabras regañaba a sus hijos.*
- ★ Las respuestas positivas no son las únicas opciones, se puede incitar al análisis y al cuestionamiento para dar respuestas de todo tipo. Ej. *Los españoles llegan a América en 1492, las palabras que utilizan para referirse a los indígenas son bárbaro, salvaje, caribe e indio, las cuales humillaban su condición. ¿Qué palabras has escuchado o utilizado que desprecien a otra persona?*
- ★ Relacionar las preguntas y los objetos con situaciones emocionales del día tras día. Ej. *Observa el libro de viajes que hay en la vitrina, ¿Cuántos años crees que tiene?, ¿Tú escribes a diario todo lo que te pasa?*
- ★ Los párrafos no siempre deben hacer alusión a preguntas o actividades, pueden ser informativos o descriptivos (explicación de técnicas artísticas, de sucesos históricos, etc.).

5. Para el diseño de preguntas dentro de los materiales didácticos, se pueden tener en cuenta estas clasificaciones:

**Preguntas de memoria:** *“Buscan el recuerdo de datos, el reconocimiento de cosas y descripciones. Suelen empezar con estas palabras: “¿Cuántos?”; “¿Cuál es?”; “Enumere...”<sup>30</sup>”.* Ej. *Enumera cuántos países hay en el mapa.*

**Preguntas convergentes:** *“Van dirigidas a aspectos específicos, lo que ya se sabe o comprende: para sus respuestas se pide que se hagan explicaciones o comparaciones o que se establezcan relaciones: “¿Para qué sirve esta palanca?”; “¿En qué se parece este bolso a este otro?”; “¿En qué se diferencian estas dos telas?”<sup>31</sup>”.* Ej. *Escoge dos alimentos del viejo mundo y tres del*

---

formal y no formal; esta clasificación se realiza a partir de la necesidad de crear y diseñar materiales básicos exclusivos para la difusión en el museo.

<sup>30</sup> Ibid., p. 207.

<sup>31</sup> Ibid.



nuevo mundo e invéntate una receta. Se vale tener como ingredientes maizitos, tostacos y chocolatinas.

**Preguntas divergentes:** *“Contemplan lo múltiple, siendo posible dar más de una respuesta. Para contestar a este tipo de preguntas se requiere imaginación, formulación de hipótesis, el conocimiento aplicado a la resolución de problemas, predicción, deducción y reconstrucción. Estas preguntas empiezan típicamente con estas palabras: “¿Y si...?”; “¿De cuántas maneras...?”; e “Imagínate que...”<sup>32</sup>. Ej. De los objetos que tienes en tu casa, ¿cuál te gustaría exponer o donar al museo?*

**Preguntas críticas:** *“Piden respuestas personales y exclusivas, basadas en la selección y evaluación. Se busca la opinión particular, y se tendrá que exponer el punto de vista propio, justificándolo y defendiéndolo con pruebas. Son estas preguntas: “¿Qué piensa de?; “¿Está de acuerdo en que...?”; “¿Cuál es su reacción frente a...?”; “¿Cuál de estas opiniones cree...y por qué?”<sup>33</sup>. Ej. Observa la máscara mortuoria de Jorge Eliécer Gaitán. Escribe si fue justa su muerte y qué pudo pensar antes de morir.*

**“Estas preguntas, con todas las respuestas que provocan, permiten el avance por el proceso cognitivo hacia el desarrollo de las facultades necesarias para establecer la relación con los objetos. Con ellas se consigue una acumulación de experiencia intelectual y el potencial necesario para aplicar el conocimiento ya adquirido a nuevos objetos”<sup>34</sup>.**

## **++ El diseño y uso de materiales didácticos intensifica la experiencia de visita al museo; los objetos seleccionados adquieren una nueva mirada por parte del visitante, y al mismo tiempo, se enriquecen sus lecturas a partir de la investigación previa.**

### **Recomendaciones:**

Antes de ofrecer cualquier material impreso al público realice pruebas piloto con diferentes personas para evaluar si el diseño, el lenguaje y las actividades son pertinentes.

No olvide que los objetos son las constantes para desarrollar materiales, explórelos e incite al público a llegar a ellos.

El material debe tener un sentido lógico de recorrido para que el visitante no se pierda en el desarrollo de actividades y pueda disfrutar la visita sin ningún inconveniente.

<sup>32</sup> *Ibíd.*, p. 209.

<sup>33</sup> *Ibíd.*

<sup>34</sup> *Ibíd.*

La información que contengan los materiales no debe ser excesiva, ni interponerse entre la observación y el contacto con el objeto, por el contrario debe ser un apoyo para disfrutar el mismo.

Es indispensable que exista una oferta de materiales informativos en el museo, ya que son las herramientas básicas para las visitas del público que no está interesado en recibir ningún tipo de servicio educativo o quiere realizar su recorrido solo.

No todos los materiales didácticos deben asumir la figura de un rol, pueden tener un relator que le indique de forma familiar al visitante, las actividades que debe realizar a medida que va observando los objetos.

# Programación académica y cultural

1. ¿Tiene algún tipo de programación académica o cultural?:

\_Sí

\_No

Si la respuesta es afirmativa responda la pregunta # 2

2. Con qué frecuencia la realiza:

Semanal

Mensual

Bimestral

Trimestral

Semestral

Anual

## Vinculación de la comunidad

*“Las actividades programadas por el museo, como parte fundamental de la difusión de sus colecciones y de las funciones que la institución desarrolla, constituyen un elemento clave para la vida de todo museo<sup>35</sup>”, ya sean culturales y/o académicas, pues vinculan a la comunidad y permiten la apropiación del museo.*

La programación académica puede incluir actividades que amplíen la cobertura de servicios educativos prestados al público, mediante visitas especiales, cursos, seminarios, conferencias y cátedras, relacionados éstos con los objetos y testimonios de las colecciones temporales y permanentes.

La programación cultural puede apoyar y elaborarse en conjunto con entidades educativas formales, no formales e instituciones de carácter cultural; a su vez puede vincular proyectos independientes e incentivar a los vecinos de la zona para presentar sus proyectos de tiempo libre.

Entre sus múltiples opciones están:

**Conciertos:** pueden ser de un género específico, ser de temporadas especiales (Navidad, fiestas patronales, etc.) o de franjas fijas (lunes sónico, viernes cultural, fines de semana, etc.)

**Proyecciones audiovisuales:** pueden presentar proyectos independientes de universidades, colegios y entidades culturales a través de formatos como el filminuto, cortometraje, documental, experimental, video-arte y animación (recuerde la ley de cine colombiana y el permiso autorizado para presentar productos audiovisuales).

**Artes escénicas:** comprende diferentes tipos de representaciones que involucran al cuerpo dentro de un escenario; entre éstas se destacan la danza, los títeres, el teatro y el performance.

<sup>35</sup> Gómez Chinchilla, Marina y otros (editores). *Criterios para la elaboración del plan museológico*. Ministerio de Cultura. España, Secretaría General Técnica, 2006. p. 28.

Algunos proyectos escolares de carácter cultural desarrollados en el aula o de casas de la cultura, pueden hacer parte de esta programación, ya sea para la atracción de familias al museo o para dar a conocer los resultados de dichos proyectos a la comunidad.

**Actividades educativas especiales:** éstas se diferencian de los servicios educativos del museo, porque las puede realizar una persona ajena a éste y no necesariamente debe tener un conocimiento riguroso de la colección para realizarlas. Pueden ser talleres libres o visitas especiales relacionadas con alguna pieza, testimonio, historia del edificio en que se encuentra el museo o temas históricos que tengan relación con los objetos. Una muy buena opción para este tipo de programación sería la visita de alguna persona que haya visto la transformación y el proceso de la edificación en que se encuentra el museo.

### ¿Cómo programar?

- ★ Para realizar tanto la programación académica como la cultural, el museo se puede apoyar en los grupos e instituciones establecidos en la comunidad: bandas de colegio, grupos de teatro, grupos culturales de tercera edad, casas de la cultura e instituciones sin ánimo de lucro y de esta forma crear vínculos institucionales de apoyo.
- ★ El museo puede aprovechar las fiestas patronales y los festivales de las diferentes zonas geográficas vecinas para ofrecer una programación conjunta con éstos (fiesta de la Virgen del Carmen, carnaval de negros y blancos, reinado de la panela, etc.).
- ★ Para la programación académica y cultural se pueden plantear visitas sobre experiencias de vida que por algún motivo estuvieron involucradas con la creación y constitución del museo y/o con los objetos: “Yo tenía esto...”, “esto perteneció a...”, “yo estuve cuando...”, etc.
- ★ Para los períodos de vacaciones, se pueden programar actividades especiales para niños, jóvenes y familias.
- ★ Los talleres especiales pueden tener relación o no con las colecciones del museo, constituyen un espacio para que personas especializadas o autodidactas que no estén vinculadas al museo, compartan sus saberes con el público.

## ++ Es fundamental que la comunidad esté vinculada con la programación académica y cultural, ya que es otra forma de acceder al conocimiento y al disfrute del museo.

### *Recomendaciones:*

Identifique el tipo de programación que tiene, la frecuencia con la que la realiza y el público asistente a la misma.

Elabore un cronograma de actividades en el que especifique los tiempos de búsqueda para contactar grupos culturales, eruditos, personas autodidactas, etc. Una vez creada y actualizada esta base de datos, diseñe una programación que incluya actividades para el público constante y actividades para nuevos públicos, por ejemplo: para atraer público adolescente cree una franja fija los fines de semana en la que traten temas de su interés como charlas sobre tribus urbanas, posibles vocaciones profesionales y/o franja de videos musicales experimentales realizados por ellos mismos.

Muchas veces sus vecinos pueden tener actividades de interés para la comunidad, conozca sus proyectos y participe en ellos para enriquecer el diálogo con la comunidad y el acceso de ésta al museo.

# Proyectos conjuntos (comunicación + educación)

## Fortalecimiento de la difusión del museo: creación de blogs

El público es uno de los ejes fundamentales de cualquier museo y necesita ser parte activa del mismo. Muchas veces los medios de difusión no son suficientes para que diferentes tipos de públicos conozcan y sean partícipes de las actividades del museo, por eso es necesario aprovechar todas las herramientas que se tengan a la mano, tanto analógicas como digitales.

En la realidad colombiana muchos museos no poseen página de internet por falta de recursos, por dificultades de acceso o por desinformación.

Actualmente existen plantillas prediseñadas para la creación de páginas Web personalizadas (sin ningún costo), en las cuales se alberga información de diversa índole, éstas son denominadas blogs. *“Un blog o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Hoy en día el blogging es uno de los servicios más populares en el Internet, llegando hasta el punto que cantantes o actores famosos tienen blogs, así también como empresas Internacionales<sup>36</sup>”*. Este servicio en la actualidad no es usado únicamente como diario personal o institucional sino como un medio de difusión de diferentes museos en el mundo.

El DEAC (Departamento de Educación y Acción Cultural) del MUSAC-Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, *“ofrece al público la creación de blogs, para la difusión de la programación realizada y como herramienta para facilitar el contacto con el público a través de los comentarios y propuestas que éstos puedan plantear<sup>37</sup>”*. Esta iniciativa nace con el fin de difundir todos los programas y propuestas de la DEAC con las diferentes clases de público, a continuación se muestra una breve reseña de cada blog:

**<http://formacionmusac.blogspot.com/>**: este blog recoge toda la información pertinente a la experiencia de trabajo con centros de enseñanza y grupos de discapacidad.

**<http://pequeamigosmusac.blogspot.com/>**: es el blog destinado para los programas de ocio y formación para público infantil, condensado en el grupo Pequeamigos-Musac.

**<http://www.radiomusacabierto.blogspot.com/>**: es un programa que realiza el DEAC desde octubre de 2006 en Radio Universitaria de León. Nació con el doble objetivo de conectar el público universitario y a su vez servir de plataforma para experimentar con el formato radial y sus posibilidades educativas y comunicativas<sup>38</sup>.

<sup>36</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>

<sup>37</sup> <http://deacmusac.blogspot.com/>

<sup>38</sup> *Ibíd.*

Cada uno de estos blogs muestra experiencias dentro y fuera del museo con el público, usted puede hacer partícipe a la comunidad de las diferentes experiencias por medio de la creación de estos blogs.

Para crearlo puede acceder a las siguientes páginas y seguir las indicaciones respectivas:

★ <http://es.wordpress.com/signup/>

★ <http://www.blogger.com/>

★ <http://home.spaces.live.com/>

La creación del blog le permitirá difundir los proyectos, la programación, conocer los comentarios y sugerencias de los visitantes (pues se pueden hacer comentarios abiertos), difundir fotografías del museo y sus eventos, para una mayor cobertura de atención al público

4

\* { Exposiciones } \*

Las exposiciones son el medio con el cual el museo comunica los contenidos del patrimonio que alberga a sus visitantes. El museo cumple con su trabajo en la medida en que sus labores de conservación e investigación sobre las piezas sean exhibidas para el disfrute y el deleite de los distintos públicos.

**“La exposición es el sistema básico del museo. Puede ser permanente o temporal, pero estas dos variantes teóricas no chocan, sino que se complementan. Mientras la primera crea una relación entre los objetos, el espacio y el público, que puede volver una y otra vez a encontrar la misma pieza en el mismo lugar, la segunda puede ayudar a descubrir nuevos aspectos, a ampliar el conocimiento sobre determinados temas, además de haberse convertido en el principal medio de atracción de nuevos visitantes al museo”<sup>39</sup>.**

Para que las exposiciones contribuyan de manera activa al desarrollo de las tareas de comunicación+educación, el museo deben tener en cuenta tres aspectos:

### *¿Qué comunica la exposición?*

Al tener en cuenta que la exposición es un medio de comunicación, lo primero que se debe definir son los contenidos por comunicar. Ese contenido parte del conocimiento que se construye en torno a los objetos gracias a un proceso de investigación que se convierte en una estructura temática denominada guion, posteriormente dicha información se divulga a los visitantes a través de las mismas piezas y de las relaciones que se establecen entre ellas.

### *¿Cómo se comunica?*

Una vez se definen los contenidos se debe establecer un discurso expositivo mediante el cual se ubican los objetos espacialmente en un recorrido, mediante el uso de recursos de exhibición como la iluminación, las vitrinas, los colores de la sala, el diseño de los avisos y la distribución de las piezas en el espacio, a través de estos elementos se refuerza el mensaje que se pretende transmitir con los contenidos.

### *¿Lo que se comunica está relacionado de manera clara con la misión del museo?*

La realización de las exposiciones cobra sentido en la medida en que contribuyan a divulgar el patrimonio que alberga el museo y se constituyen en un medio eficaz para que el público encuentre motivos para visitar el museo.

### *Actividades*

Para determinar si la realización de una exposición contribuye al logro de las tareas comunicación+educación, es necesario revisar si se comunican de manera clara, los siguientes aspectos:

- ★ La relación entre el objetivo de la exposición y la misión del museo.
- ★ El compromiso con la conservación el patrimonio.
- ★ Una oferta de servicios que incluye en la medida de lo posible al público en situación de discapacidad.

.....  
<sup>39</sup> Valdés María del Carmen. Op cit., p. 39.



Para esto, le sugerimos dar respuesta a este cuestionario:

### *Cuestionario Exposiciones temporales*

1. ¿El objetivo de la exposición está relacionado de manera clara con la misión del museo?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

2. En caso de que su respuesta sea afirmativa, responda si la exposición programada tiene relación clara con los siguientes aspectos:

Las colecciones del museo.

El edificio del museo (en el de caso de estar ubicado en un bien patrimonial).

Una actividad en el marco del Día Internacional de los Museos.

Una conmemoración importante para la comunidad en la que funciona el museo.

Un personaje o un proceso significativo para la comunidad en la cual funciona el museo.

Un conmemoración nacional.

3. ¿Para comunicar el objetivo de la exposición y su relación con la misión del museo a los visitantes, usted realiza algunas de las siguientes tareas?

Explica esta relación en los textos de la exposición.

Las personas que atienden al público explican de manera clara esta relación.

Publican esta relación en algún medio impreso: volante, por ejemplo.

4. ¿El público considera que el lenguaje empleado para las fichas y los textos de apoyo es claro?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

5. ¿La exposición comunica el cuidado que se le debe tener al patrimonio, al tener en cuenta los siguientes aspectos?

En la sala no se presentan problemas de humedad.

La sala tiene una buena circulación de aire.

Las obras no están expuestas a luz solar o próximas a los bombillos.

No hay presencia de insectos y plagas.

Las obras están resguardados (en vitrinas) y exhibidas a un distancia prudencial del público.

Se le informa al público la distancia que debe mantener frente al patrimonio exhibido.

Las obras están continuamente vigiladas.

6. ¿El diseño de la exposición permite que sea visitada por el público en situación de discapacidad?

Está libre de obstáculos.

Ofrece facilidad de acceso para las sillas de ruedas.

Cuenta con un tamaño y tipo de letra que permita la lectura completa de las fichas y los apoyos en sala.

El museo permite el ingreso de perros guías.

## *Recomendaciones*

Las exposiciones pueden ser una efectiva estrategia para atraer nuevos públicos al museo, siempre y cuando exista una clara relación entre el objetivo de la muestra y la misión de la institución, de tal manera que contribuya a que el visitante entre en contacto con el patrimonio que alberga.

Tenga presente que todo comunica en el museo. En el caso de las exposiciones usted no podría tener un discurso sobre la importancia del cuidado del patrimonio y exhibir las piezas en una sala húmeda; no debería hablar de inclusión sino presta atención al tamaño de las letras de los apoyos o no permite el ingreso de perros guías.

5

\* { Programa  
de divulgación } \*

En la presente publicación se denomina divulgación a las tareas o actividades mediante las cuales los museos informan a la gente previamente sobre su existencia, con el fin de que el público pueda beneficiarse de los servicios que ofrece.

### *¿Para qué se realizan las tareas de divulgación en un museo?*

- ★ Para ir más allá de sus propios muros y hacerse visible en la comunidad.
- ★ Para recolectar y ofrecer información que permita la visita al museo.
- ★ Para recolectar y ofrecer información clara y oportuna sobre el museo y sus servicios.
- ★ Para suministrar información a públicos específicos.
- ★ Para hacer presencia en los medios de comunicación y dar a conocer sus actividades y consolidar una imagen ante la opinión pública.
- ★ Para contribuir a incrementar el número de beneficiarios.

### *¿Qué puede divulgar un museo?*

- ★ Información para orientar la visita:
  - Ubicación
  - Horarios
  - Tarifas
  - Recomendaciones para la visita:  
(Posibilidad de tomar fotografías sin flash, ingreso de perros guías)
- ★ Historia del museo
- ★ Historia del edificio
- ★ Colecciones
- ★ Salas permanentes
- ★ Exposiciones temporales
- ★ Servicios educativos
- ★ Actividades culturales y académicas
- ★ Organización de eventos

### *¿A quién puede llegar la información?*

- ★ Público visitante
- ★ Público potencial
- ★ Instituciones
- ★ Patrocinadores

### *¿Cómo puede llegar a los distintos públicos?*

- ★ Medios de comunicación
- ★ Correo directo
- ★ Internet

### *Actividades*

Para divulgar las actividades del museo, le sugerimos realizar las siguientes tareas:

- ★ Divulgar en medios de comunicación
- ★ Divulgar a públicos específicos
- ★ Uso de Internet

## Divulgación en medios de comunicación

Para realizar esta tarea le sugerimos llevar a cabo cinco pasos

- ★ Elaborar una lista de públicos
- ★ Elaborar la matriz de medios
- ★ Responder cuestionario posible noticia
- ★ Preparar y enviar material
- ★ Hacer seguimiento al material enviado y coordinar posibles notas y entrevistas

### Lista de públicos

Para elaborar la lista de los públicos tenga en cuenta a todas las personas e instituciones con las cuales se espera comunicar:

(Elimine o agregue información teniendo en cuenta su caso particular)

#### Público visitante y potencial

- ★ Niños
- ★ Jóvenes
- ★ Adultos
- ★ Adultos mayores
- ★ Estudiantes
- ★ Turistas

#### Instituciones

- ★ Educativas
- ★ Culturales
- ★ Turismo
- ★ Gubernamentales

#### Patrocinadores

- ★ Empresa privada
- ★ Estado
- ★ ONG

## Matriz de medios

La siguiente matriz propone una metodología para hacer una planeación de las tareas de divulgación. Con la elaboración del cuadro se pretenden identificar los temas para divulgar, los medios de comunicación a los cuáles se enviará la información, teniendo en cuenta al público al cual quiere llegar, y los materiales que se necesitan para presentar la información, según las necesidades de cada medio:

### *Divulgación en medios de comunicación*

Tipo	Nombre	Periodista	Celular	Tel.	Dirección	E-mail	Material	Entrega	Público	Evento
Radio										
Periódico										
Revista										
Televisión										
Internet										

#### Tipo de materiales:

- ★ N: Nota escrita
- ★ F: Fotografía en papel o digital
- ★ EP: Entrevista personal para notas escritas
- ★ ER: Entrevista para radio
- ★ G: Grabación de televisión
- ★ MA: Material audiovisual previamente grabado

#### Público:

- ★ Seleccione uno de los grupos de públicos que ya ha incluido en la lista público, previamente.
- ★ Identifique posibles noticias.
- ★ Una vez haya elaborado la matriz, identifique la información que podría constituirse en noticia, póngase del lado del periodista y responda las preguntas que seguramente le van a formular. A continuación le sugeriremos algunas:

#### Sobre el museo:

- ★ ¿Qué puede encontrar el público en el museo?
- ★ ¿Hace cuánto fue fundado?
- ★ ¿Cuáles son sus colecciones?
- ★ ¿Cuáles son las obras más representativas?
- ★ ¿Quién es el director el museo?
- ★ ¿Cuáles son sus horarios y tarifas?

#### Sobre un exposición:

- ★ ¿Cuál es el tema?
- ★ ¿Qué tipo de piezas y cuántas se exhiben?
- ★ ¿Quiénes son los autores?

- ★ ¿A qué época histórica pertenecen?
- ★ ¿Quién es el curador?
- ★ ¿Cuál es la pieza más curiosa, más antigua, etc.?
- ★ ¿Cuántas personas han visitado la exposición?

Prepare el material para entregar a los medios según la matriz de medios  
Después siga los siguientes pasos para preparar la información:

1. Defina qué quiere comunicar
2. Asegúrese que la información sea correcta y esté completa
3. Defina a quién va dirigido
4. Recuerde que el público al cual se dirige determina el tipo de redacción y los medios por utilizar
5. Redacte la información
6. Asegúrese de que el mensaje sea claro, riguroso, esté bien redactado y no tenga errores de ortografía
7. Revise la información
8. Apruebe o solicite la aprobación de la información por enviar
9. Preséntela de una manera atractiva
10. Determine a qué medios de comunicación va a enviar
11. Defina los materiales que va a necesitar
12. Defina los tiempos en los cuales debe entregar la información a los periodistas

Una vez tenga preparado el material, envíelo y haga un seguimiento telefónico o presencial para garantizar que los periodistas hayan recibido la información. Durante el encuentro coordine las posibles notas o entrevistas sobre el evento por divulgar.

## Divulgación a públicos específicos

Para suministrar información sobre el museo a públicos específicos, elabore de manera permanente listas actualizadas de personas e instituciones interesadas en los programas, proyectos y servicios del museo, para invitarlas por correo, teléfono o correo electrónico.

Para lograr este objetivo le sugerimos realizar la siguiente tarea:

Parta de la lista de los públicos que elaboró en el primer paso de la divulgación en medios de comunicación y a cada grupo agréguele la siguiente información:

Base de datos concierto música colombiana								
Nombre	Título	Cargo	Institución	Dirección	Teléfono	E-mail	Público	Evento
Fulana de tal	Doctora	Alcaldesa						

## ¿Para qué me sirve internet?

Internet es un medio masivo y económico para llegar a los distintos públicos con información sobre el museo, a continuación le sugerimos algunas de las acciones que puede realizar:

- ★ Correo electrónico
- ★ Cree un correo a nombre del museo para enviar información (recuerde que el mail debe ser para uso de la institución, en lo posible no usar los correos personales)
- ★ Elabore una lista con los correos electrónicos del público interesado en recibir información
- ★ Redacte la información de manera breve y clara
- ★ Puede crear un blog de acuerdo a la información suministrada en la página 50
- ★ Publique la información en portales gratuitos como el Programa Red Nacional de Museos [www.museoscolombianos.gov.co](http://www.museoscolombianos.gov.co) y el SINIC <http://www.sinic.gov.co/SINIC/>.
- ★ Publique información en páginas que divulguen agendas de actividades

### *Recomendaciones*

Para todas las tareas de divulgación tenga presente:

- ★ Siempre fórmese las preguntas básicas: qué, para quién, cuándo y cómo.
- ★ Identifique el público interesado y el público potencial.
- ★ Actualice las listas.
- ★ Identifique la información que pueda constituirse en noticia, póngase del lado del periodista.
- ★ Presente la información de manera atractiva: “todo entra por los ojos”.
- ★ Mande información de manera periódica para crear un hábito entre el público.
- ★ Haga un seguimiento cordial.
- ★ Construya bases de datos con correos electrónicos.
- ★ Identifique las páginas donde puede publicar la información.



6

\* { Publicaciones } \*

Otro componente fundamental de las acciones que se agrupan bajo el nombre de comunicación+educación, son las publicaciones, ya que éstas se constituyen en un medio para que el museo pueda dar a conocer el patrimonio que alberga, la construcción de conocimiento que hace en torno a sus colecciones, los servicios que ofrece y, sobre todo, deje una memoria de sus propias acciones.

A continuación presentamos una lista de las publicaciones básicas que pueden realizar los museos, su objeto y los posibles contenidos.

<b>Referencia:</b>	<b>Plano guía</b>
Objetivo:	Ofrecer al visitante información básica sobre el museo para realizar su visita
Contenidos:	Historia del museo
	Historia del edificio (en caso de estar ubicado en un bien patrimonial)
	Colecciones
	Plano de las salas
	Servicios educativos
	Horarios
	Tarifas
<b>Referencia:</b>	<b>Fichas de sala permanente</b>
Objetivo:	Presentar la información de las salas permanentes
Contenidos:	Breve presentación
	Lista de obras
	Imágenes
	Mapa para propuesta de recorridos
<b>Referencia:</b>	<b>Material didáctico</b>
Objetivo:	Ofrecer recorrido pedagógico al visitante
Contenidos:	Breve presentación
	Párrafos informativos
	Actividades para desarrollar: preguntas, comparaciones, sopas de letras, dibujos, entre otros (para su elaboración consulte la página 44 de esta cartilla)
<b>Referencia:</b>	<b>Catálogo exposición permanente</b>
Objetivo:	Presenta información sobre las colecciones y las salas permanentes
Contenidos:	Imagen gráfica
	Historia del museo
	Historia de las colecciones
	Reseña de cada una de las salas
	Selección de imágenes
	Mapa de ubicación
	Agradecimientos
	Equipo de trabajo

### *Recomendaciones*

Tenga cuidado con la redacción y la ortografía.

No olvide que las publicaciones son un medio efectivo para que el museo deje un testimonio material de su trabajo.

Siempre conserve un ejemplar para el museo.

No olvide destinar un rubro del presupuesto del museo para publicación y distribución.

Gestione alianzas de recursos o servicios que le permitan producir un mayor número de publicaciones.

# Conclusión

Las diversas acciones que son sugeridas en el presente documento pueden ser llevadas a cabo de manera simultánea o no, de modo que se constituyan en una herramienta práctica para que los museos puedan conocer su distintos públicos, llegar a ellos de manera más efectiva, diseñar una programación que tenga en cuenta a los diversos grupos de la comunidad, atenderlos mejor y comunicar a través de medios más atractivos sus programas, proyectos y servicios.

La propuesta de denominar bajo la fórmula educación+comunicación a las acciones que permitan acercar a los museos cada día más a sus visitantes, responde a un criterio fundamental: el orden de los factores no altera los resultados.

Así, la Red Nacional de Museos espera ofrecer con esta publicación soluciones prácticas y creativas, centradas en uno de los objetivos principales de la labor de un museo: el público.

**“Sin una auténtica y profunda convicción por parte del personal del museo, sin un verdadero deseo por llegar a las personas que representan su futuro, probablemente no llegue nunca ese futuro. Sin visitantes contentos, satisfechos y con ganas de volver, los museos y galerías caerán en el olvido”<sup>40</sup>.**

.....  
<sup>40</sup> Op. cit., Los museos y sus visitantes, cap. 9, p. 236.

# Bibliografía

- ★ Valdés Sagués, María del Carmen. *La difusión cultural en el museo: Servicios destinados al gran público*. Gijón (Asturias), Trea, 1999.
- ★ Hooper-Greenhill, Eilean. *Los museos y sus visitantes*. Gijón, Trea, 1998, p. 259.
- ★ Calaf, Roser. [et al.] *Arte para todos: miradas para enseñar y aprender el patrimonio*. Gijón, Trea, 2003.
- ★ Pérez Santos, Eloisa. *Estudio se visitantes en museos, metodología y aplicaciones*. Gijón, Trea, 2000.
- ★ Pastor Homs, María Inmaculada. *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona, Ariel, 2004.
- ★ Coloquio Nacional la Educación en el Museo (2001: Bogotá). *Memorias del coloquio nacional la educación en el museo: desarrollo y proyección de la misión educativa en el Museo Nacional de Colombia, Bogotá, 2001*. / Coordinación general Fernando López Barbosa; colaboración de Angélica Leguizamo Santamaría. Bogotá: Museo Nacional de Colombia, 2001.
- ★ Gómez Chinchilla, Marina y otros (editores). *Criterios para la elaboración del plan museológico*. España, Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica, 2006.
- ★ Guerrero, Francisco. *Manual del monitor docente*. Programa básico de formación, Museo Nacional de Colombia- División Educativa y Cultural, 2005. Inédito.
- ★ Gómez de Chávez María Isabel. *Bienes culturales muebles: manual para inventario*. Bogota, Colcultura, 1991.

### Páginas Web:

- ★ <http://www.moma.org/education/> (20 de noviembre de 2008).
- ★ <http://www.ago.net/children> (Art gallery of Ontario) (5 de enero de 2009).
- ★ [http://www.mna.inah.gob.mx/muna/mna\\_esp/main.html](http://www.mna.inah.gob.mx/muna/mna_esp/main.html) (Museo Nacional de Antropología, México) (25 enero de 2009).
- ★ [http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/actividades/agenda\\_de\\_actividades.php?idioma=es](http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/actividades/agenda_de_actividades.php?idioma=es) (Guggenheim-Bilbao) (5 de enero de 2009).
- ★ [http://www.whitney.org/www/educational\\_programs/index.jsp](http://www.whitney.org/www/educational_programs/index.jsp) (Whitney Museum of American art) (5 de enero de 2009).
- ★ <http://www.colour-experience.org/index.htm> (The color museum Bradford) (10 de enero de 2009).
- ★ [www.musac.org.es/](http://www.musac.org.es/) (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León) (5 de enero de 2009).
- ★ <http://formacionmusac.blogspot.com/> (5 de enero de 2009).
- ★ <http://pequeamigosmusac.blogspot.com/> (5 de enero de 2009).
- ★ <http://www.radiomusacabierto.blogspot.com/> (5 de enero de 2009).
- ★ Consultadas el 10 de enero: Voluntariado
- ★ <http://www.madridiario.es/2008/Noviembre/canal-social/109294/museo-sorolla-voluntariado-mayores-guias-culturales.html>
- ★ <http://museovidrio.vto.com/uvol.htm>
- ★ <http://www.demayores.com/voluntarios-culturales-mayores/>
- ★ [http://www.ceate.org.es/voluntarios\\_museos.htm](http://www.ceate.org.es/voluntarios_museos.htm)
- ★ [http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos\\_educativos/voluntariado.php?idioma=es](http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/proyectos_educativos/voluntariado.php?idioma=es)

## Ministerio de Cultura

MINISTRA

Paula Marcela Moreno Zapata

VICEMINISTRA

María Claudia López Sorzano

SECRETARIO GENERAL

Enzo Rafael Ariza Ayala

## Museo Nacional de Colombia

DIRECTORA

María Victoria de Angulo de Robayo

SUBDIRECTORA

Liliana González Jinete

ASESORA DE PLANEACIÓN

Y CONTROL PRESUPUESTAL

Margarita Castañeda Vargas

ASISTENTE DE CONTROL PRESUPUESTAL

Alfredo Goenaga Linero

SECRETARIA EJECUTIVA DE DIRECCIÓN

Ligia Mendoza Suárez

ASESORA DE PROYECTOS EDITORIALES

Ángela Santamaría Delgado

## Programa Red Nacional de Museos

María Mercedes Jaramillo Jaramillo

ASESORES

Diego Muñoz Olaya

Juan Felipe Rodríguez Sauda

Francisco Rozo Triana

Andrés Giraldo Pava

SECRETARIA EJECUTIVA

Blanca Inés Uribe Vélez

## Departamentos

### Departamento de Curaduría de arte e historia

Cristina Lleras Figueroa

ASISTENTES

Olga Isabel Acosta Luna

Ángela Gómez Cely

Catalina Ruiz Díaz

SECRETARIA EJECUTIVA

Bertha Aranguren

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN

Antonio Ochoa Flórez

REGISTRO

Martha Lucía Alonso González

ASISTENTE

María José Echeverri Uribe

RESERVAS

Pedro Pablo Méndez Aguacía

CONSERVACIÓN

Ángela María Montoya Rodríguez

María Catalina Plazas García

COORDINADORA EXPOSICIONES

ITINERANTES

Adriana Parra Peña

### Departamento de Curaduría de Arqueología y Etnografía

Margarita Reyes Suárez

CONSERVADORA DE LAS COLECCIONES

DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOGRAFÍA ICANH

Patricia Ramírez Nieto

ASISTENTES DE INVESTIGACIÓN

Sandra Mendoza Vargas

SECRETARIA EJECUTIVA ICANH

Lorena González Mayorca



## *Divisiones*

### **División de Museografía**

José Eduardo Vidal Oñate

#### ASISTENTES

Carolina Mendoza Rojas

Nury Espinosa Vanegas

#### MONTAJE MUSEOGRÁFICO

Luis Carlos Gómez Castillo

### **División Educativa y Cultural**

Fabio Alberto López Suárez

#### PROGRAMACIÓN CULTURAL

Nancy María Avilán Dávila

#### MONITORES PERMANENTES

Heliana Cardona Cabrera

Sandra Gómez Cabarcas

Francisco Guerrero Giraldo

Angélica Rodríguez Gutiérrez

Guillermo Vanegas Florez

#### SECRETARIA EJECUTIVA

Diana Marcela Gómez Bernal

### **División de Comunicaciones**

Juan Darío Restrepo Figueroa

#### ASISTENTE

Carlos Gustavo Suárez Cruz

#### ADMINISTRADOR PÁGINA WEB

Juan Pablo Gutiérrez Manrique

#### PASANTE

Andrés Hernández Guzmán

### **Eventos especiales**

Natalia Bonilla Maldonado

### **Área de Informática**

Margarita Lucía Vivas Becerra

#### ADMINISTRACIÓN DE LA RED LAN

Giovanny Andrés Espitia Roa

#### SOPORTE DE LA RED LAN

Emiro Andrés Díaz Molina

### **Área Jurídica**

María Clara Fajardo Atuesta

#### SECRETARIA EJECUTIVA

Janeth Fonseca Castañeda

### **División Administrativa y Financiera**

Jorge Augusto Márquez Pabón

#### ASISTENTE

Jesús Narváez Maya

#### AUXILIAR

Miguel Antonio Sánchez

#### AUDITORIO TERESA CUERVO BORDA

Ángel Cruz Ramírez

#### SEGURIDAD

Serviconfor Ltda.

#### BOLETERÍA

Juan Carlos Galarza Pinto

#### CONDUCTOR

Jorge Bernal

#### MENSAJERO

Miguel Antonio Hurtado Espinel

## **Asociación de Amigos del Museo Nacional de Colombia**

#### PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA

Jorge Cárdenas Gutiérrez

#### DIRECTORA EJECUTIVA

Clara Leticia Serrano Castillo

#### ADMINISTRACIÓN

Luz Marina Cruz Ramírez

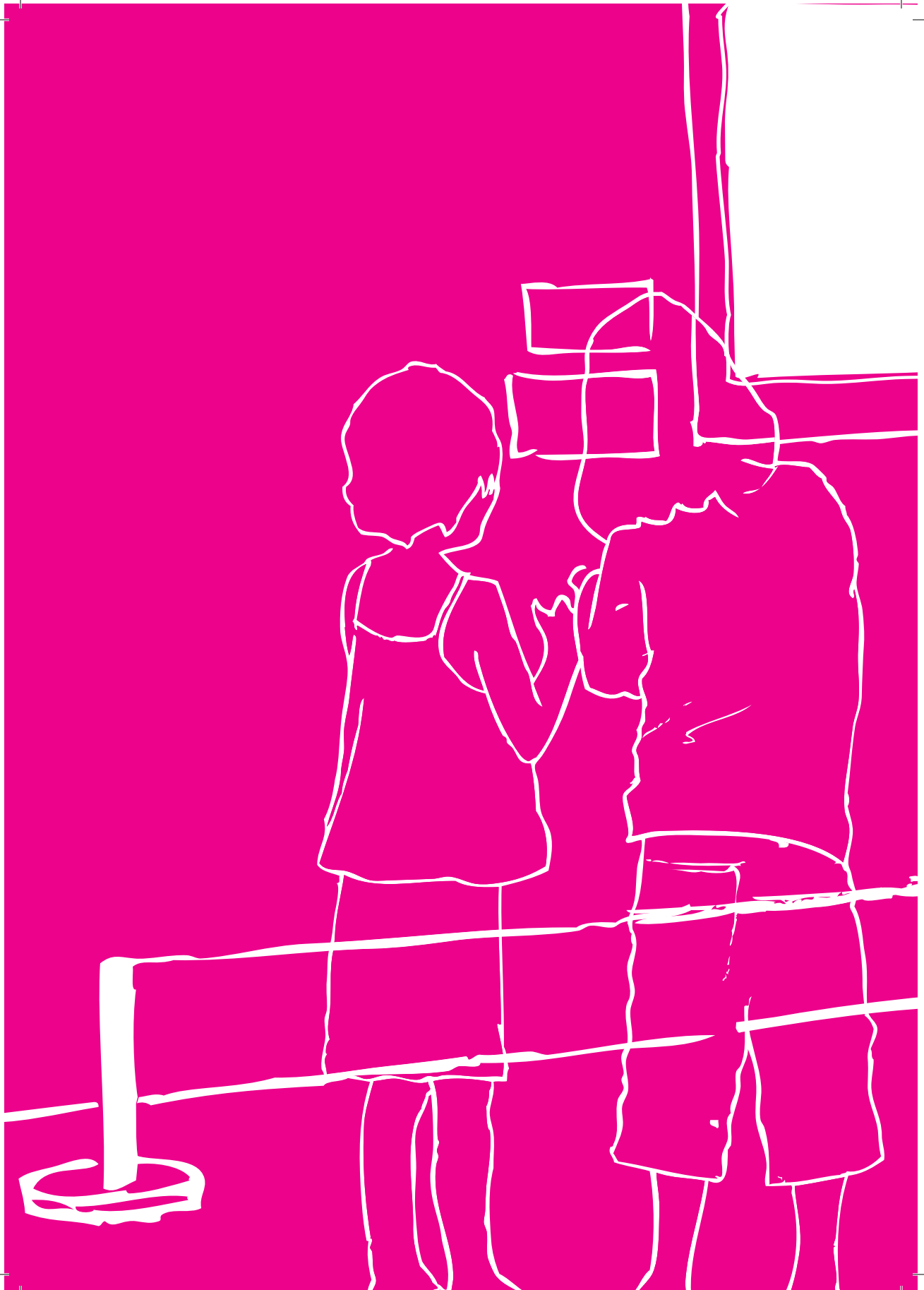
María Carolina Isaacs Parra

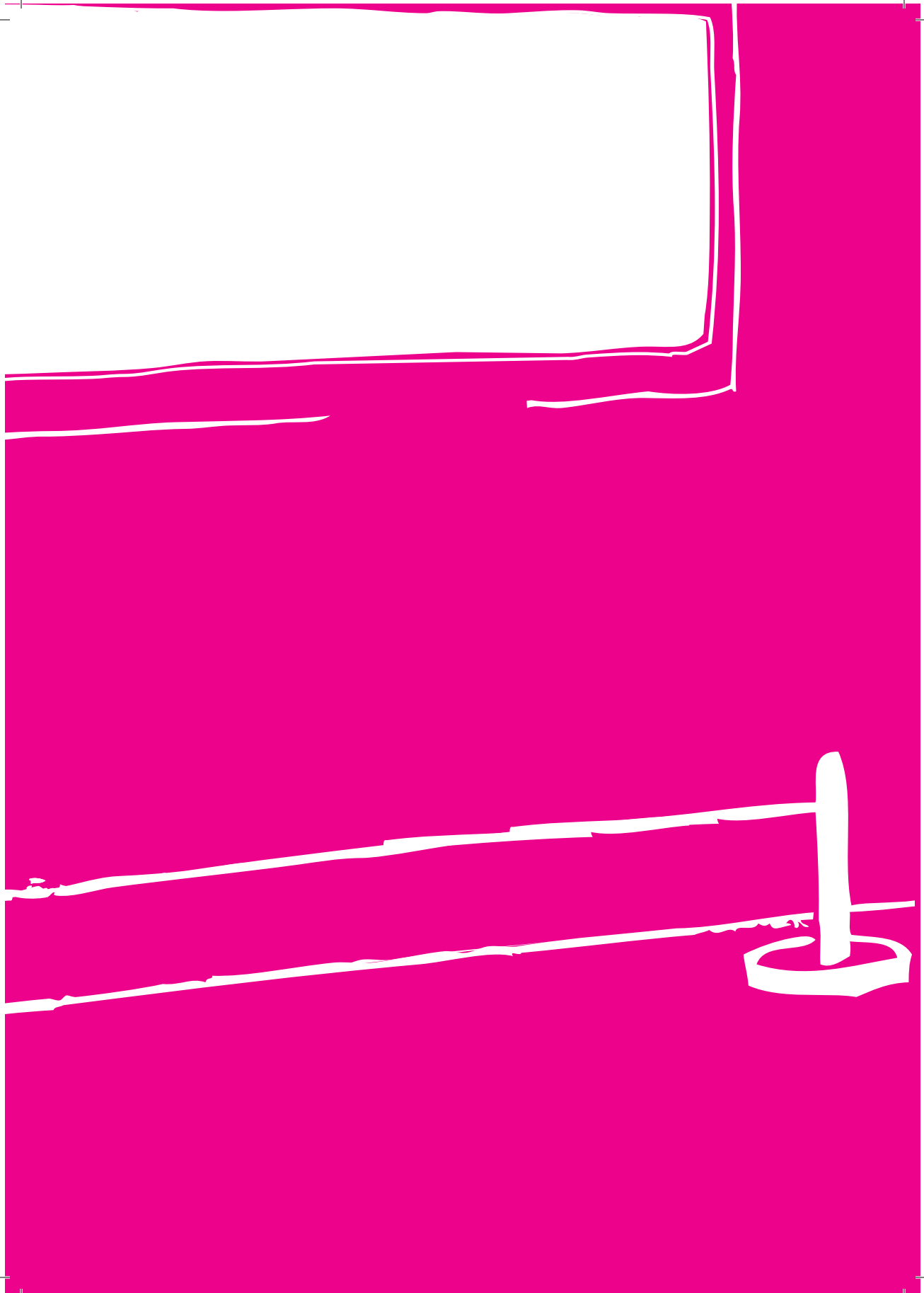
María Elena Rueda Ochoa

#### TIENDA

María del Pilar García Torres

Islén García Botero





{ Esta publicación fue realizada en  
La Silueta Ediciones. Para su diseño se  
utilizó la fuente Oficina diseñada por  
Erik Spiekermann y Anivers por Jos Buivenga }