

Introducción

Para comprender el significado del cambio de denominación del Programa Nacional de Servicios Educativos a Nacional de Comunicación Educativa, del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), es necesario abordar ciertos temas que nos conduzcan a comprender la misión, los propósitos y conceptos que este programa propone.

La comunicación realizada por los museos se ha limitado exclusivamente a la transmisión de conocimientos desde la perspectiva conductista;¹ las estrategias y productos de comunicación deberían estar fundamentados en los intereses y necesidades del público visitante.

Para lograr un adecuado proceso de comunicación con el público, los museos requieren de estrategias de comunicación que conjunten, en sus acciones, los diferentes lenguajes –oral y escrito- y medios con los que cuentan: colección, discurso museológico y una propuesta de servicios educativos y de difusión que abarque a los diferentes públicos.

El desarrollo de los Servicios Educativos en los museos del Instituto Nacional de Antropología e Historia cumple este año medio siglo de experiencia. En sus inicios, el propósito fundamental fue contribuir a la educación de la niñez y de la juventud. Sin embargo, la necesidad de ampliar el ámbito de competencia, nos impulsó a extender este proyecto hacia la atención de diversos públicos; así empezamos la tarea de estudiar y analizar la función del museo como un medio didáctico y, por lo tanto, acercarnos a sus públicos y exigencias. Nos percatamos de que la experiencia educativa no se puede reducir al público escolar.

Actualmente, la actividad desarrollada por los educadores de museos requiere de nuevas propuestas de abordaje con respecto a la comunicación y a la educación en los museos; propuestas que nos arrojen a la revisión crítica de nuestra práctica.

1.- Paradigma educativo que propone una relación unilateral en la que el maestro es el poseedor del conocimiento y el alumno mantiene una actitud receptiva.

Comunicación Educativa

Ma. Engracia Vallejo Bernal

Para un adecuado proceso de comunicación, los museos requieren de estrategias que conjunten los diferentes lenguajes – oral y escrito- y medios con los que cuentan: que abarque a los diferentes públicos.

I. Antecedentes históricos

1. Departamento de Acción Educativa 1952-1973

Tradicionalmente los museos en México han tenido una función social y educativa reafirmada en el Artículo 3º de la Constitución de 1917, pero desde la creación de la Dirección de Instrucción Pública en 1933, se incrementó la responsabilidad de los museos en materia educativa.

Los museos del INAH² desarrollan, desde sus inicios, una significativa e imprescindible misión hacia la comunidad, ya que son considerados depositarios de la memoria histórica y de la cultura viva de las comunidades que han habitado y habitan nuestro país. Estos espacios museísticos han constituido el medio más eficaz para dar a conocer este patrimonio.

El primer Departamento de Acción Educativa se creó en 1952 y su atención se enfocó a los grupos de nivel primaria y de secundaria mediante un programa de visitas guiadas a cargo de un equipo de maestros, la mayoría especializados en historia y comisionados por la Secretaría de Educación Pública (SEP). Esta acción consolidó la labor dirigida a la población escolar del Distrito Federal.

La importancia concedida al Departamento de Acción Educativa desde sus inicios fue vital, ya que se colocó a la par de otros departamentos del INAH. Bajo la dirección del Dr. Eusebio Dávalos Hurtado (1956-1968) “se llevó a cabo una intensa labor de organización que supuso la creación de los departamentos de difusión y promoción y se adoptó el criterio de la administración central para sujetar a todas las dependencias bajo su dirección dándoles el carácter administrativo de departamentos”.³

En esta primera época, el impulso ofrecido al Departamento de Acción Educativa proyectaba el entusiasmo y las ganas por establecer un puente de comunicación con el público, sobre todo con los

estudiantes, quienes desde siempre han sido parte fundamental de las cifras de visitantes a nuestros museos. Sin embargo, en 1973, bajo la administración del antropólogo Guillermo Bonfil Batalla, este Departamento desapareció.

La revisión de este primer periodo nos permite entender las direcciones de su desarrollo en el tiempo, las transformaciones marcadas por las necesidades y los intereses de las personas y los grupos que han participado desde entonces, y cómo poco a poco se han incorporado los avances pedagógicos y museológicos en pro de una mejor atención al público.

Al desaparecer el Departamento de Acción Educativa, se organizó dentro de cada museo un área o Departamento de Servicios Educativos propio, que integró a los comisionados que aún realizaban estas labores. La asignación de personal de base a estas áreas, comenzó con la inauguración del nuevo Museo Nacional de Antropología en 1964, recinto que albergó al primer departamento dependiente de un museo.

2. Departamento de Servicios Educativos, Museos Escolares y Comunitarios

No fue sino hasta 1983 que la Dirección de Museos (hoy Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones) consideró necesaria la creación del Departamento de Servicios Educativos, Museos Escolares y Comunitarios, que junto con los Departamentos de Planeación e Instalación de Museos y Exposiciones Itinerantes, consolidaron esta área. En el Departamento de Servicios Educativos “se depositó la tarea de llevar a cabo el Programa para el Desarrollo de la Función Educativa de los Museos del INAH, teniendo como base teórica y metodológica los resultados obtenidos de los proyectos experimentales de museos locales y escolares, el de la Casa del Museo y la experiencia de los Servicios Educativos en los museos establecidos del Instituto”.⁴ Durante esta época los Museos Comunitarios y los Servicios Educativos en los

2 Establecidos en 1939 bajo el gobierno del Presidente Lazaro Cárdenas

3 INAH, Una historia, antecedentes, organización, funcionamiento y servicios. Coordinador Dr. Julio César Olivé.

4 Equipo de trabajo del Departamento de Servicios Educativos, Museos Escolares y Comunitarios. Los objetivos del Instituto Nacional de Antropología e Historia relación con el programa para el Desarrollo de la Fundación Educativa de los Museos, Editorial Mimeo, 1984.

museos se extendieron a toda la República Mexicana. Al desaparecer los Museos Escolares, el Departamento siguió adelante con los otros proyectos.

3. Programa de Museos Comunitarios y Servicios Educativos: 1992-1998

Durante la gestión de la Antropóloga Cristina Payán al frente de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, el Departamento pasó a ser el Programa de Museos Comunitarios y Servicios Educativos, continuando así con su labor, misma que prosiguió en la época del profesor Miguel Ángel Fernández.

En agosto de 1997 se organizó la primera exposición de Servicios Educativos intitulada Ven, te invito al museo, una aventura que no se agota, la cual compilaba materiales de los museos del Distrito Federal, y fue exhibida en los espacios destinados a exhibiciones temporales, en dos estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro. Esta muestra despertó el interés de los usuarios, entre los cuales convivían (y siguen conviviendo) segmentos de la población que de otro modo, nunca habrían tenido una experiencia museística, puesto que esta práctica ha sido reservada a un público específico, es decir: los públicos tradicionales que visitan los museos.

Los mensajes principales que se plantearon fueron los siguientes:

- ▲ Los museos del INAH no son extensiones de la escuela.
- ▲ En los museos del INAH existe un servicio especializado, permanente y atractivo para atender a niños y adultos.

A partir de esta exposición, se retomó la importancia de contar con un programa de Servicios Educativos separado de Museos Comunitarios, con la intención de asesorar y coordinar las actuales actividades pertinentes de las áreas dedicadas a estos fines. En octubre de 1998 se le presentó esta propuesta al profesor

Miguel Ángel Fernández, quien la aceptó de inmediato, ya que se proponía homogeneizar proyectos y estrategias educativas en todos los museos del INAH.

II. Una nueva época

1. Programa Nacional de Servicios Educativos (1999-2001)

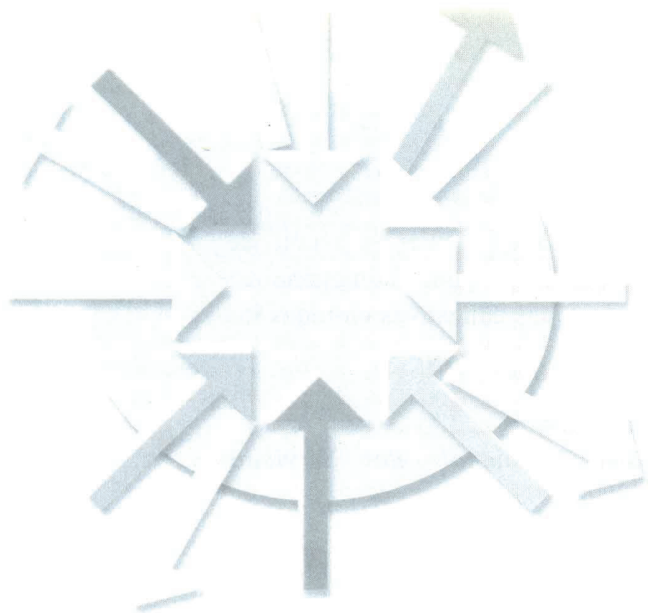
A partir de enero de 1993, se inició lo que se puede denominar una nueva época. El Programa de los Servicios Educativos ocupaba dentro del INAH un espacio propio, desligado de otros programas. Sin embargo, su relación con los departamentos de servicios educativos de los museos no fue directa, ya que carecía de personal suficiente. A pesar de ello, se realizaron varias acciones para fortalecer el proyecto general y las propuestas que cada recinto aportó de acuerdo a sus necesidades más apremiantes.

2. Programa Nacional de Comunicación Educativa

Con el nombramiento en el año 2001 del Arquitecto José Enrique Ortiz Lanz, como **Coordinador Nacional de Museos y Exposiciones**, el todavía Programa Nacional de Servicios Educativos se integró a la Dirección Técnica de dicha dependencia, con el interés de dar los primeros pasos hacia la interdisciplinariedad, a través de acciones consecuentes que promovieron el desarrollo de trabajos conjuntos entre el personal de las subdirecciones de museología, museografía y servicios educativos.

Por otro lado, al ser parte de la Dirección Técnica, el Programa ha propuesto la generación de un **proyecto integral** que defina las condiciones en las que actualmente se desarrollan las actividades de los Servicios Educativos en los museos.

El primer Departamento de Acción Educativa se creó en 1952, su atención se enfocó a grupos de nivel primaria y secundaria.



A partir de la propuesta del proyecto integral, el Programa se confrontó con la necesidad de reflexionar sobre su propia práctica y reconsiderar las líneas de trabajo a seguir en materia educativa en los museos del INAH. Para llevar a cabo este proceso, se tomó en cuenta la experiencia de muchos años, así como la revisión de aspectos teóricos en relación con la pedagogía y la comunicación contemporánea, que en conjunto nos permite analizar cómo en cualquier proceso de interacción humana (incluyendo al museo por supuesto) están presentes necesariamente la educación, como aprendizaje compartido, y la comunicación, como diálogo, reflexión e interpretación.

Esta reflexión nos llevó a replantear el concepto del Programa. El resultado fue el cambio de denominación: dejó de ser Programa Nacional de Servicios Educativos para convertirse en Programa Nacional de Comunicación Educativa. Para comprender mejor este hecho, es imprescindible profundizar en los conceptos de educación y comunicación.

Posturas sobre educación

Si se recorren las distintas definiciones de educación, que se han generado a lo largo del tiempo, se advierte una idea recurrente: la perfección; concepto que se menciona en ocasiones explícitamente, o se utilizan términos que la incluyen, tales como “formación, despliegue de las potencialidades, acrecentamiento de los recursos del ser, organización de ideas, hábitos o

tendencias”.⁵ Aún los representantes más extremistas del naturalismo pedagógico mencionan de uno u otro modo la intervención humana en el proceso educativo, aludiendo a la idea de dirección, influencia, intención, reflexión; por lo cual, podemos decir que la educación es un perfeccionamiento intencional o voluntario. Por medio de la pedagogía -considerada como “el arte de enseñar y enseñar bien”-, se ofrecen las bases conceptuales que sustentan la tarea y las acciones educativas que la didáctica proporciona, aplicables dentro del museo.

La experiencia de los educadores en el diseño de estrategias, programas y actividades que brindan los servicios educativos de los museos, tiene como una de sus finalidades **brindar un servicio de calidad a los distintos tipos de público** durante su visita. Las visitas guiadas, talleres, materiales didácticos, cursos de verano, cumplen con esta función, aunque no siempre de manera óptima, todavía hay mucho por hacer en relación con la gran diversidad de públicos y de intereses. La educación dentro del museo va más allá de las actividades sugeridas, es un concepto mucho más amplio, concebido como un proceso continuo que abarca conceptos, propósitos y acciones; que debe alentar el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, así como acciones de retroalimentación con el público.

En este sentido, hemos tomado como sustento teórico la **pedagogía constructivista**,⁶ que orienta su investigación hacia los procesos que se desarrollan en la construcción del conocimiento individual y colectivo. Además, considera que la acción educativa del docente se construye mediante la indagación de su propia práctica en un colectivo específico; es decir, que el propósito de dicha acción es **adecuar la teoría que lo sustenta a la práctica concreta en un contexto particular**; de esa manera, se puede lograr que el binomio teoría-práctica sea una constante y así establecer una verdadera praxis.

5 Enciclopedia de Pedagogía y Psicología, Programa Educativo Visual, Ser/Zazzo, 1998.
6 Modelo pedagógico que pondera la participación activa de los alumnos en la construcción de su propio conocimiento a través de un juicio crítico reflexivo que tiene como finalidad la transformación.

“Este modelo de educación pretende demostrar que la imposición de información de unos pocos educadores a otros muchos educandos no es educación y que, tampoco el individuo aislado puede educarse solo ya que es la interacción entre los hombres y la mediatización del mundo la que permite establecer un proceso de acción-reflexión-acción en el que el sujeto ‘aprenda a aprender’ con una ‘conciencia crítica’”.⁷

El modelo aplicado al contexto escolar **privilegia la relación dialéctica** dinámica- **entre el maestro, su grupo** y las comunidades escolar y familiar, para reducir de este modo la distancia entre escuela y sociedad, entre la educación formal y la vida cotidiana.

La teoría aislada y fría, el modelo de trabajo, la propuesta pedagógica y didáctica son supuestos que pueden o no funcionar; esta funcionalidad se relaciona directamente con las características de los equipos de trabajo y los diferentes grupos de personas participantes en el proceso.

En el museo las situaciones de la práctica educativa tienen un contexto propio que es necesario analizar:

- ▲ Al interior de los servicios educativos la funcionalidad de la teoría-práctica debe estar en relación directa con cada uno de los integrantes del área o departamento educativo, para posteriormente interactuar entre ellos y con el colectivo del museo.
- ▲ Hacia lo externo, se debe dar preferencia a **la relación dialéctica entre los educadores del museo-el acervo propio de cada espacio y los públicos de todos los niveles (incluidos los específicos)**.

Es necesario considerar que se reciben grupos de visitantes con intereses, habilidades y valores propios, de quienes no se tienen antecedentes y con los que se contacta generalmente una sola vez.

Sin embargo, el núcleo de la cuestión está determinado por las **necesidades sociales del**

individuo, que se traducen en habilidades para comunicarse como: contar con elementos para entender al otro y a los otros, enfrentar problemas y resolverlos individualmente y en equipo; desempeñarse en un ambiente democrático y valorarse a sí mismo; considerar aspectos comunes que se relacionan con las personas desde cualquier nivel.

Es importante destacar que visto desde el paradigma cognitivo⁸ se reconoce que el sujeto es el agente activo en el proceso educativo y la importancia de los procesos mentales como el lenguaje, la memoria, el razonamiento y la resolución de problemas para lograr un proceso óptimo.

Posturas sobre comunicación

Comunicación es entendida como la transmisión de información de un organismo a otro por medio de símbolos -pueden ser mímicos, verbales, gráficos, etc., que hace posible las relaciones entre los individuos componentes de un grupo, entre éstos y otros grupos, y con ello la coexistencia humana.

Desde la perspectiva de un paradigma estructuralista, los elementos que integran el acto comunicativo (emisor, receptor, canal y mensaje), poseen un lenguaje común. Esta postura presenta en el contexto del museo un problema, ya que las colecciones son estructuradas desde el punto de vista de los mensajes o contenidos, a través de los cuales el investigador y el museógrafo presentan a los visitantes un concepto o idea determinada, descrita desde su perspectiva sin tomar en cuenta al receptor o visitante.

Abraham Moles sentó las bases de su teoría de comunicación al considerar al hombre como un ser estrechamente relacionado con su medio ambiente, del cual ha recibido los primeros mensajes comunicativos. El proceso de comunicación sólo puede ocurrir cuando el emisor y el receptor cuentan con cierto número de signos y de comunicaciones en común. Así, el hombre

7 Cita en cursivas: García Matilla, Agustín Doctor en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Artículo: "Los medios para la comunicación educativa", tomada de La educación para los Medios de Comunicación, Roberto Aparicci, compilador. Universidad Pedagógica Nacional, México, 1996. Pág. 59. Esquema: Ibid. Pág. 47.
8.- Se ocupa de estudiar la práctica educativa, se conforma como una disciplina aplicada que considera que en el aprendizaje intervienen mecanismos internos que tienen que ver con sistemas cognitivos.

modifica su comportamiento en función de los mensajes recibidos.



Por otro lado, el paradigma constructivista, considera a la educación como un proceso de aprendizaje en construcción en el que la comunicación es el mecanismo de retroalimentación entre los agentes. Las ciencias de la información en la actualidad, ponderan la necesidad de fortalecer esta retroalimentación

Los visitantes del museo actúan como receptores de estímulos que pueden o no resultarles interesantes, atractivos o aburridos y tediosos

entre el emisor y el receptor. En esta relación, el emisor transmite un mensaje codificado, mediante una propuesta, que en el museo se establece en tres niveles.⁹

1. Cuando la colección del museo se encuentra al centro y el guía juega el papel de facilitador entre la colección y los públicos, haciendo explícita la versión del discurso.

Por tanto, hablar de comunicación educativa – desde una perspectiva de desarrollo– es apuntar a procesos comunicativos y formativos, en los cuales cada equipo educativo establezca formas de participación activa, que les permitan –de acuerdo con sus recursos y ambiente– el fortalecimiento de su práctica a partir de un trabajo colegiado, para construir un proyecto educativo acorde con el museo y sus públicos. Esta situación está determinada por diferentes dimensiones para operar consecuentemente con las necesidades en el contexto particular y único de cada museo; pues cada uno tiene características particulares en cuanto a sus acervos, las personas que en él laboran, las dinámicas con que se trabaja y la diversidad de públicos a los que se atiende.

9.- Bedolla Ana G. Consideraciones en torno a la función educativa de los Museos.

La necesidad de atención y la diversificación de estas actividades implica enfrentar una serie de problemas, cuya solución requiere de la adecuación de las estrategias metodológicas propias de las disciplinas académicas. Para lograrlo, los equipos educativos necesitan de una disposición renovada que les permita abrir puentes de comunicación hacia el interior con otros museos y con las instituciones rectoras.

2. Los públicos enfrentan directamente la colección y su discurso con sus propios saberes y referentes.

Los visitantes del museo actúan como receptores de estímulos que pueden o no resultarles interesantes, atractivos o aburridos y tediosos. Hasta hace poco tiempo se creyó que esta situación estaba determinada por, llamémosle, “falta de sensibilidad” para captar los múltiples significados de los objetos de la cultura. Hoy sabemos que lo que facilita o dificulta este encuentro con el objeto, como una totalidad que puede comunicar significados, está relacionado con los lenguajes de las personas, su bagaje cultural, su visión del mundo, además de su sensibilidad y apertura. Estos componentes hacen posible que un objeto o una exposición sean o no significativos.

En definitiva, las reflexiones con las que el público puede concluir su experiencia con la exposición varían, dependiendo de la interacción que haya tenido el individuo con los objetos. Hasta cierto punto el guión museológico, la interpretación museográfica y la metodología educativa solamente presentan al individuo un amplio abanico de posibilidades.

3. Donde se recrean aspectos particulares de la temática del museo en forma de talleres, ciclos de conferencias, teatro, entre otros.

La actividad después de la visita, el taller y otras formas participativas que conducen a los públicos a decodificar su visita de acuerdo a

puntos de vista propios y a sus experiencias previas, lo que genera un proceso de retroalimentación y por lo tanto la reconstrucción del conocimiento.

El Programa de Comunicación Educativa contempla el museo como un medio permeado por situaciones educativas conscientes o intuitivas. Desde el momento en que se crea una sala existen un propósito y una postura definida; cada objeto es colocado en un determinado sitio con una intención implícita, algo se quiere comunicar.

Con esta visión, es necesaria la participación activa de las áreas sustantivas y los trabajadores de la cultura que permita pasar de la relación lineal y vertical a establecer circuitos comunicativos en los que las iniciativas tengan sentido y que no incluyan únicamente los aspectos organizativos y de trabajo interno, además, es imprescindible extender las relaciones comunicativas del museo con los visitantes, que son el motivo y el eje para el trabajo desde una perspectiva de comunicación educativa.



III. Propósitos y líneas de Acción

Es importante resaltar que el sentido de una renovación encaminada a entender y construir formas de comunicación educativa que operen en concordancia con lo singular de cada ámbito, y que pueda propiciar la inclusión de público, surge como una demanda del tiempo presente en función de las necesidades sociales actuales. Se deben adecuar las estrategias institucionales a las formas de vida contemporánea, actualizarlas, atender y aprehender los nuevos enfoques de educación en cuanto a los modelos y contenidos.

El incremento en los niveles de atención al visitante determina de por sí, la necesidad de desarrollar proyectos educativos de mayor alcance y consistencia, para profesionalizar esta labor. Comprender la necesidad de generar significados culturales que permitan mejorar las formas de convivencia social, implica un propósito institucional, por lo que nuestra misión es:

Se deben adecuar las estrategias institucionales a las formas de vida contemporánea, en cuanto a los modelos y contenidos.

Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural y la memoria histórica de la sociedad a través de una comunicación-educación integral del museo, que atienda de manera diversificada a los públicos visitantes y además propicie el acercamiento con la comunidad.

El equipo de trabajo que conforma el actual Programa, se plantea el reto de lograr la concertación de los esfuerzos realizados y los que se realizarán a futuro; de esta manera, las acciones de los equipos educativos se encaminarán hacia una actualización acorde con sus necesidades y posibilidades. En el Programa de trabajo 2001-2006 de CONACULTA-INAH se destaca que es necesario mejorar cuantitativa y cualitativamente los servicios educativos que se brindan en museos y zonas arqueológicas. Para lo cual se plantean los siguientes propósitos:

1. Profesionalización

Propósitos

▲ Establecer un programa nacional para la capacitación y actualización del personal educativo en los museos.

▲ Propiciar el desarrollo de un trabajo conjunto y coordinado que consolide la comunicación educativa con los diferentes públicos del museo.

Líneas de acción

▲ Diseñar un programa nacional para la capacitación y actualización del personal educativo de los museos con base en la aplicación de un diagnóstico de necesidades de capacitación.

2. Producción de Materiales Pedagógicos

Propósitos

▲ Recuperar la experiencia de los servicios educativos de los Estados de la República en la producción de material pedagógico.

▲ Propiciar y coordinar el intercambio de materiales de servicios educativos.

▲ Diseñar y producir nuevo material pedagógico adecuado a los fines educativos de los museos.

Líneas de acción

▲ Apoyar la reproducción y difusión de aquellos materiales que sean adecuados a la función educativa de la red de museos.

▲ Sistematizar la elaboración de materiales pedagógicos para su producción y evaluación.

3. Relación del Programa con los Servicios Educativos

Propósitos

▲ Desarrollar un vínculo permanente entre el programa y el personal de todos los recintos que realizan actividades educativas.

Líneas de acción

▲ Establecer reuniones periódicas con los jefes de servicios educativos del D. F. y a través de medios electrónicos con el resto de la República.

▲ Participar con propuestas y actividades específicas en las reuniones de directores que se realizan a nivel regional y nacional.

▲ Instituir un programa de trabajo colegiado denominado “Camarilla de experiencias” dirigido a Asesores Educativos del D.F. y su extensión por medios electrónicos al resto de la República.

4. Programa de Intercambio de Experiencias

Propósitos

▲ Propiciar y coordinar el intercambio de experiencias que fortalezcan las actividades educativas en los museos.

Líneas de acción

▲ Diseñar y llevar a cabo un programa de encuentros trimestrales entre los museos de cada Estado y el Distrito Federal.

▲ Diseñar y llevar a cabo un programa de encuentros anuales entre los museos.

▲ Difundir los resultados y propuestas de los encuentros

5. Estrategias de comunicación educativa

Propósitos

▲ Plantear estrategias educativas adecuadas a los diversos grupos de visitantes, así como a grupos específicos.

▲ Establecer y fortalecer proyectos de apoyo a las actividades de servicios educativos a través de servicio social y voluntariado.

Líneas de acción

▲ Brindar herramientas y estrategias que permitan optimar los esfuerzos de los servicios educativos en la atención de sus públicos.

▲ Sensibilizar a los directores sobre la importancia de la comunicación educativa en sus recintos para la realización de un trabajo interdisciplinario dentro del museo.

▲ Sensibilizar a los asesores por diversos medios – escritos, orales - de la importancia de la labor educativa que desarrollan dentro del museo.

▲ Elaborar un manual que contenga lineamientos, estrategias y materiales para que los prestadores de servicios y el voluntariado realicen actividades dentro del museo.

6. Diagnósticos

Propósitos

▲ Establecer mecanismos permanentes para realizar diagnósticos de los programas, actividades y grupos que atiende el Departamento de servicios educativos.

Líneas de acción

▲ Completar y actualizar el diagnóstico de museos 2000.

▲ Sistematizar la información obtenida.

▲ Aplicación de encuestas, entrevistas, revisión y análisis de materiales.

IV. Conclusiones

En el museo, la propuesta de exposición, el montaje de la misma y los programas son diseñados desde distintas áreas; al trabajar de manera aislada no se concretan las metas deseadas, ya que no se generan propuestas acordes con las especificidades del público que se va a atender.

Es necesario realizar un trabajo interdisciplinario que conjunte la experiencia de los diferentes especialistas, con la finalidad de que el museo se integre a la oferta cultural como lo hacen el teatro y el cine. Para ello es importante fomentar una transformación que permita trabajar en forma concertada a todas las áreas sustantivas del museo.

Para el mejor funcionamiento de las áreas de los servicios educativos, es vital conocer las necesidades del público atendido, para así fortalecer la construcción de comunidades al interior del museo. El trabajo educativo se ha dirigido mayoritariamente a los niños; sin embargo, se requiere responder a personas de diferentes edades y procedencias, en esto radicaría la diversificación de los programas para diferentes sectores de la población, constituidos por públicos con distintas características.

Uno de los puntos clave para el fortalecimiento del Programa Nacional de Comunicación Educativa es el ejercicio de los **estudios de**

público, para que de esta manera podamos entender el espectro multicultural y variado de los visitantes, sus visiones e inquietudes. Este entendimiento determinará, en gran medida, el trabajo actual de los servicios educativos, pues las características del personal que empezó esta historia, al igual que las del público, hoy son distintas.

Los servicios educativos del INAH como difusores del patrimonio, sin duda alguna, podrían ejercer una interacción dialéctica con sus públicos, ser fuente real de divulgación cultural, generar estrategias de acción educativa, fortalecer la estructura de la labor educativa no formal e informal, estructurar programas de formación de públicos y de capacitación interna.

Ésta no es una propuesta acabada, estará en proceso de construcción permanentemente, a través del diálogo y la reflexión de todos los involucrados para que juntos transformemos el papel que el museo está llamado a ocupar en este nuevo siglo.

PROFRA. MA. ENGRACIA VALLEJO BERNAL
COORDINADORA DEL PROGRAMA NACIONAL DE
COMUNICACIÓN EDUCATIVA
CNME-INAH



Bibliografía

- ❖ Aparici, Roberto. La educación para los Medios de Comunicación. Universidad Pedagógica Nacional, México, 1996
- ❖ Bedolla, Ana G. Consideraciones en torno a la función educativa de los Museos.
- ❖ Enciclopedia de Pedagogía y Psicología, Programa Educativo Visual, Ser/Zazzo, 1998.
- ❖ INAH, Una historia, antecedentes, organización, funcionamiento y servicios. Coordinador Dr. Julio César Olivé.
- ❖ Rogers, Karl. Psicología social de la escuela primaria, Ed. Paidós, España, 1990
- ❖ Vygostki, L. El desarrollo de los procesos psicológicos superiores, Editorial Crítica, Barcelona. 1988
- ❖ Gimeno S. José y Pérez G. Ángel, Comprender y transformar la enseñanza. Editorial Morata, España, 1998
- ❖ Zúñiga, José Francisco. El diálogo como juego. La hermenéutica de Hans Georg Gadamer, Edit. Monográfica Universidad de Granada, 1996.

