

El diván del diseñador
Cuartos vivos, cuartos muertos • *Jorge Mo*

Se buscan visitantes
Educación, archivos y patrimonio • *Madelka Fiesco*

La voz inah

NUEVA ÉPOCA, AÑO VII, NÚMERO 15, SEPTIEMBRE DE 2011



El museo: sus públicos y ofertas

La puesta en valor y apropiación
del patrimonio

El museo es de todos. No está ligado a ninguna élite y su objetivo debe ser llegar a toda la sociedad. Tiene voz y mediante las exposiciones responde a las preguntas planteadas por la institución. Por ello, si queremos responderlas, hay que descubrir el vínculo que los núcleos sociales establecen con la industria cultural, los valores que ponen en juego y las expectativas que desean ver satisfechas.

En el presente número de *La VozINAH* damos a conocer diversas modalidades de apropiación del patrimonio. En él se desprende la importancia de la consolidación de los departamentos de comunicación educativa, la necesidad de hacer estudios de públicos y la diversificación de los géneros expositivos como respuesta emergente a los nuevos consumidores de cultura.

En los últimos años los museos y otras empresas culturales, tanto en México como en el extranjero, han realizado esfuerzos para incrementar sus públicos. Ello ha implicado un análisis de la oferta y la demanda con respecto a la región en que se encuentran.

Aquí abordaremos distintas formas de acercar a los visitantes al acervo museístico a partir de acciones educativas. Las colaboraciones proceden de instituciones nacionales e internacionales y ofrecen una visión teórico-práctica como fuente de inspiración y base referencial para la concepción de nuevos proyectos educativos.

Se trata de una selección basada en una de las ocho líneas de trabajo de la Subdirección de Comunicación Educativa, cuyo nombre es “Proyectos educativos con otras instituciones” y que pretende crear, ampliar y fortalecer puentes de intercambio institucional y profesional. Cabe resaltar que las estrategias presentadas no buscan ser una receta de éxito sino ideas en beneficio del visitante.

Con estas páginas esperamos dar pauta al reconocimiento del espacio museal como parte fundamental de la industria cultural, cuya razón de ser es la ciudadanía y el permanente intercambio de comunicación con la misma ●



Envíanos tus opiniones, sugerencias y colaboraciones (máximo tres cuartillas a doble espacio) a comunicacion_educativainah@yahoo.com.mx

en este número

Las reglas cambian

Rutas para las acciones pedagógicas de las áreas educativas de museos, zonas arqueológicas y centros del Instituto Nacional de Antropología e Historia < 4

Tips de tics

Breve comparación entre algunos espacios de Madrid y la ciudad de México < 7



Antípoda

Declaración del valor de los museos para la educación: un manifiesto de Australia < 12

Emprendedores

La experiencia del "Curso de ambientes educativos y cultura científica" del colectivo Tózan's Kali con el Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal < 14

Museo a la carta

Espacios lúdicos y material didáctico: dos modalidades de apropiación del patrimonio en el Museo del Palacio de Bellas Artes < 17



Trajes a la medida

El museo como agente de participación < 19

Hágalo usted mismo

Historias labradas < 22

Se buscan participantes

Educación, archivos y patrimonio < 26

Museos y sociedad

Museos y armonía social: convivencia en la diversidad < 29



El diván del diseñador

Diseño gráfico en publicaciones para museos < 33

Cuartos vivos, cuartos muertos < 37

directorío



Consuelo Sáizar
Presidenta



Alfonso de María y Campos
Director General

Miguel Ángel Echegaray Zúñiga
Secretario Técnico

Eugenio Reza Sosa
Secretario Administrativo

COORDINACIÓN NACIONAL
DE MUSEOS Y EXPOSICIONES

Arturo Cortés Hernández
Encargado del despacho

Gabriela Eugenia López Torres
Directora Técnica

lavozi**ina**h

Coordinación editorial
Diego Martín Medrano

Redacción
Sandra Martínez Díaz
Montserrat Navarro Herrera

Diseño editorial
Joseph Estavillo

Colaboradores
María Engracia Vallejo
Citlalli Hernández
Lizette Zaldivar
David Arnold
Miguel Ricardo Aranda
Sandra Martínez
Patricia Torres
Alicia Martínez
Madelka Fiesco
Adriana Mortara
Elizabeth Rosas
Jorge Mo

lavozi**ina**h

es una publicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia editada por La Subdirección de Comunicación Educativa de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

Agradecemos la valiosa colaboración de la Coordinación Nacional de Difusión del INAH por la donación del papel para la edición de este número.

Rutas para las acciones pedagógicas de las áreas educativas de museos, zonas arqueológicas y centros del Instituto Nacional de Antropología e Historia

POR CITLALLI HERNÁNDEZ DELGADO*

Hace casi 60 años se crearon los servicios educativos en el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). De aquella época a la fecha las actividades y proyectos educativos se han enriquecido y transformado. A diferencia del pasado, cuando lo más importante era la “colección” y la “información”, hoy la educación en los museos ha explorado otras formas de contactar al visitante con el patrimonio, y ha sido capaz de promover la construcción de su propio conocimiento y hacerlo corresponsable del proceso de interpretación.

En el año 2000 se llevó a cabo la reestructuración conceptual y de líneas de acción de lo que hoy es la Subdirección de Comunicación Educativa (SCE) de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones (CNME). En ella se tomaron en cuenta enfoques pedagógicos contemporáneos y de educación como el constructivismo. Después de revisar la diversidad de proyectos educativos, la recapitulación de años de experiencia acumulada y los modelos actuales de educación, nació la inquietud de realizar un documento dirigido al personal de las áreas dedicadas al tema a fin de proporcionar herramientas para sistematizar y diversificar su praxis.

Desde el principio, el documento pretendió validez y aplicación dentro del INAH.

Durante dos años nos dimos a la tarea de revisar los diferentes proyectos que se efectuaban en las áreas educativas de algunas zonas arqueológicas, en los centros INAH, los museos y, por supuesto, en los proyectos desarrollados en la SCE. Esta revisión permitió delimitar, organizar y redactar el contenido de un manual.

En diciembre de 2009 se aprobó el *Manual de lineamientos para las acciones pedagógicas de las áreas educativas de los museos, zonas arqueológicas y centros INAH*, como documento de la normateca interna del propio instituto. En él se reúnen los diferentes tipos



Curso de capacitación en el Museo Histórico Regional "Ex Cuartel de la Compañía Fija", en Baja California. Fotografía: Monserrat Navarro Herrera

de proyectos y actividades educativas que más se realizan en el INAH, y se brindan aspectos mínimos a considerar para su puesta en práctica.

Su principal función es informar sobre la variedad de proyectos y orientar a los educadores para llevarlos a cabo. El manual debe ser consultado como punto de partida y no como punto de llegada. No pretende ser un material impositivo sino inclusivo, que deja la puerta abierta para quien desee enriquecerlo. Cada espacio es libre de planear, desarrollar y aplicar las actividades acordes a su centro de trabajo, su acervo y los tipos de público que atiende.

El manual está organizado en cuatro lineamientos principales:

1. Diseño y elaboración de estrategias para la atención al público

Son aquellas actividades dirigidas a grupos que visitan el museo y reciben atención personalizada por parte del equipo de comunicación educativa, como son las visitas guiadas, talleres, cursos de verano, etcétera.

2. Proyectos educativos

Se generan en el centro de trabajo, tomando en cuenta la diversidad de públicos que el museo recibe. Tienen como finalidad ser un medio que propicie la interacción entre el visitante y el patrimonio. Algunos de estos proyectos pueden ser, desde los más típicos y comunes, como loterías y rompecabezas, hasta otros más complejos, como espacios lúdicos, de interpreta-

“

Durante dos años nos dimos a la tarea de revisar los diferentes proyectos que se efectuaban en las áreas educativas de algunas zonas arqueológicas, en los centros INAH, los museos y, por supuesto, en los proyectos desarrollados en la SCE. Esta revisión permitió delimitar, organizar y redactar el contenido de un manual.”

”

ción o introductorios, pasando por las conocidas cédulas de mano o tabloides.

3. Vinculación con la comunidad

Es el conjunto de labores encaminadas a propiciar o fortalecer la relación entre el museo y la colectividad donde se inserta. Éstas ponderan los intereses de los diferentes grupos de la comunidad y la difusión del patrimonio. Regularmente son actividades académicas o de esparcimiento, complementarias a las tareas sustantivas del museo, como por ejemplo conferencias, ciclos de cine, conciertos.

4. Investigación educativa

Son las acciones, actividades y propuestas dirigidas al mejoramiento de las funciones y servicios del museo, así como a la capacitación del personal y el fortalecimiento de las redes de trabajo multidisciplinario.



Curso de capacitación en el Museo Nacional de San Carlos. Fotografía: Sandra Martínez Díaz



Materiales didácticos creados por La Subdirección de Comunicación Educativa con base en el Manual de Lineamientos. Fotografía: SMD

Cursos de actualización y eventos académicos son algunas de las funciones que pueden realizarse dentro de esta línea.



En los museos del INAH la educación tiene una larga tradición que hemos heredado. Estamos comprometidos con la profesionalización del quehacer educativo y la transformación de nuestra práctica actual. Por ello, la creación del manual impacta de tres maneras. En primer lugar, se recopila experiencia de 60 años de servicios educativos; en segundo, nos une como área fundamental dentro de nuestros espacios de trabajo; por último, brinda una plataforma para la organización de las áreas y de la misión a favor de nuestros visitantes ** ●

* Jefa de Comunicación Educativa de la Galería de Historia, Museo del Caracol, INAH.

** El documento completo se puede consultar en la PagINAH/Centro Virtual de Documentación/ Normateca Interna/ Manual de Lineamientos para la acciones..., miércoles, 02 de diciembre de 2009.



Audioguías en la Sala de Tiziano del Museo del Prado. Fotografía: gabitogrupos.com

LA DIVERSIFICACIÓN DE LOS MATERIALES EDUCATIVOS Y SU USO EN LOS MUSEOS

POR MARÍA ENGRACIA VALLEJO*

Con este pequeño artículo quisiera contribuir a proporcionarles algunos datos de interés a partir de una breve comparación y síntesis de las páginas *web* de seis museos: tres de la ciudad de México y tres de Madrid.

Pretendo darles a conocer aquellos que considero de utilidad y pertinencia para la red y la creación de mayores recursos educativos para nuestros espacios y, sobre todo, para nuestros públicos.

Breve comparación entre algunos espacios de Madrid y la ciudad de México

Es importante tomar en cuenta que, a través de estas nuevas redes, se ha facilitado el inmenso flujo de intercambio de ideas y datos que permiten dar a conocer los contenidos, los programas y la historia del museo y sus áreas. Sobre todo se ha permitido mantener espacios para difundir líneas de instrumentos de formación para los usuarios y promover experiencias educativas significativas.

Primero haré referencia a las páginas de los tres grandes museos nacionales

del Instituto Nacional de Antropología e Historia: el Museo Nacional de Historia (MNH), el Museo Nacional de Antropología (MNA) y el Museo Nacional del Virreinato (MNV). El primero de ellos cuenta con la barra de menú desplegable más amplia y con posibilidades para encontrar respuestas a las inquietudes de todo tipo de público. En cuanto al aspecto pedagógico, es el único con membretes sugestivos como: “Te lo dejaron de tarea” o “Para pequeños y no tanto”. Ahí

encontramos cedularios, efemérides y biografías. Sus hojas son llamativas, con colores y movimientos atrayentes. Sin embargo, su barra de servicios para el público sólo despliega el rubro de visitas guiadas.



El Museo Nacional de Antropología tiene una página con menos opciones en su barra de menú; no es llamativa y solamente enlista las acciones del Departamento de Servicios Educativos.

El Museo Nacional del Virreinato cuenta con un menú amplio, pero no refleja los aspectos educativos.

Los tres cuentan con los cedularios de las salas en la red, de este modo se intenta que los alumnos no los copien durante la visita. Ninguno cuenta con una barra que indique la labor profesional que realiza, sus actividades y propuestas.

La Subdirección de Comunicación Educativa de la Coordinación Nacional de Museos subió a la red del INAH la página de *La VozINAH* con la revista en línea, misma que cuenta con materiales de apoyo para el maestro y una sección para niños con actividades sobre algunas culturas del mundo.

De los museos de Madrid seleccioné los tres que reciben un mayor número de visitantes: el Museo del Prado, el Museo Thyssen-Bornemisza y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Me hubiera gustado incluir al Arqueológico de Madrid, pero actualmente está en reestructuración.

PradoMedia es el nuevo canal del Museo del Prado. Se dedica exclusivamente a dar acceso directo a todos los contenidos multimedia de la *web*: videos, audioguías, infografías, et-



Equipo de servicios educativos en capacitación para asistir a visitantes con discapacidad visual. Fotografía: gustoporlahistoria.com

cétera. En este sitio se encuentran la colección completa por salas, la actividad de restauración y la formación del museo. Además, incluye contenidos relacionados con las exposiciones temporales (actuales, pasadas y futuras). Cabe destacar que cuenta con una parte educativa específica donde encontramos materiales para

los distintos grados escolares. Allí los profesores disponen de un cuaderno de trabajo según el itinerario seleccionado, mismo que descargan al hacer la inscripción. Para los más pequeños existen juegos con distintos niveles de dificultad y nuevas audioguías que se pueden grabar para las visitas.



El Museo Thyssen-Bornemisza es el único de los seis espacios que cuenta con un portal propio para el área de investigación y comunicación educativa; su nombre es *EducaThyssen*. Por extensión también suele denominarse así al programa educativo del museo.

El personal de este programa nos dice: “Entendemos el uso de las tecno-

logías de la información y la comunicación como una herramienta educativa más. Con ella nuestra más poderosa herramienta educativa, la palabra, puede llegar a personas que jamás podrían acceder a nuestros programas y actividades”. Se trata de un portal con información y recursos educativos sobre el museo, de un laboratorio donde se

“
La Subdirección de Comunicación Educativa de la Coordinación Nacional de Museos subió a la red del INAH la página de La VozINAH con la revista en línea, misma que cuenta con materiales de apoyo para el maestro y una sección para niños con actividades sobre algunas culturas del mundo.”

experimentan nuevas maneras de transmitir el conocimiento y de una plataforma de la que depende una serie de proyectos que usan aquello denominado como “redes sociales”. Ésta informa sobre las actividades y proyectos, recoge los programas de colaboración con otras instituciones y dispone materiales para personas con capacidades diferentes. Es una página electrónica que depende exclusivamente del área, pero está interrelacionada con el portal institucional del museo. En los últimos años se ha hecho un esfuerzo por desarrollar aplicaciones interactivas y juegos. Sin embargo, la labor se ha centrado en crear una línea de videos educativos e informativos –uno producto estrella de las redes sociales– publicados en el canal *Youtube* y en la plataforma *iTunes U*, por lo que es el primer museo español en contar con una plataforma en el espacio educativo de *Apple* junto a prestigiosas universidades y otras instituciones del mundo.



El Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía cuenta con un canal llamado *VIMEO* que nutre de análisis especializados mediante tres vías: repensando cuál es la función del museo, estudiando los mecanismos de mediación entre el público y la institución y, por último, proponiendo nuevos contextos y narraciones que conduzcan a otra noción de modernidad. A esta experiencia y apertura responde el canal, el cual recoge la actividad y el programa museal en formatos y licencias que permiten su libre distribución. Vía *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* e *Issuu*, entre otros, *VIMEO* da a conocer y se une a la comunidad. En el sitio se pueden descargar hojas de sala de la colección, folletos y documentos.

En esta revisión me permito destacar la importante labor desarrollada

en las secciones educativas de muchos museos del INAH para crear “las guías para el maestro” y “las guías para familias”. Ambas tienen el propósito de lograr que los educadores o padres guíen a los niños y jóvenes, lo que nace de la imposibilidad física para atender la gran demanda de visitas en un país tan poblado y con escasez de personal para su atención.

Considero que lo más importante para México es:

- Subir a la red las guías que ya tenemos, con las modificaciones que se

requieran y dándolo a conocer a los maestros.

- Crear audioguías para escolares de primaria y secundaria.
- Subir los juegos de los servicios educativos.
- Colocar en la página actividades de pre-visita y post-visita.
- Crear una *web* específica para la comunicación educativa de cada museo, o bien una que englobe a los recintos de este tipo. Quizá esto puede realizarse desde la Subdirección de Comunicación Educativa de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones.



Para lograrlo es necesaria la colaboración del personal de los servicios educativos, quienes considero poseen los conocimientos adecuados para nutrir la red en nuestro país.

Recuerdo todos los años de esfuerzo de la generación a la que pertenezco, esfuerzo que hoy es parte de la realidad. Con mucho cariño los invito a unirse a esta nueva responsabilidad de pertenecer también al mundo virtual, geografía extraordinaria en la que hoy se desenvuelven los niños y jóvenes ●

“

En esta revisión me permito destacar la importante labor desarrollada en las secciones educativas de muchos museos del INAH para crear “las guías para el maestro” y “las guías para familias”. Ambas tienen el propósito de lograr que los educadores o padres guíen a los niños y jóvenes, lo que nace de la imposibilidad física para atender la gran demanda de visitas en un país tan poblado y con escasez de personal para su atención.”



Izquierda: Programa de arte en el Museo Thyssen-Bornemisza. Fotografía: educathyssen.org/talleres/artista

Arriba: El gobernador de Guanajuato Juan Manuel Oliva Ramírez y la directora del Museo Nacional de Virreinato, Cecilia Genel Valasco, en la inauguración de la exposición *Plata forjando México*. Fotografía: guanajuato.gob.mx/desarrollo/comunicados/comunicaddetalle.php?comid=14821

Declaración del valor de los museos para la educación: un manifiesto de Australia

POR DAVID ARNOLD*

Con el desarrollo y la puesta en marcha de la nueva currícula escolar nacional en Australia, ahora los museos e instituciones culturales tienen una oportunidad sin precedentes para volverse más relevantes en la educación escolar.

Desde mediados del 2008 la Red Educativa Nacional de los Museos de Australia se ha preocupado por garantizar que los espacios museales mantengan su participación en los procesos del sector educativo nacional y en la conformación de la currícula.

Uno de los compromisos ha radicado en la reciente publicación del manifiesto titulado “Declaración del valor de los museos para la educación”, que tiene por objeto enunciar el papel real y potencial de estos sitios en el sector educativo formal y en el adiestramiento de jóvenes para la construcción de una sociedad democrática y plural.

He reproducido este documento con la intención de que sirva a los educadores de los museos mexicanos, que también están preocupados por el sistema educativo y los planes de estudio de su región.

DECLARACIÓN DEL VALOR DE LOS MUSEOS PARA LA EDUCACIÓN

Los museos son lugares esenciales para el aprendizaje. Éstos apoyan a los jóvenes australianos para que se conviertan en personas seguras y creativas; personas interesadas en aprender a lo largo de sus vidas y en ser ciudadanos activos e informados

mediante experiencias únicas y auténticas.

Con el gobierno, los museos, las escuelas y las comunidades son vitales en la promoción de la equidad y la excelencia educativa a través del acceso a sitios, colecciones, exposiciones, equipos de profesionales, programas y recursos.

El disfrute y vinculación con la riqueza del patrimonio natural y cultural de Australia debe ser integral y conforme a los alcances propuestos en todas las áreas del plan de estudios australiano.

LOS MUSEOS Y LAS METAS DEL PLAN DE ESTUDIOS AUSTRALIANO

Los museos integran parte de las metas propuestas en dicho plan de estudios, ya que:

(A) Profundizan y amplían la experiencia de aprendizaje de los estudiantes y maestros, al exponerlos a la diversidad, singularidad y complejidad del patrimonio natural y cultural y a las formas en que éste ha sido y sigue siendo.

(B) Educan a los estudiantes respecto al lugar que ocupa la humanidad en su entorno y la naturaleza del universo físico, así como sobre el impacto del desarrollo global y el cambio.



Captain Curious en el interior del Museo Nacional de Australia. Fotografía: ndsproductions.com.au

Abajo: Diseño exterior del Museo Nacional de Australia. Fotografía: ttw.com.au



- (C) Concientizan sobre el valor de la diversidad y la sustentabilidad.
- (D) Contribuyen a la comprensión de las identidades nacionales.
- (E) Desarrollan la asimilación de los derechos y responsabilidades de los estudiantes como ciudadanos, ofreciéndoles perspectivas locales, regionales, nacionales y globales.

LOS MUSEOS Y LAS ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Los museos enriquecen la enseñanza y el aprendizaje al:

- (A) Proporcionar a los profesores y estudiantes las oportunidades para el acceso directo y virtual a las manifestaciones de cultura material (fuentes primarias, incluyendo los sitios).
- (B) Apoyar el acceso a la cultura de los aborígenes y de los isleños del estrecho de Torres.
- (C) Fomentar el desarrollo de la au-

- toestima del estudiante a través del aprendizaje activo centrado en él.
- (D) Responder a las capacidades individuales y preferencias de aprendizaje.
- (E) Fomentar el desarrollo de habilidades, la colaboración, la resolución de problemas y el diálogo en un ambiente seguro y estimulante.
- (F) Ofrecer a los estudiantes un aprendizaje práctico, vivencial y visual fuera del aula** ●

* Manager educativo del Museo Nacional de Australia y presidente de la Red Nacional de Museos

**Traducción de Sandra Martínez Díaz, asistente de enlace de la Subdirección de Comunicación Educativa de la CNME-INAH.

“ Los museos son lugares esenciales para el aprendizaje. Estos apoyan a los jóvenes australianos para que se conviertan en personas seguras y creativas; personas interesadas en aprender a lo largo de sus vidas y en ser ciudadanos activos e informados mediante experiencias únicas y auténticas. ”

TURISMO DEL CONOCIMIENTO:
UNA NUEVA FORMA DE ACERCARSE AL PATRIMONIO

La experiencia del “Curso de ambientes educativos y cultura científica” del colectivo Tózan’s Kali con el Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal

POR COLECTIVO TÓZAN’S KALI*

*Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural ***

Según la secretaría enfocada al tema, el turismo cultural se refiere a “aquel viaje motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

Actualmente, el desarrollo del “turismo cultural” centra su tendencia en la comprensión, interacción y disfrute del patrimonio tangible e intangible de una comunidad, región o país.

Algunos de estos elementos pueden relacionarse con el conocimiento científico y tecnológico.

El colectivo Tózan’s Kali ha fomentado una nueva forma de aproximación al patrimonio cultural de la ciudad de México mediante cursos que promueven la interacción y el deleite de espacios (museos, áreas verdes y zoológicos). Al mismo tiempo ha participado en la formación de capital social (mediadores, profesores y voluntarios) a través de temáticas transversales, interdisciplinarias y multiculturales, fomentando el debate y la crítica propositiva, y ha buscado sinergias entre profesionales y

jóvenes emprendedores con las instituciones gubernamentales, empresariales y civiles. A esto denominamos “turismo del conocimiento”.

El “turismo del conocimiento” se enmarca en el concepto de “turismo cultural”. Su particularidad estriba en la búsqueda de ejes temáticos específicos que contribuyan al enriquecimiento profesional de los participantes. Para lograr esto se crean ejes teórico-prácticos que conducen la experiencia sin limitarla. A través de la elaboración de guiones y materiales didácticos se estimula la interacción con la colección o el espacio arquitectónico de diferentes centros culturales de la ciudad.

El colectivo Tózan’s Kali desarrolló en dos ocasiones el “Curso de ambientes educativos y cultura científica: herramientas para el di-



Campamentos científicos, una forma de acercarse al patrimonio natural. Fotografía: conservacion-conciencia.blogspot.com/2010/29/archive.html

seño de experiencias educativas”, con apoyo del Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal. En el presente artículo hablaremos de su planteamiento.

EL CURSO

El objetivo del curso se centró en la formulación de habilidades teórico-prácticas mediante el diseño de experiencias educativas para el uso de los espacios museográficos, culturales y naturales como herramientas de comunicación educativa para el desarrollo de la cultura científica. Se realizaron dos sesiones teóricas donde se discutieron las definiciones de cultura científica y patrimonio; se abordaron las estrategias educativas para los museos y la importancia de los centros de ciencia en la formación de capital social. Los participantes fueron profesores de diferentes niveles de la

ciudad de México y del área metropolitana, así como mediadores de centros culturales y organizaciones de la sociedad civil.

La dinámica de trabajo consistió en la elaboración de guiones temáticos en los que se seleccionaban piezas de las colecciones de los centros culturales visitados, mismos que promovían actividades de observación y reflexión. Cada sesión partía de una actividad previa o de contexto; le seguían otra *in situ* y otra de cierre. Éstas podían ser lecturas programadas, demostraciones, talleres didácticos o casos simulados. También se llevaron a cabo talleres de elaboración de instrumentos, donde se ponían en práctica los conceptos aprendidos y se aclaraban dudas. El curso cerró con una evaluación de las tareas de los participantes, que consistían en elaborar un guión de visita y una plantilla de evaluación

del personal de los museos, del colectivo y de la pertinencia de los temas abordados.

EL TRABAJO DE GESTIÓN

Una de las principales preocupaciones del colectivo ha sido poder llegar a públicos diversos. Por ello se planteó una estrategia de gestión, creando sinergias entre instituciones culturales, dependencias de gobierno y comunidades. Lo importante no sólo ha sido vincular capitales sino crear discursos alternativos para instituciones establecidas, abriendo oportunidades para todos los implicados.

Dicha sinergia permite a las instituciones ampliar su margen de acción social, al crear lazos externos con otros capitales humanos y materiales. De esta manera, se reduce el costo para los participantes y, a su vez, se crean nuevos nexos de identificación patrimonial.

Demostraciones científicas en la "Feria de ciencia en las calles", realizada en la ciudad de México. Fotografía: Sandra Martínez Díaz



En nuestro caso se realizó un convenio con el Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal, instancia ante la que se plantearon los ejes temáticos y la estrategia. Asimismo, estos parámetros se presentaron a 12 centros culturales que pudieron difundir sus actividades con los participantes y conocer sus intereses e inquietudes.

CONCLUSIONES

El turismo del conocimiento permite ampliar el público objetivo. Este tipo de turismo no sólo necesita profesionales o servidores públicos interesados en su formación profesional y humana, también requiere estrategias educativas que favorezcan el deleite y la interacción con el patrimonio tangible e intangible.

Según la Secretaría de Turismo, México es un país con un gran potencial para el desarrollo del turismo

“El “Curso de ambientes educativos y cultura científica” tiene la capacidad de reunir participantes nacionales y extranjeros que deseen conocer nuevas formas de apropiación del patrimonio.”

cultural, y por contar con la urbe con mayor número de museos en el mundo, la ciudad de México, puede explotar ese potencial a través de sus centros culturales.

El “Curso de ambientes educativos y cultura científica” tiene la

capacidad de reunir participantes nacionales y extranjeros que deseen conocer nuevas formas de apropiación del patrimonio. Su metodología permite el uso de cualquier espacio de educación no formal. Asimismo, la sinergia creada para su desarrollo presta mayor acceso al reducir costos, fomentar el intercambio multicultural y el desarrollo de nuevas propuestas que integran a todos los sectores de la sociedad ●

* Miguel Ricardo Aranda Zamudio es psicólogo por la UNAM. Estudia desarrollo comunitario en el ESAD. Es director operativo y de proyecto de socialización de la ciencia del colectivo Tózan's Kali.

Sandra Martínez Díaz es comunicóloga por la UNAM y directora de gestión cultural y recursos materiales del colectivo Tózan's Kali. Actualmente labora en la Subdirección de Comunicación Educativa de la CNMA-INAH.

** “Resumen ejecutivo del estudio estratégico de viabilidad del turismo cultural en México”. Centro de Estudios Superiores en Turismo, Secretaría de Turismo. Versión electrónica <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/12.pdf>

Espacios lúdicos y material didáctico: dos modalidades de apropiación del patrimonio en el Museo del Palacio de Bellas Artes

POR LIZETTE ZALDÍVAR LARRAÑAGA*

Actualmente, los museos tienen como misión la promoción y el acercamiento del público a las diversas materias del conocimiento que resguardan y exhiben. Sin embargo, en muchas ocasiones las exposiciones presentan retos conceptuales respecto a su papel educativo.

Es común encontrar muestras concebidas desde el punto de vista de especialistas y donde no se toma en cuenta a los estudiantes, los jóvenes y el público que las visita. No es el caso del Museo del Palacio de Bellas Artes. Su área educativa es la encargada de promover, a través de diversas estrategias, el proceso de descubrimiento individual y colectivo del contenido de las exposiciones.

Como lo planteó Lev Vigotsky, las propuestas deben propiciar el desarrollo del lenguaje oral, escrito o simbólico como medio natural de expresión de ideas. Por ello, las estrategias educativas también han de considerar la



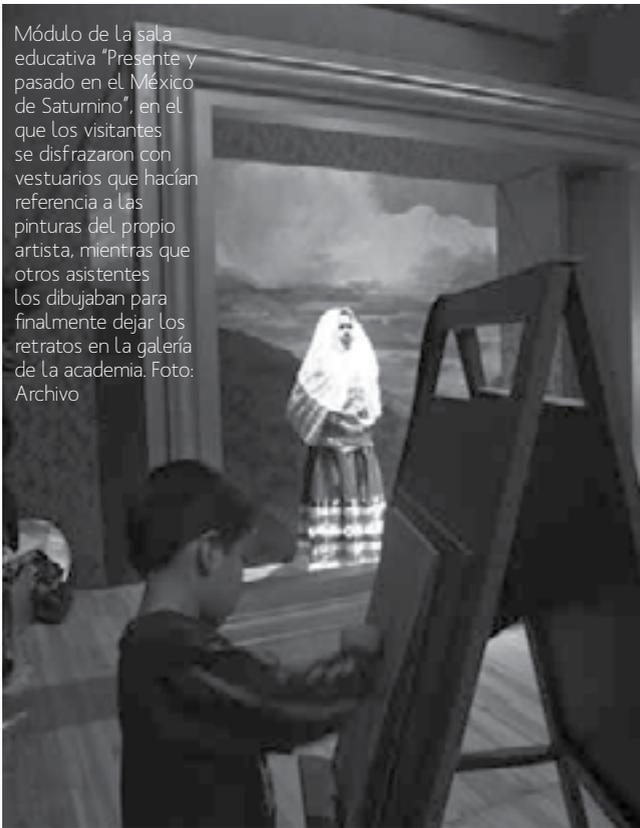
Espacio lúdico "Presente y pasado en el México de Saturnino", montado en el marco de la exposición *Saturnino Herrán. Instante subjetivo* (2010-11), cuya sede fue el Museo del Palacio de Bellas Artes. Foto: Archivo

posibilidad de motivar el incremento de las funciones mentales superiores, como la abstracción, la imaginación y la creatividad.

Con base en lo anterior, el Museo del Palacio de Bellas Artes ha abierto salas o espacios lúdicos en varias ocasiones. El caso más exitoso fue el diseñado para la muestra *El mundo invisible de René Magritte*. La sala se

dispuso de manera atractiva para que despertara la imaginación y el disfrute. Esto se logró a través del juego con los temas y contenidos de la exposición. La respuesta del público motivó al equipo de profesionales a realizar espacios lúdicos en las muestras posteriores: *Saturnino Herrán, instante subjetivo* y *América Latina, arte y confrontación 1910-2010*.

Módulo de la sala educativa "Presente y pasado en el México de Saturnino", en el que los visitantes se disfrazaron con vestuarios que hacían referencia a las pinturas del propio artista, mientras que otros asistentes los dibujaban para finalmente dejar los retratos en la galería de la academia. Foto: Archivo



"Soñemos y juguemos con Magritte", proyecto realizado para la muestra *El mundo invisible* de René Magritte (2010) en el Museo del Palacio de Bellas Artes. Foto: Archivo

“ Como lo planteó Lev Vigotsky, las propuestas deben propiciar el desarrollo del lenguaje oral, escrito o simbólico como medio natural de expresión de ideas. ”

El enfoque dado a cada espacio lúdico ha dependido directamente de la conceptualización de la propuesta curatorial y ha devenido proyecto integral que une datos de la muestra e información nueva que el visitante adquiere no sólo a través del juego. Asimismo, el diseño de recursos didácticos también es parte de las estrategias educativas para el logro de una vivencia significativa.



Entre las acciones que llevamos a cabo están las guías didácticas, las hojas de sala y los cuadernos de actividades pre-visita y post-visita. Además, las visitas guiadas a la colección permanente de murales se enriquecen con materiales que los niños y jóvenes pueden manipular. Es el caso de las máscaras con personajes de los murales. Con ellas los visitantes se apropian de la obra,

involucrándose con el artista y su contenido.

Otro aspecto importante son las lupas magnificadoras con las que los niños ubican los detalles de una pieza, adentrándose en la técnica y los materiales utilizados. Así, se convierten en investigadores de la obra, resaltándose su papel como visitantes activos. De este modo, no sólo se privilegia la obra o el museo sino también la participación del asistente. Una de las experiencias más enriquecedoras ha sido el uso de títeres de varilla, los cuales representan a los muralistas Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, Rufino Tamayo y José Clemente Orozco, entre otros.

El juego basado en la animación de objetos que cobran vida es uno de los medios más efectivos de enlace entre la imaginación y lo real. Este recurso didáctico contribuye a fomentar el gusto y acercamiento a los museos. Para lograr lo anterior, es fundamental la tarea de los mediadores. Ellos tienen la misión de acercar al visitante experiencias de aprendizaje significativas y duraderas, reconocer que muchos factores afectan el aprendizaje y emplear nuevas metodologías para motivar al público, despertar su curiosidad y cultivar su imaginación ●

* Jefa de Servicios Educativos del Museo del Palacio de Bellas Artes.

VISITAS PARTICIPATIVAS

EL museo como agente de participación

POR PATRICIA TORRES UGARTE*

El museo como agente de participación es un concepto que ha estado presente en los últimos años en el ideario de este espacio público. Partiremos de la definición de algunos términos poco comunes que juegan un papel importante en el proceso de construcción de la experiencia museal. La comunicación se entiende como un intercambio de mensajes que se transmiten de un emisor –el museo– a un receptor –el visitante– a la espera de una retroalimentación o *feed back*.



Visita participativa en el Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid. Fotografía: Almudena Domínguez Arranz

El museo transmite su discurso a través de diversos lenguajes: su colección y los objetos que la conforman, los planteamientos curatoriales, los proyectos educativos para diversos públicos y la difusión de visitas, talleres, cursos, conferencias, conciertos, etcétera.

La participación se entiende como una acción, una actividad dinámica que lleva al público a interactuar, lo cual implica contar con un abanico de posibilidades y facilitar la participación del visitante. Asimismo, significa

ejercer el poder de actuar en determinadas propuestas que son sugeridas por un individuo, institución o gobierno.

Un primer paso imprescindible para poner en marcha cualquier proceso de fomento a la participación requiere la creación de cauces y mecanismos que permitan al museo ejercer su influencia.

Una forma de participación implica incluir un laboratorio de exposiciones temporales. Para concebir una muestra debemos considerar las temáticas



Visita participativa en el Centro Gallego de Arte Contemporáneo. Fotografía: Almudena Domínguez Arranz

Abajo: Visita participativa en La Casa de las Ciencias, en La Coruña, España. Fotografía: Almudena Domínguez Arnai

que resulten más atractivas para las comunidades que acuden a nuestro museo. Un estudio de público que puede aplicarse es el “mapeo mental”, método que incluye palabras clave e imágenes que la persona coloca en una hoja en blanco y después ubica, ordena, clasifica y relaciona. Esto nos permite identificar cuáles son sus capacidades de comparación de conceptos y cuáles sus conocimientos previos sobre la temática expuesta. Con ello es posible establecer los temas, subtemas y contenidos generales para el guión museológico. Es importante tomar en cuenta este trabajo previo dentro de la exposición, de manera que se establezcan los primeros enlaces de significado entre colección y visitante para iniciar el proceso de comunicación.

“Querer” es un tercer aspecto de la participación. Desde el primer momento el museo necesita incentivar la actividad de los diversos públicos,



por lo que debe explicar al visitante las razones por las que su presencia es valiosa. Paulo Freire destaca la importancia de la palabra “querer” en la acción y en la reflexión. El visitante encuentra objetos patrimoniales con los cuales interactúa y dialoga. Las propuestas museográficas y educativas le brindan la posibilidad de tener contacto con información y nuevas lecturas, de modo que el visitante no sólo

experimenta al museo como espectador sino también como agente activo en la construcción de su propio conocimiento. El visitante puede observar, cuestionar, analizar y reflexionar sobre el pasado y el presente, haciendo algo útil para la sociedad en la que vive y para él mismo como individuo que forma parte de ella.

Tenemos la responsabilidad de propiciar la reflexión verdadera.

Freire dice que si no hay acción todo se reduce a un verbalismo estéril, que plantear acciones sin reflexión es activismo sin rumbo. “La palabra verdadera es la praxis, porque los hombres deben actuar en el mundo para humanizarlo, transformarlo y liberarlo”.

Ofrecer las “visitas participativas” tiene por objetivo propiciar el diálogo entre los diversos públicos y el museo. Los mediadores son los encargados de suscitar esta interacción con los visitantes a partir de objetos que develan información y significados diversos. Este proceso permite poner en juego habilidades de pensamiento —observación, descripción, análisis, imaginación, interpretación—, donde la sensibilidad y la percepción se hacen presentes durante su visita e inclusive antes y después de la misma.



Las “visitas autogestivas” son otra forma de participación; en ellas el visitante va por cuenta propia, sin la ayuda de un mediador. Para llevarlas a cabo es necesario plantear estrategias autoconducidas que sirvan de mediación entre el museo y el público. “Cuando leo, olvido; cuando veo, recuerdo; cuando hago, comprendo”, dice un proverbio chino que brinda luz respecto a la importancia de la participación activa de los visitantes en relación a los procesos de interpretación del patrimonio. Este tipo de experiencias pueden marcar de manera positiva la forma en la que el visitante participa en y con el museo. Así se generan nuevos públicos que transfieren la experiencia de diálogo efectivo a otros entornos museísticos y sociales, propiciando la transformación de la sociedad en la que vivimos.

Es necesario que dentro del museo se detonen la motivación, el interés



Arriba: Visita participativa en la Casa de las Ciencias, en La Coruña, España. Fotografía: ADA

Izquierda: Gabinete en el Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid. Fotografía: PT

y el deseo. Somos conscientes de las dificultades. Sin embargo, podemos crear espacios dentro de las exposiciones donde se escuchen varias voces y el público opine sobre lo que se dice. Así como lo hacen las redes sociales en internet, ya hay ejemplos de espacios lúdicos e hipertextuales en diversas muestras temporales y permanentes; espacios que no sólo son para niños sino en los que todos los grupos sociales participan, opinan, se divierten y aprenden. Para que los visitantes opten por participar es fundamental que vean las propuestas como algo útil y se tomen en cuenta sus opiniones.

Para sistematizar estos procesos en las propuestas del museo es necesario que se lleven a cabo mecanismos de participación y diálogo efectivo al interior del museo, es decir, entre todas

las áreas de trabajo. Hasta hace pocos años esto no sucedía ni en condiciones óptimas. Afortunadamente los museos son cada vez más conscientes de esta necesidad. La participación horizontal considera igualmente importante el estudio de las colecciones y las propuestas curatoriales, museográficas y de educación. Estas últimas han renovado su papel, pues ahora se destacan como detonantes de participación de diversos públicos en el museo. Además, los asistentes han dejado de ser “público general” para ser público múltiple, rico en posibilidades de diálogo y construcción de experiencias ●

* Directora de la Galería de Historia del Museo del Caracol del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

CALIGRAMAS

Historias labradas

POR ALICIA MARTÍNEZ LÓPEZ*

El Museo Nacional del Virreinato exhibió la exposición temporal *Plata forjando México* de junio a octubre de 2010, en el marco de los festejos del Bicentenario de la Independencia y del Centenario de la Revolución mexicanas.

Sus objetivos fueron: motivar al público visitante a reflexionar en torno al papel de la plata en el desarrollo de la Nueva España y el México de hoy; considerar a la plata y la platería como manifestaciones de un contexto cultural y de un proceso histórico; abordar el desarrollo de la plata en el escenario de los cambios de la Independencia de México en el siglo XIX, y vincular el tema con las instituciones, empresas, artistas y artesanos independientes relacionados con la plata en la actualidad.

La propuesta educativa de la exhibición se enfocó en establecer una comunicación efectiva, con el propósito de interpretar, valorar y disfrutar el patrimonio cultural. El plan consideró tres modalidades: intervención en el espacio museal a través de elementos museográfico-didácticos, acciones educativas paralelas y publicaciones. La primera contempló maquetas, mapas, módulos de experimentación, interactivos, videos, cédulas sobre el significado

de las piezas, gráficos elocuentes y dioramas, entre otros. La segunda consideró talleres, visitas guiadas y puestas teatrales. En el último caso se realizó una publicación dirigida al público adulto no especializado.

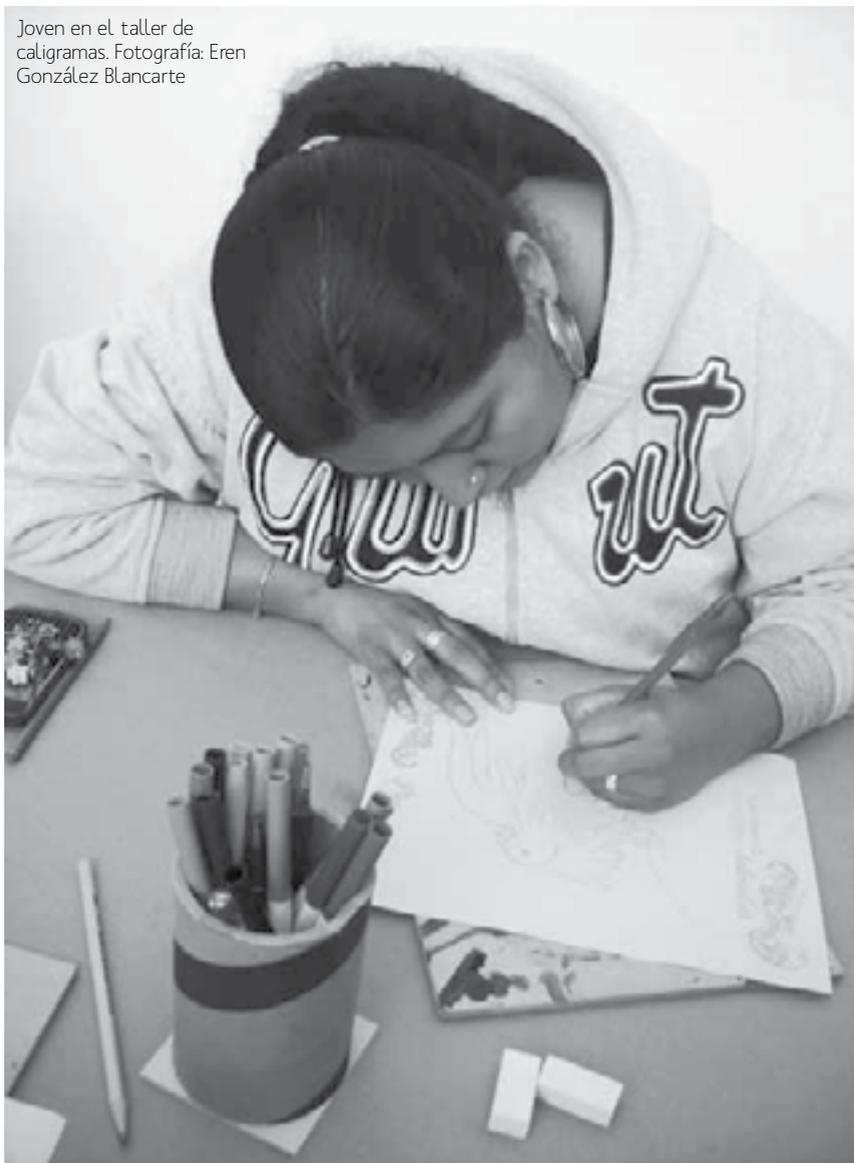
El taller literario “Historias labradas” centró su objetivo en lograr un acercamiento significativo a la temática de la exposición, de tal forma que, después de visitar las piezas de la colección, el público plasmara, con un lenguaje poético y literario, sus impresiones, sentimientos e ideas sobre la importancia de la plata en la historia y la actualidad de México.

Para llevar a cabo esta actividad se realizó una investigación de la que surgieron las siguientes recomendaciones a fin de crear un caligrama:

1. Iniciar con una idea: una palabra, una expresión o un objeto que se transforme en imagen y después en poesía.



Joven en el taller de caligramas. Fotografía: Eren González Blancarte



“ Más de 700 piezas exhibidas en esta exposición eran objetos relacionados con el trabajo minero, el espacio cotidiano, el ámbito económico y el arte contemporáneo. El público manifestó una marcada preferencia por objetos religiosos, en especial por el exvoto de corazón. ”

con ciertas reservas: el taller exigía la participación en una actividad literaria con un alto nivel de concentración e inversión de tiempo. No obstante, de los tres talleres programados para la exposición *Plata forjando México*, el de caligramas obtuvo el segundo lugar de participación (34%). El mayor público interesado fue el de jóvenes (40%), seguido por el de adultos (30%) y el infantil (27%). La participación más baja fue entre personas de la tercera edad (3%).

Para analizar los casi 300 caligramas creados por el público, se consideró el comportamiento a partir de las producciones gráficas y literarias. Los datos aquí presentados son una pequeña muestra de esa totalidad.

Más de 700 piezas exhibidas en esta exposición eran objetos relacionados con el trabajo minero, el espacio cotidiano, el ámbito económico y el arte contemporáneo. El público manifestó una marcada preferencia por objetos religiosos, en especial por el exvoto de corazón. Si la población joven fue la que más participó, se infirió

2. Representar la idea original en un dibujo, y sobre su contorno escribir un poema.
3. Por último, borrar el contorno para dejar visibles las palabras y los versos del caligrama.



La participación del público requirió lo siguiente:

1. Diseñar una mampara que invitara al público a participar y en la que se explicara qué y cómo son los caligramas, mostrando ejemplos.

2. Explicar al visitante que debía recorrer libremente la exposición, elegir la pieza de su agrado, trazarla sobre una hoja blanca e ingresar en la zona de talleres.
3. Brindar aclaraciones adicionales para que los participantes procedieran a crear su caligrama.
4. Al finalizar, fotografiar a los participantes y solicitar su autorización para subir su caligrama al *Facebook* del museo.

LOS RESULTADOS

La propuesta se pensó mucho, pero

que este objeto les atrajo porque su vida gira en torno al ámbito amoroso y emocional. Sin embargo, los textos no hacen referencia al exvoto, salvo que les sirvió de soporte para dialogar con la obra.



El estilo narrativo se utilizó más aún que el poético. En los textos se refleja el mundo del visitante y su relación con éste. Por ejemplo, un niño eligió una cruz procesional y en su caligrama escribió: “Cristo murió por nosotros”. En otro se mostró la relación del tema de la exposición con el mundo actual: “Un minero trabaja bajo la tierra buscando oro o plata, pero en ocasiones tiembla y la gente muere como pasó en Sonora; sin embargo otros se salvan como sucedió en Chile”. El contenido de la muestra no era ajeno a esta persona; no criticó la tragedia de los mineros en ambos países, pero señaló la diferencia y dejó una interrogante al museo: ¿por qué no hablar sobre las condiciones laborales de los mineros? Una chica estableció conexión con el pasado y se preguntó: “¿Qué favores habrá recibido la persona que mandó a hacer este exvoto?”

CONCLUSIONES

Las propuestas literarias son una opción importante en la generación de otras formas de interrelación entre el público y el espacio expositivo. Éstas favorecen la observación y el diálogo; promueven la elección libre, la reflexión, la producción creativa de textos y el disfrute.

Los caligramas y otras variantes literarias y poéticas permiten penetrar en el mundo interior y en el imaginario del público. En este caso fue posible descubrir dos maneras de sentir y pen-

“ Las propuestas literarias son una opción importante en la generación de otras formas de interrelación entre el público y el espacio expositivo. Éstas favorecen la observación y el diálogo; promueven la elección libre, la reflexión, la producción creativa de textos y el disfrute. ”



sar el tema de la plata. Por un lado se mostraron los sentimientos de identidad y orgullo; por el otro, la crítica a la injusticia hacia los trabajadores mineros de ayer y hoy. También fue posible descubrir que el tema se reprodujo a través de narraciones y descripciones

de las piezas. Fueron pocas las historias expresadas mediante el cuento y la poesía; sin embargo, el público observó, eligió, interactuó y pensó sobre el tema de la exposición ●

* Jefa de Servicios Educativos del Museo Nacional del Virreinato

DIVERSIDAD DE PÚBLICOS Y SU ATENCIÓN

Educación,

POR MADELKA FIESCO TREJO*

El Archivo General de la Nación (AGN) de México es uno de los más antiguos del mundo. Por excelencia, es la casa de la memoria histórica de nuestro país. Entre 1900 y 1976 el inmueble que ahora ocupa fue la Penitenciaría de Lecumberri, mejor conocida como *El Palacio Negro*.

Hace un año llegué a trabajar a este magnífico recinto para iniciar el área de Servicios Educativos. En los últimos años uno de los mayores desafíos de los archivos del mundo ha sido transitar de un enfoque centrado en la preservación del patrimonio hacia una noción más dinámica que reconozca la importancia de las relaciones que establecen las personas y las sociedades con sus bienes culturales.

En general, la población desconoce la relación entre archivos y educación, a pesar de que esas instituciones culturales pueden ayudar a mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje de las ciencias sociales, particularmente de la historia.

El valor y carácter único de los documentos convierte a estas fuentes primarias en recursos indispensables para reconstruir la memoria de las comunidades, transmitir valores cívicos y fomentar el pensamiento crítico.

En este sentido, profesores, archivistas y educadores/mediadores son piezas clave para lograr que las personas transformen la información en conocimiento. Ellos ofrecen a los ciudadanos los elementos necesarios para lograrlo.

DIFUNDIR, COMUNICAR Y DINAMIZAR

Estos tres conceptos están presentes en los objetivos del área educativa del AGN y van acompañados de los términos diálogo, intercambio y conexión.

Las diferentes actividades que hemos desarrollado a lo largo de nuestro primer año de labores han procurado dar a conocer el quehacer y la importancia de los archivos. En buena medida, también han buscado crear situaciones que favorezcan el aprendizaje activo y reflexivo, usando saberes de otras áreas y disciplinas como las artísticas.

No obstante, una de nuestras metas es dejar las puertas abiertas a propuestas colaborativas y participativas de ciudadanos e instituciones que contribuyan a incentivar la interacción con los usuarios y hagan más visible al archivo.

IDENTIFICACIÓN DE NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO

Para conocer realmente a los públicos a los que deseamos llegar, nos hemos hecho las siguientes preguntas: ¿quiénes son nuestros usuarios habituales? ¿A quiénes quisiéramos atraer? ¿Tie-

archivos y patrimonio

¿Tienen un perfil definido? ¿Tienen características culturales propias? ¿Cuáles? ¿Qué intereses guardan? ¿Han tenido contactos anteriores con el AGN? ¿Qué piensan sobre los archivos? ¿Qué postura deseamos que adopten?

Cada perfil determinará las herramientas más adecuadas de difusión, así como las acciones educativas que vamos a proponer.

EL CAMINO DE HACER PÚBLICO LO PÚBLICO

En la práctica, la puesta en marcha de estrategias de comunicación educativa conlleva una actividad constante de negociación entre el propio educador/mediador y las autoridades de la institución en la que se trabaja.

Algunas claves que hemos encontrado para desarrollar nuestra labor se resumen en los siguientes puntos:

- Realización de actividades que promuevan valores positivos respecto al sentido y el servicio del patrimonio documental y los procesos que intervienen en la construcción de la memoria.
- Generación de dinámicas de participación con asociaciones, instituciones y escuelas, con la finalidad de que estos grupos se sientan cercanos al archivo.
- Puesta en marcha de acciones que difundan una imagen innovadora y



Curso de verano 2010.
Fotografía: Dirección de Publicaciones y Difusión-AGN

Abajo: Festival "Historias, sabores y saberes del Bicentenario".
Fotografía: DPD-AGN



“ En la práctica, la puesta en marcha de estrategias de comunicación educativa conlleva una actividad constante de negociación entre el propio educador/mediador y las autoridades de la institución en la que se trabaja. ”

actual del archivo, cercana a los intereses de niños, jóvenes y adultos, y que tome en cuenta sus necesidades reales y no las que suponemos que tienen.

CONSIDERACIONES FINALES

Los archivos, los documentos, actúan como “contenedores de conocimiento”. No dejan de ser un conjunto de momentos detenidos en el tiempo que albergan una historia personal, un suceso o las más insospechadas situaciones. Cuentan con los elementos necesarios para que toda iniciativa de difusión sea un éxito. Nos permiten interpretar y recrear cualquier acción cultural y de comunicación, apuntando en tres direcciones: información, formación y conocimiento. La mejor propuesta es la que ofrece contenidos de actualidad, se conecta con los intereses del público, fomenta la participación, impulsa valores y tiene presentes los objetivos formativos.



En cuanto al mensaje, idea o contenido que se pretende comunicar, hay que reconocer que los documentos por sí solos, aislados, proyectan una visión muy parcial. Salvo contadas excepciones, difícilmente pueden evocar el ambiente de una época, un suceso histórico o el carácter de un personaje. Ese es el principal obstáculo a salvar: los documentos textuales informan o documentan, pero no representan; por ello, en muchas ocasiones deben ir acompañados de otros recursos como textos explicativos, elementos gráficos, objetos o cualquier otro matiz que ayude a darles vida y situarlos en su contexto.

Si la actividad va dirigida a los más jóvenes, hay que sumar un ingrediente imprescindible: la diversión. Los archivos no tienen por qué ser



Recorridos nocturnos.
Fotografía: Dirección de Publicaciones y Difusión-AGN

aburridos. Jugar es un acto natural y nos ayuda a entender el mundo que nos rodea. El juego estimula la fantasía, la curiosidad y las habilidades sociales de las personas. La educación se puede parecer a los juegos, siempre y cuando se establezcan muy claramente los objetivos didácticos. Son iniciativas que tienen como eje tres principios: aprender interactuando, aprender investigando y aprender compartiendo –normalmente se hacen en grupo.

Dentro de estas estrategias de aproximación y diálogo con el público habría que incluir la presencia activa en las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, subir fotos o videos a *Youtube*, utilizar la página *web* del archivo o contar con un *blog* en el que se admitan comentarios de los usuarios.

“ Si la actividad va dirigida a los más jóvenes, hay que sumar un ingrediente imprescindible: la diversión. Los archivos no tienen por qué ser aburridos. Jugar es un acto natural y nos ayuda a entender el mundo que nos rodea.”

No podemos dar la espalda a los momentos de cambio que estamos viviendo. El secreto del éxito está en ofertar buenos contenidos, en no dejar de aprender, en construir sobre lo asimilado y seguir avanzando. Estamos aún en una época de exploración, de incertidumbres; en una realidad que pide ajustes y cambio de prioridades. No tengamos temor a intentarlo, el que no ha fracasado es porque no ha intentado nada nuevo.

Para dar una idea de lo que hemos desarrollado, se puede consultar la siguiente dirección en la que hay videos de nuestras actividades:
<http://www.youtube.com/watch?v=hvuCOENTDIw> ●

*Historiadora y responsable del área de servicios educativos del Archivo General de la Nación.

INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Museos y armonía social: convivencia en la diversidad

POR ADRIANA MORTARA ALMEIDA*

La armonía se percibe en los campos del arte y la naturaleza. Sin embargo, pensar en ella a partir del contexto social y cultural provoca extrañeza, ya que obliga a buscar modelos y semejanzas donde no existen.

No hay una “proporción áurea social”, ni siquiera en las sociedades o grupos que se presentan como igualitarios. En ellos el equilibrio se basa en las relaciones sociales y la dinámica cultural.

El museo es una institución que trabaja fundamentalmente a partir de lo diferente y con lo diferente; brinda el encuentro y la reflexión sobre la diversidad cultural y el proceso de formación de identidades. Con su compromiso político reforzado, el museo actúa con la memoria de lo diferente: es una entidad que se construye históricamente. El análisis de las identidades supone acompañar el intrincado y contradictorio movimiento de inclusión y exclusión, de recuerdo y olvido, de semejanza y diferencia, de armonía y tensión, de anuencias y desacuerdos marcados por las relaciones de poder.

Los conceptos de identidad y de alteridad sólo tienen sentido si se relacionan el uno con el otro: intrínsecamente unidos, interdependientes y formando un par indisoluble. Así es posible reconstruirlos y transformarlos a la luz del presente.

Entonces cabe preguntarse si los museos deben seguir actuando bajo una visión única de cultura, vinculados a estructuras de poder hegemónicas que han escamoteado las

diferencias en nombre de una armonía inexistente. Para la armonía social, la idea de museo sólo puede ser comprendida como una paradoja.

En el actual contexto de la globalización es esencial que el educador del museo presente, discuta y demuestre en su práctica la diversidad cultural y la diferencia que expresan los acervos sobre las distintas sociedades representadas en éstos.

No obstante, no debemos ser ingenuos y creer que al mostrar las diferentes culturas estamos contribuyendo a tomar conciencia de nuestras identidades y diferencias. Es necesario destacar que “diversidad cultural” y “diferencia cultural” no son lo mismo. No basta mostrar la diversidad representada en las colecciones arqueológicas, etnográficas, históricas o artísticas, es preciso problematizar la cuestión y trabajar para que las diversas culturas puedan interactuar y convivir. Esto es una condición primordial si queremos construir un mundo comprometido con la paz y la justicia social como elementos de la verdadera democracia.

Proyecto "¿Vamos al museo?" con la participación de estudiantes y familias.



“Cabe preguntarse si los museos deben seguir actuando bajo una visión única de cultura, vinculados a estructuras de poder hegemónicas que han escamoteado las diferencias en nombre de una armonía inexistente.”

Los educadores de los museos favorecen la comprensión de los aspectos culturales presentados en las exposiciones, los cuales muchas veces son desconocidos por los visitantes o sólo los identifican por otras lecturas. Pero no es suficiente con auxiliar en la comprensión, también es indispensable iniciar y promover discusiones para construir nuevas visiones sobre los temas tratados y suscitar una crítica que lleve a la acción.

La tarea no es fácil; no se resuelve a corto plazo. A través de muestras y acciones educativas y culturales, los museos promueven el contacto entre

diferentes grupos, la comprensión de los múltiples aspectos de los mismos, la discusión de las propuestas y la construcción de nuevas visiones en sus programas públicos. Finalmente, pueden promover cambios en esos grupos y en el de los públicos visitantes/participantes.



En Brasil, país de grandes contrastes económicos, sociales y culturales, los museos han trabajado en la ampliación del diálogo y el intercambio entre diferentes núcleos. Algunas experiencias se originaron en museos

Actividad
extramuros de
la Pinacoteca do
Estado de Sao Paulo.



tradicionales que iniciaron procesos de comunicación y colaboración en su entorno. Otras se estructuraron a partir de necesidades de las comunidades vecinas, por iniciativa de organizaciones no gubernamentales (ONG's) o grupos de investigación.

Programas educativos desarrollados por la *Pinacoteca do Estado de São Paulo*, el *Museu de Arte Contemporânea de Niterói* y el *Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo* han buscado promover el acceso a los bienes del museo entre grupos en situación de vulnerabilidad social y mediante alianzas con

“ A través de muestras y acciones educativas y culturales, los museos promueven el contacto entre diferentes grupos, la comprensión de los múltiples aspectos de los mismos, la discusión de las propuestas y la construcción de nuevas visiones en sus programas públicos. ”



Labores con indígenas kaingang y krenak para el montaje de una exhibición.
Fotos: Archivo

escuelas y organizaciones sociales para la realización de acciones continuas. La ONG Akala promueve el programa “¿Vamos al museo?”, que se orienta a trabajar de forma crítica y reflexiva en la ampliación del acceso a los espacios museales, estimulando la acción cultural y la armonía social. El *Observatório de Museus e Centros Culturais* refuerza la promoción de la armonía social con investigaciones sobre públicos de museos brasileños. No sólo prioriza la elaboración de estudios sobre espacios museales y sus usos sociales, sino que además promueve la creación de una cultura compartida, así como la escucha y el diálogo entre diversos actores en los planes de gestión institucional y de representación. Además de dar

presencia al visitante en la voz del especialista, el *Observatório* establece una relación de comunicación entre diversas instituciones museales que ensanchan su perspectiva y entendimiento sobre la relación con sus diversos públicos. Para lograrlo, colocan al museo y a sus profesionales como sujetos de un proceso en el que participan más como corresponsables que como clientes de un estudio por encargo.



Esos son sólo algunos ejemplos. Sabemos que los cambios no ocurren rápidamente porque las situaciones son complejas e implican actos que involucran a muchas personas y entidades. El papel del museo y de sus

educadores radica en colocar estas cuestiones en la agenda de los grupos participantes, de la comunidad del entorno y la sociedad como un todo; debe provocar el debate, la opinión y la experiencia con el propósito de llevar a la transformación positiva.

La comunicación museológica hace posible traer nuevas técnicas y visiones que propician el contacto, la comprensión y la crítica de elementos de diversos grupos culturales. En este contexto, la utopía de la armonía se cuestionaría para suscitar las transformaciones y el mejoramiento de la vida cultural, social, económica y política de diversos núcleos ●

* Directora del Museo de Zoología de la Universidad de Sao Paulo

Diseño gráfico en publicaciones para museos

POR ELIZABETH DEL SOCORRO ROSAS SÁNCHEZ*

Vivimos en una sociedad de la información en la que no toda ésta proviene de la misma fuente ni de los mismos soportes; tampoco se da de la misma forma en los diferentes espacios, como sucede en los ámbitos museísticos.

Los museos albergan la materialización de la memoria. En ellos existen modalidades de comunicación con la finalidad de atraer, recrear, despertar la curiosidad, llevar a interrogantes y promover el patrimonio cultural. De este modo, los museos no sólo son contenedores de colecciones, también son productores de contenido, por lo que deben ser capaces de tender los puentes necesarios para que el visitante comprenda procesos culturales múltiples, complejos o híbridos mediante los objetos que se muestran.

El espacio museal busca comunicarse con la gente a través de elementos lúdicos y estrategias narrativas persuasivas, orientativas, informativas o educativas, según sus objetivos. Así se transfiere el patrimonio y se interpretan los fenómenos culturales.

Los departamentos de comunicación educativa posibilitan los puentes entre los visitantes y el museo, ya que entablan contacto directo con el público. De este modo el recinto museístico juega un rol fundamental en el proceso formativo del individuo, pues no sólo alberga acervo histórico y artístico sino que complementa conocimientos humanos previos.



Portada del periódico didáctico *Exploradores del tiempo*, editado para la exposición temporal *Moana. Culturas de las islas del Pacífico*.

Si los museos desean abrirse a una comunicación efectiva, deben tener claros sus objetivos y planes para generar y mantener el interés del visitante en sus actividades. La comunicación es un elemento importante. Para lograrla se requieren estrategias que faciliten y mejoren el proceso de comprensión de los contenidos conforme a cada tipo de público: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, extranjeros, discapacitados. Por ello

es necesario desarrollar mensajes específicos que promuevan el descubrimiento, el disfrute y la apropiación de los contenidos de la exposición. Se debe tener en cuenta que la curiosidad es una característica propia de los humanos y en ella hay un enorme potencial comunicativo. Si se ve al museo como un medio de comunicación, su estructura lo convierte en un emisor de mensajes, donde no se habla del canal utilizado sino de canales de comunicación. Algunos de estos canales son las publicaciones emitidas por los propios espacios.

Las publicaciones para museos se fundamentan en investigaciones sobre el acervo, y proporcionan materiales y herramientas didácticas que facilitan la apropiación del patrimonio cultural. En ellas se pueden difundir actividades como conferencias, clases, visitas guiadas, ciclos de cine, eventos especiales, talleres, programas para escuelas y extramuros, etcétera.

Si bien este texto tiene por objeto hablar de las publicaciones de los museos, es pertinente referirse a la imagen integral de los mismos, pues concentran una doble responsabilidad de difusión: la de sus contenidos y actividades, y la de su imagen. La identidad gráfica en instituciones culturales de este tipo es un elemento esencial de la comunicación: permite crear identidad de acuerdo a su enfoque, obras que expone y edificio sede. Así, el diseño gráfico juega un rol importante, ya que traduce estos elementos para desarrollar la imagen global del lugar, haciéndola extensiva a todos los medios que emplea para comunicarse con el visitante.



Contraportada del periódico didáctico *Exploradores del tiempo*, editado para la exposición temporal *Moana. Culturas de las islas del Pacífico*.

“ Se debe tener en cuenta que la curiosidad es una característica propia de los humanos y en ella hay un enorme potencial comunicativo. Si se ve al museo como un medio de comunicación, su estructura lo convierte en un emisor de mensajes, donde no se habla del canal utilizado sino de canales de comunicación. ”

Las instituciones museísticas necesitan contar con un complejo programa de imagen que abarque la coordinación y definición de tipografías, colores, formatos, texturas y gráficos que deben aplicarse a los catálogos, guías, invitaciones, carteles, folletos y todas las publicaciones y materiales que emitan. Así se logra una imagen propia y coherente. También es conveniente que cada recinto cuente con un manual de recomendaciones generales sobre el uso de las formas, el color, los tamaños y constantes de diseño. Esto no significa dictar el estilo del diseñador en turno, sino enriquecer el trabajo y contribuir a que la institución genere, concrete y consolide una identidad gráfica ante su visitante.

Las publicaciones contribuyen a crear y afianzar la imagen de identidad del museo. Las cualidades específicas de formato, el tipo de edición, el diseño y todas sus constantes gráficas evidencian su procedencia. De este modo constituyen un recurso muy útil de promoción e información. Las publicaciones de difusión son útiles al público porque ofrecen datos sobre las actividades generales, las exposiciones permanentes y temporales, el recorrido expositivo, los horarios de atención y las iniciativas paralelas, como ciclos de cine, talleres, cursos; asimismo brindan las referencias de localización del museo y sus formas de acceso.

Otras publicaciones son de carácter especializado y manejan contenidos más extensos y profundos sobre la colección o las exposiciones. De este modo un museo puede proyectar una línea de folletos de carácter promo-

cional, lúdico o especializado, como trípticos, dípticos o polípticos, guías, revistas y catálogos.

En el caso del diseño de materiales didácticos se debe tomar en cuenta el amplio abanico de públicos al que van dirigidos, como el infantil, el familiar, el joven, el de adultos mayores o el de capacidades diferentes. Para determinar la manera como se presenta la información es necesario conocer al visitante, establecer de qué se hablará y con qué función, ya que se pueden proporcionar datos, facilitar su recorrido por las instalaciones, suministrar pistas o planteamientos para la interpretación de una muestra o dar a conocer el museo más allá de sus muros. Con base en lo anterior es posible determinar el tema y el concepto general de la publicación, su formato, su funcionamiento e intencionalidad comunicativa.

La temporalidad y contexto en que será empleado este tipo de materiales es de vital importancia en su conceptualización. No es lo mismo diseñar un material de pre-visita, cuyo propósito es orientar al visitante sobre lo que es el museo y sus colecciones, que diseñar uno para consultarse durante el recorrido por la exposición; lo mismo pasa con el material para después de la visita. Estos aspectos determinan muchos factores de contenido, como el diseño, la redacción, la intención comunicativa, la extensión de los textos, el uso de imágenes, el formato y los materiales de impresión.

Todo impreso guarda una estructura interna, sea cronológica, temática o conforme a un recorrido que guía y facilita la comprensión de lo que sus-

“

Las instituciones museísticas necesitan contar con un complejo programa de imagen que abarque la coordinación y definición de tipografías, colores, formatos, texturas y gráficos que deben aplicarse a los catálogos, guías, invitaciones, carteles, folletos y todas las publicaciones y materiales que emitan. Así se logra una imagen propia y coherente. ”

tenta. Las publicaciones para museos utilizan estrategias que traducen los contenidos en ideas palpables, conducen a la reflexión y sirven como punto de partida en el desarrollo o culminación de un tema. Deben poseer una introducción explicativa que describa a grandes rasgos la información y se brinde un contexto espacio-temporal para delimitarla.

Posteriormente, los objetos seleccionados pueden ayudar a desarrollar el tema y establecer relaciones con otras piezas. De este modo, los materiales son un instrumento que, más allá de ayudar a contestar interrogantes o interpretar datos, permite identificar formas, usos y valores del objeto, así como brindar pautas para ordenar los datos adquiridos, despertar inquietudes y crear interrogantes. Tales pautas se buscan en el museo haciendo uso de las piezas expuestas y del bagaje cultural de cada individuo.

La publicación también debe tener una estructura en su diseño formal. El diseñador gráfico es el profesional que se encarga de elaborar un plan con

el objetivo de establecer la propuesta visual de la publicación con respecto a su estética y funcionalidad. El diseño es necesariamente comunicativo: no sólo es importante la decoración de las páginas sino también la eficaz combinación de elementos formales. El diseñador jerarquiza visualmente los contenidos y motiva a la lectura mediante la disposición de un espacio con elementos como la tipografía, las imágenes, el color, los mapas, las líneas del tiempo, etcétera. Así se obtiene una coherencia gráfica y emblemática.

Un elemento esencial del diseño gráfico es la selección de la tipografía, pues de ésta depende una lectura fácil y cómoda; allí también influyen el interlineado y la longitud de la línea de texto.

Para lograr buenas aportaciones es importante entablar un diálogo óptimo entre el departamento de comunicación educativa y el área que nos ocupa. El diseño gráfico no sólo depende del éxito de una publicación, también contribuye a que ésta sea aceptada o rechazada por el receptor.

“
En el caso del diseño de materiales didácticos se debe tomar en cuenta el amplio abanico de públicos al que van dirigidos, como el infantil, el familiar, el joven, el de adultos mayores o el de capacidades diferentes.”

“
El diseñador gráfico es el profesional que se encarga de elaborar un plan con el objetivo de establecer la propuesta visual de la publicación con respecto a su estética y funcionalidad.”

Este aspecto no debe dejarse de lado, ya que puede contribuir a enaltecer la labor de todo un equipo de profesionales del museo y afianzar la imagen integral del mismo.

Antes de ser enviado a imprenta el proyecto gráfico es revisado y validado por el responsable de la publicación y el equipo de corrección de estilo. Las maquetas facilitan el proceso porque anticipan cómo quedará constituido el texto con el diseño, plasmando los elementos reales que construyen las páginas y asegurando las cuestiones estructurales que abarcan la totalidad de la edición. Para el impresor estas pautas son de utilidad en la realización del producto final. El acabado depende, en gran medida, del sistema de impresión seleccionado y el papel utilizado, mismo que se escoge conforme al tipo de la publicación. La impresión y distribución de los materiales se realiza de acuerdo al presupuesto y a una evaluación de uso e impacto. Hay que tomar en cuenta que los esquemas de transmisión de información en publicaciones impresas están dirigidos a grupos minoritarios, si los comparamos con otros medios como la *web*.

En conclusión, es indispensable reflexionar sobre los elementos de conceptualización, diseño y producción de las publicaciones como focos didácticos y de difusión en museos. Éstos coexisten con el contenido del recinto y sus procesos de comunicación. Cada espacio posee una personalidad propia, una naturaleza única con características y necesidades particulares que respon-

den a su edificio, su ubicación geográfica, sus visitantes y el contexto donde se generó la colección que posee.

Sea cual sea su personalidad, todo museo requiere tener claros sus objetivos para su conformación, funcionamiento y difusión. Entonces es necesario establecer lineamientos que rijan las diferentes áreas que lo integran, así como la relación entre éstas, específicamente entre comunicación educativa y diseño gráfico. Estas áreas pueden llegar a conformar una mancuerna fundamental para acercar al público al disfrute y conocimiento del espacio y del acervo.

No existen recetas o modelos únicos aplicables al funcionamiento de las áreas, sin embargo, el museo debe tener claro qué proyectos va a desarrollar y quién los va a ejecutar, no sin considerar que en ocasiones esto depende de las características, el tamaño y las posibilidades económicas que determinan el número de integrantes de los distintos departamentos. Después de haber hecho evidente el potencial comunicativo de las publicaciones impresas en museos, de haber reflexionado sobre su conceptualización y desarrollo, queda claro que el acto de comunicación tiene como propósito producir un efecto en otra persona. Estos actos de comunicación pueden ser mejorados si se entienden los procesos que los configuran, es decir, si se toma conciencia de que se está pensando sobre un acto deliberado y provocador ●

* Integrante del programa escolar “México 200 años: la patria en construcción Palacio Nacional”.



Acercar las obras a los niños mediante impresos y reproducciones.
Fotografía: Jorge Mo

Cuartos vivos, cuartos muertos

POR JORGE MO*

PARA REVIVIR UN CUARTO TENEMOS QUE DARLE UN NUEVO SENTIDO; DESCUBRIRLO COMO UN ESPACIO VIVO, COMO SI FUERA UNA PERSONA CON ÁNIMO Y FORMA DE SER PROPIOS. DARLE A CADA UNO UN NOMBRE, UNA EDAD, UNA HISTORIA. ESCUCHARLO, HABLAR CON ÉL, QUE NOS DIGA CÓMO SE SIENTE, QUÉ SUEÑOS ESCONDIDOS TIENE. CONVERTIR EL COMEDOR EN UNA ESTACIÓN DE TRENES, EL BAÑO EN UNA CAVERNA MISTERIOSA, LA COCINA EN UN PELIGROSO LABORATORIO DE CIENTÍFICOS LOCOS.

El explorador imaginario es un pequeño libro en el que quien esto firma propone formas creativas y simples de resignificar los ambientes y las tareas cotidianas dándoles otras funciones, otros ritmos y órdenes con el objeto de apropiarnos como espacios de juego. La propuesta de revivir los cuartos de una casa puede aplicarse a cualquier lugar: por ejemplo, a las salas de un museo, de manera que puedan transformarse en sitios con vida propia, con historias interesantes que contar, aventuras que vivir y descubrimientos que realizar.

Transformar el espacio museístico en un lugar para jugar e imaginar.
Fotografía: JM



“ El desprecio a la fantasía y la imaginación, así como la desvalorización del juego, son concepciones comunes en la educación tradicional. Se sigue ignorando o negando que lo más significativo de la experiencia educativa ocurre en las esferas de la subjetividad y no en el ejercicio memorístico. ”

El juego nos brinda la posibilidad de disfrutar y hacer nuestro lo que no nos pertenece: el cielo, una piedra, un cuadro, un personaje. Lo lúdico permite integrar las emociones con los objetos reales e imaginarios; es un vehículo potencial para dar vida y movimiento a todo lo que ha perdido frescura e interés.

La solemnidad es antitética al juego; establece una distancia infranqueable y rígida entre personas, ambientes, objetos. Los hábitos y los rituales ligados a los bienes y espacios culturales resultan ajenos para la gran mayoría de las personas que se ven desalentadas para acercarse a estos espacios.

Exponer la historia y los acervos artísticos no necesariamente significa enseñar a los visitantes los objetos de culto y veneración. Finalmente, éstos les son ajenos, intocables, incomprensibles en el espacio y el tiempo.

Leer la cédula de un cuadro o pararse frente a la vitrina donde reposa un tesoro arqueológico realmente no nos acerca a la comprensión y valoración de una obra. La mayoría de las veces no tenemos vínculos ni con el recinto museístico ni con sus contenidos, en parte, por la carencia de estímulos y puentes para tener contacto con éstos y hallarles un significado vital que mueva nuestras emociones y pensamientos.

Las prácticas escolarizantes, tan reproducidas en los ámbitos de los museos, suponen que la experiencia de recorrer una sala tiene un sentido meramente informativo: que los visitantes se llevan el mejor aprendizaje al portarse bien, guardar silencio, cami-

nar despacio y no rebasar las barreras de contención.

El desprecio a la fantasía y la imaginación, así como la desvalorización del juego, son concepciones comunes en la educación tradicional. Se sigue ignorando o negando que lo más significativo de la experiencia educativa ocurre en las esferas de la subjetividad y no en el ejercicio memorístico.

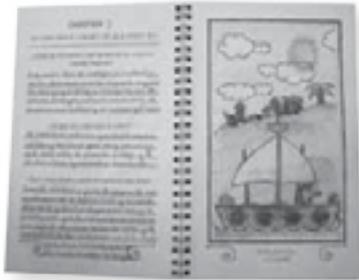
La información es inútil si no se liga a un sentido práctico o a una experiencia emotiva. Es pues menester redimensionar el potencial educativo de los acervos museísticos, en tanto portadores de significados que otros seres de carne y hueso, como nosotros, han impreso en ellos con sus manos y su sangre, sus historias y sentimientos, sus épocas y contextos sociales que les ha tocado vivir.

La experiencia emocional, el disfrute y el conocimiento significativo son móviles de acercamiento a los bienes culturales, y pueden manifestarse simplemente en el momento en que nos introducimos libremente en un espacio desconocido y ajeno, lleno de cosas interesantes y reveladoras.

¿Por qué no convocar a psicólogos, artistas, científicos e historiadores a divagar, jugar y reinventar las funciones y sentidos de los museos? Es necesario romper la cáscara para que aflore el fruto; refrescar los conceptos y prácticas ligadas al espacio museal.

Sin duda hay intentos rescatables en esta búsqueda, como los experimentos que han logrado tender puentes entre acervos y visitantes o han convertido las salas en cuartos

“ El juego nos brinda la posibilidad de disfrutar y hacer nuestro lo que no nos pertenece: el cielo, una piedra, un cuadro, un personaje. ”



Un texto elaborado a base de preguntas: dos páginas del *Antisope Aventura* completadas por un niño de 5º de primaria.



Provocar al observador, invitarlo a completar lo inacabado.



De *El nieto del Antisope*, páginas que dan cabida a la creatividad del lector-autor. Fotografías: JM

vivos. No obstante, queda mucho por hacer.



¿Con qué recursos contamos para redimensionar un museo y abrir en él espacios lúdicos, tantos como seamos capaces de imaginar? Aunque son innumerables y diversos, generalmente están limitados por factores económicos o directrices impuestas a nivel institucional.

Se pueden aducir muchos pretextos, pero ninguno justifica quedarse cruzados de brazos. Siempre hay algo que hacer. Siempre es posible lograr algo con lo que se tiene a la mano. En este sentido, la tecnología abre un campo enorme de posibilidades, aunque no siempre garantiza buenos resultados. La creatividad es indispensable: permite hallar soluciones idóneas y potenciar materiales y equipos. Ahí donde no es posible contar con recursos tecnológicos, el reto es más interesante. Se trata de sacar jugo a lo que tenemos, a lo que hemos ido abandonando en el camino y aprovechar lo empolvado en las bodegas o detrás de los escritorios.

Las dinámicas interactivas también son una veta rica, como los recorridos de aventura o las bitácoras entre las

que el visitante se mueve, más allá de deambular o perseguir a un guía con megáfono.

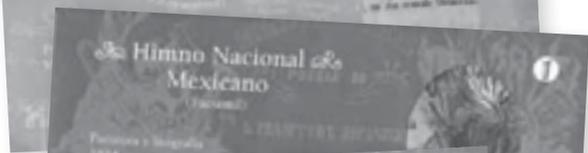
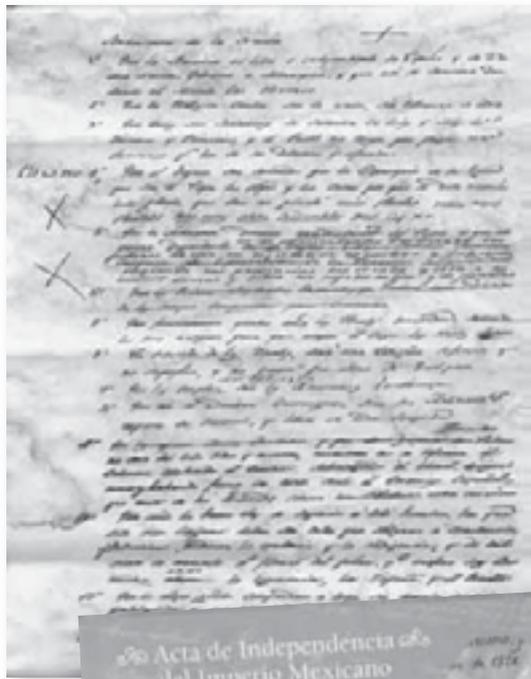
Materiales impresos, rutas autogestivas, mapas de tesoros, retos de observación, *rallys* de sensaciones, historietas cuyas claves se van revelando al enfrentarnos cara a cara con las obras, son algunas de estas dinámicas que permiten descubrir los contenidos que subyacen bajo los colores y formas que percibimos.

No es necesario esperar a que los Talleres Gráficos de la Nación programen la impresión millonaria de voluminosos catálogos para hacer algo digno y funcional. A veces una *lap top* y una simple impresora, tijeras y revistas son suficientes para armar un *collage* y mandarlo a la fotocopidora. Hay muchas maneras de darle la vuelta a los obstáculos, es cuestión de “ingenio mexicano”.

La actitud determina la posibilidad de aplicar con éxito las técnicas y los recursos. La forma es el mensaje. Si no somos capaces de disfrutar y divertirnos con lo que hacemos, difícilmente lograremos despertar el gusto e interés de la gente en nuestros museos. El juego es disfrute. Así pues, juguemos ●

* Especialista en publicaciones lúdicas. Colabora en Ediciones del Plumicormio.

“ La creatividad es indispensable: permite hallar soluciones idóneas y potenciar materiales y equipos. Ahí donde no es posible contar con recursos tecnológicos, el reto es más interesante. Se trata de sacar jugo a lo que tenemos, a lo que hemos ido abandonando en el camino y aprovechar lo empolvado en las bodegas o detrás de los escritorios. ”



Materiales didácticos de venta en:

Librería Francisco Javier Clavijero

Córdoba núm. 43,
col. Roma, C.P. 06700,
del. Cuauhtémoc,
México, DF,
tel. 4040-4300
ext. 415120

Castillo de Chapultepec

Primera Sección del Bosque
de Chapultepec,
col. Polanco, C.P. 11560,
del. Miguel Hidalgo,
México, DF,
tel. 5211-5448

Museo de la Galería de Historia

Primera Sección del Bosque
de Chapultepec,
col. Polanco, C.P. 11560,
del. Miguel Hidalgo,
México, DF,
tel. 5286-0700



Vivir Mejor

Fomentando la cultura construimos un México más fuerte



www.inegi.gob.mx

www.gobiernofederal.gob.mx

GOBIERNO FEDERAL

www.conaculta.gob.mx

EA CONACULTA

