



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del museo; Estudio de caso: Sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia

Saida Patricia Lengua García

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes; Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá, Colombia

2016

La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del museo; Estudio de caso: sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia

Saida Patricia Lengua García

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de:
Magíster en Museología y Gestión del Patrimonio

Director:

Licenciado y Doctor en Historia Camilo de Mello Vasconcellos

Codirectora:

Mágister en Artes Plásticas y Visuales Marta Combariza Osorio

Línea de investigación:
Museología y Educación

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes; Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá, Colombia

2016

Agradecimientos

Agradezco a todo el equipo del Museo Nacional de Colombia que, no sólo durante la elaboración de este trabajo sino durante los últimos casi ocho años me ha recibido de la mejor manera y me ha prestado toda la ayuda que he necesitado en los diferentes procesos académicos y laborales que han caracterizado mi paso por esta institución; Agradezco también a mis profesores y compañeros de la Maestría, que han tenido el cariño y la paciencia para enseñarme y apoyarme durante estos años y de quienes he aprendido a interesarme y a apreciar cada una de sus líneas de profesionalización y sus especialidades. Por último, pero no por eso menos importante, a la bella familia que tengo a mi lado, apoyándome en todas las etapas de mi vida, dándome el ánimo necesario para seguir adelante siempre.

Gracias a la vida misma por poner a todas estas personas y todas estas oportunidades en mí camino.

Con amor para todos y agradecimiento infinito,

Saida Patricia Lengua García

Resumen

Este trabajo consta de tres partes: en primer lugar, un trabajo de campo para el cual se elaboró una metodología específica. En segundo lugar, un componente colaborativo durante el que se llevó a cabo el análisis de toda la información recolectada a partir de la metodología. Estos dos componentes iniciales dan como resultado el *Estudio de públicos en la sala Memoria y Nación del Museo Nacional de Colombia* (entregado al observatorio de públicos). En tercer lugar, ese estudio fue usado como insumo para la elaboración del componente teórico: *La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del Museo; Estudio de caso: sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia*.

Se trata de un proceso de exploración de las dinámicas de comunicación entre objetos y visitantes y hasta qué punto es necesaria la presencia de un sujeto/mediador en el proceso de interpretación de ese mensaje comunicativo. Es también una apuesta por el sentido básico de la interacción humana como dinámica formadora de seres sociales, identificados y comprometidos con su entorno.

Además, se enfoca en la idea de cómo, aun cuando contamos con todas las herramientas tecnológicas e inmediatistas de la modernidad, sigue haciendo falta el espacio de interacción y diálogo que ofrece la mediación humana para la construcción de experiencias y la interpretación de contenidos; más aún cuando se trata de referentes temáticos tan amplios y complejos como los que maneja esta nueva sala del Museo Nacional.

Palabras Claves: Mediación humana, Interpretación, experiencias significativas, comunicación, interacción.

Abstract

This document is divided into three parts: first, a field work component, for which a specific methodology had to be developed. Second, a collaborative component, throughout which all the information collected following said methodology is analyzed. These initial components come together in the Museum audience study in the Memory and Nation room, National Museum of Colombia. That study was the basis for the third, theoretical component: The importance of a mediator when interpreting museum content; case study: Memory and Nation room, National Museum of Colombia.

This study is meant as an exploration of the communication dynamics between objects and visitors, and whether a human mediator's presence is necessary to interpret the message correctly. It's also an endorsement of basic human interaction as a shaping force that contributes in building social beings who identify with and commit to their surroundings.

It also focuses on proving that the interaction and dialogue provided by human mediation are still needful in building experience and interpreting content, even with all the immediate, technological tools of the modern age. This is especially true when dealing with such wide and complex themes as the ones represented in this new room in the National Museum.

Keywords: Human mediation, interpretation, meaningful experiences, communication, interaction.

Contenido

	Pág.
Resumen	VII
Introducción	1
1. Antecedentes; contexto espacial e histórico.....	3
1.1 Reseña Histórica del Museo Nacional de Colombia	3
1.1.1 La Sala 7: Memoria y Nación	4
1.2 Proyecto de renovación del guion y montaje museográfico de las salas de exposición permanente del museo	8
1.2.1 Ficha técnica definitiva de la Sala Memoria y Nación	10
1.3 Visión Institucional.....	11
1.4 Reflexión de los encargados de la construcción de la Sala Memoria y Nación.....	11
2. Marco teórico	13
2.1 Justificación: ¿Qué es un estudio de públicos, para qué se hace, y con qué objetivo?	16
3. Parte I: Informe práctica académica; Estudio de públicos Museo Nacional de Colombia sala Memoria y Nación. Fase 1.....	19
3.1 Ficha técnica de la institución	19
3.1.1 División Educativa	19
3.1.2 División de Comunicaciones:	20
3.1.3 Organigrama Institucional	21
3.1.4 Equipo de trabajo	22
3.2 Desarrollo	23
3.3 Metodología de investigación y diseño de las herramientas de trabajo	24
3.4 Herramientas para la recolección de información	25
3.4.1 Encuesta	25
3.4.2 Entrevistas	27
3.4.3 Observación directa.....	30
3.4.4 Grupo de discusión / Grupo focal.....	30
3.5 Reflexión en torno a la práctica académica.....	34
4. Parte II: Informe trabajo colaborativo, estudio de públicos Museo Nacional de Colombia Sala Memoria y Nación Fase 2.	37
4.1 Colaboradora:.....	37
4.2 Desarrollo	38
4.2.1 Observaciones.....	39

X	La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del museo; Estudio de caso: sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia	
---	---	--

4.2.2	Categoría: Curaduría.....	39
4.2.3	Categoría: Museografía.....	40
4.2.4	Categoría: Servicios educativos.....	41
4.2.5	Categoría: Divulgación	41
4.2.6	Categoría: Estudios de públicos	41
4.3	Reflexión en torno al trabajo colaborativo.....	42
5.	Parte III: Componente teórico; La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del museo; estudio de caso sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia	45
5.1	Mediación: Problemáticas de un concepto	45
5.2	¿Qué es mediación humana?	46
5.3	Comunicación y Mediación	53
5.4	Identificación y reconocimiento	56
5.5	La mediación en la sala Memoria y Nación	58
6.	Consideraciones finales	71
A.	Anexo 1: resultados de la aplicación de las herramientas de recolección de información	77
B.	Anexo2:Análisis de las preguntas abiertas de la encuesta	97
C.	Anexo 3: Grupo de discusión / Grupo focal.....	113
D.	Anexo 4: Memoria visual del estudio de públicos	123
	Bibliografía	127
	Referencias.....	130

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Ubicación espacial de la sala en el segundo piso del Museo Nacional.....	4
Ilustración 2: Capilla de la Penitenciaría Central de Cundinamarca	5
Ilustración 3: Sala de Banderas del Museo Nacional de Colombia	5
Ilustración 4: Imágenes de la sala antes y después del montaje de Memoria y Nación.	6
Ilustración 5: Organigrama institucional del Museo Nacional.....	21
Ilustración 6: Modelo de la Encuesta Aplicada	26
Ilustración 7: Registro del taller Sembrando Memorias	32
Ilustración 8: Registro de trabajo con los grupos y las maquetas.....	33
Ilustración 9: Impacto del Museo en la sociedad. (Lengua García 2015)	50
Ilustración 10: Recursos electrónicos de la sala	62
Ilustración 11: Detalles de la pantalla (Tablet)	62
Ilustración 12: Detalles de la temática <i>Oralidad y Escritura, Construcción y transmisión de conocimiento</i> .63	
Ilustración 13: Comportamientos de los visitantes	64
Ilustración 14: Pantallas que apoyan la temática <i>Tensiones y fusiones en el mundo sagrado</i> ;	65
Ilustración 15: Pantalla y dispositivo de audio que acompañan la temática Guerra y Memoria.	65
Ilustración 16: Rostros Fragmentos e Imágenes (<i>50 años de país</i>)	66

Introducción

El interés en la temática de museos nace en el 2004 a partir del planteamiento de una actividad académica que giró alrededor del proyecto arquitectónico de la Manzana Cultural del Banco de la República; a raíz de esa incursión desde lo arquitectónico y el impacto social generado por estos espacios culturales en la modificación de las dinámicas urbanas creció una inquietud por conocer el funcionamiento de estos espacios desde adentro, tomando como eje la perspectiva educativa, con una mirada –aunque en ese momento no muy clara- decididamente enfocada a los procesos de formación y a las dinámicas de apropiación e interacción con los contenidos que se encuentran al interior de estos espacios; de estas inquietudes nace mi trabajo de grado de Sociología y con el que obtuve mi título de pregrado en Sociología de la Universidad Nacional de Colombia en el 2006 que se tituló *El guía como colaborador en la construcción de Experiencias Significativas alrededor de la visita al Museo de Arte*; refiriéndome en ese momento al “Museo de Arte” como tipo general más que como un emplazamiento específico; a partir de ese momento me vinculé también con el Museo de Arte de la Universidad Nacional y su programa de formación de guías y un tiempo después inicié el proceso de voluntariado del Museo Nacional de Colombia; gracias a eso logré ser parte del grupo de monitores docentes de esta institución con la que llevo realizando diferentes actividades desde el año 2007; en el 2014 empiezo a cursar este programa de maestría y gracias a mi formación en ciencias humanas y sociales ya la confianza que este proceso me dio para el desarrollo y elaboración de diferentes herramientas metodológicas, decido llevar a cabo mi práctica académica y posterior trabajo colaborativo con el proyecto del estudio de públicos para la sala 7: Memoria y Nación dentro del mismo Museo Nacional de Colombia; estudio que se desarrolló también con el propósito de que sus resultados sirvieran además como fuente de información e insumos para la elaboración de la propuesta conceptual del trabajo teórico, que está enfocada en la importancia del componente humano dentro de los museos, como apoyo a los procesos de interiorización, comprensión, asimilación y producción de sentido.

1. Antecedentes; contexto espacial e histórico

1.1 Reseña Histórica del Museo Nacional de Colombia

En diciembre de 1821, en la recién nacida República, Simón Bolívar ve la necesidad de “fundar un establecimiento consagrado al estudio de la naturaleza, al adelanto de la agricultura, las artes y el comercio como fuentes de progreso” Mincultura (1997). En aras de cumplir con esa empresa, decide enviar a Francisco Antonio Zea, entonces vicepresidente, a Europa para obtener el apoyo suficiente para fundar una institución que sería dirigida por el científico peruano Mariano de Rivero. En 1823 se funda el (entonces llamado) Museo de Historia Natural y Escuela de Minería, en la antigua Casa de la Expedición Botánica, también conocida como *casa de los secuestros*, ubicada al oriente del observatorio astronómico; y se abre oficialmente el 4 de julio de 1824 en Bogotá.

Luego de diecinueve años de permanecer allí, el museo inicia una travesía por varias sedes. Desde 1842 y hasta 1845 funcionaría en una sala del edificio de las Secretarías del Interior y de la Guerra, desde donde es trasladado al edificio de Las Aulas y permanece allí hasta 1913. Luego se aloja en el primer piso del Pasaje Rufino Cuervo, ubicado en la calle 15 entre las carreras séptima y octava, pero sólo se queda allí 9 años. Luego pasa al cuarto piso del edificio Pedro A. López, en la esquina de la Avenida Jiménez con carrera octava, desde 1922 hasta 1944.

En marzo de 1946 y con motivo de la celebración de la Conferencia Panamericana para 1948, el Ministerio de Educación destina el edificio de la antigua Penitenciaría Central de Cundinamarca, también conocido como el Panóptico de Cundinamarca, a ser la sede permanente del Museo. Además se propone unificar en él a los museos de arqueología, ciencias naturales y bellas artes, que por entonces funcionaban separadamente. La inauguración, inicialmente programada para el 9 de abril de 1948, tuvo que postergarse

hasta el 2 de mayo debido al asesinato del líder político liberal Jorge Eliécer Gaitán y los consecuentes levantamientos civiles reconocidos como El Bogotazo.

Finalmente se abre al público un espacio con *Tres museos Nacionales*: Arqueológico y Etnográfico en el primer piso, Histórico en el segundo y de Arte en el tercero.

El 11 de agosto de 1975 es declarado Monumento Nacional y se inician algunas obras de restauración, que hacen que se replantee la vocación y la misión del museo y se cambie la distribución de las colecciones. Para esto, entre 1989 y 1990 se elabora el documento “Reprogramación y Diseño del Museo Nacional”, en el cual se formula por primera vez un discurso museográfico sustentado en la idea de generar un recorrido temático a través de la Historia de la Cultura Nacional, diferente al anterior discurso cronológico.

1.1.1 La Sala 7: Memoria y Nación



Ilustración 1: Ubicación espacial de la sala en el segundo piso del Museo Nacional

Ubicada en el segundo piso del ala occidental del Panóptico, y construida inicialmente como Capilla de la Penitenciaría, el espacio llamado hoy Sala 7 es un salón de grandes dimensiones con muros de doble altura y con balcón interior que permite que la sala sea contemplada desde el tercer piso.



Ilustración 2: Capilla de la Penitenciaría Central de Cundinamarca

Anónimo
Ca. 1941
Copia en Gelatina (Emulsión
fotográfica / papel)
8,3 x 11,7 cm.
Colección Museo Nacional de
Colombia
No. Registro 5438-22

Ilustración 3: Sala de Banderas
del Museo Nacional de Colombia

Anónimo

Sin fecha
Copia en Gelatina (Emulsión
fotográfica / papel)
Archivo Fotográfico
Museo Nacional de Colombia



La sala ha tenido varios usos, distribuciones y temáticas: Bajo la dirección de Teresa Cuervo Borda se le conoció como la Sala de Banderas ya que allí se exhibían varias

banderas y estandartes, algunos objetos militares alusivos a la independencia, la corona de Bolívar, además de los estandartes donados por Sucre después de la batalla de Ayacucho

A la llegada de Beatriz González como curadora del Museo Nacional de Colombia en 1976 la Sala de Banderas se transforma teniendo como eje una visión que conmemora a los tres máximos fundadores de la nación colombiana y a los principios que estos representan: Antonio Nariño, como prócer de la Patria; Simón Bolívar, como artífice de la Libertad, y Francisco de Paula Santander, como organizador de la República; con esta línea discursiva se inaugura la nueva sala Fundadores de la República.

Se cambian y corrigen detalles del montaje varias veces, hasta que se desmonta finalmente en 1982 y la sala se dedica a exposiciones temporales. En 1989 se vuelve a montar una sala Fundadores de la República, dedicada a los mismos tres personajes, con cambios en las piezas y su sentido didáctico.

En la actualidad



Ilustración 4: Imágenes de la sala antes y después del montaje de Memoria y Nación.

Fotografía: Daniel Dorado Gaviria

El 10 de diciembre de 2014, abrió sus puertas al público la nueva sala de exposición permanente del Museo Nacional de Colombia, denominada Memoria y Nación. Se trata de una apuesta por un cambio de guion que deja de lado la tradicional narración cronológica dándole cabida a un discurso

temático, con la intención de establecer un diálogo dinámico entre las diferentes regiones del país utilizando como puente varios hitos de la memoria colombiana. Uno de sus objetivos es reforzar la imagen del museo como un espacio de reflexión desde la multiculturalidad para el fortalecimiento de la identidad y la transformación del país. *“La nueva mirada del Museo Nacional de Colombia se sintetiza en este espacio que invitará, a través de sus colecciones, a reflexionar sobre la diversidad, la inclusión y la participación para construir nación y reconocerse en la diferencia”*¹

Memoria y Nación se presenta como la primera sala en una propuesta de renovación que espera transformar el museo a partir de la formulación de una nueva propuesta curatorial, el diseño de un nuevo montaje museográfico y la creación de nuevos servicios educativos. La intención es mostrar la sala Memoria y Nación como un lugar de confluencia de los hechos que han marcado el desarrollo de la historia de Colombia, así como de los distintos aspectos sociopolíticos alrededor de los cuales se han fortalecido diferentes culturas.

Esta curaduría se apoya en un montaje que involucra el uso de diferentes dispositivos audiovisuales, como pantallas de video, proyecciones, herramientas de audio, y pantallas táctiles para la exhibición de los contenidos, con la intención de ofrecer a los visitantes la posibilidad de disfrutar de un montaje estético, educativo e interactivo, a través del cual se espera mostrar un nuevo discurso de país construido desde las narraciones de todos sus actores.

¹ Documentos de estudio para la preparación de la sala Memoria y Nación de la División Educativa del Museo Nacional de Colombia.

1.2 Proyecto de renovación del guion y montaje museográfico de las salas de exposición permanente del museo

A finales de 2011 surge la necesidad de replantear las narrativas que enmarcaban la disposición de piezas, espacios y colecciones del Museo desde 2001. Tres museos distintos se albergaban en un mismo espacio, sus narraciones eran fragmentadas, las piezas etnográficas casi no aparecían, y sólo se exhibían piezas hasta el año 1948, en especial las de carácter político.

Hubo un esfuerzo concertado entre la Dirección del Museo Nacional, encabezado por María Victoria Angulo de Robayo, y la Ministra de Cultura, Mariana Garcés Córdoba. Se forma un Comité Asesor Externo y la entonces curaduría de Arte e Historia presenta ante ellos y ante la Ministra de Cultura un conjunto de políticas sobre el tratamiento de las exposiciones permanentes en el Museo Nacional. Su título es *Proyecto de renovación del guion y montaje museográfico de las salas de exposición permanente del Museo*. Ese documento es ampliado y consolidado con ayuda de la Dirección del Museo Nacional, y establece varios acuerdos básicos sobre el tratamiento de las piezas, colecciones y espacios del Museo.

Este proyecto de renovación tiene varios objetivos generales, a saber: Propiciar el diálogo entre las cuatro colecciones, renovar la representación de la nación en el Museo, incluir múltiples voces en representación de la diversidad y biodiversidad que caracterizan a Colombia, y actualizar las estrategias comunicativas para distintos públicos.

Entre los acuerdos básicos para la curaduría están ampliar el rango histórico, desde 12.000 a.C. hasta 1991; establecer núcleos temáticos por sala (en lugar de una sola narrativa cronológica); desarrollar temáticas incluyentes transversales como la participación de comunidades indígenas, afro descendientes, insulares y campesinas en la construcción de la nación; y dar prioridad a las colecciones del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

En el documento se concibe un museo con tres pisos, 17 salas y 112 subtemáticas; se incluye también una breve descripción de la Sala Memoria y Nación (que iría creciendo en complejidad con el tiempo). Debido a consideraciones de tipo logístico se decide terminar esta Sala antes de cualquier otra.

Memoria y Nación se presenta como la primera sala en una propuesta de renovación que *“espera transformar el museo a partir de la formulación de una nueva propuesta curatorial, el diseño de un nuevo montaje museográfico y la creación de nuevos servicios educativos.”* Izquierdo (2013)² La intención es mostrar la sala Memoria y Nación como un lugar de confluencia de los hechos que han marcado el desarrollo de la historia de Colombia, así como de los distintos aspectos sociopolíticos alrededor de los cuales se han fortalecido diferentes culturas.

Se comienza un trabajo interdisciplinar para la curaduría de la Sala Memoria y Nación. El 24 de febrero de 2014, los tres³ departamentos curatoriales del Museo (Arte, Arqueología, y Etnografía e Historia, encabezados respectivamente por Ángela Santamaría, Margarita Reyes y María Paola Rodríguez Prada) proponen cada uno diez piezas que podrían hacer parte de la sala.

Como producto del Taller se reajustan tres conceptos fundamentales: diversidad, inclusión y participación. Son tres aportes fundamentales de la Constitución de 1991 a la identidad del país y por consiguiente debían serlo para la Sala. Además se redefine el objetivo de la sala como un espacio que invita a la reflexión sobre esos conceptos además de la equidad, el respeto, la identidad y la construcción de nación.

Las Curadurías, con el apoyo del Museógrafo Carlos Betancourt, logran establecer diez temas dentro del guion expositivo, relacionados con los tres conceptos fundamentales ya mencionados. Se descubre la necesidad de ayudas audiovisuales para garantizar la

² María Andrea Izquierdo Manrique, Jefe División de Comunicaciones; comunicado del Museo Nacional del 21 de febrero de 2013.

³ Para este momento el Museo no tenía designada la jefatura de la Curaduría de Arte, y se le asigna la responsabilidad de esta línea al departamento de Arqueología, es por eso que el trabajo colegiado se enuncia solamente con tres departamentos curatoriales.

óptima transmisión del mensaje, así que se trabaja también en guiones multimediales paralelos con fuentes documentales.

Entre junio y noviembre se depuran los diez espacios y los textos de la sala. Los títulos definitivos de las secciones y subsecciones son:

1. Introducción. Voces y memorias.
2. Tensiones y fusiones en el mundo sagrado.
3. Pensar y nombrar con la voz del otro.
4. Oralidad y escritura; Construcción y transmisión de conocimiento.
5. Concebir y representar la naturaleza.
6. Territorio geografía y cultura en un sitio de frontera.
7. Guerra y memoria.
8. Las Miradas del Arte
 - a) Gráfica Política
9. Rostros, fragmentos e imágenes.
 - a) Cincuenta años de país: la irrupción del cambio
10. Muro de la diversidad.
 - a) Paisaje vivencial
 - b) Paisaje colonizado
 - c) Actividades, fiestas y oficios
 - d) Asuntos de mujeres
 - e) Tejido social
 - f) Asuntos de hombres

1.2.1 Ficha técnica definitiva de la Sala Memoria y Nación

Esta ficha incluye:

- 3 conceptos curatoriales: diversidad, inclusión, participación
- 10 grupos temáticos
- 73 piezas patrimoniales
- 26 piezas de rotación
- 943 fotografías en Rostros, Fragmentos e imágenes; Muro de la diversidad

- 32 departamentos del territorio nacional representados
- 14 elementos de producción audiovisual
- 1 pieza espacial sonora
- 1 multimedia
- 6 adquisiciones de 18 piezas patrimoniales
- 6 donaciones de 29 piezas patrimoniales; 5 son exhibidas
- 2 comodatos
- 6 restauraciones y 22 intervenciones de conservación preventiva.

1.3 Visión Institucional

“La nueva mirada del Museo Nacional de Colombia se sintetiza en este espacio que invita, a través de sus colecciones, a reflexionar sobre la equidad, la diversidad, la inclusión, la participación y el respeto para construir Nación y reconocerse en la diferencia. La Constitución de 1991 proclama un país pluriétnico y multicultural, visibiliza las voces y presencias anteriormente ignoradas. Este mandato nacional inspira, justifica y obliga a reescribir el relato histórico del país.” Museo Nacional de Colombia (2015).

1.4 Reflexión de los encargados de la construcción de la Sala Memoria y Nación

A partir de las entrevistas realizadas a los responsables de la construcción de la muestra, (Curadores, Museógrafo, y Director de Colecciones del Museo Nacional) se identificaron varias nociones fundamentales respecto al sentido y finalidad de la sala Memoria y Nación:

En primer lugar, la relación entre la sala y el devenir histórico reciente de Colombia, proceso que, en cuanto museo público, impone la necesidad de exponer un nuevo sentido de país, a la luz de la concepción de Colombia inspirada por la Constitución de 1991, inspirada en la construcción de un país diverso, laico, multicultural e incluyente, esto dentro de una realidad sociopolítica que enfrentada procesos de paz y reconciliación hace que surjan nuevos imaginarios alrededor de los conceptos de ciudadanía y Estado.

En segundo lugar, la muestra pretende contarle al público quiénes somos los colombianos desde una narración incluyente; éste nuevo enfoque en la práctica exige la transformación de la idea de museo, desde el mismo momento de su curaduría, la cual se ha construido por primera vez en el museo, de forma colectiva, situación que planteó el reto de un diálogo asertivo entre las diferentes visiones de sus creadores, con la intención de lograr una nueva valoración simbólica, además de la construcción de un relato conjunto.

Por último, la sala Memoria y Nación está concebida para que sus visitantes más que llegar a una interpretación de contenidos, logren reflexionar alrededor de la experiencia de visita, lo cual significó también pensar la sala como una experiencia sensorial; para esto, el uso de la tecnología se pone en función de acercar al público a la narración y enriquecer la experiencia de visita.

2.Marco teórico

Según la American Association of Museums (AAM) a través del Committee on Advanced Research and Evaluation, un estudio de públicos consiste en *“el proceso de obtención de conocimiento sistemático de y sobre los visitantes de museos, actuales y potenciales, con el propósito de incrementar y utilizar dicho conocimiento en la planificación y puesta en marcha de aquellas actividades relacionadas con el público.”* Pérez Santos (2000).

A principios del Siglo XX en Estados Unidos, Benjamin Ives Gilman, psicólogo y primer director del Boston Museum of Fine Arts, trabajó en la investigación de públicos. Buscaba describir el comportamiento de los visitantes para acercar más la obra a los mismos. Acuñó además el término *museum fatigue* concluyendo que: *“...Las causas principales de una buena parte de la fatiga museal que proviene del esfuerzo muscular requerido para ver bien los objetos son dos: la baja colocación de los mismos en las vitrinas verticales y la extensión en planta de las propias vitrinas...”* Gillman en Pérez Santos (2000).

A finales de los años 20 la AAM encargó a Edward S. Robinson, un profesor de psicología en Yale, un estudio basado en el comportamiento sistemático de los visitantes. Debía consignar información como la duración de cada visita, número de salas visitadas, número de obras atendidas, y tiempo de parada en cada obra.

Hacia 1920, A. Melton, psicólogo de Yale, investigó el recorrido de los visitantes en uno de sus primeros trabajos en la Gallery of Flemish Dutch Masters del Pennsylvania Museum of Art. Entre sus resultados se indica que: *“La atracción por los contenidos expositivos decrece en función de la proximidad de las salidas al tiempo que señala que los objetos ubicados a la derecha de las entradas poseen mayor poder de atracción que el resto”* Santacana y Martín (2010).

La búsqueda de información se basaba para ese entonces en teorías conductistas y su herramienta principal era la observación. En 1920 aparecieron las primeras aplicaciones

de métodos sociológicos en los estudios de visitantes, como el uso de la encuesta. Las primeras investigaciones se hicieron en torno al tema de la educación.

En los años 40 y 50, la mayoría de estudios evaluaron hasta qué punto los contenidos del museo tenían impacto en el visitante. Utilizaron varias metodologías derivadas de la psicología social y la investigación educativa.

Durante la década del 50 la mayor parte de investigaciones se basaron en el estudio estadístico, sobre todo en el recuento de los públicos; esta pérdida de interés se hace evidente hasta la década de 1970, cuando el interés por la respuesta de los públicos empieza de nuevo a incrementarse y hay una evidente necesidad de impulsar el análisis de la efectividad comunicativa del museo. En esta década los estudios se centran en los aspectos educativos y en la retención de información.

En 1966 Bourdieu y Darbel, en el estudio *L'amour de l'art*, hicieron énfasis en el uso de metodologías utilizadas en sociología para definir las tendencias de consumo de los públicos, en relación con los museos de arte; para comienzos de los setentas, se iniciaron investigaciones sobre la respuesta de los visitantes al museo, en las universidades de Surrey y Leicester. A finales de los 80, se crea en Francia el *Observatoire Permanent del Publics*, que buscaba investigar los públicos de museos franceses como el Orsay y el Louvre.

Los estudios de públicos hacen parte de una nueva era de los museos en la que se encuentran sumergidos dentro de procesos de cambio y transformación constante y dejar de lado la tradicional resistencia al cambio que los ha caracterizado durante tantos años. Tanto los museos como las demás instituciones artísticas y culturales deben estar dispuestas al cambio si tienen la intención de mantenerse vivas y vigentes, y para que eso se logre es importante que las ideas de transformación y de cambio vengan también de los públicos que visitan y disfrutan estos espacios.

Por lo general se hace referencia a la forma como los públicos aprenden de su visita al museo pero casi nunca se habla de todas las cosas que el museo, no solo como institución sino como organismo vivo, puede aprender de sus públicos. Es necesario ver la visita al museo como un proceso activo que permite y fomenta la retroalimentación encaminada a ofrecer cada vez un mejor servicio; y no solo en lo referente a la disposición y organización

expositiva del espacio, sino también con la intención de mejorar todos los demás factores que influyen en la visita al museo.

La Información recibida en el museo se asimila según tres contextos: el personal, el social y el físico; c.f. Falk y Dierking (1992) aprender en el museo significa organizar la información recibida de modo tal que pueda ser utilizada posteriormente en espacios o situaciones diferentes. Para eso se requiere que esa información recibida se organice a nivel intelectual (cerebral) de formas particulares, y esto se da de formas especialmente individuales según el desarrollo de esos tres contextos.

En esa medida, el aprendizaje será siempre distinto según el individuo (lo que Bourdieu llamaría *hábitus*) y está relacionado con la forma como las prácticas sociales se definen según las estructuras sociales en las que se encuentran imbuidas, esto significa que cada ser social interpreta subjetivamente su entorno objetivo según las herramientas y modos que ha interiorizado a través de las dinámicas que han sido cotidianas a lo largo de su vida. *“Se parte de la importancia inequívoca del contexto personal del visitante, la reserva de experiencia y conocimiento derivada de sus características genéticas y de su entorno particular”*. Santacana y Martín (2010).

2.1 Justificación: ¿Qué es un estudio de públicos, para qué se hace, y con qué objetivo?

Según la American Association of Museums (AAM) a través del Committee on Advanced Research and Evaluation, un estudio de públicos consiste en *“el proceso de obtención de conocimiento sistemático de y sobre los visitantes de museos, actuales y potenciales, con el propósito de incrementar y utilizar dicho conocimiento en la planificación y puesta en marcha de aquellas actividades relacionadas con el público.”* Pérez Santos (2000).

A principios del Siglo XX en Estados Unidos, Benjamin Ives Gilman, psicólogo y primer director del Boston Museum of Fine Arts, trabajó en la investigación de públicos. Buscaba describir el comportamiento de los visitantes para acercar más la obra a los mismos. Acuñó además el término *museum fatigue* concluyendo que: *“...Las causas principales de una buena parte de la fatiga museal que proviene del esfuerzo muscular requerido para ver bien los objetos son dos: la baja colocación de los mismos en las vitrinas verticales y la extensión en planta de las propias vitrinas...”* Gillman en Pérez Santos (2000).

A finales de los años 20 la AAM encargó a Edward S. Robinson, un profesor de psicología en Yale, un estudio basado en el comportamiento sistemático de los visitantes. Debía consignar información como la duración de cada visita, número de salas visitadas, número de obras atendidas, y tiempo de parada en cada obra.

Hacia 1920, A. Melton, psicólogo de Yale, investigó el recorrido de los visitantes en uno de sus primeros trabajos en la Gallery of Flemish Dutch Masters del Pennsylvania Museum of Art. Entre sus resultados se indica que: *“La atracción por los contenidos expositivos decrece en función de la proximidad de las salidas al tiempo que señala que los objetos ubicados a la derecha de las entradas poseen mayor poder de atracción que el resto”* Santacana y Martín (2010).

La búsqueda de información se basaba para ese entonces en teorías conductistas y su herramienta principal era la observación. En 1920 aparecieron las primeras aplicaciones de métodos sociológicos en los estudios de visitantes, como el uso de la encuesta. Las primeras investigaciones se hicieron en torno al tema de la educación.

En los años 40 y 50, la mayoría de estudios evaluaron hasta qué punto los contenidos del museo tenían impacto en el visitante. Utilizaron varias metodologías derivadas de la psicología social y la investigación educativa.

Durante la década del 50 la mayor parte de investigaciones se basaron en el estudio estadístico, sobre todo en el recuento de los públicos; esta pérdida de interés se hace evidente hasta la década de 1970, cuando el interés por la respuesta de los públicos empieza de nuevo a incrementarse y hay una evidente necesidad de impulsar el análisis de la efectividad comunicativa del museo. En esta década los estudios se centran en los aspectos educativos y en la retención de información.

En 1966 Bourdieu y Darbel, en el estudio *L'amour de l'art*, hicieron énfasis en el uso de metodologías utilizadas en sociología para definir las tendencias de consumo de los públicos, en relación con los museos de arte; para comienzos de los setentas, se iniciaron investigaciones sobre la respuesta de los visitantes al museo, en las universidades de Surrey y Leicester. A finales de los 80, se crea en Francia el *Observatoire Permanent des Publics*, que buscaba investigar los públicos de museos franceses como el Orsay y el Louvre.

Los estudios de públicos hacen parte de una nueva era de los museos en la que se encuentran sumergidos dentro de procesos de cambio y transformación constante y dejar de lado la tradicional resistencia al cambio que los ha caracterizado durante tantos años. Tanto los museos como las demás instituciones artísticas y culturales deben estar dispuestas al cambio si tienen la intención de mantenerse vivas y vigentes, y para que eso se logre es importante que las ideas de transformación y de cambio vengan también de los públicos que visitan y disfrutan estos espacios.

Por lo general se hace referencia a la forma como los públicos aprenden de su visita al museo pero casi nunca se habla de todas las cosas que el museo, no solo como institución sino como organismo vivo, puede aprender de sus públicos. Es necesario ver la visita al museo como un proceso activo que permite y fomenta la retroalimentación encaminada a ofrecer cada vez un mejor servicio; y no solo en lo referente a la disposición y organización expositiva del espacio, sino también con la intención de mejorar todos los demás factores que influyen en la visita al museo.

La Información recibida en el museo se asimila según tres contextos: el personal, el social y el físico; c.f. Falk y Dierking (1992) aprender en el museo significa organizar la información recibida de modo tal que pueda ser utilizada posteriormente en espacios o situaciones diferentes. Para eso se requiere que esa información recibida se organice a nivel intelectual (cerebral) de formas particulares, y esto se da de formas especialmente individuales según el desarrollo de esos tres contextos.

En esa medida, el aprendizaje será siempre distinto según el individuo (lo que Bourdieu llamaría *hábitus*) y está relacionado con la forma como las prácticas sociales se definen según las estructuras sociales en las que se encuentran imbuidas, esto significa que cada ser social interpreta subjetivamente su entorno objetivo según las herramientas y modos que ha interiorizado a través de las dinámicas que han sido cotidianas a lo largo de su vida. *“Se parte de la importancia inequívoca del contexto personal del visitante, la reserva de experiencia y conocimiento derivada de sus características genéticas y de su entorno particular”*. Santacana y Martín (2010).

3. Parte I: Informe práctica académica; Estudio de públicos Museo Nacional de Colombia sala Memoria y Nación. Fase 1.

3.1 Ficha técnica de la institución

Nombre de la institución: Museo Nacional de Colombia

Dirección: Carrera 7 No. 28-66

Teléfonos: + (57) 1 381 64 70 Extensiones 2181 y 2171

Página Web: www.museonacional.gov.co

Director: Daniel Castro Benítez

Horario de atención: martes a sábado de 10 am a 6 pm y domingos de 10 am a 5 pm

Reseña histórica del área: El observatorio de públicos es una iniciativa reciente y no existe como área; se trata de un programa que está a cargo de los coordinadores de la División de Comunicaciones y de la División Educativa y Cultural del Museo

3.1.1 División Educativa

Esta División desarrolla una dimensión social dirigida a los diversos públicos que lo visitan, mediante el fomento de la inventiva y la investigación. Su misión consiste en hacer descubrir a los nuevos visitantes la diversidad de las colecciones del Museo y los valores del edificio, incitar a quienes ya lo conocen a explorarlo más ampliamente, hacer que la comunidad lo reconozca como un espacio de encuentro y comunicación, diseñar

alternativas que permitan atraer nuevos públicos, y contribuir al desarrollo de la comunidad educativa distrital y nacional. Sus acciones se concentran en la investigación y aplicación de diversas estrategias y medios de acceso al conocimiento y comprensión de las colecciones, dirigidos hacia los distintos niveles de público, y en el diseño de actividades que permitan propiciar la reflexión sobre nuestra identidad y el futuro de la Nación a partir del contacto con los testimonios del pasado. Estas acciones se desarrollan a través de siete programas permanentes: actividades pedagógicas, eventos académicos, eventos de difusión cultural, publicaciones, capacitación para docentes, capacitación del personal, e investigación y desarrollo de los públicos.

Responsable: Carlos Eduardo Serrano

3.1.2 División de Comunicaciones:

Tiene a su cargo, en primer término, el desarrollo de canales de comunicación entre el público y los servicios que ofrece el Museo y, en segunda instancia, el desarrollo de la comunicación interna de la institución. Para ello diseña y aplica diferentes estrategias de divulgación dirigidas tanto al público general como al personal del Museo. Entre sus objetivos se incluyen: apoyar la difusión fidedigna de los contenidos del Museo; promover el interés de los medios de comunicación en la difusión de los servicios del Museo; atender las solicitudes de suministro de información de los diversos medios masivos de comunicación; incrementar la asistencia del público colombiano y extranjero y su participación en las actividades que el Museo organiza, a través de la divulgación oportuna y efectiva; apoyar la difusión de los servicios del Programa de Fortalecimiento de Museos; fortalecer un profundo sentido de pertenencia hacia la institución en todos los miembros del personal del Museo.

Responsable: María Andrea Izquierdo⁴

Asesor institucional: Carlos Eduardo Serrano.

⁴ Ambas descripciones tomadas de la página web del Museo Nacional de Colombia <http://www.museonacional.gov.co/el-museo/quienes-somos/divisiones/Paginas/Divisiones.aspx>

3.1.3 Organigrama Institucional



Ilustración 5: Organigrama institucional del Museo Nacional

Modificaciones: el Observatorio de Públicos es una iniciativa conjunta de la División de Comunicaciones y la División Educativa y Cultural y no se encuentra en el organigrama oficial de la institución , en <http://www.museonacional.gov.co/el-museo/quienes-somos/Organigrama/Paginas/Organigrama.aspx>

3.1.4 Equipo de trabajo

Carlos Eduardo Serrano Vásquez. Jefe División Educativa.

María Andrea Izquierdo Manrique. Jefe División de Comunicaciones.

Fernando López Barbosa. Jefe del departamento de Gestión de Colecciones.

María Paola Rodríguez Prada. Curadora jefe de Historia.

Margarita Reyes Suárez. Curadora jefe de Arqueología y Etnografía.

Gina León Cabrera. Asistente Curaduría de Arqueología y Etnografía

Carlos Betancourt. Museógrafo invitado Sala 7: Museo y Nación. Museo Nacional de Colombia.

Diana Monroy García. Monitora Docente permanente.

Alejandro Suárez Caro. Monitor Docente permanente.

Johanna Galindo Urrego. Monitora Docente permanente.

Juan Ricardo Barragán Aguilar. Monitor docente permanente.

Antonio Ochoa Flórez. Jefe del Centro de Documentación

Samuel Monsalve Parra. Encargado del Archivo Fotográfico

3.2 Desarrollo

Desde finales de noviembre de 2014 se iniciaron las reuniones con el observatorio de públicos con el fin de aclarar las necesidades que llevan al museo a desarrollar una actividad de este tipo y de ese modo poder dilucidar tanto los objetivos como la metodología para acercarse a ellos.

De esta manera se logran especificar varios puntos clave; el primero es que aun cuando la dinámica de montaje, instalación y apertura de la sala se vio rodeado de una dinámica completamente diferente a la que por lo general lleva a cabo el museo con sus exposiciones. Se trata de una apertura que se lleva a cabo en el marco de un proceso que va a involucrar a las demás salas del museo; en ese sentido es importante identificar los comportamientos de los visitantes, sus reacciones, impresiones, reflexiones y sugerencias para determinar las fortalezas y oportunidades de mejorar los aspectos comunicativos y museográficos de la sala. Ya que la sala se presenta como el punto inicial de un proyecto de renovación más grande que planea involucrar al museo en su totalidad, el estudio se lleva a cabo también de generar resultados que puedan ser útiles en los procesos de montaje, curaduría y museografía de las salas posteriores. Dentro de ese marco de trabajo se definieron tres objetivos fundamentales para la elaboración del estudio:

- Determinar si los visitantes comprenden el objetivo comunicativo de la sala.
- Identificar si la relación entre el objeto, el discurso y la museografía generan algún tipo de reflexión en el visitante.
- Identificar si la museografía aplicada a la sala funciona para fortalecer el discurso de identidad y de multiculturalidad.

Es importante anotar que el planteamiento de estos objetivos se desarrolló de manera mancomunada con el observatorio de públicos según sus necesidades y sugerencias; después de aclarados estos objetivos se procedió al establecimiento de un programa específico de funciones en aras de alcanzar esos objetivos. De esta manera se aclararon como actividades específicas de la práctica académica las siguientes:

- Planteamiento de metodologías para la investigación y la evaluación de los públicos de la sala.
- Diseño de herramientas para el trabajo etnográfico
- Recolección de los datos a partir de las herramientas diseñadas.

3.3 Metodología de investigación y diseño de las herramientas de trabajo

Para el desarrollo de las herramientas de investigación la metodología se extrajo de las ciencias sociales, particularmente de la Sociología, adoptando técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas que permitieran dar cuenta tanto del tipo de público que visita la sala, como de las percepciones de estos públicos durante su visita.

Algunos autores proponen una categorización según los momentos en que se aplica un estudio de públicos, Perez Santos (2000) las describe de la siguiente manera:

- Evaluación Previa: da información sobre las audiencias antes de la apertura de la exposición; permite solucionar errores de concepción o montaje antes de la apertura de la muestra
- Evaluación formativa: se lleva a cabo durante el proceso de planificación de la exposición. Informa sobre las mejoras que pueden llevarse a cabo.
- Evaluación sumativa: (o evaluación post diseño) este tipo de evaluación se aplica para el análisis de impacto de una exposición tras su instalación y tiene generalmente dos propósitos: el primero es valorar qué se debe eliminar o potenciar, y el segundo identificar factores relativos a los, efectos de la visita al museo a largo plazo en cuanto a actitudes y comportamientos de los visitantes.

El estudio que se llevó a cabo pertenece a la categoría de Evaluación sumativa o post diseño, esto quiere decir (como se explicaba anteriormente) que la exposición ya se encontraba abierta al público en el momento en el que se lleva a cabo el estudio, y se espera que los resultados den luces sobre los objetivos.

3.4 Herramientas para la recolección de información

3.4.1 Encuesta

Depende inicialmente del diseño de un cuestionario, la delimitación de una población específica y la selección de un tipo de aplicación (si es personal o auto administrada). Para este caso se trabajó con un cuestionario con varios tipos de preguntas: Preguntas cerradas, preguntas cerradas con opciones múltiples y preguntas abiertas; algunas de estas encuestas se realizaron personalmente (este modelo implica la participación de un encuestador y proporciona un mayor índice de respuestas y un grado más alto de fiabilidad) y en otras oportunidades el cuestionario fue resuelto sin ayuda del encuestador (encuestas auto administradas).

- Fecha de recolección de los datos: 3 de marzo a 23 de abril de 2015 entre semana y fines de semana en horarios de mañana y tarde
- Tamaño de la muestra: 328 encuestas (100 con mediación y 228 sin mediación)
- Muestreo: aleatorio simple
- Grupos etarios: adolescentes, adultos jóvenes, adultos y adultos mayores. Entre los 10 y los 60 años de edad.
- Segmentos: visitantes locales, nacionales y extranjeros

Modelo de la encuesta aplicada

		Estudio de públicos	
N° <input type="text"/> Fecha <input type="text"/> Iniciales del encuestador <input type="text"/> Hora <input type="text"/>		MEMORIA Y NACIÓN	
DEMOGRÁFICOS			
Género: _____		Lugar nacimiento: _____	
Edad: <input type="radio"/> 1 – 9 <input type="radio"/> 10 – 15 <input type="radio"/> 16 – 20 <input type="radio"/> 21 – 25 <input type="radio"/> 26 – 30 <input type="radio"/> 31 – 35 <input type="radio"/> 36 – 40 <input type="radio"/> 41 – 45 <input type="radio"/> 46 – 50 <input type="radio"/> 51 – 55 <input type="radio"/> 56 o más			
Residencia: (Barrio/ciudad) _____			
Estado civil: <input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Unión lib. <input type="radio"/> Separado <input type="radio"/> Viudo			
Escolaridad: <input type="radio"/> Escolar <input type="radio"/> Bto. <input type="radio"/> Estudiante pregrado <input type="radio"/> Técnico <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Posgrado			
Ocupación: <input type="radio"/> Empleado <input type="radio"/> Independiente <input type="radio"/> Desempleado <input type="radio"/> Jubilado <input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Hogar <input type="radio"/> Otro			
¿Es su primera visita al Museo? <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No			
¿Hace cuánto fue su última visita? <input type="radio"/> 6 meses o menos <input type="radio"/> 1 año <input type="radio"/> 2 años <input type="radio"/> más, ¿cuánto? _____			
¿Cuál es el motivo de su visita? <input type="radio"/> Turístico <input type="radio"/> Académico			
¿Vino usted a? <input type="radio"/> Exposiciones permanentes <input type="radio"/> Actividades culturales y educativas <input type="radio"/> Nueva sala Memoria y Nación <input type="radio"/> Otra _____			
¿Sabía usted de la existencia de la nueva sala Memoria y Nación? <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No			
¿Cómo se enteró de la sala? <input type="radio"/> Agencia de turismo <input type="radio"/> Amigos o familiares <input type="radio"/> Pendón <input type="radio"/> Página web del Museo <input type="radio"/> Programación del Museo <input type="radio"/> Universidad o colegio ¿Cuál? _____ <input type="radio"/> Otra programación, ¿Cuál? _____ <input type="radio"/> Otra página web, ¿Cuál? _____ <input type="radio"/> Redes sociales, ¿Cuál? _____ <input type="radio"/> Medios de comunicación, ¿Cuál? _____ <input type="radio"/> En el Museo, ¿Cómo? _____ <input type="radio"/> Otro, ¿Cuál? _____			
		¿Cuál cree usted que es la relación entre el nombre de la sala y su contenido? _____	
		¿Qué le gustó / recuerda / o le impactó más de la sala? _____ ¿Por qué? _____	
		¿Qué fue lo que menos le gustó? _____ ¿Por qué? _____	
		¿Se sintió identificado con algún tema, objeto o espacio de la sala? <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No ¿Cuál? _____	
		¿Recibió algún servicio educativo? <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Taller <input type="radio"/> Vis. Comentada <input type="radio"/> Introdutoria <input type="radio"/> Asesoría Otro, ¿Cuál? _____	
		¿Qué aprendizaje o reflexión le deja esta muestra? _____	
		¿Le cambiaría algo a la sala? _____	

Ilustración 6: Modelo de la Encuesta Aplicada

Ver gráficos y análisis de los datos recolectados en el anexo 1

3.4.2 Entrevistas

Las entrevistas están enfocadas en aclarar las experiencias subjetivas que llevaron a los participantes del proceso de formulación, diseño y montaje de la exposición a actuar de tal o cual manera o a tomar determinada decisión con respecto al desarrollo de un proceso, en este caso el montaje expositivo y la creación de los guiones: La intención de la entrevista es comprender las perspectivas personales para alimentar la investigación a través de un proceso interpretativo de los contenidos.

Para este caso se llevaron a cabo varias entrevistas semi estructuradas, principalmente abiertas, para las que se tuvo en cuenta un guion previamente elaborado sobre lo que se deseaba investigar pero se intentó no limitar las respuestas de los entrevistados.

Guion de preguntas: Curaduría de antropología

- ¿Cuál es el objetivo de la sala?
- ¿Cómo fue el trabajo con las comunidades para conseguir objetos que no hacían parte de la colección del museo ni del ICANH?
- ¿Cómo se determinaron los 10 ejes temáticos de la sala?
- ¿Qué cosas se planearon de una manera y resultaron de otra?
- ¿Esto provocó cambios en lo que se quería comunicar?
- ¿Qué temas considera que son o pueden ser más complejos para el público?
- ¿Museográficamente le cambiaría algo a la sala?
- ¿Cuáles son sus criterios para medir el éxito de la sala?

Guion de preguntas: Asistente de curaduría de Antropología

- ¿Qué es Memoria y Nación?
- ¿Cuál es el objetivo de esta sala?
- ¿Cómo fue el proceso de selección de las piezas para esta sala que provienen de la colección del Museo Nacional?
- ¿Cómo fue el trabajo con las comunidades para conseguir objetos como el Bastón de San Pacho, el collar Wayuu o el lingote de armas?
- ¿Cómo se determinaron los 10 ejes temáticos de la sala?
- ¿Bajo qué criterio se escogieron las obras del muro de la diversidad?
- ¿Cuánto tiempo se destinó a la preparación del guion de la sala?

Guion de preguntas: Curaduría de Historia

- ¿Cómo se hizo la selección de piezas para hablar de identidad y multiculturalidad?
- ¿Cómo se definieron los núcleos temáticos?
- ¿Cuál es el objetivo de la sala?
- ¿Es necesario un Mediador en la sala?
- Dado que el Muro de la Diversidad y Cincuenta años de País son piezas que en conjunto no se pueden ver “completas” ¿la idea es ofrecer una sala distinta todo el tiempo?
- ¿Qué cosas se planearon de una manera y resultaron de otra?
- ¿Esto provocó cambios en lo que se quería comunicar?
- ¿Le cambiaría algo a la sala?
- ¿Cuáles serían los criterios para medir el éxito de la sala?

Guion de preguntas: Monitor permanente de la división educativa

- ¿Cuánto tiempo se destinó al estudio de los núcleos temáticos de la sala?
- ¿Cuál es el objetivo de la sala?
- ¿Cree usted que se cumple el objetivo de la sala?
- ¿Qué fortalezas le encuentra?
- ¿Qué debilidades le encuentra?
- ¿Le parece que las piezas exhibidas son las indicadas para la representación de los ejes temáticos?
- ¿Cree usted que estos ejes temáticos son comprensibles para el público?
- ¿Encuentra cómoda la sala para el trabajo con grupos?
- ¿Le parece que la museografía funciona?
- ¿Qué contenidos son más confusos para los visitantes?
- ¿Cree que es necesaria la mediación para entender el contenido y el objetivo de la sala?
- ¿Le cambiaría algo a la sala?

Guion de preguntas: Profesora vinculada a la maestría de museología y gestión de patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia

- ¿Cree usted que el cambio de una narrativa cronológica a un discurso temático es más fácil o más difícil de entender por parte de los estudiantes? ¿Por qué?
- ¿Qué opina de los temas abordados en la sala?
- ¿Cuál tema le llamó más la atención y cuál menos?
- ¿Qué opinión tiene sobre los textos? (confusos, claros, extensos)
- ¿Que resalta del montaje de la sala?

Guion de preguntas: Museógrafo

- ¿Qué es Memoria y Nación?
- ¿Cuál es el objetivo de esta sala?
- ¿Cómo fue el proceso de selección de las piezas? ¿cómo fue el trabajo con las curadurías para llegar a determinar los 10 ejes temáticos de la sala?
- ¿En qué está basada la museografía?
- ¿Cree que es necesario un acompañamiento mediado en la sala?
- ¿El que haya un cambio de un discurso cronológico a un discurso temático, exige un cambio de la museografía misma?
- ¿Qué temas considera que son (pueden ser) más complejos para mostrarle al público?
- ¿Se hizo una evaluación previa (para el público) sobre los materiales y ángulos de disposición (textos, luces, brillos)?
- ¿Cuáles serían sus criterios para medir el éxito de la sala?
- ¿En este punto le cambiaría algo a la museografía?

Guion de preguntas: Jefe de colecciones

- ¿Qué es Memoria y Nación?
- ¿Cómo se definieron los ejes temáticos de la sala?
- ¿Bajo qué criterio se escogieron las piezas?
- ¿Qué temas cree que pueden ser más complejos para el público?
- ¿Qué opina de las condiciones de accesibilidad de la sala?
- ¿Qué le falta (o le sobra) a la sala?

3.4.3 Observación directa

Ésta es una de las primeras y más tradicionales técnicas utilizadas para conocer comportamientos, acompañada de la realización de diarios de campo en los cuales se registran los comportamientos observados, ritmos de vista, diagramas de recorrido, preferencias por las obras, etc.

3.4.4 Grupo de discusión / Grupo focal

Como parte del grupo de herramientas metodológicas para recopilar información acerca de las percepciones existentes alrededor de la sala, inicialmente se diseñó una dinámica de grupo que planeaba llevarse a cabo con varias poblaciones (grupos de maestros y estudiantes, público general, comunidades afro y comunidades indígenas), con un ejercicio de control que permitiera que unos grupos tuvieran un recorrido guiado por la sala y otros no, para de este modo identificar la forma como variaban las percepciones de la sala. El ejercicio se planteó de la siguiente manera:

Objetivos:

a) ¿Qué se desea lograr? ¿Qué se busca con esta investigación?⁵

Grupo Objetivo

b) ¿Quiénes?

Los participantes serán seleccionados específicamente por tener alguna experiencia en común o personal que resulta de interés para el estudio: Grupos de víctimas del conflicto armado en Colombia, grupos desde la diferencia étnica (indígenas y afro descendientes) grupos de profesores y estudiantes de universidades y colegios involucrados con el tema.

⁵Determinar si los visitantes comprenden el objetivo comunicativo de la sala. Identificar si la relación entre el objeto, el discurso y la museografía generan algún tipo de reflexión en el visitante. Identificar si la museografía aplicada a la sala funciona para fortalecer el discurso de identidad y de multiculturalidad.

c) ¿Qué información se puede obtener de este grupo?

Valoraciones sobre el contenido expuesto, vacíos y logros frente a la representación, desde un contexto que está relacionado directamente con el tema “Memoria y Nación”.

d) ¿Qué información se necesita para satisfacer las necesidades del estudio?

- Origen del grupo, trayectoria, relación con la ciudad y con los museos.

- Valoraciones, percepciones y sugerencias para la sala tanto para el contenido expuesto como para la experiencia de visita en términos visuales, sonoros y táctiles.

Finalmente, dada la complejidad en el manejo del tiempo de estos diferentes grupos logramos por medio de invitación previa, contar con un grupo de público general de variadas profesiones, edades y niveles de cercanía con el museo;

Moderadores: Carlos Eduardo Serrano, Director de la División educativa del Museo Nacional y Johanna Galindo, Monitora permanente.

Sitio de reunión: Sala Alternativa del Museo Nacional (sala didáctica) y Sala Memoria y Nación

Actividad “Rediseño de la sala de exposición”

A cada grupo se le propondrá que adecúe el espacio y rediseñe la sala de exposición Memoria y Nación, usando una maqueta en blanco o un plano de la sala. Cada uno podrá dibujar las piezas o incluir los temas que considere pertinentes para la exposición que estarán diseñando y ubicarlas en el espacio que considere propicio. De este modo también se podrá observar el manejo o impacto de la museografía.



Ilustración 7: Registro del taller Sembrando Memorias

Fotografía: Johanna Galindo (Monitora permanente de la División Educativa del Museo Nacional)

Dinámica de la actividad de grupo

Esta actividad se llevó a cabo con un grupo de personas convocadas aleatoriamente por el área de educación del Museo Nacional y se dividieron en dos grupos: uno de 7 personas sin mediación y otro de 5 personas con mediación. Posteriormente a la visita a la sala se les hicieron las siguientes preguntas:

- ¿Cómo fue la primera experiencia con museos? (con el Museo Nacional)
- ¿Que sintieron en la Sala?
- ¿Algo les incomodó?
- ¿Qué fue lo que más les llamó la atención?
- ¿Se identificaron con algo?
- ¿De qué trata la sala?
- ¿Algún tema confuso?
- ¿Qué encontraron nuevo en la Sala?
- ¿De qué tema le gustaría conocer más?
- ¿Qué le cambiarían o le quitarían?
- Para el grupo que contó con mediación se incluyó la pregunta ¿Qué opinión tiene sobre la visita guiada?

Esta actividad se manejó como complemento de los otros elementos metodológicos para el análisis de información en la medida que las respuestas coincidieron en su mayoría con las categorías ya identificadas en las encuestas. (Ver Anexo 1)

Actividad con las Maquetas:

Se evidenció el impacto de las piezas exhibidas en la sala en estos visitantes y las reflexiones que suscitaron las piezas, objetos, o temas que a su parecer hacen falta o sobre las cuales se sugiere alguna mejora.



Ilustración 8: Registro de trabajo con los grupos y las maquetas

(En la fotografía: Carlos Serrano, Director de la División Educativa con una de las participantes).

3.5 Reflexión en torno a la práctica académica

En este apartado es importante resaltar que se contó con la colaboración de múltiples trabajadores de varios estamentos del Museo Nacional, desde servicios generales y vigilantes, pasando por monitores tanto temporales como permanentes, hasta curadores, museógrafos y directores de las diferentes divisiones del Museo. Se trató de un trabajo en permanente acompañamiento y construcción continua en la medida que las metodologías, las herramientas y los tiempos lo permitieron.

Se presentaron inconvenientes en cuanto a la convocatoria de los grupos focales que se planearon inicialmente (víctimas del conflicto armado, indígenas y afro descendientes) dadas sus diferentes condiciones de acceso, desplazamiento y/o agenda. Esta situación se sorteó con el grupo de discusión con público general del cual se obtuvieron también conclusiones enriquecedoras para el proyecto.

Una de las primeras observaciones referentes a la metodología y al desarrollo mismo del estudio, es la necesidad de establecer de manera sólida a nivel institucional el Observatorio de Públicos y no mantenerlo solamente como una iniciativa de trabajo conjunto entre las dos áreas que hasta el momento han venido llevando a cabo estos estudios para exposiciones temporales. Fruto de este trabajo práctico y de su complementario componente colaborativo, se da el primer Estudio de Públicos para una exposición de carácter permanente dentro de un contexto tan radical de cambio dentro de la misma institución museal.

Una de las sugerencias que se le hace al Observatorio de Públicos es la de llevar a cabo más adelante un estudio con una muestra más representativa del público que visita las salas de exposición permanentes del Museo, que en muchas oportunidades muestra marcadas diferencias con las cifras de las exposiciones temporales. Además se sugiere la realización de un estudio de públicos que permita la evaluación, ya no previa, sino formativa y sumativa del Proyecto de Renovación del Museo Nacional de Colombia.

Es importante ver que lo que fortalece la relación Públicos-Museos no es sólo la realización de estos estudios sino tener en cuenta verdaderamente sus resultados. Es a través de estos públicos que se conoce el grado de desarrollo del museo y su nivel de impacto y

aceptación en la comunidad; es el público quien legitima el valor simbólico y la existencia tanto del museo como de sus colecciones

La evolución de los estudios de público devela la necesidad del museo de dar cuenta de la individualidad de cada visitante para de este modo hacerlo parte de su estrategia comunicativa. Esto se lograría por medio de la implementación de propuestas generadas a través de la aplicación de herramientas de análisis que permitan entender a los visitantes cada vez más pronto y a la vez permitan modificar la manera en que se presenta el contenido según la configuración cognitiva de cada visitante; además de ir decantando dentro de sus resultados la necesidad de una profesión que se dedique al análisis detallado y minucioso de este importante campo de la museología.

Idealmente este sería un sistema de retroalimentación dinámica constante, que podría evaluarse en la medida que se verifique que los contenidos del museo se están incorporando al imaginario común de los visitantes

4. Parte II: Informe trabajo colaborativo, estudio de públicos Museo Nacional de Colombia Sala Memoria y Nación Fase 2.

Dado el corto tiempo, el volumen de la información recolectada, el interés en lograr los objetivos propuestos y la necesidad de cumplir con las fechas pactadas, el análisis de los datos se desarrolla como trabajo colaborativo y como segunda fase del estudio de públicos. Para este proceso y como requisito del componente se hizo necesaria, como su nombre lo indica, la colaboración de por lo menos otro profesional del área de Museología perteneciente a la Maestría, alguien que no solo manifestara algún interés en el tema sino que además presentara las cualidades necesarias, en cuanto a cumplimiento, puntualidad y responsabilidad para un trabajo de esta magnitud.

Se establecieron como actividades específicas del trabajo colaborativo las siguientes:

- Sistematización, análisis e interpretación de los datos recolectados
- Presentación de los resultados del estudio
- Elaboración del informe final elaborando un análisis comparativo entre los resultados y los objetivos iniciales de la investigación.

4.1 Colaboradora:

Paula Andrea García

Contadora de la Universidad Externado de Colombia con Maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Cardiff, Gales, Reino Unido.

Su experiencia más significativa con museos y patrimonio nace de un voluntariado en Rio de Janeiro, Brasil, para la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ) donde fue responsable

de coordinar el área denominada “turismo religioso”. Su trabajo de grado lleva por nombre *Salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial del Alto de San Lázaro en Tunja: Caminos Sagrados*. Y está enfocado a la valoración patrimonial y salvaguarda, especialmente a lo vinculado con la experiencia de lo sagrado.

Su colaboración, disposición y empeño fueron invaluable en la realización de esta segunda fase del Estudio de Públicos que se llevó a cabo en la Sala Memoria y Nación del Museo Nacional de Colombia. Aunque el proyecto serviría más adelante como insumo para la elaboración de una propuesta teórica, ella lo asumió desde un principio como propio y suficiente, trabajando siempre con ahínco para sacarlo delante de la mejor manera.

4.2 Desarrollo

El trabajo colaborativo se programó para iniciar la primera semana de mayo de 2015 y se proyectó su entrega para mediados de agosto de 2015. Se desarrollaron tareas de elaboración del análisis gráfico de la información, evaluación de resultados del estudio de públicos y entrega del informe final.

Posterior al ejercicio de sistematización de las encuestas, se llevó a cabo un proceso colectivo de revisión de la información para aclarar contenidos, seguido del análisis de los datos recolectados y la presentación del informe final al Observatorio de Públicos del Museo Nacional de Colombia, a partir de los puntos en común que se encontraron en cada una de las entrevistas y en los documentos institucionales se elaboró una descripción de los objetivos y alcances esperados por la sala. A la par con este proceso se fueron recolectando las últimas entrevistas, que tuvieron que ser reprogramadas varias veces, dadas las agendas de los jefes de las diferentes curadurías y del museógrafo.

El proceso se inició con el análisis de los datos cuantitativos de las encuestas y fue éste el adelanto de proyecto que se presentó finalizando el mes de junio al observatorio de públicos. (Ver anexo 1)

También se trabajó en la revisión y análisis de los datos cualitativos arrojados por las encuestas, la observación directa y los diarios de campo a partir de los cuales se

elaboraron también algunos mapas de recorrido. Luego de esto se procedió a hacer un análisis comparativo enfocado en la revisión de los objetivos del estudio y a partir de ahí se plantearon las conclusiones y sugerencias que se entregaron en el informe final al Observatorio de Públicos. (Ver anexo 2)

4.2.1 Observaciones

Basados en las fuentes de información seleccionadas, la metodología aplicada para la recolección de los datos, y los estudios de públicos llevados a cabo por el Museo Nacional para exposiciones temporales, se seleccionaron varias categorías para el planteamiento de sugerencias y recomendaciones en torno a la sala Memoria y Nación.

Se puede señalar que, para el equipo interdisciplinario que produjo esta muestra en la Sala 7 del Museo Nacional, la experiencia del trabajo conjunto y la interacción desde los saberes de la curaduría, la museografía, la historia, la educación y el arte, marcó una diferencia en las dinámicas tradicionales de trabajo independiente que caracterizan al museo, por lo tanto valdría la pena que desde este proyecto (Memoria y Nación) en adelante, se trabajara mancomunada y constructivamente en los diferentes montajes y propuestas curatoriales, expositivas, educativas y museográficas, para seguir generando propuestas verdaderamente enriquecedoras que permitan dejar de lado el trabajo individual que hace que se ve al museo como un grupo de departamentos independientes y no como un ente colectivo que trabaja en conjunto.

4.2.2 Categoría: Curaduría

- Es necesario hacer más evidente el discurso en torno a la afrocolombianidad para fortalecer el concepto de multiculturalidad.
- La narración de la sala debería incluir a los niños desde una perspectiva más clara, permitiendo de esta manera que ellos también “se encuentren” en la sala y se sientan parte activa del guion curatorial.
- Debería aclararse más la selección curatorial de las piezas expuestas, ya que desde el punto de vista tradicional y cronológico, (que aún caracteriza a las demás salas del museo) ésta selección parece insistir en ciertas épocas de la historia de Colombia más que en otras.

4.2.3 Categoría: Museografía

- Es fundamental que se indique el uso de los recursos didácticos e interactivos empleados en el montaje
- El Museo debe contar con los dispositivos tecnológicos audiovisuales e interactivos especificados por la museografía, para mejorar la calidad de los contenidos y la percepción del público, o bien adecuar los contenidos a la tecnología que posee.
- Mejorar la iluminación de los textos o manejar algún tipo de papel antireflectivo.
- Dada la cantidad de contenidos que maneja la sala, se hace necesario ubicar un lugar que permita no sólo el descanso sino también la contemplación de piezas como *El Muro de la Diversidad* o *Rostros, Fragmentos e Imágenes*.
- Tratándose de un Museo de carácter Nacional es fundamental Incluir ayudas para población en diferentes situaciones de discapacidad tanto física como visual: incluir una rampa de acceso para sillas de ruedas y fichas en braille para discapacitados visuales; se trata de una sala que representa un discurso de multiculturalidad y respeto por la diferencia, mientras deja de reconocer las necesidades del otro más próximo.
- Es importante asignar a un encargado de revisar diariamente todos los dispositivos de apoyo museográfico, para que informe acerca de cualquier cambio o arreglo que sea oportuno (pantallas táctiles, audio, videos y proyecciones).
- Respecto al Muro de la Diversidad, se evidencia la necesidad de aclarar las conexiones planteadas entre los cuadros y las fotos ya que queda en el público la sensación de ver mucho y llevarse poco, dada la gran cantidad de información que se está entregando en este dispositivo.
- Indagar respecto a la sensación de “sentirse abrumado” por la sala, evidenciada en la observación directa de las investigadoras, y compartida por varios de los visitantes encuestados; quedaría pendiente revisar o evaluar con público diferentes condiciones de iluminación para saber que tanto influye en el cansancio visual o revisar si de alguna manera es mucha la información que se está entregando.
- Repensar la ubicación del mapa de Codazzi en el contexto de la sala: Al parecer, siendo un objeto de bastante importancia tanto dentro del discurso de la sala como de la historia misma el público no le está concediendo la relevancia que tiene.

4.2.4 Categoría: Servicios educativos

- Considerando que el número de mediadores no puede abarcar la totalidad de la salas y teniendo en cuenta que no a todos los públicos les interesa la dinámica de las visitas o guías comentadas, se hace necesaria la Implementación de audio guías.
- Lo anterior también hace evidente la necesidad de un monitor permanentemente en la sala para resolver las dudas o inquietudes de los visitantes; no se trata de agotar el recurso de las visitas guiadas todo el tiempo mientras la sala se encuentre abierta, sino la posibilidad de ofrecer explicaciones cortas y dinámicas que permitan a los visitantes vincularse de modos distintos y más activos con la exposición.
- Ampliar la oferta de idiomas además del inglés (alemán, francés e italiano) para visitas, talleres, folletos, (posibles audio guías), textos curatoriales y fichas técnicas.
- Preparar material didáctico variado para los diferentes públicos, según su rango etario o sus intereses temáticos.

4.2.5 Categoría: Divulgación

- Facilitar el material didáctico a través de la página web del museo para tener acceso previo y gratuito a los contenidos.
- Divulgar a través de diferentes medios la existencia de la sala y las actividades que el museo desarrolle en torno a ella (redes sociales, eucoles, TV, trabajo con pares, entre otros), de la misma manera como se llevó a cabo para la apertura de la sala.
- Identificar otros puntos para la distribución de la programación del Museo Nacional, tales como bibliotecas, teatros, calle, hostales, y/o puntos de atracción turística.

4.2.6 Categoría: Estudios de públicos

- Diseñar una herramienta para que las personas que participan en las actividades orientadas a la población con alguna discapacidad, ya sea auditiva o visual, puedan dar su opinión acerca de las exposiciones y su experiencia en la sala, dado que este

es un segmento de la población que no está siendo actualmente tenido en cuenta en el desarrollo de estos procesos evaluativos.

- Se sugiere diseñar y realizar un estudio de públicos enfocado en las exposiciones permanentes que permita manejar una muestra más amplia y representativa.
- Ya que no se llevó a cabo una valoración previa, se recomienda realizar estudios que permitan la evaluación, formativa y sumativa del proyecto de renovación del Museo Nacional de Colombia.

4.3 Reflexión en torno al trabajo colaborativo

Teniendo en cuenta el alcance de las herramientas utilizadas para la recolección de información y de acuerdo a los objetivos planteados dentro de la fase de la práctica académica, se pueden inferir varias conclusiones parciales.

Respecto a determinar si los visitantes comprenden el objetivo comunicativo de la sala:

Desde la visión institucional, que nos habla de una visita más libre con la intención de generar experiencias sensibles individuales en cada visitante, efectivamente las personas se sienten atraídas hacia la sala y curiosas ante los contenidos encontrados, lo que los lleva a querer profundizar (en algunos casos) sobre las piezas, los contenidos y sus relaciones expositivas.

La evidencia recolectada a través de las herramientas de información indica que se logra una interpretación general relacionada con el nombre mismo de la sala que ayuda a los visitantes a llevarse una imagen común de lo que encontraron en la misma. Hay un reconocimiento conceptual de diversidad, multiculturalidad y amplitud de territorio, pero se evidencia un vacío de información con respecto a las piezas individuales y/o a la forma como se conectan los contenidos.

Por otro lado, las herramientas permiten identificar si la relación entre el objeto, el discurso y la museografía generan algún tipo de reflexión en el visitante, dando como respuesta que la visita genera múltiples reflexiones dependiendo tanto de los públicos como de los intereses en los contenidos. En respuestas de mayor profundidad (nivel alto) esta reflexión

logra conectar objetos, discurso y museografía. Es posible concluir que en estos casos los visitantes generaron una reflexión mayor con respecto a las nociones de Memoria y Nación.

Adicionalmente, respecto a identificar si la museografía aplicada a la sala funciona para fortalecer el discurso de identidad y de multiculturalidad:

Se observó que éste nicho (identidad y multiculturalidad) presenta uno de los discursos más llamativos y que generan más impacto dentro de la sala, tanto por el montaje y organización de la misma, como por el uso innovador de los dispositivos audiovisuales, ya que la posibilidad de un acercamiento diferente al discurso logra detonar procesos de recordación más permanentes (p ej. El video de la Fiesta del Perdón y Mampuján). No obstante, cabe resaltar la necesidad de que estos dispositivos sean los recomendados por el Departamento de Museografía y se monitoree permanentemente su correcto funcionamiento.

Durante el proceso de análisis se identificaron categorías que no estaban del todo claras en el momento del diseño de la encuesta, pero que permitieron la organización de las sugerencias alrededor de cada una de ellas. Además, algunas de las preguntas llevaban a una respuesta diferente de la que se esperaba, en algunos casos porque el entrevistado no comprendía la línea en la que estaba encaminada. En esos momentos, el respaldo y manejo de la situación por parte del encuestador fue fundamental, tanto para volver a encaminar la pregunta en el momento de la encuesta, como para interpretar los datos en el momento de análisis.

En un primer momento y después de avanzar con los datos cuantitativos se hizo una presentación inicial al Observatorio de Públicos, que hizo varias sugerencias para la presentación final y definitiva que debe hacerse frente al Director del Museo Nacional de Colombia.

Dado que se trató de una fase de análisis de información, las visitas al museo disminuyeron y parte del reto fue mantener un discurso coherente y aferrado a los resultados arrojados por la metodología, sin dejar del todo de lado ese movimiento constante y ese cambio permanente inherentes al diseño mismo de la sala.

5. Parte III: Componente teórico; La importancia de la figura del mediador para la interpretación de los contenidos del museo; estudio de caso sala Memoria y Nación, Museo Nacional de Colombia

5.1 Mediación: Problemáticas de un concepto

Para efectos descriptivos y aclaratorios, dentro del presente trabajo se interpretará mediación humana como todo proceso de interacción social en el que una persona perteneciente a una institución museal, cultural, artística o educativa se vincula activamente dentro del proceso de interpretación de contenidos por parte del visitante, bien sea mediante visitas guiadas, asesorías, explicaciones; es decir cualquier tipo de dinamización de los contenidos presentes en el espacio; generando acciones que logren establecer diferentes niveles de acercamiento entre los visitantes y toda la puesta en escena hecha por el Museo. La mediación humana en este escrito se tratará de la forma como una persona ejerce el papel - no solamente- de transmisora de contenidos sino de co-creadora de saberes. Este concepto involucra al visitante como un agente activo y fundamental para la existencia social del museo y para su validación como estructura viva presente en las dinámicas sociales y en la creación de conocimientos; es la forma como la acción humana se encarga de crear puentes entre los museos y sus visitantes, más allá de la existencia de las herramientas tecnológicas que puedan dinamizar y generar interacción.

El objeto musealizado sale de lo social, de lo común, se re-significa y lo que vuelve a lo social, lo que se le presenta al público es un concepto que en algunas

oportunidades no es cercano al significado social real del objeto mismo; el objetivo de la mediación humana es interactuar de manera directa e inmediata con el visitante brindándole las herramientas para construir sus propias interpretaciones alrededor tanto del significado cultural y social del objeto, como del discurso que el museo ha creado alrededor del mismo.

Se trabajará el tema de la mediación como la transmisión de herramientas para la interpretación de contenidos a través de actividades que fomenten e incentiven la participación de los visitantes y no solo su presencia como agentes pasivos en un proceso de recepción de guiones dentro de la visita.

5.2 ¿Qué es mediación humana?

Según Santacana y Serrat (2005) la mediación humana se genera en torno al siglo XVIII, desempeñada por el conservador, el erudito que era el poseedor de las claves para la interpretación de las colecciones; Se presume en ese entonces la idea que de que la persona que almacena, cuida o posee los objetos es quien tiene además las herramientas de primera mano para identificarlos o por lo menos darles un con texto; son estos personajes los que al abrir sus grandes gabinetes y mostrar de vez en cuando sus variadas y excéntricas colecciones, se encargarán de acompañar a sus selectos invitados y de entretenerlos con las historias de cómo y en dónde fueron encontrados, adquiridos o ganados a modo de trofeo de guerra cada uno de los diferentes objetos. Ésta es una muy somera imagen del nacimiento de las colecciones y del momento en el que empiezan a exhibirse *pública* pero muy controladamente a personajes selectos, y esto pasa porque después de todo, de nada sirve un trofeo si no se le puede contar a nadie dónde, cómo y en qué batalla se ganó.

Se habla entonces de un concepto que germina con la idea misma de Museo; una dinámica de apertura y desarrollo de contenidos, que lleva cultivándose ya varias

décadas. Mucho antes de hablar de la tradición francesa o la anglosajona, antes de referirse al término *museología*, nueva museología, o a cualquier otro cambio de paradigma que se ha concebido dentro de los espacios museales, ha habido interacción humana.

Este tipo de relación entre individuos ya existía en estos espacios de contemplación y sacralización de los objetos, en cuanto se trataba una persona que le presentaba a otra, o a otras un objeto y a su vez una historia con la que se identificaba o se relacionaba a ese objeto, una historia única de la que no era permitido dudar donde se planteaba un discurso unilateral sin posibilidad de crítica, ni ante el objeto ni ante quien lo presentaba; y siguió así durante largos años, pero aún en esos estadios ya había mediación humana.

Entonces ¿por qué darle trascendencia ahora si siempre ha existido? Porque lo que ha cambiado a lo largo del tiempo en el devenir de las dinámicas museales, es la forma como se plantea esa interacción y ese diálogo. El cambio está en la importancia y en el lugar que se ha ganado la persona que escucha; el visitante, quien se ha convertido a lo largo de los últimos años en interlocutor con posibilidad de aporte, en un personaje activo dentro del discurso, con posibilidad de crítica ante lo que ve y escucha cuyas sugerencias empiezan a ser tenidas en cuenta y cuya presencia llega incluso a desplazar al objeto como pieza central del museo.

La mediación humana cabe en lo que Vygotsky clasificaría como mediación instrumental, ya que se vale de agentes externos y utiliza como herramienta el lenguaje para la construcción de nuevos significados. En este caso, el agente externo es el mediador: es quien establece un proceso dialéctico con el observador (visitante), encaminado hacia la creación conjunta de contenidos.

Gracias a estos modos de interacción y diálogo con otros en el desarrollo de actividades cotidianas se aprende procesualmente a abrirse a nuevas perspectivas, y a pensar de modos diferentes para enfrentarse a nuevos conocimientos e incluso llegar a resolver situaciones que puedan presentarse en diferentes escenarios de la vida.

El entorno social es un ambiente de aprendizaje y reflexión constante y el museo hace parte de ese entorno social; en esa medida es acertado que las teorías de la mediación tengan su base en la interacción social como herramienta para el desarrollo de las funciones mentales superiores, Bonatto, Seibel y Mendes (2007) se refirieron a cómo las funciones cognitivas como pensar y recordar se fortalecen en el entorno cultural de cada individuo, siendo la cognición una acción necesariamente compartida socialmente [...] procesos como la memoria y el razonamiento aparecen primero en el plano intermental, es decir, compartido entre individuos de un grupo, para después ser asimilado en el plano intramental o conciencia individual. Pero ese desarrollo mental superior, esa relación de identificación con lo que se escucha y con lo que se ve, solo funciona si está en concordancia con lo que se siente. Por lo general como seres humanos nos identificamos más con aquello que nos provoca reacciones empáticas y nos activa no solamente a nivel intelectual sino también en el plano emocional; y es ese trabajo conjunto entre corazón y cerebro el que detona una memoria activa, un evento que se ha quedado consciente o inconscientemente en la memoria y que en algún momento se trae de vuelta gracias al contacto con algo que se ve, se siente o se escucha, y a partir de lo cual se inicia un nuevo proceso de producción de sentido. Vale tener en cuenta la etimología de la palabra *recordar*, del latín *re-cordis* (Re: de nuevo, Cordis: corazón). Recordar es *volver a pasar por el corazón* y por ende seguir manteniendo un lugar en la memoria. Núñez (2015) se refiere a la memoria como la traza que deja la experiencia, las marcas del pasado que permanecen latentes en cada acto humano sea individual o colectivo, la memoria se fija especialmente a través de las emociones, un olor, un color o una palabra puede desencadenar una serie de pequeños instantes que constituirán el recuerdo de un evento.

El visitante fortalece la relación entre el museo y la sociedad a la que ambos pertenecen, en cuanto el museo se inserta en la dinámica misma de la vida de cada individuo. Esto no significa sólo que éste asista regularmente al museo, sino que lo sienta como un espacio propio; y esto se da en la medida que el museo le genera

emociones al visitante y logra comunicarse con él de una manera *efectiva*. En la medida en que genera no sólo contenidos sino también emociones, esto es trascendental ya que la sensación o la emoción sobre lo que se ve, siempre antecede a la interpretación de eso que se ve.

Pero no todo es corazón, y esa relación museo – sociedad sólo se fortalece en la medida en que el museo, estando alineado internamente (administrativamente), logra cumplir con sus objetivos expositivos y comunicativos, haciendo que el visitante se lleve no solamente un impacto pasajero sino también una experiencia significativa. Esto sólo sucede cuando existe un efecto externo que logra detonar una inquietud interna; es decir, cuando el público se convierte en un agente activo que no sólo es capaz de recibir y contener información, sino que también puede interpretarla, y transformarla de modo tal que se vincule con sus experiencias cotidianas. “La comunicación museológica es efectiva cuando el discurso del museo es incorporado por el visitante a su vida cotidiana en forma de un nuevo discurso. El público del museo se apropia del discurso museológico re-construye y luego crea y difunde un nuevo discurso y el proceso se reinicia.” Cury (2005: 39)⁶. La mediación humana promueve la participación y la legitimación de los saberes comunes, y promueve la creación de contenidos críticos y reflexivos.

La intención es entonces, más allá de pretender educar al visitante, permitirle hacer parte de un proceso mutuo de formación por medio de una experiencia placentera a través de la cual logre establecer un vínculo comunicativo con el objeto, produciendo un enriquecimiento experiencial que pueda llegar a serle útil; Santacana y Llonch (2012) dirían que Utilizando los recursos de interactividad humana se pretende que el visitante construya su propio conocimiento en la medida en que se le otorgan las herramientas necesarias para que lo haga, ya que, como afirma Hooper-Geernhill (1998) una visita al museo introducirá casi seguro algún material nuevo, y en muchas ocasiones aportará una gran cantidad de

⁶ Traducción de la autora, original en portugués.

conocimientos o experiencia; de esta manera la visita al museo, y más aún la posibilidad de interacción con el visitante se convierte en una valiosa oportunidad para transformar la realidad inmediata del individuo y posiblemente trascender a su vida cotidiana y a sus procesos de generación de sentido.

Esto es en definitiva lo que se espera de una interacción de calidad, la que según Ricardo Rubiales concibe una intención, escucha en el sentido de reciprocidad y se enfoca en las necesidades, expectativas y búsquedas del público; gracias a eso contribuye a hacer más efectiva la relación entre el museo y la sociedad a la que sirve, dado que en él se reflejan los cambios políticos, culturales y sociales de esa sociedad que lo acoge, y van a ser esos mismos públicos los que reflejen esos cambios en la misma sociedad. Se trata de una transformación mutua y constante que legitima la existencia del museo a través de la interacción y la mediación; a través de esto se logra el reconocimiento del museo como un espacio en el que todos construimos, todos aprendemos, y que contiene algo que a todos nos sirve.



Ilustración 9: Impacto del Museo en la sociedad. (Lengua García 2015)

Por otro lado, si bien hay para quienes es más familiar visitar un museo, ya sea porque conocen lo que van a ver o han tenido un contacto más cercano con los espacios museales *per se*, existe también un grupo de personas que se encuentran limitadas en la experiencia al no poder entender lo que están viendo o viviendo;

hablo acá de vivencias ya que la idea es alejarnos del precepto educador del museo, y empezar a verlo como un espacio que invite al disfrute, a la comodidad y a la satisfacción. La experiencia del museo no se vive plenamente si el visitante esta incómodo de alguna manera, si está desubicado, cansado, enfermo, confundido, no entiende nada de lo que le dicen o simplemente no encuentra un baño.

Aquellos para quienes es familiar la experiencia del museo hacen parte de otro tipo de públicos a quienes también es importante tener en cuenta, no se trata de dejarlos de lado solamente porque prefieren una experimentación más libre y tienen mayor independencia en sus recorridos, sino de ofrecerles otro tipo de ayudas o servicios para que su disfrute del entorno continúe siendo válido y enriquecedor.

Se trata de lograr que cualquier visitante se sitúe libremente en diferentes experiencias que le permitan apropiarse del conocimiento de múltiples maneras. La posibilidad de que desde el museo se provoquen nuevas experiencias es lo que permite que el visitante encuentre también otras formas de reconocerse e identificarse con lo que ve y lo que siente.

Un proceso efectivo de mediación estimula al visitante a interactuar, fomenta la reflexión crítica y encamina al visitante para que encuentre sus propias respuestas por medio de lo experiencial, dentro de esta línea discursiva De Souza (2009) afirma que es a través de experiencias que construimos lugares subjetivos y afectivos y así construimos nuestra subjetividad, por tanto la construcción del sujeto histórico en el proyecto de mediación debe recorrer la historia, "... trabajamos con la interpretación, con la lectura, dejando que la existencia sea permeada por las existencias de los otros por medio de una narrativa.

En el museo no sólo se relacionan los objetos, contenidos y museografías con los públicos, sino también se relacionan entre ellos, innumerables individuos con diferentes características de vida, múltiples ideologías, diferentes edades, culturas, religiones y condiciones físicas. "El museo se convierte en un agente encargado de establecer la comunicación entre diferentes elementos sociales separados por

fronteras de cualquier tipo tratando de aportar claves de identidad conjuntas, generando experiencias comunes en las que esas fronteras desaparecen, favoreciendo la cooperación y en definitiva comportándose como un agente de socialización” Calaf (2003: 59). Es necesario empezar a ver la museología también como una ciencia social en tanto que se ocupa de las relaciones entre públicos y museo, públicos entre ellos y público y sociedad; es un escenario de participación en el proceso conjunto de generación de sentido gracias a la interactividad, y no solamente se trata de la interacción de los visitantes con los guías o mediadores, sino también con los vigilantes, los directivos, las personas encargadas de servicios generales, sino también de la interacción de los públicos entre ellos. El museo como un ente comunicativo y socializador, debe también generar espacios y establecer dinámicas que permitan esos procesos que se dan no solo entre el museo y los públicos sino también al interior de los públicos mismos.

El museo debe ser visto en sí mismo como un agente de socialización, como constructor de identidades críticas en la diversidad y no hegemónicas, y además como gestor de patrimonio, el Museo como entorno social generador de sentido, está en la obligación de brindarle al individuo las herramientas y las pautas para formarse individual y colectivamente como un ser social, aprovechando las múltiples realidades y oportunidades de contexto social que brinda este entorno. “para que haya un hecho social, es preciso que por lo menos varios individuos hayan mezclado sus acciones y que esta combinación haya producido algo nuevo”, Durkheim (1982: 28). Al haberse buscado un lugar y haberse constituido como parte fundamental de la estructura social se vuelve responsabilidad de los museos el hacer algo por la formación no solamente académica o intelectual sino también social de los individuos, mediando en los procesos de identificación, responsabilidad, apropiación, respeto, y reconocimiento del patrimonio material e inmaterial, tanto próximo o cercano (ciudad, barrio, casa, familia) como el que *adquiere, conserva, estudia, expone y difunde* el museo. Se trata entonces de ver este espacio como una incubadora de fenómenos sociales vinculantes, diferentes a los que pueden darse en otros lugares a nivel ritual, educativo y lúdico; De Souza

(2009) lo describiría como un espacio construido / inventado / practicado / usado como espacio de construcción del proceso civilizador.

5.3 Comunicación y Mediación

Al hablar de mediación humana hay que referirse indiscutiblemente al ejercicio comunicativo y a las dinámicas propias del uso del lenguaje a través o gracias a las cuales se establecen estos puntos de contacto e interacción con el otro en un espacio común, que en este caso es el museo. “El elemento importante en la comunicación es la circunstancia común que reúne a ambos interlocutores [...] ese espacio compartido, aunque tenga que estar referido a un lugar común, sucede a otros niveles que se mueven en el terreno de lo simbólico, de las ideas, de las sensaciones” Calaf (2003: 57). Se trata de un entorno social pautado pero no controlado: cada personaje es un mundo, y el mediador debe ser capaz, por lo menos en un nivel básico, de ser un embajador del museo en cada mundo.

En cada exposición se espera poder traducir a un lenguaje común el saber y las historias que poseen los objetos, valerse de una narrativa sencilla para involucrar al público a que se interese en lo que el museo le está mostrando. Muchas veces, se puede lograr si no hay entre el objeto y el público un agente traductor de sentido que funciona a modo de intérprete para que el visitante no se vaya con una imagen incompleta de la exposición o que al final decida no regresar porque no logró entender lo que veía. En esta medida, la figura del mediador facilita el diálogo entre la exposición y el visitante y le ayuda en el ejercicio de entender los sistemas simbólicos culturales externos que no le son familiares o cotidianos. “Las actividades de mediación humana deberían provocar experiencias, emociones y reflexiones en el público, ya que gracias a la relación que se establece entre el mediador y el visitante la acción es directa, fresca, instantánea, y es aquí donde reside su alto potencial comunicador” Santacana y Martín (2010: 392).

Puede considerarse a la exposición museal como el medio dentro de un sistema de comunicación. A partir de esa premisa y haciendo apropiación y uso de su lenguaje, el museo se puede constituir en un poderoso medio de comunicación.

Lo primero que se debe hacer es desechar el discurso unilateral, lineal, expositivo, que va del objeto vivo al visitante pasivo; y transformar ese monólogo en un diálogo constructivo. Se debe identificar un mensaje a enviar a partir de ese objeto; tener en cuenta sus receptores, y dar cuenta de los múltiples medios que se podrían aplicar para posibilitar una efectiva y clara transmisión de herramientas que son las que van a facilitar la interpretación y asimilación de contenidos. Finalmente, lo que es aún más importante, se debe recordar la necesidad de una respuesta, y facilitar los medios hacerla posible: “implicar al museo en el mundo simbólico de quienes establecen la comunicación” Calaf (2013: 57)

Cabe también considerar a la exposición museal como un sistema lingüístico. La Lengua, entre cuyos componentes se encuentran la Sintaxis (asociación lineal de signos), la Semántica (asociaciones entre signo y contenido) y la Pragmática (asociaciones entre signos e intérpretes), es un proceso de creación de sentido entre los miembros de un grupo social a través de ciertas reglas, *cf.* Morris (como se citó en Hernández, 2011).

La exposición en el museo consta de diferentes signos (que pueden ser objetos u otras cosas) ordenados de maneras que obedecen a un discurso, a una intención comunicativa, estructurada con objetivos específicos; el visitante la recorre e interpreta individualmente; podemos decir que hay una experiencia significativa si el visitante se ve en capacidad de aplicar o de interiorizar lo recibido al encontrarle un punto de fusión con su propia realidad interpretativa. El nivel de competencia o relevancia en la aplicación del contenido del mensaje por parte del visitante determina la efectividad de la comunicación.

Se trata en este sentido de ver la mediación y principalmente la mediación humana como parte inherente en la construcción de procesos cognitivos que se dan

permanentemente en todas las facetas del desarrollo social, si trasladamos esos procesos de desarrollo (no sólo intelectual sino social) al interior de las dinámicas museales y fortalecemos la importancia de la mediación humana en estos espacios. Podemos lograr un ejercicio transversal de transformación y retroalimentación a partir del diálogo constante entre el museo y sus públicos y mantenerlos a ambos en un proceso dinámico de construcción permanente. Frente al objeto, y dependiendo de los apoyos museográficos, un visitante sin instrucción previa puede sentirse perdido o abrumado; es posible que jamás se forme una relación entre los dos. La mediación tiende el puente, el lazo comunicativo y determina las formas que tiene el visitante del museo de relacionarse con los objetos, con los contenidos, con los públicos y con otros mediadores.

Como se ha dicho antes, dentro del marco de la comunicación la relación visitante-objeto, para ser verdaderamente útil, debería ser bidireccional. “Todo visitante personaliza el mensaje del museo para conformar su propia comprensión y experiencia. Por ello, si el museo parte en su discurso de lo familiar hasta llegar a lo no familiar, si plantea lo concreto como punto de partida hacia lo abstracto, permitirá convertir al novicio en experto [...] si tenemos en cuenta que la mayoría de visitantes vienen al museo formando parte de un grupo social. [...] Potenciando la interacción, la conversación, el museo puede facilitar el aprendizaje significativo, fomentando la mediación social de su mensaje” Santacana y Martín (2010: 626). El mensaje trasciende en cada uno según el hábitus; entendido como el conjunto de experiencias y la relación con diferentes capitales (culturales, sociales y económicos) que articulan y estructuran los procesos de socialización y aprendizaje del sujeto, es el contexto sociocultural que hace que cada individuo sea quien es, “sea parte de la importancia inequívoca del contexto personal del visitante, la reserva de experiencia y conocimiento derivada de sus características genéticas y de su entorno particular” la verdadera intención de la mediación humana al interior del museo, es convertirlo en un entorno social común que haga parte de los procesos de desarrollo personal y de formación del individuo; convertir

al museo en parte de su hábitus, la necesidad de mediación no es establecida por el objeto, sino por las facultades interpretativas del sujeto que lo contempla.

La razón de ser del museo incluye también la creación de nuevas capacidades en el visitante, una visita al museo, idealmente, debe dar al visitante la capacidad de aplicar lo que aprendió de manera relevante en algún momento de su vida; Se puede hablar de efectividad en la comunicación en la medida en que un mensaje deja ese tipo de capacidades en la memoria del visitante, así como también logra dejar en él más preguntas que respuestas.⁷

5.4 Identificación y reconocimiento

La visita al museo es una experiencia de los sentidos. Idealmente esos sentidos serían el vehículo que usará el museo para dar pie a aprendizajes. Aprender en el museo debe ser un ejercicio permanente y activo de interpretación, asimilación y estructuración de contenidos en un contexto social, físico y psicológico; No puede hablarse aquí de impartir enseñanzas, pues cada persona percibirá los contenidos y hará su propio proceso de apropiación, no se trata entonces de enseñar, sino de hacer ver al otro las posibilidades de interpretación existentes en un museo, donde se le brindarán herramientas que le permitirán más adelante, ver las posibilidades de interpretación en diferentes contextos y momentos de la vida misma. No hay conceptos errados: cada quien ve lo que ve, y es completamente libre de hacerlo, en la medida que sienta o crea que se trata de una interpretación sólida justamente porque es construida en cuanto no se ha limitado a *tragar entero*.

Al tratar con diferentes públicos, identidades, contextos y realidades, la mediación no puede ser idéntica en todos los casos; de ser así tarde o temprano se agotarían

⁷ Reflexión en torno al texto del Profesor Toledo Bezerra de Meneses Ulpiano, "Identidade cultural e museus: uma relação problemática" discutido en clase con el profesor Camilo de Mello.

sus posibilidades comunicativas y se convertiría en una pieza más de la exposición, alejada del visitante de la que hasta el mismo mediador se aburriría. Así pues, la mediación ideal es mutable, activa, dinámica, transformadora y va adaptándose a su tiempo y a su audiencia.

La interacción museal, así como la misma realidad social, es muchas veces impredecible, y es en este rango de vivencias donde se crean y se transforman seres sociales y culturales atentos a responder a las diferentes dinámicas a las que se enfrenten, “utilizando los recursos de la interactividad humana, (diálogo, construcción, respuesta activa) se pretende que el visitante construya su propio conocimiento otorgándole las herramientas necesarias para que lo haga” Santacana y Martín (2010: 396).

El significado de las palabras y la forma como las decimos son apenas dos de los componentes de la comunicación del mediador humano. Los niveles kinésico y proxémico, relacionados con el lenguaje corporal y el manejo del espacio en la comunicación humana, afectan también la forma e inmediatez de los mensajes que se reciben. Cada vez que emitimos un mensaje y, por tanto iniciamos un ejercicio interactivo con un otro, nuestras palabras implican una parte muy pequeña del conjunto dentro de todo el proceso comunicativo mientras que la voz, los gestos y las demás expresiones corporales son los principales protagonistas de nuestros actos comunicativos. Por esta razón también es importante que dentro de este diálogo concuerden y estén alineados el discurso verbal y el performance corporal.

La mediación en el museo así como es importante es compleja y presenta en cada momento diferentes retos. No hay posibilidad de predicción. No hay grupos exactamente iguales; mediar no es ofrecer contenidos sino actitudes que faciliten el acercamiento y la interpretación de esos contenidos.

No todo el que sabe puede hacer una buena mediación, pero todo el que siente sí puede lograrlo. Por eso otro aspecto importante es la organización de la historia o del relato con el cual se pretende llegar al público, se trata de una herramienta trascendental en el proceso de acercamiento con el visitante ya que el objetivo es

compartir experiencias, emociones, opiniones y valores en torno a un eje central que no necesariamente será siempre el elemento museal a descubrir. No se persigue la adquisición de conocimiento por parte de los visitantes como la creación de espacios conjuntos de comunicación. No importa si lo que se ve en el museo no provoca agrado o aceptación; si se está generando una sensación, ya sea buena o mala, en ese punto el museo está alcanzando una de sus metas, tocar la *fibra sensible* del visitante

Si lo que queremos es generar experiencias significativas y emociones, ¿cómo podemos medir esas emociones? O mejor aún ¿Cómo podemos saber que en realidad se generan? Esto puede prestarse para polémicas. Pero el éxito en la generación de emociones por parte del museo se mide en la medida en que el visitante regresa al museo, cuando se hace “cliente”, cuando deja de ser *no público*, y vuelve motivado a mostrarle a alguien más lo que ha encontrado en el museo. No importa si le molestó o le gustó, en el primer caso volverá al museo a ver si han quitado ese “algo”, en el segundo caso volverá a verlo y a emocionarse de nuevo, o a mostrarle a alguien más eso que tanto le ha gustado, en todo caso volverá. Si a esa experiencia sensible y emotiva con lo que ha visto expuesto, le sumamos que se ha llevado una buena impresión a través de la gente con la que ha tenido contacto, es justamente en esa concordancia que se puede decir que un museo *alcanza su meta*; no es solo que tanto le gusta al público lo que encuentra en el museo, sino que tantas ganas le dan de volver.

5.5 La mediación en la sala Memoria y Nación

No sólo la apertura de la sala sino todo el proyecto de renovación tuvieron varios antecedentes, entre ellos algunos eventos académicos como la cátedra Museo Memoria y Nación y la construcción del plan estratégico 2001-2010, de donde salen unas recomendaciones específicas acerca de la misión contemporánea del Museo:

-La incorporación constante de nuevos contenidos a los guiones de las salas permanentes.

-La reestructuración de las tres curadurías como grupos autónomos concertados, (Historia, antropología y artes plásticas y visuales) para construir narraciones en conjunto.

-La creación de un comité asesor para manejar los tres equipos curatoriales no sólo al nivel de ponerlos de acuerdo sino de mantenerlos en constante evaluación y asesoría.

Memoria y Nación abrió sus puertas el 11 de diciembre del 2014 alrededor de una dinámica particular en la que se vieron involucrados varios estamentos del museo. Dentro del proyecto de renovación estaba planteada una reformulación completa de los discursos que acoge el museo, y también había un orden para hacerlo. La sala que se había planeado abrir en primer lugar y como presentación al público de todo el proyecto era la de *Recursos Naturales*, también ubicada en el segundo piso; este cambio de último momento que va a apresurar la apertura de Memoria y Nación va a ser trascendental en la dinámica misma de la sala ya que va a alterar los procesos de organización, investigación, curaduría y montaje de la misma.

Generalmente durante los procesos curatoriales y de montaje del museo nacional se escogen unos ejes temáticos que durante una cuidadosa revisión bibliográfica y un dedicado proceso de investigación se van llenando de contenido. Después de esto se plantean los guiones a partir de los cuales se seleccionan las piezas más acordes para ser vinculadas con los contenidos expositivos; al forzar una dinámica distinta, todo esto se ve modificado; y es por eso que para Memoria y Nación este proceso empieza en un sentido inverso. Primero se le pidió a cada una de las curadurías que hiciera una selección directa de piezas según los conceptos de *Igualdad, Diversidad y Participación*, lo que hace que la sala tenga una concepción discontinua desde el inicio. Posteriormente, a partir de la selección de las piezas se procedió a estudiar los contenidos, plantear los ejes temáticos y establecer lo guiones. Este proceso de producción, investigación y montaje termina haciéndose

a lo largo de un año y es calificado por el mismo museo como una *Curaduría Express*.

El guion se empieza a trabajar sobre el nombre y sobre dos categorías, Memoria y Nación; Nación desde el discurso institucional y Memoria desde la revisión de la historia con todas sus aristas utilizando como hito la constitución del 91. En ese sentido Memoria y Nación pasa a convertirse en una síntesis del proyecto de renovación, con el planteamiento de repensar la historia; empezar a considerar nuevos conceptos de ciudadanía y Estado, repensando el pasado a un nivel teórico y práctico, también con el objetivo de poner estas piezas en diálogo para poder valorar mejor las colecciones dentro de un conjunto. Se trata además del primer intento de una sala colegiada que representa una responsabilidad conjunta, un cambio organizacional, y un cambio en las prácticas del trabajo colectivo en el museo; como el mismo museógrafo Carlos Betancourt lo afirma, Este tipo de sala implica retos de muchos tipos. Por un lado, es necesaria la revisión de la manera como los departamentos de educación se relacionan con el público a través de visitas guiadas para niños, adolescentes y segmentos especializados. De igual manera, el uso de herramientas tecnológicas en video o multimedia requieren no solo de la integración de personal técnico especializado en el mantenimiento y soporte, sino que proyecta la necesidad de tener grupos dedicados a generar contenidos digitales en los que se experimenten las nuevas formas de comunicación digital y audiovisual con el público dentro y fuera del Museo. Pero sin duda, el mayor reto de un proceso de renovación es el tiempo, tanto en lo que toma para su desarrollo como en la vigencia hacia el futuro.

En ese orden de ideas, Memoria y Nación es una sala que se considera compleja y distinta desde su mismo planteamiento.

Consideremos la sala desde este punto de vista: hay en ella más de 50 objetos y aproximadamente 800 fotografías. Dentro del grupo de objetos, hay varios elementos que no tienen referencia o ficha técnica, y si la tienen no se especifica a qué objeto pertenece cada una de las referencias. Es el caso de la vitrina de objetos

arqueológicos, que lleva por nombre “Pensar y Nombrar con la voz del otro”; y el del nicho “Gráfica Política” que exhibe la obra de importantes grabadistas como Humberto Giangrandi y otros varios representativos colombianos, caracterizados por el contenido político de muchas de sus obras. En esta área aunque hay varios objetos organizados con una lista de nombres cerca, muchos de los visitantes no logran hacer la asociación entre objeto y título; tampoco hay una numeración o señalización que facilite ese proceso.

Con relación a los dispositivos interactivos y tecnológicos, en el caso del Muro de la Diversidad, que cuenta con 28 cuadros y 10 espacios para proyección de fotografías, se decidió curatorialmente prescindir de las fichas técnicas y almacenar toda la información en una tablet que funciona a modo de panel digital de información para aquellos que estén interesados de saber un poco más acerca de las obras o de las fotos. Empero, no hay ninguna indicación que le diga al público que se puede tocar el panel y que allí va a encontrar la información sobre las obras. *“No se sabe si acercarse o no a lo interactivo; uno piensa, ¿será que se puede? Porque éste no es ese tipo de museo”* (refiriéndose a la tradición clásica de exhibición en el museo donde el público no participa con nada; comentario de uno de los encuestados. Ver anexo 2, Análisis de las preguntas abiertas de la encuesta).

Pantallas para la proyección de fotografías



Ilustración 10: Recursos electrónicos de la sala

Tablet con la información de las obras del muro de la diversidad (cuadros y fotos)



Ilustración 11: Detalles de la pantalla (Tablet)

Este es un caso que merece especial atención, ya que se espera que los medios y adelantos tecnológicos trasciendan límites e inviten al público a interactuar de modos diferentes con la exposición, pero muchos de estos dispositivos no cuentan con las indicaciones que inviten al acercamiento de público.

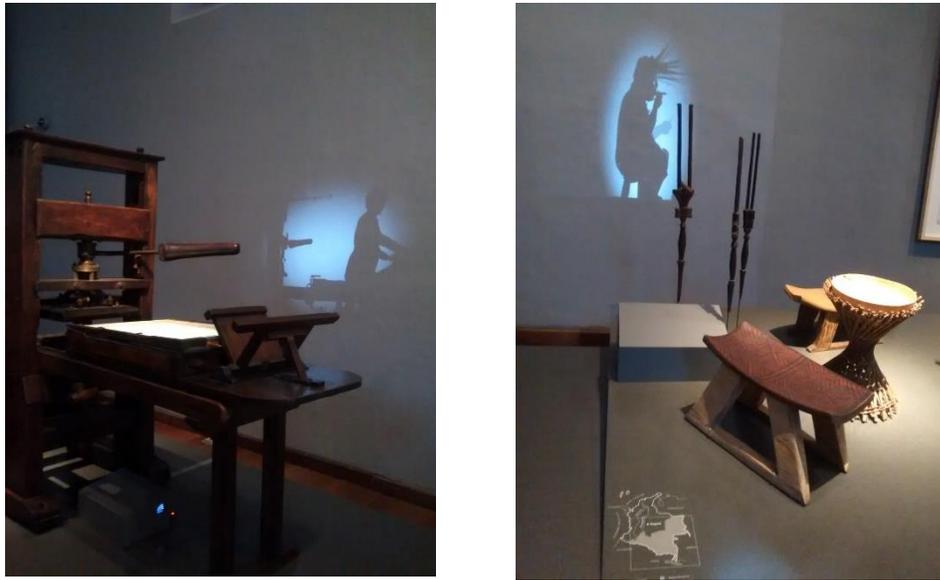


Ilustración 12: Detalles de la temática *Oralidad y Escritura, Construcción y transmisión de conocimiento*.

Imprenta que según la tradición perteneció a Antonio Nariño, y grupo de elementos tradicionales indígenas, relacionados con la transmisión de conocimiento a partir de la oralidad.

Este nicho en particular presenta variadas interpretaciones y acercamientos según las visiones de cada uno de los contextos. Por un lado hay una identificación marcada con la imprenta y los procesos de divulgación de contenidos y de conocimiento, pero presenta problemas de montaje y de coherencia museográfica. Primero, la imprenta se encuentra apoyada sobre una base bastante alta (20-25 cm) que impide que se vea el proceso de impresión en el objeto, tan atractivo para el visitante y con una luz que se proyecta en la bandeja. Esto se complementa con un apoyo impreso que se sitúa en la base misma de la imprenta. Sucede que no hay nada que indique que la memoria impresa se puede tomar como recuerdo, y aquellos visitantes que se animan a hacerlo se alcanzan a desilusionar al darse cuenta que el papel que se llevan no “salió de la imprenta”. En relación con la comparación directa con los elementos indígenas, algunos de los visitantes más jóvenes tendieron a comparar el hecho de que uno de los personajes *sí* estuviera trabajando (imprenta) y el otro estuviera entregado al *ocio* (chamán).



Uno de los visitantes se apoya en la imprenta para tratar de ver el área de impresión, que invita a ser contemplado gracias al uso de una pantalla iluminada

Ilustración 13: Comportamientos de los visitantes

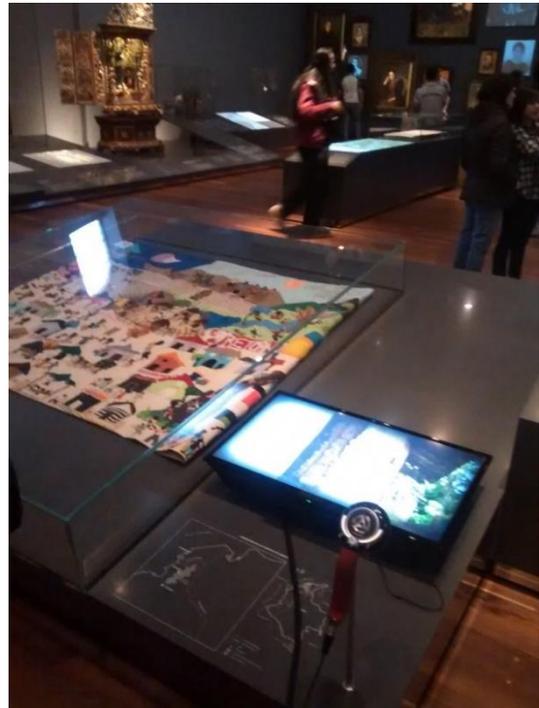
Uno de los aspectos más llamativos de este nicho es la forma como se logró fortalecer el discurso del objeto gracias a la proyección del video, que logra contextualizar la relación de los usos de estos mismos objetos dentro de diferentes tradiciones.

En general este tipo de apoyos según el público *“Muestran la historia de una manera entretenida”, “son elementos sencillos que transportan al espectador y ayudan a entender los usos de los elementos y las costumbres”* y *“Amplían la información y dan vida a la historia”*. (Ver anexo 2, Análisis de las preguntas abiertas de la encuesta).



Ilustración 14: Pantallas que apoyan la temática *Tensiones y fusiones en el mundo sagrado*;

Ilustración 15: Pantalla y dispositivo de audio que acompañan la temática Guerra y Memoria.



Para esta fecha se encontraba en exhibición la obra Manto de Mampuján *11 de marzo de 200 día de llanto* que alterno con otro llamado *Travesía*, ambos elaborados por la Asociación Mujeres Tejiendo Sueños y Saberes de Paz, en Mampuján Bolívar



Ilustración 16: Rostros Fragmentos e Imágenes (*50 años de país*)

Las fotografías intentan dar cuenta de las dinámicas de desarrollo de algunas ciudades al tiempo que se contrasta con los procesos de transformación del territorio campesino

Rostros Fragmentos e imágenes (*50 años de país*) y el Muro de la Diversidad, son tal vez las piezas más complejas dentro del montaje expositivo de Memoria y Nación. Su complejidad radica, por un lado, en la cantidad de contenidos que intentaron abordar (aunque desde las curadurías hay una línea discursiva clara, no está siendo percibida por los públicos). Por otro lado, hay una brecha tecnológica dada por la selección de equipos, que aunque desde museografía se sugirieron con unas especificaciones particulares, por diferentes condiciones económicas y/o contractuales (o incluso debidas a la misma premura del montaje) no han logrado coincidir con las sugeridas inicialmente por la museografía.

Esta condición hace que la resolución (no solamente de las fotos sino de los demás apoyos de video) sea de baja calidad y agote de una manera apresurada la resistencia visual del visitante. De esta manera, aunque se plantea y se percibe por parte del público como una experiencia innovadora y llamativa, es al mismo tiempo agotadora.

En particular, las nuevas generaciones están en contacto con los avances de la informática y se apoyan naturalmente en estas herramientas. Sin embargo, hay públicos que no están familiarizados con estas tecnologías y se enfrentan a una doble barrera en la comprensión: de los contenidos comunicativos del objeto, y en

las dinámicas para interactuar con estos nuevos dispositivos que se supone deben ayudar en el proceso de interpretación. El uso de estos dispositivos no es tan sencillo para muchos de los públicos del museo, y más aún si no hay nadie que les diga para qué y cómo pueden usarlos. En este punto una herramienta de ayuda está imponiendo un límite de acceso, con respecto al tema, Silvana Cabrera en su artículo *¿De qué hablamos cuando hablamos de mediación tecnológica?* afirma que Los dispositivos tecnológicos no son neutros en la composición del sujeto como ser pensante, y dice que estos se sitúan como mediadores simbólicos en la acción humana, pues se constituyen en formas de representación, y los modos de uso que el individuo haga de ellos lo modifican psicológica y culturalmente.

Es importante identificar la diferencia entre el apoyo mediado y las visitas guiadas; lo primero no implica necesariamente lo segundo. Mediar como se planteaba anteriormente, establecer un discurso que facilite el acercamiento a los objetos, no significa llevar a un grupo por el museo para que sigan juiciosamente a alguien que en muchos casos tampoco fomenta la participación. Por el contrario, es ofrecerle al visitante la posibilidad de dialogar e interpretar cualquiera de las piezas que le llamen la atención, a través de una acción mediada por un individuo presto al diálogo y con los conocimientos suficientes para contestar las preguntas que el objeto o el contenido puedan generarle al visitante.

Conviene volver a la idea -en la que ya hace algún tiempo haría énfasis Paulo Freire- de que el visitante no es un recipiente vacío al que hay que llenar de conocimiento vertiendo en él los contenidos que ha preparado previamente el museo y “padeciendo” pasivamente la forma como el museo deposita en él estos contenidos, que finalmente terminan convirtiéndose en palabras huecas; junto a esto además vale la pena tener en cuenta que: primero, la mayoría de asistentes al museo (o en este caso particular a la sala Memoria y Nación) oscilan entre los dieciséis y los treinta años (ver la tabla de edades del Estudio de Públicos) y segundo, que la etapa de desarrollo eficiente de la concentración del individuo finaliza a mediados de los veinte y en algunos casos entrados los treinta; Esto

significa que la mayoría de los públicos de la sala tienen un tiempo de atención voluntaria de alrededor de veinte o treinta minutos: a partir de entonces el cerebro empezará a encontrar distractores que lo alejen de la concentración voluntaria inicial. Retomando el punto anterior, una visita guiada tradicional dura entre cuarenta y cinco y setenta y cinco minutos. ¿Con cuánto de lo que dice el guía se queda verdaderamente el visitante? O mejor aún, ¿qué de todo lo que pueda decir el guía considera el visitante que es importante, y en esa medida desarrollar un verdadero interés? Todo parece indicar que la visita guiada *tradicional* ya no es más una estrategia educativa válida para los museos, ya que la misma condición evolutiva del cerebro y las dinámicas actuales de aproximación a los contenidos cotidianos la hacen obsoleta. (“Las explicaciones fueron muy extensas y poco dinámicas, después de un rato uno se aburre”, “Los guías hablan mucho”. Ver anexo 2, Datos de las encuestas) En este caso particular se trata de una problemática o de una especie de “bloqueo comunicativo” generado por el mediador, y no de la visita guiada en sí como estrategia de interacción; de todas maneras, éstos son apuntes fundamentales ya que dan cuenta de la necesidad de renovar los dispositivos tecnológicos además de los discursos en los cuales se están basando los guías para propiciar sus acercamientos en relación con los diferentes públicos, así como la dinámica misma del acercamiento para evitar perder la atención del público.

No por esto se debe prescindir de la mediación humana; se trata más bien de entender que es necesario un cambio de paradigma tanto en los modos de formación de los mediadores como en las formas de hacer curaduría y museografía; Como defendería Rubiales en su documento del Museo Contemporáneo como Catalizador de Futuro, al considerar al museo como un ente primeramente social; un espacio construido y deconstruido por los públicos nos permite explorar la riqueza de eso que llamamos la experiencia del museo. Nuestros enfoques en comunicación no sólo consisten en mostrar, exhibir o transmitir información sino en facilitar encuentros, diálogos: el intercambio, el

compartir; esta mirada, permite apreciar al mediador como un instrumento realmente importante para la transmisión del mensaje expositivo y museográfico, gracias a su posibilidad de adaptación a diferentes lenguajes y la posibilidad de atención inmediata a las necesidades del visitante, así como también se enfoca en la generación de herramientas que permitan dilucidar y analizar la relación del hombre con su entorno a partir de la relación del visitante con la exposición; esto al mismo tiempo que se pretende una construcción continua de la identidad a través de la deconstrucción crítica de contenidos que permiten que el *ser* -en este caso el visitante- sea un individuo en constante evolución y transformación.

En las conclusiones del estudio de públicos se plantea una sugerencia en cuanto a los mediadores, dada la forma como se hace evidente la necesidad de un monitor permanentemente en la sala, no para hacer continuamente las tradicionales “visitas guiadas” sino para estar prestos a para resolver las dudas o inquietudes de los visitantes. El recurso de las visitas se agota rápidamente y tiene a convertirse en un evento monótono tanto para el guía como para el visitante, quien ve limitada su exploración a un discurso planteado a partir de los gustos o afinidades de otro. Cada guía, monitor, dinamizador, tiene sus propias preferencias que están marcadas por su desarrollo personal y /o formación académica, y esto es completamente normal y hace parte del desarrollo libre de la personalidad. Pero no se trata de agotar eso que sólo le gusta al guía y negar la posibilidad de explorar otros contenidos que puedan ser más cercanos a los diferentes públicos. En ese sentido la visita guiada tradicional limita la experiencia del visitante; la propuesta está más centrada alrededor de la posibilidad de un mediador permanente en cada sala, dispuesto a ofrecer explicaciones cortas y dinámicas relacionadas con los temas escogidos libremente por el visitante. De esta manera su experiencia no es la de seguir a alguien dentro del museo sino más bien la de encontrar apoyo en la exploración de contenidos sobre los que desea y ha escogido libremente ampliar algún conocimiento.

Más allá del uso de la tecnología y de los dispositivos multimediales como agentes de mediación tecnológica, la figura del mediador, la mediación humana cómo se ha venido diciendo a lo largo del texto, tiene una importancia particular en el proceso de comprensión y diálogo con los objetos del museo. Cada objeto es un desafío no solo para el espectador, sino también para el sujeto mismo que se encarga de llevar a cabo los procesos de mediación, ya que en sí mismo el objeto tiene una carga de significado y una historia particular que muchas veces no se conoce; y el mediador a través de su discurso propicia la generación de esos espacios de sentido entre visitante y objeto. El discurso y el objeto se complementan mutuamente, pues aunque cada uno puede existir sin el otro, su fuerza comunicativa y valor pedagógico están en la combinación de ambos.

Aunque es trascendental mantenerse a la vanguardia y utilizar las herramientas tecnológicas ofertadas en la actualidad, es necesario que antes de iniciar una empresa que se plantee el uso de estas tecnologías se realicen estudios claros sobre las necesidades, expectativas y formas de acercamiento a los públicos. De no hacerlo, estas tecnologías, aunque siendo excepcionales, tenderán a quedarse cortas ante las necesidades de los visitantes, y muchas veces en lugar de franquear las brechas comunicativas pueden convertirlas en abismos más grandes. En esa medida es importante establecer un equilibrio que permita la inclusión de lo tecnológico sin que se pierda la vigencia de lo humano en el planteamiento de las dinámicas comunicativas como productoras de sentido dentro del museo y por consiguiente en el terreno de lo social.

6. CONSIDERACIONES FINALES

Memoria y Nación es una sala que le abre la puerta al proceso de renovación del museo y se presenta como el nodo introductorio de todo lo que podrá verse y contarse en el resto de las salas. Aunque evidentemente la exposición (como la gran mayoría de montajes) se mueve por una premisa estética, es importante que no se deje de lado lo educativo-experiencial; más aún cuando se trata de la historia de Colombia.

La sala se presenta como un espacio rico no sólo en objetos sino también en contenidos y es justamente eso lo que hace importante la existencia de un mediador que los haga legibles. Si el museo se presenta como un espacio que refuerza y complementa los discursos académicos que muchas veces se hacen incomprensibles en las escuelas, ¿qué pasa si tampoco se entienden en el museo? Es necesario volver al momento en el que empezamos a interesarnos por los públicos y escuchar atentamente qué es lo que quieren ver en un museo; porque al fin de cuentas son los públicos los que hacen que tengan sentido nuestras instituciones. Sin ellos, regresa la época de las colecciones privadas, se invalida toda intención de inclusión y ya no es posible hablar de museos vivos.

Colombia ha tenido un desarrollo complejo en sentidos económico, político, social y cultural; y todo esto ha trascendido en las dinámicas educativas e incluso en los procesos de pensamiento de nosotros los colombianos. En el colegio se enseña que hay una historia política, un desarrollo cultural, una evolución artística, una distribución geográfica; pero no se enseña a pensar críticamente en cómo todos estos eventos se entrelazan e influyen unos en otros. Los que continúan con un proceso de formación académica alimentan esta inquietudes en durante el

desarrollo académico y la profesionalización. En esa medida se adquieren con las herramientas suficientes para entender por qué hay una relación entre objetos como el manto de Mampuján o el Bastón de San Pacho y por qué es importante que estén en un museo siendo parte de un discurso. Pero ha sido necesario pasar por un proceso de formación para llegar a ese grado de interpretación, vinculación o simplemente interés en los contenidos de la sala.

Puede que no para todos los visitantes sea indispensable la existencia de un mediador o facilitador en el proceso de interpretación y disfrute de esta nueva sala del museo. En la medida que el acervo intelectual y tanto la formación como la curiosidad académica y cultural aumentan, crece también la posibilidad de comprensión de los contenidos, ya que se cuenta con más herramientas para tejer las conexiones existentes entre las piezas. Pero ya que le apuntamos a un grueso de la población que se encuentra o en proceso de formación académica, o con un nivel de escolaridad bajo (y está también catalogada dentro de los públicos que no son frecuentes o incluso los no públicos) no podemos pretender que el uso de dispositivos tecnológicos sea suficiente para que estos visitantes se sientan incluidos dentro de un discurso de multiculturalidad o puedan aprovechar los contenidos discursivos.

En una exposición como esta es importante acudir a la opinión de los públicos y hacer que se sientan verdaderamente como agentes activos en los procesos de interpretación de la memoria a través de la cual se tejen los discursos de ciudadanía, sociedad, y se fortalece el concepto de individuo. De este modo se lograría utilizar la sala como una herramienta de formación para ejercer una ciudadanía activa y crítica que permita formar públicos en continua construcción de identidad. *“La construcción de la propia identidad y la adquisición deleitosa de conocimiento puede ser efectuada por un equipo de mediación y acción educativa comprometida y creativa en su trabajo cotidiano”* de Paula y Jarjour (s.f.) y esto gracias a que en el diálogo con los objetos no solo se encontraron respuestas sino que también se tejieron preguntas que van a incentivar la curiosidad en los

procesos de formación de los visitantes como individuos identificados verdaderamente con lo que son, lo que viven, y cómo contribuyen de manera crítica al desarrollo de la sociedad.

El Museo Nacional, con su nueva sala Memoria y Nación, hizo una apuesta por la tecnología; pero es importante tener en cuenta que los dispositivos audiovisuales deben ser un apoyo en el montaje museográfico en aras de lograr que la comunicación sea más clara y se amplíe la percepción y el conocimiento sobre el objeto, tema o contenido que se muestra. No deben presentarse como un elemento distractor sino más bien un complemento; hay que tener especial cuidado en que este tipo de ayudas audiovisuales no terminen convertidas en ruido de fondo para los visitantes. *“La solución para algunos museos será llenar las salas del museo con computadores, pantallas y teclados pero ¿seríamos conscientes de la brecha digital en un gran grupo de nuestros públicos? En lugar de eso, será necesario considerar el impacto y efecto del contexto de las nuevas tecnologías en la forma como nuestros visitantes acceden, utilizan y procesan la información teniendo en cuenta las características sociodemográficas de las generaciones que nos visitan.”* Rubiales (s.f.)

Es fundamental no perder de vista que, como lo expone Calaf (2004), una de las potencialidades que presenta la interactividad humana, es su capacidad para recibir de forma constante una respuesta por parte de los participantes. Si existe una buena estrategia de mediación humana, podremos conocer las reacciones de los visitantes y actuar en consecuencia, es decir, reorientar nuestra actividad, y en esa medida se trata de un ejercicio de mejoramiento o de desarrollo permanente en relación con las respuestas encontradas en el público, para esto es necesario que el mediador maneje una serie de contenidos y de herramientas que le permitan responder a cada uno de esos patrones de comportamiento que puedan encontrarse dentro de los públicos a lo largo de la visita.

Queda por descubrir si estos adelantos tecnológicos esperan suplir fallas del lenguaje expositivo; si su idea de inclusión y reconocimiento de la multiculturalidad se puede reducir a una pantalla táctil; si es necesaria la figura del mediador en las dinámicas de generación de sentido; o si definitivamente estas herramientas tecnológicas podrán con el paso del tiempo suplir los procesos humanos de comunicación y serán suficientes para que los museos logren su objetivo comunicativo en cuanto a construcción de diálogos y creación de conocimiento.

Es necesario que se organice una división especializada dentro del museo; que se cuente permanentemente con el personal adecuado para la realización de los estudios y de las observaciones que permitan que se lleven a cabo análisis de públicos en profundidad; de esa manera se podría comprobar la efectividad y pertinencia de la misión del museo y de sus lineamientos comunicativos para impactar audiencias y prestar servicios. Hay que anotar que un estudio de públicos no se trata únicamente de aplicar encuestas que le arrojen al museo datos sociodemográficos y de asistencia. Debe ir más allá, a la exploración de las dinámicas propias de los públicos dentro del museo dinámicas que exigen un análisis más detallado y el desarrollo de metodologías específicas para las cuales se necesita personal especializado en el área. Sin dejar de lado el ejercicio de formulación, planteamiento, diseño de herramientas, recolección de información y presentación de resultados, es fundamental que el museo tenga en cuenta las sugerencias y recomendaciones de este tipo de proyectos para fortalecerse en el ejercicio de sus funciones museales. “A través del análisis de los públicos es posible comprobar la efectividad de la adquisición de información, cognitiva, afectiva y psicomotriz como partes del proceso de aprendizaje” Santacana y Martín (2010: 624); pero para llevar a cabo un análisis objetivo es importante que desde la institución se empiece a ver a los públicos como el eje mismo de la existencia del museo, teniendo en cuenta sus sugerencias y recomendaciones, sin perder de vista que el conocimiento de los públicos permite elaborar proyectos expositivos pertinentes y condiciones de servicio óptimas para todo tipo de visitantes.

Cada museo responde a una dinámica social propia, y se inscribe dentro de unos procesos de desarrollo y de territorialidad específicos, relacionados directamente con la evolución ideológica, social, económica y política de su entorno. Estamos intentando ponernos a la par de los grandes museos del mundo, implantando modelos administrativos, museológicos y curatoriales que no responden a nuestras necesidades culturales ni a nuestros procesos identitarios. Antes que nada, es necesario formar ciudadanos bajo la idea del museo como oferta cultural y aumentar sus niveles de consumo; hay que ver los museos como agentes de cambio y transformación social en el proceso de formación de una ciudadanía crítica y activa. Un público más amplio al interior de los museos va a arrojar cifras más significativas en los estudios, logrando que se tengan verdaderamente en cuenta sus opiniones y críticas. De esta manera que se replantearán los objetivos comunicativos y se montarán exposiciones con un enfoque claro en la construcción conjunta y bidireccional de sentido, para de este modo legitimar verdaderamente al museo como uno de los agentes centrales en el proceso de formación del individuo a nivel académico y personal pero fundamentalmente como un ser social.

A. Anexo 1: resultados de la aplicación de las herramientas de recolección de información

- **ENCUESTAS**

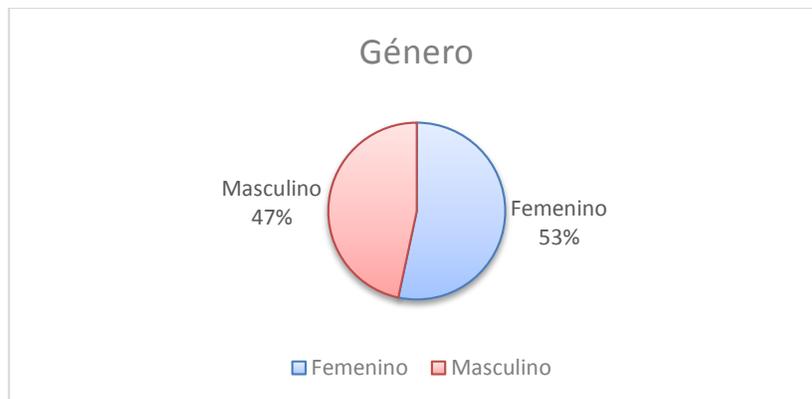
Resultados

1. Composición de los visitantes (Variables sociodemográficas)

La composición de los visitantes se identificó en cuanto a sus características de edad, género, ocupación y lugar de residencia.

Género

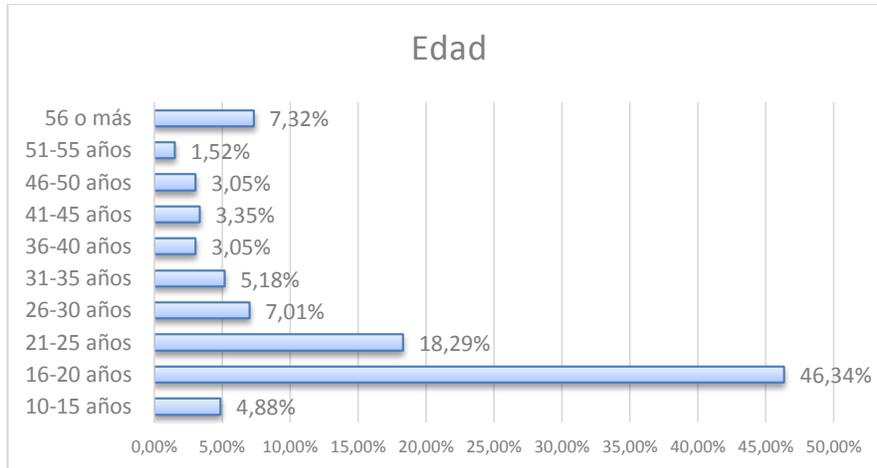
El 47% de las encuestas fueron contestadas por hombres y el 53% de las encuestas fueron contestadas por mujeres.



Edad

Las edades de los visitantes se caracterizaron por presentarse en el rango entre los 10 y los 60 años, estando la mayoría (64.63%) en el grupo entre los 16 y los 25 años de edad. Del total de la muestra el 46.34% se encuentra entre los 16 y los 20 años de edad, seguido de un 18.29% de personas entre los 21 a los 25 años de edad. Luego el grupo entre los 26 y 30 años de edad que corresponde al 7.01%.

Las personas entre los 10 y los 15 años de edad corresponden a un 4.88% de la muestra. El 5.18% corresponde a personas entre los 31 a los 35 años de edad. De igual manera con un 3.05% encontramos al grupo entre los 36 y 40 años de edad y al grupo entre los 46 y 50 años de edad. Con el 3.35% están representadas las personas entre los 41 y 45 años y tan solo el 1.52% representa a las personas en el rango de edad entre los 51 y 55 años. Los mayores de 56 años representan el 7.32%.

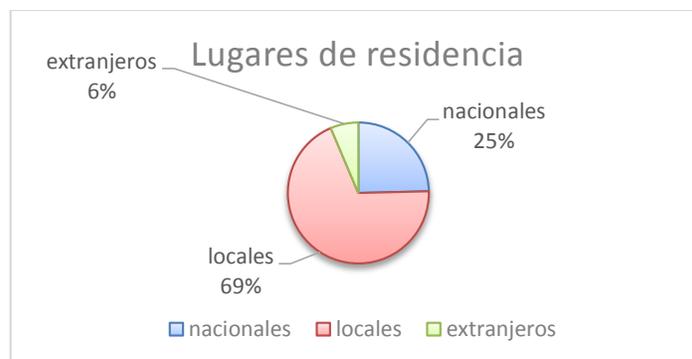


Lugar de residencia

Respecto a los lugares de residencia de los visitantes de la muestra, se encuentra una mayor afluencia por parte del segmento de visitantes residentes en el territorio nacional, representado en un 94% frente a un 6% de extranjeros.

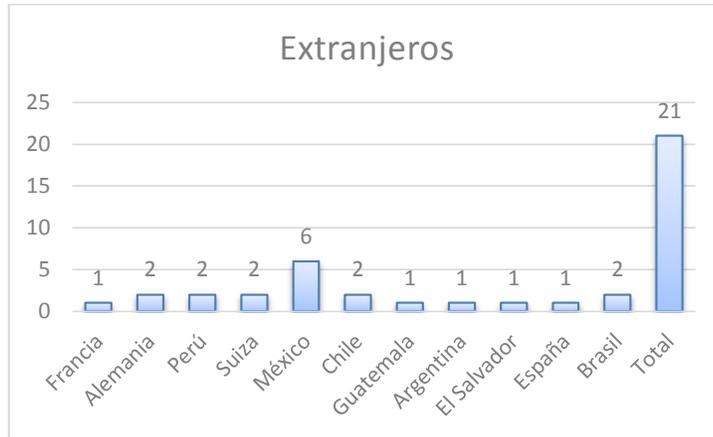
En el gráfico podemos observar la clasificación entre visitantes extranjeros (6%) (Residentes en otro país) nacionales (25%) (Que quiere decir que son residentes de otras regiones del país) y locales (69%), que son los visitantes residentes en la ciudad de Bogotá.

Visitantes locales, nacionales y extranjeros

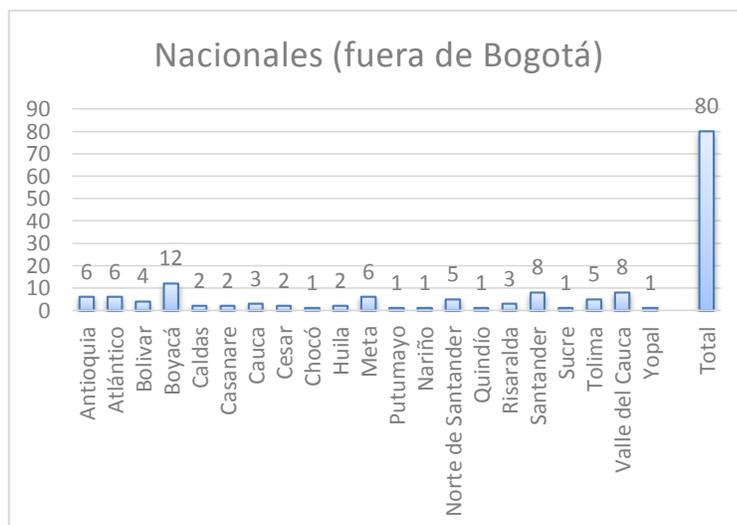


Dentro de los visitantes extranjeros que fueron el 6% del total de la muestra, los países de residencia de este grupo fueron: Francia (5%), Alemania (10%), Perú

(10%), Suiza (10%), México (29%), Chile (10%), Guatemala (5%), Argentina (5%), El Salvador (5%), España (5%), y Brasil (10%).

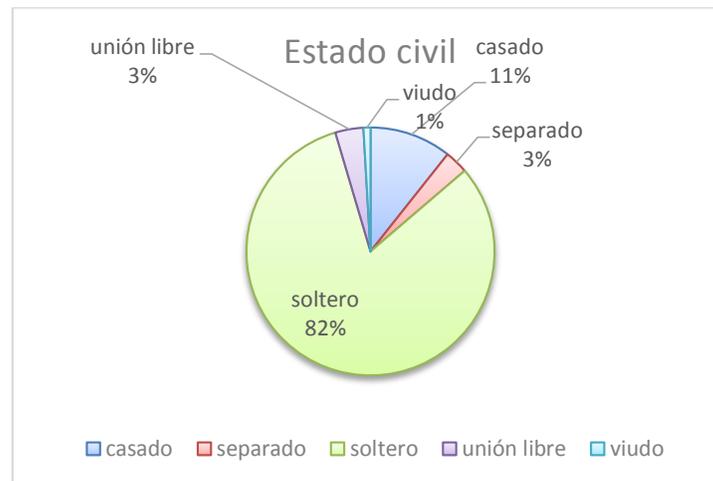


El 25% del total de la muestra son personas residentes en ciudades de Colombia diferentes a Bogotá, representados por departamento así: Boyacá (15%), Santander (10%), Valle del Cauca (10%), Antioquia (8%), Atlántico (8%), Meta (8%), Norte de Santander (6%), Tolima (6%), Bolívar (5%), Cauca (4%), Risaralda (4%), Caldas (3%), Casanare (3%), Cesar (3%), Huila (3%), Chocó (1%), Putumayo (1%), Nariño (1%), Quindío (1%), Sucre (1%) y Yopal (1%).



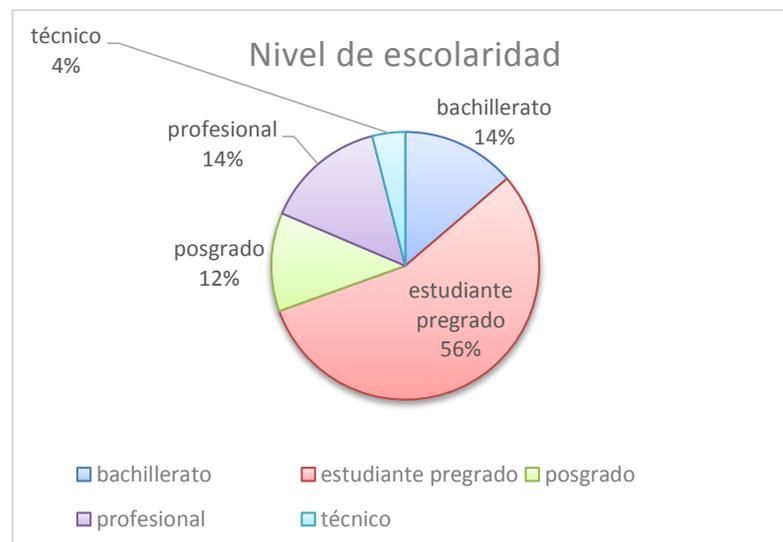
Estado civil

De la muestra un 82% de las personas son de estado civil soltero, mientras que el 11% se encuentra casado, el 3% en unión libre, separado el 3% y viudo el 1%.



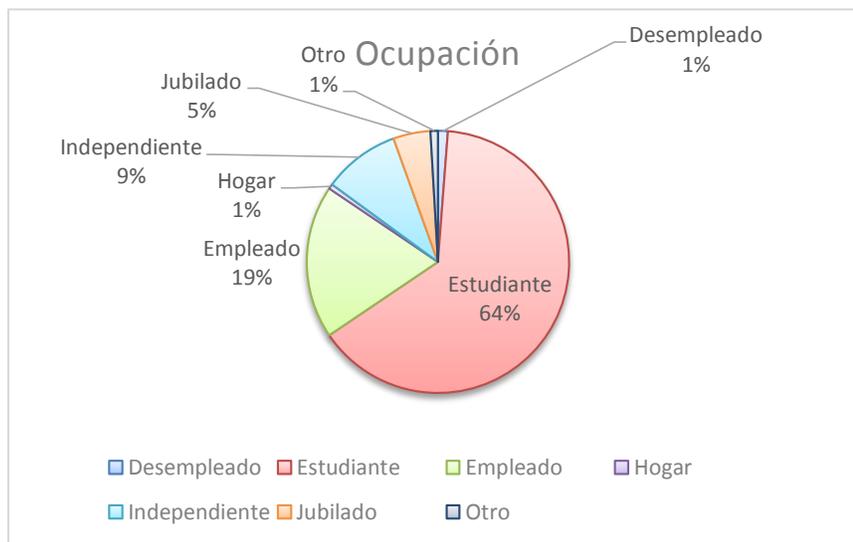
Nivel de escolaridad

Frente al nivel de escolaridad de las personas de la muestra se observa que el 56% son estudiantes de pregrado, el 12% personas con posgrado, el 14% profesionales, otro 14% son estudiantes de bachillerato, y un 4% técnicos.



Ocupación

Respecto a las ocupaciones de los visitantes, se estableció que el 64% de la muestra son estudiantes, el 19% empleados, 9% trabajadores independientes, 5% personas jubiladas, el 1% ama de casa, otro 1% desempleado y un 1% no marco su respuesta.



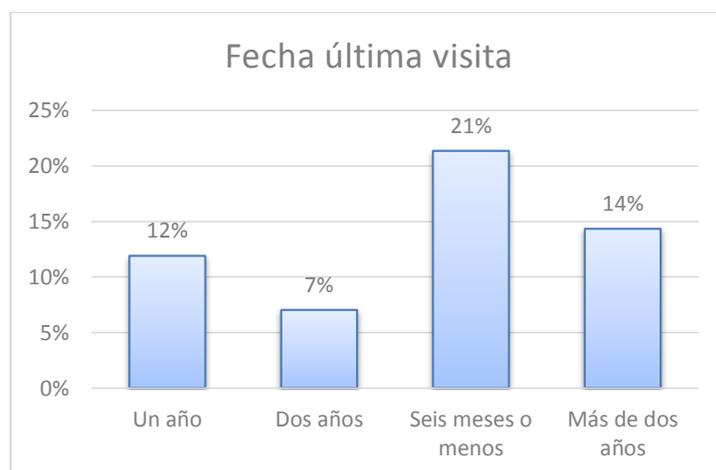
2. Motivaciones

Visitas previas

Se encuentra que el 56% de las personas de la muestra ya habían previamente visitado el Museo Nacional de Colombia, en comparación al 44% que no lo había visitado antes.



Dentro de estos visitantes que ya habían estado en el museo, el 21% lo visitaron hace seis meses o más, el 12% lo visitaron hace un año, el 7% hace dos años y el 14% hace más de dos años.

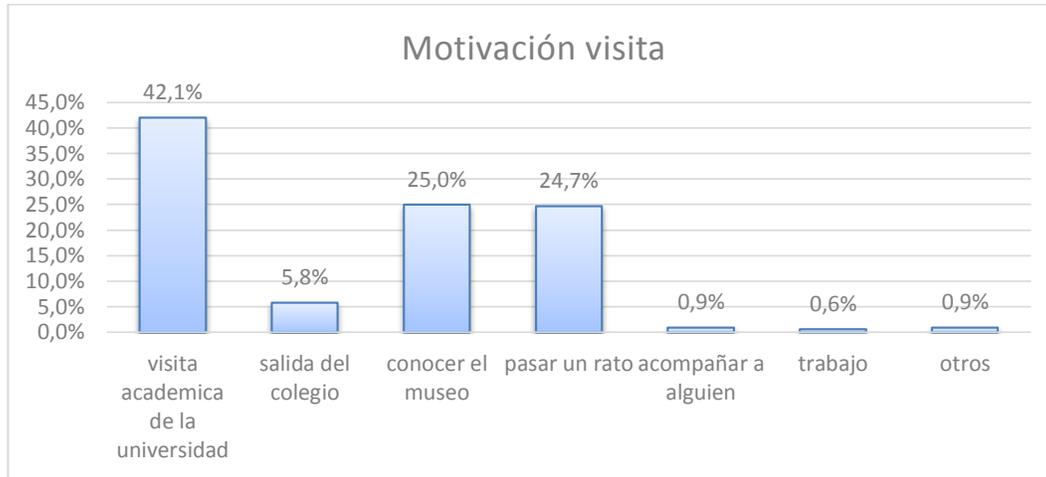


Motivo de la visita

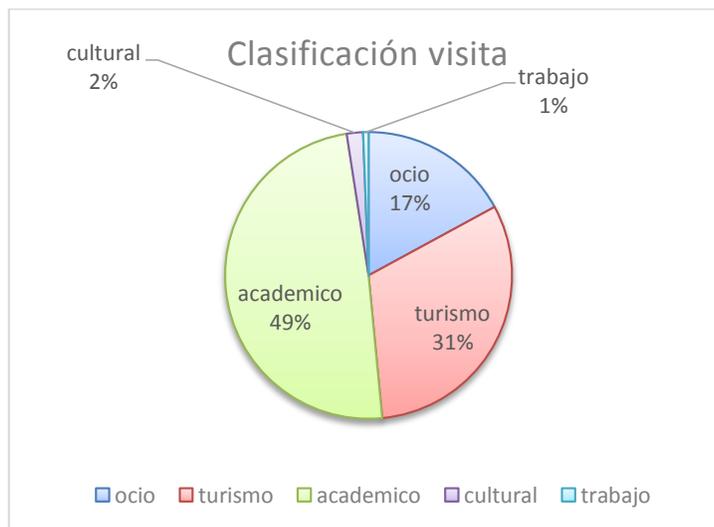
Se observa claramente una correlación entre la ocupación de los visitantes del segmento “estudiantes”, y la motivación de la visita por motivos académicos. Siendo la salida académica por parte de la universidad el 42.1% y el 5.8% la salida del colegio.

Por otro lado, otra de las motivaciones corresponde en un 25% al deseo de conocer el museo y en el 24.7% para pasar un rato, en menor grado se observan otros

motivos como el 0.9% por acompañar a alguien, 0.6% por razones del trabajo y 0.9% por otras motivaciones.



A la luz de los datos, las visitas que realizaron las personas que hacen parte de la muestra a la Sala 7, se pueden clasificar principalmente por su tipo de motivación. El 49% por razones académicas como se mencionó anteriormente, el 31% fue por motivos de turismo, el 17% por razones de ocio, el 2% por motivos culturales y el 1% por trabajo.

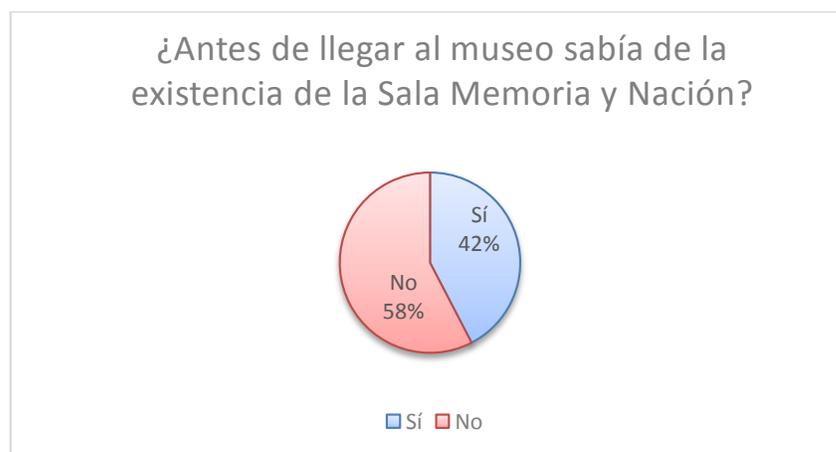


Cuando se indagó sobre la actividad principal que realizaron en el museo, el 56% respondió que visitó la exposición permanente, el 34% su actividad principal fue visitar la sala Memoria y nación, el 9% asistió a las actividades culturales y educativas que ofrece el museo y el 1% fue a visitar la exposición temporal.



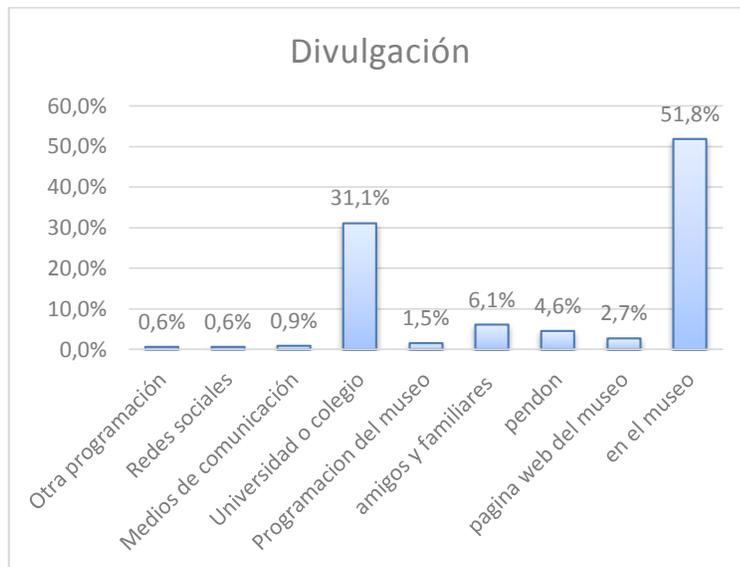
Conocimiento de la sala

El 58% de los visitantes no conocía de la existencia de la sala Memoria y Nación mientras el 42% sí.



La forma como se enteraron de la existencia de la sala memoria y nación fue en su mayoría, con el 51.8% en el museo y el 31.1% por la Universidad o Colegio. El 6.1% se enteró por amigos o familiares, el 4.6% a través del pendón, el 2.7% por la página web del museo.

El 1.5% conoció de la sala a través de la programación del museo, el 0.9% a través de medios de comunicación. El 0.6% por redes sociales y el 0.6% a través de otra programación como la de la Biblioteca Luis Ángel Arango y la página web del Ministerio de Cultura.



El 91% de las personas que se enteraron de la existencia de la sala Memoria y Nación lo hicieron en el momento que la visitaron, y el 9% se había enterado en otra visita previa el museo.

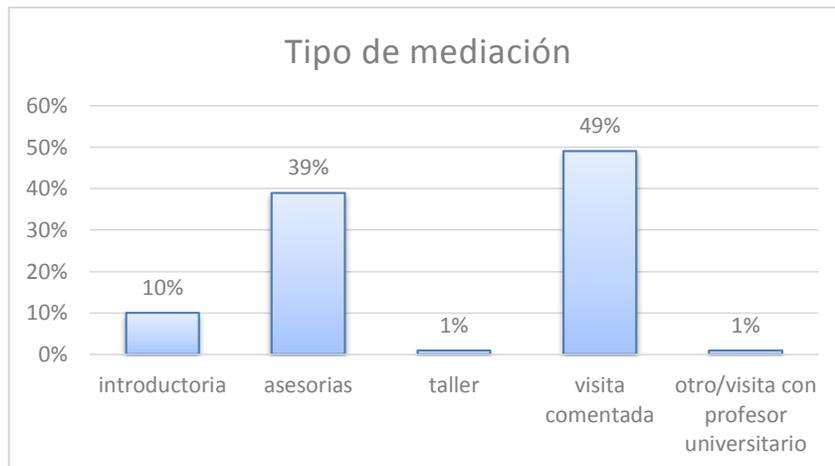


Mediación

Del grupo de la muestra el 30% realizaron su visita con mediación, frente a un 70% que no lo hizo.

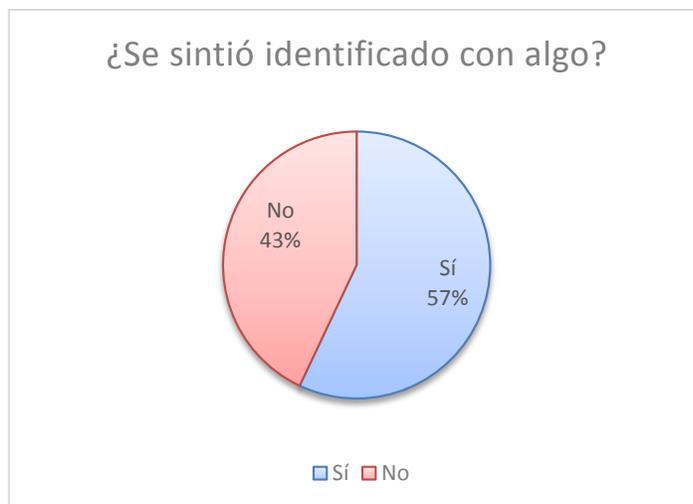


El tipo de mediación que se utilizó fue en un 49% la visita comentada, el 39% utilizó las asesorías, el 10% una charla introductoria, el 1% a través de talleres, y el 1% a través de visita con un profesor universitario.

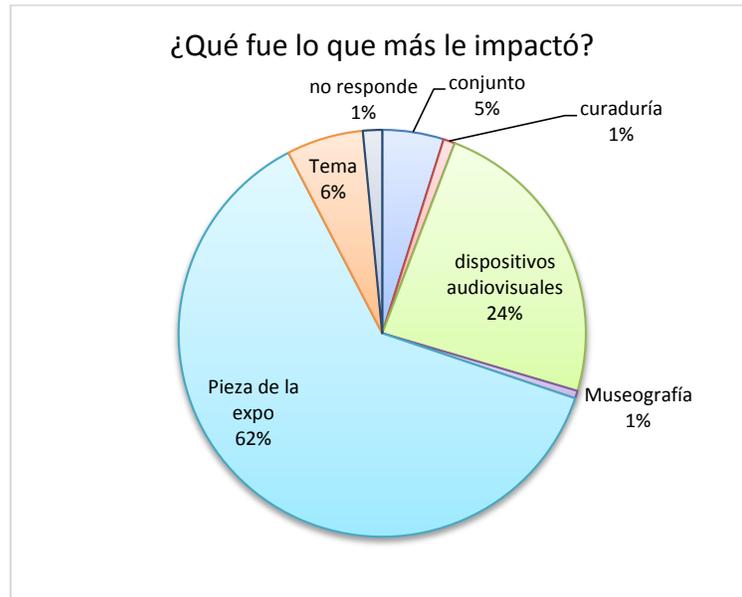


Identificación e Impacto

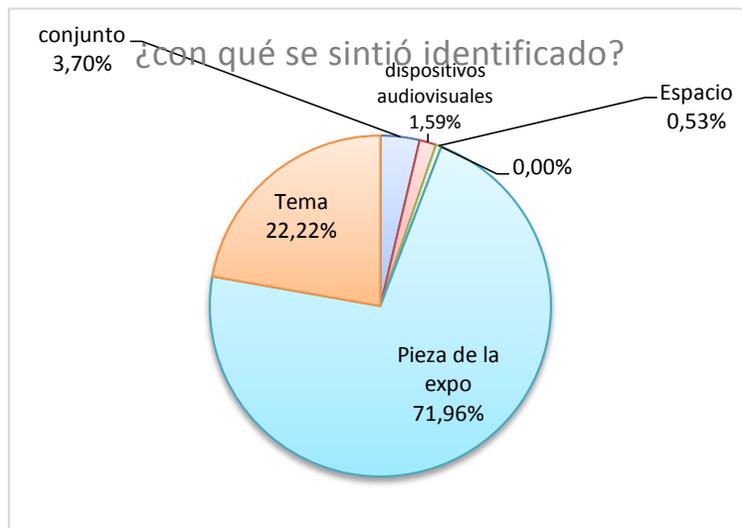
El 57% de los encuestados dice haberse identificado con algo en la sala Memoria y Nación, mientras el 43% dice no haberse identificado con nada.



Lo que más impacto a los visitantes de la muestra fueron las piezas de la colección con un 62%, al 24% lo que más le impactó fueron los dispositivos audiovisuales, al 6% el tema, 5% el conjunto de la sala, al 1% la curaduría, la museografía al 1% y otro 1% no respondió a esta pregunta.



Cuando se le preguntó al público de la muestra, ¿con qué se sintió identificado? El 71.96% se sintió identificado con alguna/s pieza/s de la exposición, el 22.22% con el tema, el 3.70% con el conjunto de la sala, el 1.59% con los dispositivos audiovisuales y el restante 0.53% con el espacio.



Cuando se les preguntó ¿qué fue lo que menos le gustó? El 46.95% no respondió, por lo que se puede asumir que todo le gustó. Mientras el 27.13% respondió que

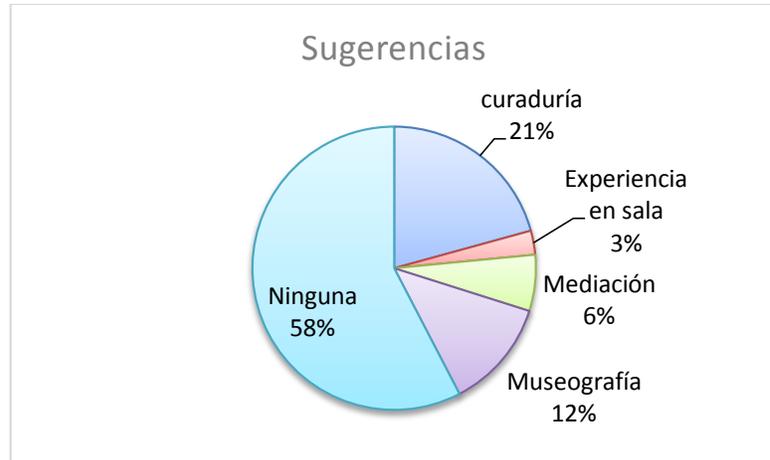
alguna/s pieza/s de la exposición, el 7.01% la museografía, el 6.71% los dispositivos audiovisuales, el 7.93% la curaduría, el 3.05% la mediación, el 0.61% el conjunto y el 0.61% el espacio.



Sugerencias

Las sugerencias de aquellos que las escribieron tenían que ver con diferentes áreas que se ordenaron a través de una clasificación para hacer más fácil su análisis. El 58% de los encuestados no escribieron sugerencias, el 21% sugerencias respecto a la curaduría, el 12% respecto a la museografía, el 6% sobre la mediación y el 3% sobre la experiencia en sala.

Para mayor detalle sobre las respuestas a las preguntas abiertas ver el anexo 2.



Nivel de las Respuestas

Es importante tener en cuenta en cualquier instrumento de investigación, su margen de error y los factores que permiten que el análisis se aproxime más o menos a la realidad. En este caso un indicador también es el nivel de respuestas, que en éste caso en su mayoría con el 52% corresponde a un nivel medio de respuestas, frente a un 38% que fue bajo y a un 10% que fue alto.

Las respuestas se clasificaron durante su análisis según cantidad de palabras, calidad de contenido y coherencia en las respuestas.



OBSERVACIÓN DIRECTA

Temporalidad de la visita

Por medio de la observación directa no participante se recolectaron datos que sirvieron para fortalecer y dar mayor validez a los resultados arrojados por las encuestas. Esta observación sirvió además para medir los tiempos empleados por los visitantes para recorrer la sala:

0 a 1 minutos: Áreas, zonas o piezas para las que no hubo tiempo de observación, lectura de las fichas o identificación de los contextos; denota poco interés y es una temporalidad que caracteriza a las personas que no tenían planes específicos de visitar el museo y quienes se ubican también en la categoría de “pasar un rato” encontradas en las motivaciones para ir al museo.

1 a 2 minutos: Dan cuenta de un interés mayor en el conocimiento de las piezas y los contenidos y permite una posibilidad de vinculación e identificación con los mismos. Se trata en su mayoría de personas que han programado la visita y se dan más tiempo para permitirse el acercamiento e incluso volver a contemplar las piezas.

2 minutos o más: visitantes que se tomaron más de 30 minutos en el recorrido completo de la sala, para este tipo de visita es difícil identificar preferencias en temas u objetos por parte de los visitantes ya que su recorrido se caracteriza por el interés en el detalle y la revisión de los contenidos.

MAPAS DE RECORRIDO

Esta metodología, que hace parte de los diarios de campo empleados para registrar los datos adquiridos mediante la observación directa, se empleó para identificar los diferentes modos de relacionarse con el espacio y de recorrer la sala por parte de los visitantes. Este tipo de mapas ayudan a identificar gráficamente las formas de circulación y contextualizar los resultados de las encuestas en cuanto a

percepciones de gusto, y /o afinidad con temas o piezas, así como también la duración de los recorridos completos y el tiempo estimado de observación de cada uno de los elementos expositivos.

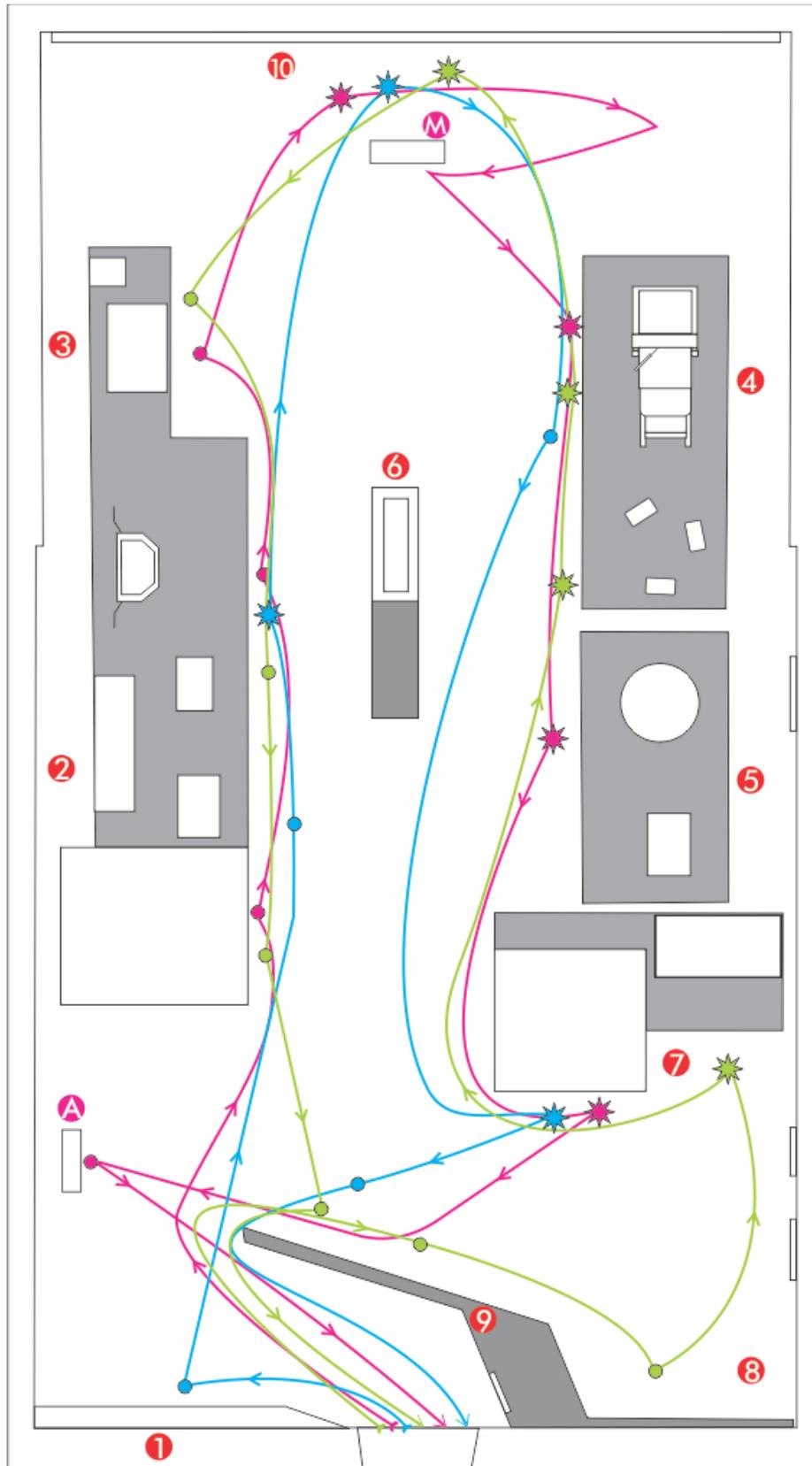
De los recorridos identificados se tomaron 9 divididos en tres mapas para facilitar su lectura.

Se utilizó un mapa general basado en las plantas entregadas por el departamento de museografía del Museo; las convenciones identifican cada uno de los ejes temáticos de la sala, además del módulo de accesibilidad y el panel interactivo del Muro de la Diversidad.

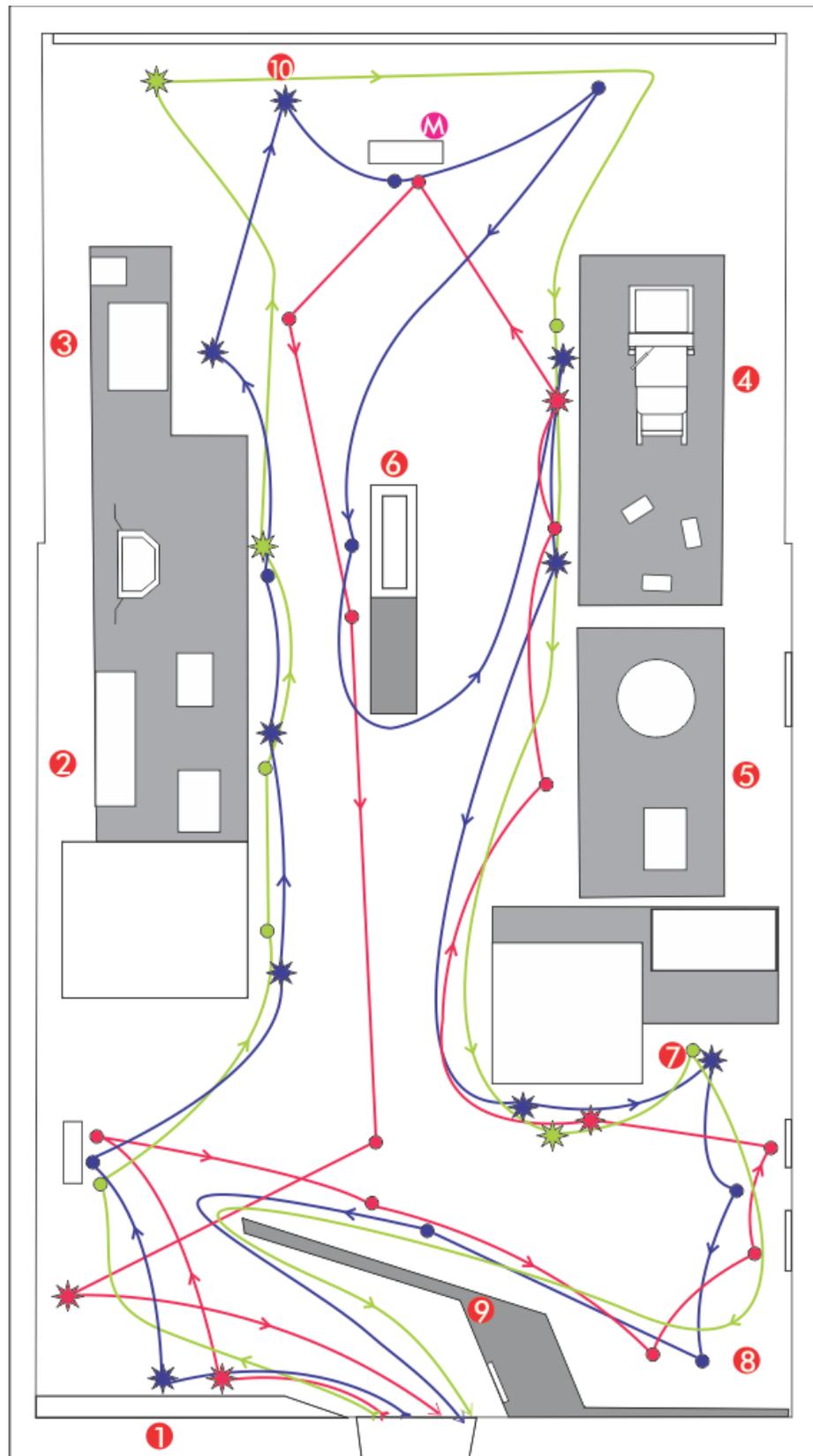
Convenciones

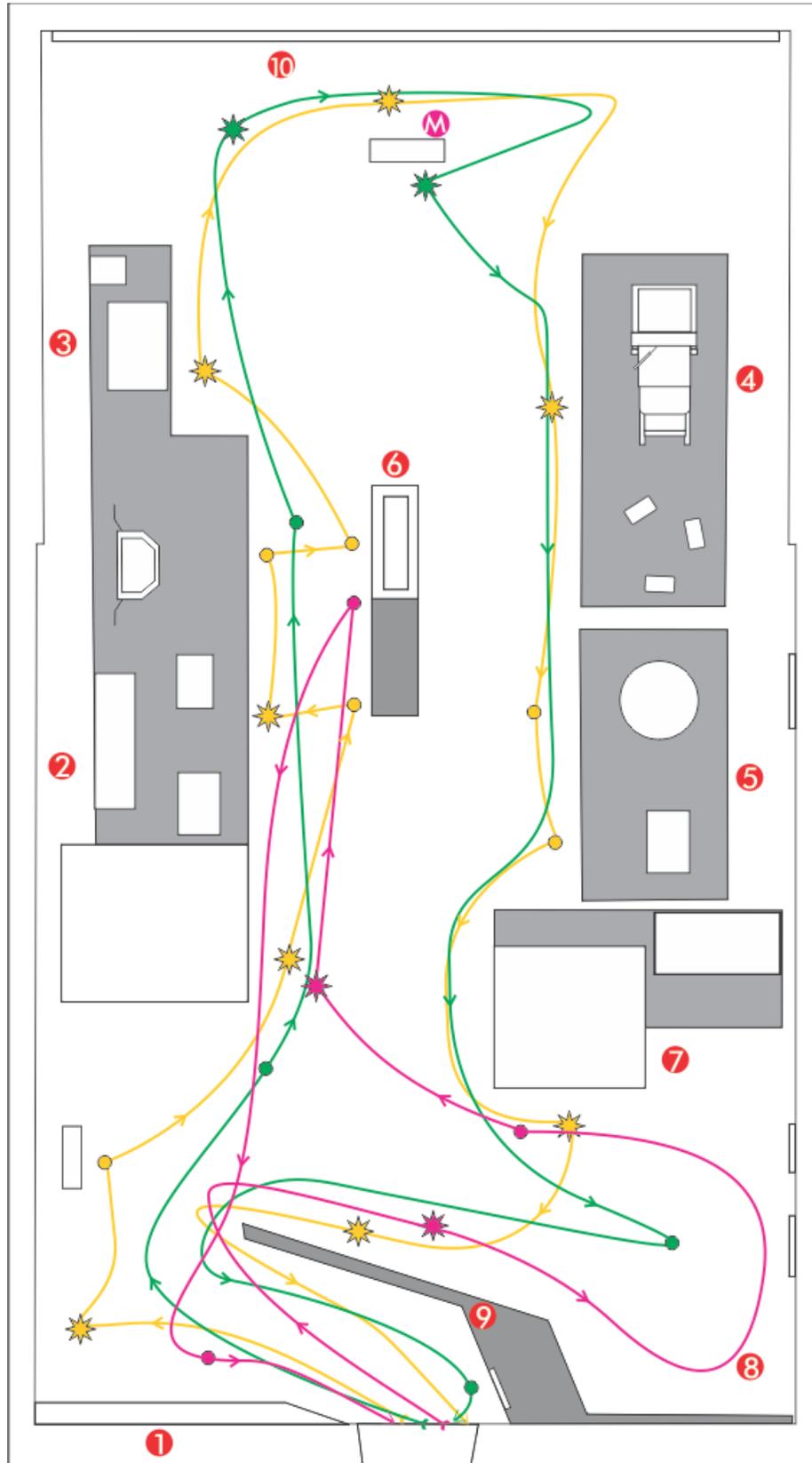
- ① Voces y memorias
 - ② Tensiones y fusiones del mundo sagrado
 - ③ Pensar y nombrar con la voz del otro
 - ④ Oralidad y escritura
 - ⑤ Concebir y representar la naturaleza
 - ⑥ Territorio, Geografía y cultura en un sitio de frontera
 - ⑦ Guerra y memoria
 - ⑧ Las miradas del arte
 - ⑨ Rostros, fragmentos e imágenes
 - ⑩ Muro de la diversidad
 - M Módulo Interactivo / Muro de la diversidad
 - A Módulo accesibilidad
- Lugares donde se detuvieron (1 a 2 minutos)
- ★ Lugares donde se detuvieron por un tiempo más prolongado (más de 2 minutos)

Mapa1. Recorridos aleatorios 1



Mapa 2. Recorridos aleatorios 2



Mapa 3. Recorridos aleatorios 3

B. Anexo2:Análisis de las preguntas abiertas de la encuesta

Los resultados que se muestran acá son los comentarios que más se repitieron con respecto a cada una de las piezas o de las categorías de clasificación que se definieron en relación a cada una de las preguntas.

¿Qué le gustó / recuerda / o le impactó más de la sala?

Para esta pregunta se definieron seis categorías según el enfoque de cada una de las respuestas:

Conjunto: Disposición general de la sala, relación con el espacio y/o respuestas generales de los encuestados respecto a la totalidad de la muestra.

- “La sala en general (organización, montaje y contenido)”.
- “La forma como se abordaron las temáticas”.
- “Complemento audiovisual por medio de los dispositivos”.
- “Todo el montaje es impecable en lo que ofrece a los visitantes”.
- “Lo que muestra la sala en conjunto ejemplifica lo que ha sido la construcción de Nación”.

Curaduría: Referente a los valores teóricos y conceptuales de la sala, a la distribución de obras y contenidos y a los modos de hilar el discurso de la exposición.

- “La combinación de elementos”.
- “Las guías escritas son claras y de buen nivel”.

Dispositivos audiovisuales: Dividida a su vez en 4 sub categorías según gusto general por la inclusión de los elementos o el dispositivo específico al que hicieron referencia en las encuestas.

General

- “La interactividad y la manera de transmitir información a través de tecnologías multimedia”.
- “Es llamativo y rompe el esquema estático y tradicional del museo”.
- “Dinamiza la exposición y hace los contenidos más interesantes y comprensibles”.
- “Involucra más trabajo de los sentidos”.
- “Es un experimento que necesita replantearse y manejar otra propuesta discursiva para funcionar mejor”.

Proyecciones

Incluye: Las proyecciones de “Oralidad y Escritura”; “Construcción y transmisión de conocimiento”, las fotos del “Muro de la Diversidad” y el libro en el atril que, según la tradición perteneció a José Celestino Mutis (“Concebir y Representar la Naturaleza”).

- “Muestran la historia de una manera entretenida”.
- “Las proyecciones son elementos sencillos que transportan al espectador y ayudan a entender los usos de los elementos y las costumbres”.
- “Amplían la información y dan vida a la historia”.

Pantallas táctiles

- Manifiestan gusto por la aplicación (“Me parece muy bueno”).

Video

- “Permiten tener un contexto más amplio de la pieza, por ejemplo de los rituales y las ceremonias”.

Museografía: Referente a los valores estéticos de la sala, distribución de los objetos y los espacios, además de las ayudas gráficas, audiovisuales e interactivas.

- “El concepto museográfico; la sala en general logra una imagen contemporánea a la altura de otros museos internacionales”.
- “Sistema Braille; muestra que la sala no está abierta solo a un público sino que piensa en las personas con discapacidad”.

Pieza de la exposición: Gusto o afinidad por algún elemento particular de la exposición; de todos los elementos identificados en las encuestas los siguientes fueron los que generaron mayor recordación y con los cuales los encuestados se sintieron más identificados.

- Muro de la Diversidad.
- Manto de Mampuján (“Travesía” y “11 de marzo de 2000, día de llanto”).
- Tapiz de plumas.
- Retablo portátil con figuras de la Crucifixión en el Monte del Calvario.
- El Árbol de la Abundancia.
- Corona de Chumbes y Corona de Plumas.
- David No. 6.
- Pluma con la que se firmó la Constitución de 1991.

Tema: Dadas las respuestas se identificaron los núcleos temáticos específicos más identificados por los visitantes.

- Indígena.
- Religión.
- Política, Constitución y grupos armados.
- Comunidades, cultura y escritura.

¿Qué fue lo que menos le gustó?

Conjunto

- “La cantidad de cosas, mucha información salpicada. Es un sancocho, el nombre indica la intención de la sala, pero cada tema da para llenar un museo completo, así mismo es muy tutti-frutti, hubieran podido poner cualquier cosa y seguía siendo Memoria y Nación; quise salir corriendo, termine la visita cansada, todo está puesto encima como hecho a la ligera. Ojalá todo el museo no termine así”.
- “No es interactivo como promete, la información está nublada y borrosa, la denuncia de gráfica política está casi oculta, se muestran los males del presente como si fueran cosa del pasado. Esperaba más del uso de contenidos multimedia”.

Curaduría

- “Textos muy extensos y al ir en grupo no hay tiempo para leer”.
- “El espacio se hace muy pequeño con tantas cosas”.
- “No hay un orden de recorrido, se siente fragmentado o no hay relación entre las piezas”.
- “Se pierde claridad y no se entienden las cosas”.
- “Los cuadros tan arriba no se pueden detallar, y no tienen información (no encontré las fichas)”.

Dispositivos audiovisuales

Sonido

- “Hay distintas grabaciones sonando al mismo tiempo y eso hace que sea confuso, no se identifica de dónde vienen o a qué pertenecen los sonidos”.
- “Los sonidos se propagan por la acústica de la sala, interrumpen la voz del guía y desconcentran”.
- “No tienen relación con la exposición, se convierten es en ruido”.

Proyecciones y video: Incluyen el Muro de la Diversidad y rostros, fragmentos e imágenes.

- “La pantalla para ver la información de las pinturas es muy pequeña, prefiero la ficha por si hay mucha gente no se tiene que hacer fila”.
- “La Tablet (pantalla táctil) no tiene ninguna indicación que diga que se puede usar ni cómo hacerlo”.
- “Poca luz y baja calidad (resolución) de las fotografías”.
- “Es muy difícil leer en la pantalla, las letras se ven borrosas, se pixelan”. (Gramática muisca).
- “Todo son lecturas y videos que después de un rato aburren”.

Espacio

- “Es muy pequeño para tantas cosas (muy estrecho)”.

Mediación

- “No hay quién ubique a los visitantes con los temas y hay muchas cosas que no se entienden”.
- “Las explicaciones fueron muy extensas y poco dinámicas, después de un rato uno se aburre”.
- “Los guías hablan mucho”.

Pieza de la exposición

Muro de la Diversidad

- “No hay referencia de las obras, explicación de los contenidos ni un eje claro”.
- “Está sobrecargado y es agobiante”.
- “Es muy llamativo pero poco explicativo”.
- “Es imposible verlo todo, tendría que estar acá todo el día”.

Retablo portátil con figuras de la Crucifixión en el Monte del Calvario

- “Está relacionado con toda la destrucción y manipulación étnica que se realizó bajo el nombre de la religión predominante en la corona española”.
- “Ideología: Cristianos no quieren ver imágenes de ese tipo y ateos la consideran como una pieza exagerada”.

Cincuenta años de país

- “Las fotos tiene poca definición y se ven sombrías”.

Constitución de 1991

- “Los textos en el vidrio no se leen y el tema no está relacionado con los antepasados. Una Constitución no es asunto de plumas”.

David No. 6

- “Es escandaloso a primera vista”.
- “Una imagen muy cruda”.
- “Es una imagen dolorosa”.

El Árbol de la Abundancia

- “Hay un error en el posicionamiento de las estrellas, pero es por la visibilidad que tienen desde acá” (respuesta de un hombre de El Salvador).

Tapiz de plumas

- (No me gustó) “Por los animales sacrificados para poder hacerlo”.
- “Se está dañando, ahí le da mucha luz, debería estar solamente a la vista de personas que realmente lo aprecien”.

Museografía

- “La ubicación de los textos hace complicado leer con mucha gente (2 personas ya obstaculizan por completo la visión) además de la cantidad de texto en cada ficha”.

- “La luz a pesar de ser muy baja se refleja en los textos y dificulta la lectura de las fichas”.
- “Poca información en inglés y ninguna en otros idiomas”.
- “La altura de las obras del Muro de la Diversidad no permite que se vean claramente”.
- “Hacen falta sillas para poder contemplar todo con más calma, uno que ya está viejito se cansa” (respuesta de una persona de la tercera edad).

No aplica (todo les gustó)

En estos casos, se muestra conformidad con la exposición a excepción de un comentario de indiferencia total ante la muestra.

¿Se identificó con algún tema, objeto o espacio?

Conjunto

- “Todo es muy familiar, muy nacional, todo es necesario para llegar a la narrativa de Nación”.
- “Se detalla el desarrollo cultural del país y los procesos de mestizaje”.

Dispositivos audiovisuales

- “Lo interactivo, los videos y lo digital”.

Pieza de la exposición

- Oralidad y escritura.
- Rostros Fragmentos e imágenes.
- Altar portable
- Piezas indígenas y afro (corona de plumas, bastón de San Pacho, portadores de tabaco)
- Manto de Mampuján
- Imprenta

- Atril de Mutis y libro
- David No. 6
- Árbol de la Abundancia
- Algunos cuadros del Muro de la Diversidad

Tema

Lo indígena

- “El origen de los pueblos, las tradiciones y el reconocimiento actual de las comunidades”.
- “Posibilidad de identificar los nombres de las poblaciones o el significado de vocablos”.
- “La eliminación de las costumbres muiscas por ser una situación que se presenta sigilosamente hoy”.

Cultura

- “La forma en que se contrastan las diferentes raíces culturales que conforman la nación y definen la identidad”.

Historia

- “Todo lo que hace parte del pasado que nos conformó, y la posibilidad de sentir esos eventos cerca”.

Política y Violencia

- Constitución de 1991
- Conflicto armado
- Desplazamiento
- Violencia

¿Le cambiaría algo a la sala?

Curaduría

- “Bajar las pinturas para poder verlas mejor”.
- “Reducir el número de cosas en la sala”.
- “Quitar el sonido”.
- “Disponer mejor el espacio para mejorar la movilidad dentro de la sala”.
- “Cambiar los mapas por algo que llame más la atención y cautive, o mostrarlos de otra manera”.
- “Hacer los textos más concretos”.

Mediación

- “Incluir las fichas técnicas del Muro de la Diversidad”.
- “Manejar la información en más idiomas”.
- “Incluir réplicas para que las personas con discapacidad visual puedan acceder al contenido”.
- “Hacer más explícita la relación entre los contenidos de la sala”.
- “Revisar frecuentemente el funcionamiento de los equipos”.
- “Contar con guías que cooperen en la profundización de los temas”.
- “Hacerla más interactiva”.

Museografía

- “Cambiar o mejorar la ubicación de los textos”.
- “Mejorar la iluminación”.
- “Aumentar la definición de los textos que se proyectan”.
- “Cambiar la ubicación de objetos como las coronas para que se puedan ver en detalle”.
- “El audio de Mampuján debería ser para un grupo y no para una sola persona”.
- “Que la luz no se refleje en los textos”.

Otros

- “Poner sillas”.
- “Hacer algo para evitar la congestión en la entrada (quitar el panel o no poner piezas en ese muro)”.

Relación entre el nombre de la sala y su contenido

Para facilitar la interpretación de los contenidos se clasificaron las respuestas por categorías según la relación con los temas.

Reiteración de contenidos: (Acumulación) Bajo este concepto se agruparon las respuestas relacionadas con el reconocimiento básico de la existencia de un contenido histórico que hace parte de la temática general del museo; es decir, se refiere a las personas que identificaron una relación entre el nombre de la sala y su contenido dentro de un marco de reiteración de elementos históricos fundamentales dentro del Museo sin una idea concreta predeterminada con respecto a la sala. (Respuestas básicas poco representativas en términos de relación de contenidos).

- “La historia de Colombia como en todas las salas”.
- “El avance de la cultura colombiana”.
- “Historia y hallazgos importantes”.
- “Mostrar y comprender la nación colombiana”.
- “Principalmente está la recopilación de lo que ha pasado acá en Colombia”.
- “La reflexión de sucesos pasados que conmemoraron algo histórico para el país”.
- “Almacenar (guardar) datos (acontecimientos) históricos del país”.

Relación directa con el nombre: (identificación nominal): Al emitir la respuesta el encuestado se remitió directamente al nombre de la sala y estableció un nivel de apropiación de los contenidos.

- “Identifica las categorías de Memoria y Nación desde la diversidad usando diferentes narrativas”.
- “Relaciona el papel de la memoria en la construcción de la identidad colombiana”.
- “Memoria igual historia y de ahí se hace nación”.
- “Tiene una relación total. Ya que sus elementos constituyen la memoria dentro de la historia”.
- “Memoria y Nación constituida por la visión de la historia de Colombia desde todos los ángulos posibles”.

Confrontación: El reconocimiento de la relación entre nombre y contenido se hizo a través de la identificación de las dinámicas de conflicto y confrontación representadas en la sala. (No sólo en términos de violencia sino también confrontación entre temáticas y conceptos)

- “Nos remite a memorias tanto de españoles como de indígenas que nos ayuda a tener más luces sobre nuestro origen”.
- “Ver el paralelo entre la historia oficial y la memoria”.
- “Habla de la problemática de Colombia desde su conquista; la conquista de los pueblos indígenas”.
- “La historia a través del arte y la cultura de nuestros indígenas y el mismo maltrato dado a ellos”.
- “Hace un paralelo entre la historia de la élite y la historia popular que nos hace nación”.
- “Nos muestra aspectos importantes de la nación y sus conflictos armados”.

País Diverso: Bajo este concepto se agruparon las respuestas que denotaron la presencia de múltiples identidades religiosas, políticas y culturales y las validaron dentro del discurso de la sala; estas interpretaciones reflejan un ejercicio más consciente en el momento de dar una respuesta que al final da cuenta de los niveles de apropiación de sentido y de interpretación de la sala.

- “El reconocimiento igualitario a las distintas expresiones culturales en Colombia”.
- “Ver el recuento de la historia desde los objetos simbólicos para nuestros pueblos bajos sus distintas idiosincrasias”.
- “La representación de un pensamiento colectivo, de una vivencia”.
- “Reflejar la identidad de un país diverso y complejo rescatando la memoria”.
- “Retoma la pluralidad del país que no está presente en la cotidianidad; se hace memoria al ver toda la diversidad que existe en nuestro país, que lo constituye como nación, mostrando una conciencia social”.
- “El rescate de la identidad nacional a través de la inclusión de la diversidad étnica, su trayectoria histórica y el fortalecimiento de la tolerancia para la reconstrucción de país”.
- “Como nación somos uno y la multiculturalidad nos define como una mezcla heterogénea de mundos y pensamientos”.
- “Mostrar la historia y la diversidad del país, basada en los principios de la Constitución del 91”.

Reconstrucción de memoria: La relación nombre-contenido se estableció desde las dinámicas de identificación de la necesidad del ejercicio discursivo de la sala en los procesos de recuperación de los contenidos históricos, estableciendo un proceso de ejercicio de la memoria con la intención de mantener vigentes los contenidos.

- “Nuestra historia representada en objetos, y relatos y memorias de nuestra nación”.
- “La relación es literal, una retrospectiva de nuestra historia como país”.
- “Es un esfuerzo por recuperar precisamente la memoria de los pueblos, alejar un poco el discurso histórico del documento para pasar a la tradición cultural”.

- “La temática gira en torno a los diferentes cambios o inflexiones en el tiempo que marcaron toda una época y se manifiestan por medio de un objeto simbólico”.
- “La construcción de nación a través de la suma de muchas memorias”.
- “Recordar lo que hubo para generar conciencia de lo que habrá”.
- “Para tener una noción de nación se debe recoger la historia para crear un sentido de identidad y apropiación”.
- “Muestra datos históricos relevantes para la configuración de la Colombia de hoy”.
- “Se hace un repaso por la historia y los sucesos que nos marcaron como nación desde la época precolombina hasta hoy en día”.

Respuestas Críticas:

- “El nombre indica una intención, pero... es algo muy tuti-fruti muy disperso, hubieran podido poner o bien cualquier nombre, o con ese nombre cualquier cosa, no se entiende el criterio de selección es demasiado ambicioso”.
- “Creí que mostraría más aspectos de la violencia, se enlaza muy poco y se pierde relación”.
- “En mi opinión el nombre no tiene relación con la totalidad de la sala, son muchos temas a la vez”.
- “Es incoherente, creí que sería una recopilación de fechas más antiguas y también que haría énfasis en la situación de violencia del país”

Aprendizaje o reflexión que deja la muestra

Para facilitar la interpretación de los contenidos se clasificaron las respuestas por categorías según los temas con los cuales se relacionaban las reflexiones generadas por la sala.

Arte como registro histórico: Bajo esta categoría se agruparon las reflexiones generadas en torno al reconocimiento del arte como elemento comunicacional importante en los procesos de documentación histórica.

- “En el arte se vislumbra el conflicto y se ve que Colombia esta armada de muchas culturas”.
- “El arte es uno de los mejores registros históricos que pueden llegar a conocerse en nuestros tiempos”.
- “Entender el desarrollo cultural y artístico de Colombia”.
- “El cuidado que debemos tener con el arte para preservar la historia a través de él”.
- “Permite ver que la imagen va más allá de lo cotidiano; la imagen perdura y representa”.

Identificación del conflicto: Agrupa las reflexiones generadas por los enfrentamientos religiosos y políticos identificados en la sala.

- “La historia en alguna parte siempre es movida por la violencia”.
- “Los españoles al esclavizar pusieron su idealismo y cambiaron el significado sagrado de los objetos”.
- “Colombia ha pasado por múltiples conflictos y a pesar de las diferencias somos una nación unida”.
- “No sabía que la independencia de Colombia había sido violenta” (reflexión de un visitante del Brasil).
- “Refuerza la idea de la complejidad de Colombia con tantas influencias que han modificado el país”.
- “No sabía sobre la historia de Montes de María”.
- “Una reflexión sobre las consecuencias de la guerra, lo patriótico y lo bonito del pasado”.
- “Los colombianos hemos tenido muchas caídas porque se nota el progreso en arte y cultura”.
- “Las continuas situaciones de conflicto en el país, nuestra historia ha sido muy violenta”.
- “Nos da a conocer gran parte de la historia y es espectacular que las personas del conflicto participen”.

- “Había cosas que no entendía cuando las veía en las noticias y este espacio las hizo interesantes”.

Importancia de la historia: Bajo esta clasificación se agruparon las respuestas en las que se identificó un reconocimiento a la importancia de recuperar los legados históricos y encontrar nuevas formas de contar la historia para hacerla llegar a los públicos de maneras diferentes y más comprensibles.

- “La sala me ayudó a entender la realidad del país hoy basándome en la historia”.
- “Es una reseña histórica del trabajo, las costumbres y la dialéctica del país”.
- “Valorar lo que somos como pueblo y entender que el pasado sirve de referente para lograr un futuro”.
- “Hay muchas cosas representativas de nuestra cultura que no conocemos que nuestra historia es variada e interesante y no hay que olvidarla”.
- “Hay mucha creatividad y muchas formas de traer el presente al pasado y aprender de él”.
- “Es importante tener la historia presente para nunca olvidar de dónde venimos”.
- “Es importante reconocer lo actual y las prácticas del pasado para observar su evolución”.
- “Es muy importante volver a tomar las raíces populares y generar nuevos conocimientos y comunicación entre regiones”.
- “Hay gente que está haciendo cosas para que los demás no se olviden que otras personas hicieron cosas importantes en el pasado”.
- “Que todo lo que está en el museo y toda la historia tiene algo significativo para la sociedad”.

Reconocimiento de la multiculturalidad: la reflexión provocada por la visita a la sala se enfoca en la identificación de los elementos discursivos que resaltan los conceptos de diversidad y multiculturalidad.

- “La diversidad de miradas sobre la nación componen y evidencian en sí mismas que no es posible construir un país desde un solo grupo social”.
- “Hemos perdido mucho de la cultura por influencias externas y guerras permanentes”.
- “El gran número de aspectos culturales que engloban nuestras raíces”.
- “Nuestra constitución da paso a la integración porque defiende la pluriculturalidad”.
- “Me hizo cambiar algunos esquemas. Al mostrar las diversas identidades y romper los esquemas sociales y culturales”.
- “Que a lo largo de la historia de Colombia se muestra la cultura y los modos de vida de las personas en diferentes lugares y épocas”.
- “No podemos discriminar a los compatriotas de distinta etnia, al final todos formamos parte de Colombia”.
- “La diversidad cultural y social a nivel de su trayectoria histórica”.
- “Es un esfuerzo por mostrar otras miradas, trata de romper con la tradición del museo, muestra lo diverso para la construcción de identidad y de nación”.

Criticas: Bajo esta categoría se agruparon los comentarios que no se manifestaron como reflexiones sino que se centraron en la crítica a la sala en diversos campos.

- “Más que una reflexión me deja con ganas de salir corriendo, es como si todo estuviera hecho a la ligera. Ojalá todo el museo no termine así”.
- “Tiene tantos temas que uno casi no se ubica en nada, hay mucho revuelto y no aprendí nada”.
- “Personalmente necesito de esa linealidad cronológica, entiendo el esfuerzo pero se pierde el sentido de la sala”.
- “Es una sala que se queda corta aún con todo lo que tiene”.
- “Le falta divulgación, más gente debería conocerla”

C. Anexo 3: Grupo de discusión / Grupo focal

Relatoría Grupo Focal – Sábado 18 de julio de 2015

La visita inició a las 10:20 am con tres pantallas del Muro de la Diversidad sin funcionamiento (“En el paisaje”, “Memorias de mujeres”, “Rostros de mujeres”).

La gente inicia en el lingote de armas o en la introducción, o bien en Mampuján y 50 años de país; pocas veces en el mapa.

Grupo 1 SIN VISITA GUIADA. Participantes (7 personas):

Marcela Gómez, Andrea Pérez, Andrés Sepúlveda, Sandra Ramírez, Silvia Cote, José Ardila, Julián Rodríguez.

¿Cómo fue la primera experiencia con museos? (con el Museo Nacional)

- Marcela Gómez (educadora especial Sistema de Integración Social): Ya conocía el museo, lo visitó con un grupo de chicos.
- Andrea Pérez (periodista): Primera experiencia en el museo de los niños, el tema histórico es un hábito (por el papá), le encantan los museos.
- Andrés Sepúlveda (contador público): Su primera experiencia fue con el Museo Nacional.
- Silvia Cote (abogada): No muy cercana a museos, siempre cuestiona lo que ve (ve muy por encima).

- José Ardila (diseñador): Primera experiencia fue con el museo de los niños. Ex voluntario del Museo Nacional. Ya conocía la sala.
- No hay respuesta en este punto de Sandra Ramírez (historiadora) y Julián Rodríguez.

¿Que sintieron en la Sala?

- “Uno está acostumbrado a ver las obras muy quietas, entonces lo interactivo me llama la atención; lo visual y lo auditivo cautiva, dan ganas de quedarse un poco más”.
- “Los textos están bien resumidos, concretos y fáciles de entender”.
- (Respecto al exterminio de las etnias del país) “se ha perdido la historia y la magia de los pueblos indígenas. (Siento) indignación y tristeza”.
- “La sala hace énfasis en examinar la interacción de las culturas, y la variedad (contraste y adaptación)”.
- “Sorpresa, el museo no era tan interactivo, de entrada el sonido llama la atención, y el contraste entre la imagen digital y el cuadro es interesante (refiriéndose al muro de la diversidad)”.
- “No se sabe si acercarse o no a lo interactivo; uno piensa, ¿será que se puede? Porque este no es ese tipo de museo” (refiriéndose a la tradición clásica de exhibición en el museo donde el público no participa con nada).
- “El guion dispersa”.
- “Hay lapsos cronológicos en los que se puede uno perder y no es fácil encontrar las relaciones”.
- “Muestra un paralelo entre cómo se piensa ahora y como se pensaba antes la naturaleza”.
- “El mapa es una maravilla, situar desde dónde está hablando la gente es descentralizar geográficamente la información”.

¿Algo les incomodó?

- “El Muro de la Diversidad me gustó, pero las imágenes digitales no eran claras, entonces (se) generaba cansancio visual después de un rato”.
- “Falta explicación, cuando leí la introducción pensé que iba a aprender un montón de cosas sobre la historia de Colombia y me perdí”.
- “Quedan datos sueltos, muchas cosas sin un hilo conductor”.
- “La luz brilla sobre los textos y no deja leer, hay que moverse”.

¿Qué fue lo que más les llamó la atención?

- “Imprenta y banco de pensamiento; tradición oral, el paralelo es oportuno, todas las selecciones de piezas en diálogo es oportuna”.
- “La colcha de retazos (Mampuján), ver el video y escuchar la historia”.
- “La foto del soldado mutilado desnudo (David No 6), es impactante hasta dónde llega la sevicia, es una manera de poner a reflexionar a la gente, el arte como manera de hablar del conflicto”.
- “(En el) Muro de la Diversidad, era necesaria más luz, hay cuadros con referencias en el marco y no se puede ver bien la caligrafía; es vital ver las características de las pinturas para poder entender el concepto y el diálogo entre ellas y sin luz no se logra”.

¿Se identificaron con algo?

- “Con el Bastón de San Pacho; porque no conocía la historia de la fiesta ni lo que pasaba con el bastón, y la imprenta porque soy periodista”.
- “El libro de gramática Muisca (Mosca), gusto por el idioma y desconocía la existencia de un libro de ese tipo”.
- “La imprenta, pero pensé que la hojita que le dan a uno era la que se proyectaba ahí, lo que uno alcanza a ver o una copia de los derechos del hombre, pues porque es la imprenta de Nariño”.
- “Representaciones femeninas”.
- “Lo indígena”.

- “Más que una pieza me gustó la exposición, el concepto, los puntos de encuentro en la multiculturalidad para la formación del país”.
- “Es una manera diferente de contar la historia, no sólo hechos aislados”.

¿De qué trata la sala?

- “Es un recorrido por la historia, un recorrido muy sensorial y atractivo”.
- “El título da la clave para entenderla, lo que somos hoy ha sido un proceso en el que se han visto implicados diferentes factores”.
- “Recapitular la importancia de todos los factores de la historia”.
- “Diversidad étnica, cultural e histórica”.
- “Punto de encuentro del desarrollo de las sociedades”.
- “Memorias, en plural, memorias visuales, impresas, auditivas, objetuales de lo sagrado, artísticas, no Memoria y Nación sino Memorias y Nación”.
- “Recorrido como Nación y descomposición del tejido social”.

¿Algún tema confuso?

- “De pronto al llamarse Memoria y Nación creo que es importante resaltar el cómo comenzó la historia del conflicto armado; los niños no entienden estos grupos, paramilitares y guerrilla, falta contexto, ese es uno de los grandes saltos (huecos) de la exposición”.
- “A veces es preferible que sea evidente la historia pero que le quede claro a todo el mundo”.

¿De qué tema le gustaría conocer más?

- “Festival del perdón”.
- “Gramática muisca, podrían plantear una relación más profunda con lo geográfico”.

¿Qué le cambiarían o le quitarían?

- “Yo la ampliaría”.
- “El mapa está desconectado de todo”.

- “La nitidez de las fotos”.
- “Imágenes regionales (50 años de país) debería estar ubicado en otro lugar, porque está como atravesado”.

Actividad con las Maquetas

Piezas que es fundamental mantener	Piezas (objetos o temas) que faltan
<ul style="list-style-type: none"> • Imprenta • David N.6 • Gráfica Política • Corona de Chumbes • Bastón de San Pacho • Proyecciones audiovisuales • Colcha de Mampuján (en otra ubicación) • Corona de plumas, chumbes y bastón • Muro de la diversidad • Procesos sociales en el arte 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio de circulación en gráfica política • Diálogos de paz • Interculturalidad, un enfoque diferencial • Incluir más sonido • Más opciones para discapacidad visual • Cambiar el David N. 6 por algo más costumbrista sobre el conflicto • Imágenes del desplazamiento • Audio en los videos de los bailes

Grupo 2 CON VISITA GUIADA. Participantes (7 personas):

Susana Herrera, Yesid Alejandro, Óscar Puentes, Ana Rincón, Andrés Jácome, Javier Carreño, Camilo Casasbuenas.

La visita inició a las 11:20 am, aún estaban las tres pantallas del Muro de la Diversidad sin funcionamiento (“En el paisaje”, “Memorias de mujeres”, “Rostros de mujeres”).

¿Cómo fue la primera experiencia con museos? (con el Museo Nacional)

Camilo Casasbuenas (diseñador industrial): Trabajó como monitor en el Museo Nacional y lo conoció a los 11 años.

Ana Rincón (diseñadora industrial): Visitaba el museo con el colegio.

Javier Carreño (diseñador industrial): Desde pequeño ha estado en museos pero antes le parecían aburridos, sobretodo el Museo Nacional. “Antes era más cárcel, ahora es más museo”.

Susana Herrera (diseñadora industrial): “Ya el museo no es tan rígido”.

Andrés Jácome (comunicador social): Primeras experiencias obligado, recientemente sí disfruto de ir a museos.

¿Que sintieron en la Sala?

- “Lúgubre, nostálgico, como miedo”.
- “Emocionante, ver lo religioso, lo político, mostrar la historia más reciente (lo multimedial)”.
- “Sensación emotiva y nostálgica”.
- “Cómo cambia la historia de un país a partir de la constitución del 91”.
- “Fuerza de la combinación de cosas, la vida es eso”.
- “Es una sala divertida, hay elementos dispuestos para permitir hacer conexiones”.
- “Se pueden articular varias cosas”.
- “Es muy oscura y tiene muchas cosas pero funciona (en términos de comodidad)”.

¿Qué fue lo que más les llamó la atención?

- “El concepto de la Historia; acá la Historia la cuentan varias personas (representatividad, variedad, diversidad)”.
- “Muro de la Diversidad, resume el discurso de la Sala”.
- “La proyección de la Imprenta y los elementos indígenas”.

¿Qué no les gustó?

- “Me impactó la primera vitrina; el lingote es representativo pero feo, y la foto chiquita; los textos de fondo y la vitrina se sobreponen, falta de relación con el collar Wayuu y el bastón. Falta diálogo entre las piezas”.
- “La parte de las coronas es muy oscura en contraste con el altar portátil. Las piezas están mal iluminadas; están muy lejos y no se ven bien”.
- “Falta de señalización para el uso de la Tablet del Muro de la Diversidad”.
- “La parte de gráfica política queda arrinconada”.
- “Mapa central como puesto ahí (desconectado de las demás piezas)”.

¿Se identificaron con algo?

- “Mampuján”.
- “Muro de la Diversidad, porque se ve de primeras y la fusión entre retratos y fotografía es interesante”.
- “La Pluma de la Constitución y la foto; yo siento que en términos históricos el país se transformó en ese momento, simbólica y políticamente”.
- “La imprenta por mi perfil profesional (periodista)”.
- “Gráfica política, arte cercano a la realidad, piezas fáciles de leer para el público”.
- “Imprenta y la parte indígena, comparación de lo oral con lo escrito”.
- “Hay un vacío de identidad, necesidad de cercanía a otras vertientes del pensamiento”.
- “El altar portable, por lo imponente del color”.

¿De qué trata la sala?

- “Acontecimientos marcados en la Historia que no se han mostrado antes en un Museo”.
- “Boceto de la intención de organización del Museo”.
- “Retomar el espíritu de la Constitución del 91 en cuanto a los aspectos culturales de Colombia”.

- “Identidad, historia de dónde venimos y por qué hoy somos lo que somos y estamos donde estamos, construcción de identidad”.
- “Intento de plasmar muchas de las cosas que en esencia somos”.
- “No es sólo una versión de la Historia; busca abrir el discurso”.

¿Qué encontraron nuevo en la Sala?

- “Mampuján, por lo contemporáneo”.
- “Más que elementos solos, es la propuesta de contar una historia”.

¿Algún tema confuso?

- “Guiado sólo en los textos, me hubiera aburrido. Los textos son muy fríos, es más amable escuchar las palabras con las que cuentan las cosas”.
- “Si la visita no fuera guiada me hubiera perdido de muchas cosas”.
- “Sólo con los letreros me parece difícil”.
- “La visita necesita una guía”.

¿De qué tema le gustaría conocer más? (por fuera del Museo)

- “M-19”.
- “Historia de cómo cargaban el altar”.
- “Oralidad indígena (dialectos, idiomas, representatividad del lenguaje y valor de la palabra)”.
- “La confrontación entre lo oral y lo escrito no queda tan clara”.
- “Fiestas de San Pacho”.

¿Cómo describiría la Sala?

- Ante esta pregunta, las personas describen de esta manera el sentido de su recorrido en la sala: Introducción; La religión; Lenguaje; Intención escrita (gramática muisca); Muro de la Diversidad; Comunicación, imprenta y oralidad; Mapa, límite y fronteras, cómo la gente vive el espacio; Expedición botánica; Violencia.

¿Qué le cambiarían o le quitarían?

- “Ampliar los temas”.
- “Quitar los grabados, no me pareció tan político”.
- “Modificar la primera parte donde está el lingote”.
- “Hace falta (más) sala”.
- “El mapa no se usa como tema central del recorrido”.
- “Rampa de acceso a la sala; en silla de ruedas no se ve la proyección del mapa”.
- “Se divide entre lo interactivo y lo aburrido”.
- “Darle más fuerza a algunas piezas, las piezas arqueológicas quedan en penumbra”.
- “Los textos no son emocionantes y la muestra es emocionante”.
- “Fotografías (50 años de país) tal vez sobra”.

Sobre la visita guiada

- “Hay que tener cuidado con el discurso religioso para abordar el tema sin afectar a nadie. Es un discurso crítico y delicado”.
- “Contar la historia de cada módulo tocando la emoción”.
- “Algunas explicaciones son muy largas”.
- “Las guías deben ser más espontáneas según el tipo de público”.

Reflexiones

- “Evaluar representaciones a través del tiempo. Por qué antes las cosas eran de una forma y ahora son de otra”.
- “Conciencia de lo que nos representa; estamos escuchando otras historias de lo que nos pasa en coherencia con el mundo; quitar el mito de que sólo hay una versión de las cosas”.
- “Rescate de los valores (fiesta del perdón)”.
- “Importancia de la palabra”.
- “Respeto por la naturaleza”.

- “Mampuján, la historia de lo que se vivió. Recordar la Historia para no volver a vivirla, exorcizarla”.
- “Nosotros somos parte de la Historia. Construcción constante de Historia (reflexión hecha por la guía con la intención de involucrar al grupo dentro del discurso expositivo)”.
- El sonido a veces confunde la visita.

Actividad con las Maquetas

Piezas que es fundamental mantener	Piezas (objetos o temas) que faltan
<ul style="list-style-type: none"> • Religión • Muro de la Diversidad • Proyecciones • Representaciones no artísticas de la violencia (Mampuján y diario de campaña) • Imprenta • Tradición oral 	<ul style="list-style-type: none"> • Confrontar el Muro de la Diversidad con algo más contemporáneo • Más representaciones de diferentes culturas específicas, articuladas con el mapa • Más contenido de la Expedición Botánica • Elementos multimediales en algunos módulos (taita hablando o contando algo/énfasis en oralidad y dialectos.) • Más énfasis en territorio en el mapa • Introducción a los temas

D. Anexo 4: Memoria visual del estudio de públicos

Fotografías por Daniel Dorado Gaviria





Bibliografía

Betancourt, Carlos. (2015) Los límites de lo Expositivo, La renovación del Museo Nacional, Revista ARCADIA, Bogotá septiembre 16 de 2015, extraído el 17 de septiembre de 2015 de <http://www.revistaarcadia.com/impres/polemica/articulo/museo-nacional-abre-nuevas-salas/44154>

Bonato, M. Seibel, María y Mendes, I. (2007) Ação mediada em museus de ciência: o caso do Museu da Vida en: Diálogos & Ciência- Mediação em Centros e Museus de Ciência. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Casa de Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro Brasil, extraído el 17 de marzo de 2015 de http://www.museudavida.fiocruz.br/media/Mediacao_final.pdf

Cabrera, S. (2010) De qué hablamos cuando hablamos de mediación tecnológica. Suplemento del instituto de desarrollo regional Facultad de ciencias económicas Facultad de Rio Cuarto, Rio cuarto / Argentina, extraído el 14 de abril de 2015 de: <http://www.eco.unrc.edu.ar/wp-content/uploads/2012/03/IDR.199.pdf>

Calaf, M. R. (coord.) (2003) Arte para todos, Miradas para Aprender y Enseñar el Patrimonio. España: Trea.

Comunicado del Museo Nacional de Colombia, María Andrea Izquierdo Manrique, Jefa de División de Comunicaciones. Bogotá D.C., 21 de febrero de 2013

Cury, M. (2005) Comunicação Museológica Uma Perspectiva Teórico- Metodológica de Recepção, Escola de Comunicações e Artes e Museu de Arqueologia e Etnologia, Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil, extraído el 2 de abril de 2015 de:

http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0CEkQFjAHOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FMarilia_Cury%2Fpublication%2F259866616_Comunicao_Museologica_-_Uma_Perspectiva_Terica_e_Metodologica_de_Recepcao_de_Links%2F0c96052e38f99eb32a000000.pdf&ei=6SQdVc31E8WwggTp6oOoCQ&usq=AFQjCNHh32MrMSBG-5mz6WIJ6echo4IEQA&sig2=Fc4PJ3JNm4J6mU-zHqK6dA&bvm=bv.89744112,d.eXY

De paula Pinto, J. A. y Jarjour, N. R. Instituições Museológicas, Informação E transmissão de Conhecimento: a Mediação como fator de Acesso e Apropriação da Memória Social. Encuentro de Estudios sobre tecnología ciencia y gestión de la información, extraído el 19 de marzo de 2015 de https://www.academia.edu/4435878/INSTITUI%C3%87%C3%95ES_MUSEOLOGICAS_INFORMA%C3%87%C3%83O_E_TRANSMISS%C3%83O_DE_CONHECIMENTO

De Souza, J. (2009) Museus e mediação: Provocando experiências que possibilitam aprendizagens e construções de lugares, extraído el 20 de abril de 2015 de: <https://arte08.files.wordpress.com/2009/01/museus-e-mediacao-de-joana1.pdf>

División Educativa del Museo Nacional de Colombia. Documento de estudio para la preparación de la sala Memoria y Nación, 2013

Durkheim, E. (1982) Las reglas del método sociológico, Barcelona: Ediciones Morata S.A.

Hernández, H, F. (2011) El museo como espacio de comunicación. España: Trea.

Hooper-greenhill, E. (1998) Los Museos y sus visitantes. España: Trea.

Falk, J. H y Dierking, L. D., (1992) The Museum Experience. Washington, D.C.: Whalesback Books.

Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia, (1997) El monumento y sus colecciones. Asociación de Amigos del Museo Nacional de Colombia. Bogotá: Litografía Arco

Museo Nacional de Colombia, (2015) Proyecto de Renovación del Guion y el Montaje Museográfico del MNC – Bibliografía comentada: Sala 7 – Memoria y Nación Curadurías de Historia, Arte y Arqueología-Etnografía del ICANH. Bogotá

Núñez, A. (2006) El museo como espacio de mediación, el lenguaje de la exposición museal, Universidad del Cauca, Colombia, extraído el 12 de julio de 2015 de: <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n63/n63a10.pdf> recuperado julio 09 2015

Pérez Santos, E. (2000) Estudios de Visitantes en Museos: Metodología y aplicaciones, España: Trea.

Rubiales, R. (S.F.) El museo Contemporáneo, catalizador de futuro E-book, extraído el 24 de agosto de 2015 de <http://educacionemuseos.com/data/documents/Museo-contemporaneo.pdf>

Rubiales, R. (S.F.) Mediación y Museos, notas de museos e interacciones humanas E-book, extraído el 24 de agosto de 2015 de <http://educacionemuseos.com/data/documents/mediacion-ebook-copia.pdf>

Santacana, J. y Llonch, M. N. (2012) Manual de didáctica del objeto en el museo España: Trea.

Santacana, M. J. y Martín, P. C. (2010) Museografía Interactiva España: Trea.

Santacana, M. J. y Serrat, N. (2005), Museografía didáctica, Barcelona: Ariel

REFERENCIAS

Aguilera, J. P. (2007) Los guías de los museos de ciencia como mediadores de la participación de los visitantes: el caso del Museo de la Luz, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Departamento de estudios Socioculturales, Tlaquepaje Jalisco, extraído el 22 de julio de 2015 de https://maescomalu.files.wordpress.com/2014/12/patricia_aguilera.pdf

Aguilera, J. P., y Mejía, A. R. (2007) Los Guías: Mediadores de la participación en los museos de ciencia. Revista Museológica, Museo de la Ciencia y el Juego de la Universidad Nacional de Colombia. Vol. 10, Nº 18, extraído el 4 de mayo de 2015 de <http://www.cienciayjuego.com/jhome/index.php/sala-/176-los-guias-mediadores-de-la-participacion-en-los-museos-de-ciencia>

Alderoqui, S. (s.f.). El rol de los guías y el juego del diccionario. [Video en línea] <http://www.youtube.com/watch?V=dkagggqkshrc>

Alderoqui, S. (2008) Juventud y museos: El efecto mariposa. En, Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia & Red Nacional de Museos. Museos, educación y juventud: Memorias del encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en el Museo CECA-ICOM. Bogotá, extraído el 23 de febrero de 2015 de: <Http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/memoriaeducacionjuventud.pdf>

Alexander, J. Pragmática cultural, un Nuevo modelo de performance social. Revista colombiana de sociología, extraído el 22 de septiembre de 2014 de: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/11294/11952>

Asensio, M. Y Pol, E. (2002) Nuevos escenarios en educación. Aprendizaje informal sobre el patrimonio, los museos y la ciudad. Buenos Aires: Aique.

Ballart, J. (1997) El Patrimonio Histórico Y Arqueológico; Valor y Uso. Barcelona: Ariel

Bloomberg, M. (1929) An Experiment in Museum Instruction. American Association of Museums, Washington, D.C. Cleveland Museum of Art, Ohio. WASHINGTON D.C. extraído el 25 de Julio de 2015 de: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED044921.pdf>

Bourdieu, P. y Darbel, A. (2003) El amor al arte: los museos europeos y su público. Barcelona: Ediciones Paidós.

Cabral, M. (2008) Los museos y el público joven. En, Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia & Red Nacional de Museos. Museos, educación y juventud: Memorias del encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en el Museo CECA-ICOM. Bogotá.

Deloche, B. (2002) El Museo Virtual, Hacia una ética de las nuevas imágenes España: Trea. S. L.,

García, B. A. (1988.) Didáctica del Museo: El Descubrimiento de los Objetos. Madrid: Ediciones de la Torre,

Hernández, C. F. y Santacana, M. J. (2006) Museología Crítica. España: Trea

Huerta, R. y De la Calle, R, (2007) Espacios estimulantes, Museos y mediación artística. Valencia PUV

Martínez, J. (2006). Educación y ciudadanía. Eikasía. Revista de Filosofía, II 6, extraído el 2 de marzo de 2015 de: <http://www.revistadefilosofia.com/educacionyciudadania.pdf>

Mallart, J. (2001) Didáctica: concepto, objeto y finalidades en Didáctica general para psicopedagogos, extraído el 5 de abril de 2015 de: <Http://www.xtec.cat/~tperulle/act0696/notesuned/tema1.pdf>

Ministerio de Cultura. (2001) Memorias De Los Coloquios Nacionales, La Arqueología, La Etnografía, La Historia Y El Arte En El Museo. Museo Nacional De Colombia. Bogotá

Ministerio de Cultura. (2008) Memorias de los coloquios nacionales, Museos, educación y juventud Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos. Museo Nacional de Colombia. Bogotá 2008

Pastor Homs, M. I. (2004) Pedagogía museística, Nuevas perspectivas y tendencias actuales. España: Editorial Ariel.

Rojas, A. A. (2011) Mediadores - Educadores en los museos: los guías del museo interactivo de ciencia y tecnología MALOKA de Bogotá 2008-2010, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, extraído el 27 de abril de 2015 de <http://www.ilam.org/ILAMDOC/sobi/Mediadores-educadores-en-los-museos.pdf>

Sánchez de Horcajo, J. J. (comp.) (1997) Sociología del Arte: Los Museos madrileños y su público. Madrid: Libertarias Prodhufi.

Sánchez, M. M. (2014) Los Museos de ciencia, espacios para la divulgación interpersonal, Universidad Nacional Autónoma de México, Revista Digital Universitaria 1 de marzo de 2014 vol.15, No.3, extraído el 16 de agosto de 2015 de <http://www.revista.unam.mx/vol.15/num3/art20/>

Vasconcellos, C. (2013) Patrimonio, Memoria y Educación: una visión museológica. Revista Memoria y sociedad 17, no. 35.

Vygotsky, L. S. (1978) Interaction between Learning and Development en Mind in Society, The development of higher psychological processes Cambridge, MA: Harvard University,

Zavala, L. (1993) Posibilidades y límites de la Comunicación museográfica. México, Universidad Nacional Autónoma de México