

UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Propuesta de estrategia de interacción social entre el Museo de Arte Contemporáneo y los jóvenes del Barrio del Minuto de Dios

Julia Elena Velasco Arenas

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes
Bogotá, Colombia
2020

Propuesta de estrategia de interacción social entre el Museo de Arte Contemporáneo y los jóvenes del Barrio del Minuto de Dios

Julia Elena Velasco Arenas

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

DIRECTORA:
Gabriela Aidar

CO DIRECTOR:
William López Rosas

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes
Bogotá, Colombia
2020

Si el amor al arte es la señal de la elección que separa como infranqueable a los elegidos de los no elegidos, se comprende que los museos traicionen, en los menores detalles de su morfología y de su organización, su verdadera función que es la de reforzar en unos el sentimiento de pertenencia y en los otros el sentimiento de exclusión.

Pierre Bourdieu y Alain Darbel, L'amour de l'art

Agradecimientos

Agradezco el apoyo brindado por las instituciones en que se realizaron cada uno de los componentes, principalmente a los asesores directos de cada proyecto y al equipo del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá.

Por otro lado, quedo especialmente agradecida con la Maestra Gabriela Adiar por su paciencia, compromiso y confianza, apoyos determinantes para la realización de este trabajo.

Mi gratitud para mis compañeros de maestría y demás amigos colombianos que con su calidez y generosidad me hicieron sentir como en casa durante estos dos años.

Finalmente agradezco el apoyo incondicional y cariñoso que mi familia me ha brindado en todo momento.

Resumen

El presente documento contiene tres trabajos realizados en torno a tres distintas instituciones museales, desarrollados en los campos del manejo de colecciones, investigación, estudios de públicos, educación y curaduría.

El primer apartado muestra un panorama general del contexto social del entorno en que se encuentra el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), enfatizando su relación con el barrio en el que se ubica, el Barrio del Minuto de Dios, particularmente con los jóvenes de entre 20 y 24 años de edad, para después presentar una propuesta que busca cultivar dicha relación.

El segundo apartado es el resultado de la investigación de la colección de obra fotográfica de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), así como una propuesta curatorial basada en tal investigación.

Y por último, muestra los resultados del trabajo de inventariado de la colección fotográfica del Museo Nacional de las Telecomunicaciones, más una propuesta de curaduría. Ambos productos desarrollados por un equipo de cuatro personas del cual formé parte.

En su conjunto los tres trabajos logran una mirada del quehacer museológico en un contexto latinoamericano actual.

PALABRAS CLAVE

Museología social, Museo de arte, Interacción social, Colecciones, Curaduría

Abstract

This document contains three works carried out around three different museum institutions, developed in the fields of inventory, research, audience research studies, education, and curatorship.

The first section depicts an overview of the social context of the environment in which the Museum of Contemporary Art of Bogotá (MAC) is located, emphasizing its relationship with the neighborhood in which it is located, the Barrio del Minuto de Dios, particularly with young people between 20 and 24 years of age, and then presents a proposal that seeks to cultivate this relationship.

The second section is the result of the investigation of the photography collection of the Gilberto Alzate Avendaño Foundation (FUGA), as well as a curatorial proposal based on said research.

And finally, it presents the results of the inventory work of the photographic collection of the National Telecommunications Museum, plus a curatorship proposal. Both products developed by a team of four people of which I was a part of.

Together, the three works achieve an insight at museological work in a current Latin American context.

KEYWORDS

Social museology, Art museum, Social interaction, Collections, Curatorship

Contenido

Resumen	V
Lista de figuras	IX
Lista de tablas.....	X
Introducción	1
Capítulo 1. Trabajo conceptual. Propuesta de estrategia de interacción social entre el Museo de Arte Contemporáneo y los jóvenes del Barrio Minuto de Dios.....	4
Paradigmas Museológicos.....	4
2. La Museología Social.....	7
3. Contexto museal y referentes	10
4. Diagnóstico de los jóvenes del Barrio del Minuto de Dios	14
Contexto espacial	15
4.1. La Localidad de Engativá.....	15
4.2. Unidad de Planeamiento Zonal Minuto de Dios	20
4.3. Barrio del Minuto de Dios.....	21
4.4. Estudio de públicos.....	22
4.4.1. Metodología de encuesta.....	22
4.4.2. Análisis de resultados	27
5. El Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá	37
5.1. Los públicos del MAC	39
6. Propuesta de interacción social	44
6.1. La interacción social	45
6.2. La propuesta.....	46
6.3. Consideraciones generales	50
7. Conclusiones finales	52
8. Anexos.....	53
8.1. Muestra de encuesta resuelta.....	53
Lista de referencias.....	54

Capítulo 2. Práctica. Contextualización y propuesta de curaduría de obras fotográficas y sus autores de la colección de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño	58
1. Descripción del trabajo realizado	58
2. Contexto institucional.....	59
2.1. Organigrama administrativo de la FUGA	59
3. Equipo de trabajo.....	60
4. El proyecto.....	61
4.1 Justificación	61
4.2. Objetivo general.....	61
4.3. Objetivos específicos	61
4.4. Cronograma.....	62
5. Informe de actividades.....	62
6. Metodología	64
7. Aportes, logros y dificultades	65
8. Reflexiones finales.....	67
Lista de referencias.....	68
Capítulo 3. Prácticas colaborativas. Conociendo las colecciones de la Universidad Militar Nueva Granada	69
1. Descripción del trabajo realizado	69
2. Contexto institucional.....	70
3. Organigrama administrativo	70
4. Proyecto.....	71
4.1. Justificación	71
4.2. Objetivo general.....	72
4.3. Objetivos específicos	72
5. Cronograma	72
6. Informe de actividades.....	72
7. Investigación.....	73
8. Propuesta Curatorial.....	73
9. Metodología	74
10. Recomendaciones	76
11. Conclusiones	77

12. Anexos.....	77
12.1. Informe técnico	78
Lista de referencias.....	78

Lista de figuras

Figura 1. Ingreso mensual promedio por hogar	15
Figura 2. Índice de desempleo.....	16
Figura 3. Edad de las madres al tener el primer hijo	16
Figura 4. Lesiones comunes	17
Figura 5. Homicidios comunes.....	18
Figura 6. Hurto a personas.....	18
Figura 7. Hurto a domicilios.....	18
Figura 8. Mapa de Bogotá.....	20
Figura 9. Mapa del Barrio de Minuto de Dios	22
Figura 10. Plazoleta del MAC	27
Figura 11. Canchas de la UNIMINUTO.....	27
Figura 12. Edades de los encuestados.....	28
Figura 13. Género de los encuestados	28
Figura 14. Barrio de residencia de los encuestados	29
Figura 15. Ocupación de los encuestados.....	30
Figura 16. Pregunta 1. ¿Ha visitado e Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), de la Universidad Minuto de Dios?.....	30
Figura 17. Pregunta 2. ¿Aproximadamente con qué frecuencia lo visita?	31
Figura 18. Pregunta 3. ¿Qué es lo que más le gusta de MAC?	31
Figura 19. Pregunta 4. ¿Por qué no lo ha visitado?.....	32
Figura 20. Pregunta 5. Por favor señala la opción de la actividad que te gustaría que realizara el MAC.....	33
Figura 21. Pregunta 6. Si el MAC realizara actividades recreativas dos días a la semana ¿Qué tan probable sería que asistiera?.....	35
Figura 22. Pregunta 7. En caso de que fuera muy probable que asistiera ¿Qué horario le parecería el más adecuado?.....	36
Figura 23. Organigrama del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá.....	39
Figura 24. Estadísticas de visitas por año	40
Figura 25. Estadísticas de visitantes por grupo poblacional del año 2018	40
Figura 26. Estadísticas de visitantes por grupo poblacional de los últimos cuatro años....	41
Figura 27. El MAC/Lab visto desde el interior	48
Figura 28. El MAC/Lab visto desde el exterior	48
Figura 29. Organigrama de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño	60
Figura 30. Cronograma de actividades.....	62

Figura 31. Organigrama del Museo Nacional de las Telecomunicaciones.....	71
Figura 32. Cronograma de actividades.....	72
Figura 33. Ejemplo de acontecimiento en línea del tiempo.....	74

Lista de tablas

Tabla 1. Respuestas abiertas de la pregunta 5, en su opción “g. Otro ¿Cuál?”	33
Tabla 2. Taller de animación digital.....	49
Tabla 3. Ejemplo de pieza inventariada.....	73

Introducción

Uno de los organismos mundialmente reconocidos por las instituciones museísticas es el Consejo Internacional de Museos (ICOM), por lo que es pertinente tomar en cuenta la definición que éste hace de los museos, para lo cual cabe mencionar que en la fecha en que se realiza el presente trabajo, dicha definición se encuentra en revisión para ser replanteada, sin embargo mientras esto ocurra aún se puede considerar vigente la aprobada en Viena en 2007, la cual entre otras consideraciones menciona que el museo es una institución que está “al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público”¹. Por otro lado se encuentra la nueva propuesta que se sometió a votación en Kioto en septiembre del presente año, sin embargo aún no se cuenta con una definición oficial puesto que se sigue discutiendo, en esta última propuesta se menciona entre otras cosas que los museos “trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades”².

Otro organismo con autoridad en el campo de los museos es la *American Alliance of Museums*, la cual a pesar de no contar con una definición como tal de lo que es un museo, genera y reúne información al respecto, entre la cual señala que “Además de abrir sus colecciones, exhibiciones y actividades al público, los museos contribuyen a nuestra sociedad de diversas maneras” (AAM, 2019). Después de ello habla de los beneficios económicos, laborales, y en materia de educación.

En el ámbito nacional, la entidad responsable de orientar las políticas del sector museístico es el Ministerio de Cultura por medio del Museo Nacional de Colombia y el Programa de Fortalecimiento de Museos, el cual a través de la Ley General de

¹ “Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo” (ICOM, 2019).

² “Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso a patrimonio para todos los pueblos.

Los museos no tiene ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la dignidad mundial y al bienestar planetario” (ICOM, 2019).

Cultura (Ley 397 de 1997), establece en el Capítulo III³ las obligaciones del Ministerio de Cultura en relación a los museos.

Concretamente el artículo 49 de la ley mencionada, determina entre otros aspectos que el Ministerio de Cultura “estimulará el carácter activo de los museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local” (Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, 2019). Cabe mencionar que si bien el Ministerio de Cultura es un organismo público, sus políticas pueden afectar tanto a museos públicos como privados.

Las definiciones y decretos aquí referidas de lo que un museo hace o debe hacer son más amplias de lo que aquí se muestra y abarcan otros aspectos importantes de los museos, sin embargo debido a que el presente trabajo se enfoca en gran medida en los públicos, sólo se toman los fragmentos en que estos aparecen explícitos.

Apoiados en estas enunciaciones podemos decir que los públicos son un aspecto fundamental para los museos, por lo cual es importante que los museos los conozcan para así poder dirigir sus esfuerzos hacia ellos de la mejor manera. Por esta razón en el presente documento se realiza un análisis de la población en que se encuentra el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), a nivel Localidad, Unidad de Planeamiento Zonal y Barrial respectivamente. También se estudia la interacción social que existe entre el MAC y los jóvenes de entre 20 y 24 años de edad del Barrio Minuto de Dios de Bogotá, tomando como base los estudios de públicos existentes y el realizado en este trabajo, para lo que se implementó una encuesta a jóvenes del barrio. Todo con la finalidad de reunir los insumos

³ ART. 49. Fomento de museos.

ART. 50. Investigación científica e incremento de las colecciones.

ART. 51. Especialización y tecnificación.

ART. 52. Protección y seguridad de los museos.

ART. 53. Conservación y restauración de las colecciones y sedes de los museos.

ART. 54. Control de las colecciones y gestión de los museos públicos y privados.

ART. 55. Generación de recursos.

(Ley General de Cultura, 2019)

necesarios para facilitar el diseño de propuestas que contribuyan a incentivar la interacción social entre el MAC y los jóvenes de su barrio.

Además de reflexionar sobre los públicos, este trabajo muestra dos colaboraciones realizadas en dos instituciones museales distintas, ambas desarrolladas en el ámbito del manejo de colecciones, con lo que se pueden analizar las relaciones que se dan entre ambos campos, siendo una de las más importantes el tener presente a los públicos en todo momento en que se realice cualquier actividad del museo.

Capítulo 1. Trabajo conceptual. Propuesta de estrategia de interacción social entre el Museo de Arte Contemporáneo y los jóvenes del Barrio Minuto de Dios

Paradigmas Museológicos

1. La Nueva Museología

Un referente fundamental de este documento es la llamada Nueva Museología nacida en Francia a mediados del siglo XX, cuyo principal antecedente según señala la museóloga María Celia Moura Santos fue el movimiento social francés de 1968, el cual asumió una postura crítica frente a todas las instituciones protestando en contra del consumismo, los medios de comunicación, los acuerdos económicos y los modelos establecidos (Moura, 2002, p. 95). Situaciones muy similares ocurrieron ese mismo año en países como Estados Unidos, Checoslovaquia, México y España, aunque cada uno de los casos fue detonado por hechos particulares.

En el caso concreto de los museos Moura identifica al pedagogo Paulo Freire como una importante influencia en el papel social y educativo que los museos tomaron posteriormente. Aunque la Nueva Museología como tal, fue desarrollada en los setentas principalmente por los museólogos franceses Georges Henri Rivière y Hugues de Varine Bohan. Este último afirmó en la entrevista publicada en *Los Museos del Mundo* lo siguiente:

A partir de principios de siglo XIX, el desarrollo de los museos en el resto del mundo (en los países no europeos) es un fenómeno puramente colonialista. Fueron los países europeos quienes impusieron a los no europeos su método de análisis del fenómeno y patrimonio cultural; obligando a las elites y a los pueblos de esos países a ver su propia cultura con ojos europeos. Así, los museos en la mayoría de las naciones son creaciones de la etapa histórica colonialista (...) La descolonización que se registró más tarde fue política, pero no cultural; se puede decir, por consiguiente, que el mundo de los museos, como institución y como método de conservación y de comunicación del patrimonio cultural de la

humanidad, es un fenómeno europeo que se ha difundido porque Europa ha producido la cultura dominante y los museos son una de las instituciones derivadas de esa cultura. (Varine, 1973, pp. 12-13)

Como podemos ver esos son los antecedentes de nuestros museos en América, y el riesgo de caer en monólogos impositivos sigue estando presente, por lo que invariablemente conviene tomar en cuenta a la comunidad en que el museo se encuentra, de no ser así podríamos acabar intentando “colonizar” a los públicos.

Por ello, la Nueva Museología buscaba democratizar los museos mismos que como ya se mencionó anteriormente, en un inicio se enfocaban a las élites culturales volviéndose inaccesibles para la mayor parte de la sociedad, situación que aún en la actualidad dicha corriente pretende cambiar para volver a los museos espacios al servicio de una sociedad cambiante con la cual conviene dialogar y buscar adaptarse.

Postulado que se ha reafirmado y complementado en subsecuentes Declaraciones, tales como la Mesa Redonda de Santiago de Chile en 1972. En la cual surgen dos postulados básicos señalados por Hugues de Varine: “El museo integral, tiene en cuenta todos los problemas de la sociedad; y el museo, como acción, como instrumento dinámico de cambio social⁴” (citado por Moura, 2002, p. 111).

Posteriormente tuvo lugar la Declaración de Quebec en 1984 y la Declaración Oaxtepec México en el mismo año. En estas declaraciones “se deduce que es necesario optar por un nuevo museo, más abierto y participativo, donde el punto de referencia no lo constituyan los objetos, sino la comunidad” (Hernández, 2006, p. 183).

En concordancia con ésta nueva concepción museológica surgen los *ecomuseos*, término acuñado por Hugues de Varine en 1971, quien planteó que en vez de que un museo sea edificio, colección y público, pase a ser región, patrimonio regional y

⁴ Traducción del texto original en portugués:

- a de museu integral, que leva em consideração a totalidade dos problemas da sociedade;
- a de museu, enquanto ação, enquanto instrumento dinâmico de mudança social.

comunidad regional participativa. Lo que conforma las bases de la Nueva Museología: territorio, patrimonio y comunidad (Laucouture, 1985, p. 5).

Por otro lado Mathilde Bellaigue apunta que los principios básicos del ecomuseo son:

Identificar un territorio y sus habitantes; inventariar las posibles necesidades y sus anhelos; actuar como miembros de la comunidad, considerándolos verdaderos dueños de su pasado y actores del presente; aceptar que no se requiere una colección para instalar el museo. A este respecto, la concepción de la institución será en el sentido comunidad-museo en lugar de museo-objeto, como se pensaba anteriormente⁵. (citado por Moura, 2002, p. 102)

Moura resume los principios básicos de la Nueva Museología con el siguiente listado:

- Reconocimiento de las identidades y culturas de todos los grupos humanos;
- Uso de la memoria colectiva como referencia básica para comprender y transformar la realidad;
- Fomentar la apropiación y reapropiación del patrimonio para que la identidad se pueda vivir en pluralidad y ruptura;
- Desarrollo de acciones museológicas, considerando como punto de partida la práctica social y no las colecciones;
- Socialización de la función de preservación;
- Interpretación de la relación entre el hombre y su entorno y la influencia del patrimonio cultural y natural en la identidad de las personas y los grupos sociales;
- Acción comunicativa por parte de técnicos y grupos comunitarios, con el objetivo de comprender, transformar y desarrollar socialmente.⁶ (Moura, 2002, p. 115)

⁵ Traducido del texto original en portugués:

- identificar um território e seus habitantes; inventariar as possíveis necessidades e seus anseios;
- atuar, como os membros da comunidade, considerando-os donos reais do seu passado e atores do presente;
- aceitar que não é necessária a existência de uma coleção para que seja instalado o museu. Neste aspecto, a concepção da instituição será no sentido comunidade-museu e não objeto-museu, como antes se concebia.

⁶ Traducido del texto original en portugués:

- reconhecimento das identidades e das culturas de todos os grupos humanos;
- utilização da memória coletiva como um referencial básico para o entendimento e a transformação da realidade;
- incentivo à apropriação e reapropriação do patrimônio, para que a identidade seja vivida, na pluralidade e na ruptura;
- desenvolvimento de ações museológicas, considerando como ponto de partida a prática social e não as coleções;
- socialização da função de preservação;

En su artículo Moura reflexiona sobre la aplicación que la Nueva Museología ha tenido en los museos, reconociendo que no ha sido considerada por muchos de ellos, en gran medida por el desconocimiento de los alcances que ésta puede tener (Moura, 2002, p. 105). Otro motivo que podría causar su poca o nula aplicación, es la falta de capacitación adecuada del personal de varios museos, ya que no basta con conocer la teoría, sino que es necesario se capacite sobre cómo llevarla a cabo. A pesar de ello, Moura también reconoce que la Nueva Museología más que una meta es un proceso de aprendizaje en el que se trata de aprender a aprender (Moura, 2002, p. 130).

2. La Museología Social

Más recientemente se han derivado nuevas corrientes influenciadas por La Nueva Museología, tal es el caso de la Museología Social la cual ve a los museos como instituciones con el potencial y el deber de ser partícipes de la mejora social. Así lo afirma Francisca Hernández al aseverar que “Ya no hay cabida para un museo incapaz de ser protagonista de un proceso de desarrollo cultural de la comunidad y que no esté dispuesto a convertirse en un instrumento de cambio y renovación constantes, porque el museo, será un medio de concienciación para la sociedad” (Hernández, 2006, p. 183).

En efecto, en la actualidad los museos ofrecen sus servicios a toda la población, por lo que es oportuno que busquen estrategias para hacer esto posible, sin perder en ningún momento el fin último de éstos: “si el museo no contribuye a hacernos un poco más humanos, si no nos acerca un poco más a los demás, si no rompe las estructuras que durante años han servido más para dividir y separar que para unir o hermanar a los hombres entre sí, su función social no llegaría a realizarse y su razón de ser no tendría demasiada consistencia” (Hernández, 2006, p. 186). O dicho

-
- Interpretação da relação entre o homem e o seu meio ambiente e da influência da herança cultural e natural na identidade dos indivíduos e dos grupos sociais;
 - ação comunicativa dos técnicos e dos grupos comunitários, objetivando o entendimento, a transformação e o desenvolvimento social.

más llanamente por uno de los padres de la museología social Mario de Souza Chagas en su charla sobre Museología Social y Patrimonio ofrecida en la Universidad del Externo en 2018, donde afirmó que “la museología que no sirve para la vida, no sirve para nada” (Chagas, 2019).

Los museos pueden ser un apoyo importante en los procesos de aprendizaje de las personas. En primer lugar depende de la naturaleza del museo en cuestión, es decir si se trata de un museo de ciencia, tecnología, arqueología, historia, historia natural, arte, etc., con sus respectivas subdivisiones, por ejemplo en el caso de los museos de arte, éstos podrían ser de arte virreinal, moderno o contemporáneo, por mencionar los más comunes, y cada uno de ellos tendría un énfasis particular en determinadas áreas del conocimiento, como en las artes plásticas lo pudiera ser la apreciación de las formas, colores, texturas, lo cual resulta útil para el día a día de cualquier persona.

Además de ello los museos estimulan la curiosidad, mejoran la capacidad de observación, el pensamiento crítico, la diversidad, la creatividad, habilidades de comunicación, las inteligencias múltiples, el aprendizaje emocional; ayudan a fomentar identidad cultural, cohesión social, participación social e interacción social, entre otros aprendizajes (Arbués & Naval, 2014).

Sin embargo, todos los museos sin importar su tipo pueden contribuir a mejorar nuestras vidas sustancialmente a través de las reflexiones que propician, o de los encuentros que ahí ocurren, como apunta Chagas “es indispensable comprender a los museos como espacios de relación y no de acumulación” (Chagas, 2017).

Así pues el presente documento se centra en la relación entre los museos y sus públicos, mismos que según la Encuesta de Consumo Cultural realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE se han visto disminuidos, ya que en 2010 el 15,7% de los encuestados dijo haber visitado un museo en el último año, mientras que en 2016 el porcentaje disminuyó al 12,3% (como se cita en Peláez, 2017) y en 2017 al 11,7% (DANE, 2018). Mientras que en paises como Alemania y Francia el promedio de la población que visita los museos

al menos una vez al año representa el 40% y el 33% respectivamente (Rosas, 2005, p. 146). Aunque tal comparación no es del todo justa ya que estos últimos países cuentan con mayor equipamiento y recursos económicos que los países latinoamericanos.

Existen varios factores que influyen en los bajos índices de visitantes, y los orígenes pueden ser tanto internos como externos, es decir por causas operativas del museo en cuestión o por agentes independientes a ellos. Sin embargo dado que la encuesta mencionada no proporciona más datos que nos ayuden a conocer tales factores, aquí sólo consideraremos los que los especialistas en estudios de públicos han identificado de forma general, mismos que han recibido el nombre de “barreras” puesto que se interponen entre el museo y sus posibles visitantes.

La antropóloga Ana Rosas Mantecón analiza estas barreras señalando que quien llega al museo ha vencido una o varias barreras para hacerlo. Estas pueden ser físicas como la centralización geográfica que demanda recorrer grandes distancias para llegar, el congestionamiento vehicular, la violencia, el comercio informal, la gran cantidad de tiempo que se dedica a medios masivos como la televisión y el internet, o la capacidad de pagar el precio de entrada; de información como el desconocimiento acerca del museo, de sus programas o de la importancia que tiene el disfrute del patrimonio para la calidad de vida; las concepciones sociales al sentir que son para otro tipo de personas; o culturales a través de los hábitos culturales previos que determinan el capital cultural de las personas y que influyen en nuestros consumos culturales a través de los contextos familiares, laborales y sociales; así como lo son las simbólicas tales como la arquitectura y la imagen urbana, donde destaca la “monumentalización” y sacralización del patrimonio que dificultan que muchos públicos se identifiquen con ellos, y por ende que participen de lo que ahí ocurre. (Rosas, 2005, pp. 140-159).

Por consiguiente es necesario que los museos conozcan las principales barreras que les dificultan vincularse con los públicos para que puedan reducirlas

estratégicamente a través de sus programas, “reconociendo que el objetivo principal es el combate a la inequidad en el acceso a la cultura” (Rosas, 2005, p. 163).

3. Contexto museal y referentes

En el marco de los museos internacionales, se encuentran varios programas enfocados a sus barrios, sin embargo debido a que las condiciones económicas, educativas y culturales varían mucho entre cada región del mundo, a continuación se muestran algunos ejemplos de Latinoamérica con el fin de procurar mayor coincidencia con las condiciones en las que se desarrolla el MAC:

En la ciudad de São Paulo en Brasil, el Museo de Arqueología y Etnología de la Universidad, trabajó con San Remo su comunidad vecina el siguiente proyecto en colaboración con la ONG Espacio Girasol:

- *Proyecto Girasol*. Inició con el dialogo entre la comunidad, la universidad y el museo, siguiendo los ejes: quién soy, quién es el oro, dónde estoy y cómo me rodea un agente de transformación. Posteriormente siguió la elaboración de talleres semanales que promovían la solución de problemáticas de la comunidad al mismo tiempo que abordaban contenidos del museo y promovían el reconocimiento de los lugares significativos de la comunidad. Algunas actividades que realizaron fueron la elaboración de una maqueta de la ciudad, mapas de San Remo, de la Ciudad Universitaria y de São Paulo, excavación simulada y producción de animaciones stop-motion; asimismo realizaron las exposiciones *Pequeños Aprendices del Museo de Arqueología y Etnología de la USP* y *Paseando por el mundo*, mismas que fueron producidas, curadas, elaboradas y montadas con la propia comunidad a partir de los resultados de los talleres. Al final de cada semana el equipo realizaba un informe basado en la reflexión y auto evaluación de todo el proceso, el cual incluía las problemáticas encontradas, posibles soluciones y propuestas de estrategias futuras. (Vasconcellos & Da Silva, 2018, pp. 623-635)

En el caso de México, está el Museo Universitario del Chopo ubicado en la Ciudad de México, adscrito a la Coordinación de Difusión Cultural de la Universidad Nacional de México (UNAM). Entre sus proyectos se encuentran los siguientes:

- *Qué pasa en el Barrio*. Es un apartado en la página web del museo en que muestra un mapa con los datos de contacto y descripción con fotografía de los espacios culturales, restaurantes, cafés y edificios históricos de su barrio y los barrios aledaños también llamados Colonias.

- *Santa Slam. Tira verbo, tira barrio*. Se trata de un torneo mensual de lectura de poesía en voz alta con textos propios. Y es realizado en colaboración con el Centro Transdisciplinario Poesía y Trayecto AC como parte del Programa de Fomento a la lectura y escritura en Santa María la Ribera llamado *Haz un libro & Haz barrio*.

- *Úmbal: coreografía nómada para habitantes*. Como el nombre lo indica se trató de una coreografía colectiva, para la que el museo convocó a los capitalinos a donar su propios pasos de baile, con los cuales se construyó una coreografía a través de un laboratorio en que principalmente participaron ellos mismos. Y en la última etapa del proyecto, bailaron la coreografía construida mientras caminaban por algunas calles del barrio al mismo tiempo que se sumaban más personas locales. (Museo Universitario del Chopo, 2020)

Igualmente en la Ciudad de México se ubica El Centro de la Imagen, espacio cultural que cuenta con la siguiente actividad enfocada a su barrio:

- *Me sobra barrio*. Es un programa de residencias artísticas consistente en la elaboración de proyectos co-participativos entre artistas y la población aledaña al Centro de la Imagen. Algunos de los proyectos realizados han sido: videos con entrevistas a los comerciantes, instalaciones sonoras y visuales que narran historias dentro de los locales, un comedor móvil con videoproyecciones y acciones performativas en donde se dialogó con los visitantes de un parque, fotomurales con perspectiva de género y un documental sobre una casa habitada por una comunidad LGBT+ (Centro de la Imagen, 2020).

Mientras que en el país de Chile, encontramos el Museo Barrial Plaza Arica en la ciudad de Iquique, en donde se realizan las siguientes actividades:

- *Mi barrio, mi casa: lo cuido y lo quiero porque...*, el cual consiste en un taller de dibujo con esa temática.
- *Concurso de cuentos*. Certamen de cuentos en que se tratan temáticas del barrio. (Museo Barrial Plaza Arica, 2020).

En este mismo país pero en Santiago, se localiza el Museo de la Solidaridad Salvador Allende, mismo que realizó el siguiente proyecto:

- *Haciendo Barrio*. Investigación del barrio con la participación de sus habitantes, y posterior realización de una exposición con la información obtenida, misma que contenía textiles, fotografías, publicaciones y videos relacionados con la historia del barrio. (Museo de la Solidaridad Salvador Allende, 2020)

Pasando a los museos colombianos, vemos que el Programa de Fortalecimiento de Museos implementó el Sistema de Información de Museos Colombianos (SIMCO), en el que los museos tanto públicos como privados proporcionan voluntariamente su información. En la última actualización publicada en la página web de SIMCO se encuentran registrados 358 museos de todo el país y de tipologías diversas (SIMCO, 2013). Cabe mencionar que hay otras instituciones museales que no se encuentran inscritas en SIMCO, sin embargo aquí sólo se consideran las publicadas en dicho sitio para delimitar los alcances de la contextualización.

Del total de instituciones museales referidas 57 se encuentran en la ciudad de Bogotá, de las cuales se eligieron las 11 que están dedicadas total o parcialmente al arte:

- Museo de Arte Miguel Urrutia
- Museo Botero
- Museo Claustro de San Agustín
- Museo de Arte Universidad Nacional de Colombia
- Museo de Arte Moderno de Bogotá
- Museo Santa Clara

- Museo Nacional de Colombia
- Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá
- Museo de Arte y Cultura Colsubsidio
- Museo de Artes Gráficas
- Fundación Mariano Ospina Pérez

Se estudió la programación cultural de estas instituciones, a través de la consulta de sus páginas web y redes sociales, con el fin de identificar las actividades culturales o educativas que pudieran estar enfocadas ya sea explícita o implícitamente a los habitantes de sus respectivos barrios. La mayor parte de las actividades encontradas no muestran un enfoque evidente a dicho sector. Las actividades que se muestran son: conferencias, conciertos, cine, talleres (video con dispositivos móviles, caricatura y meme, creatividad y diseño, sombras chinas, artes visuales, creación literaria, papiroflexia, mandalas y arteterapia), clases de danza y yoga, círculos de lectura, visitas temáticas y diálogos con artistas. En general podemos decir que estas actividades están dirigidas al público en general puesto que no hacen alusión a sus barrios.

Cabe mencionar que es posible que algunos museos tengan programas enfocados a sus barrios y no se mencione en la información publicada; además de ello, se aclara que no se localizó la programación de todos los museos seleccionados. Por otro lado, el hecho de que algunos museos no cuenten con un programa dirigido a sus respectivos barrios no demerita de ninguna forma la labor que realizan puesto que todos los museos tienen una misión institucional distinta, y la única finalidad del recuento aquí expuesto es la de esbozar un marco referencial.

Sin embargo en algunos casos hay programas y actividades relacionadas con sus barrios, tal es el caso del Museo Nacional de Colombia a través del programa:

- *Explorando patrimonios*. Se desarrolla en colaboración con la Fundación SURA, y aunque su principal público objetivo son las personas en situación de vulnerabilidad, implementa actividades orientadas a su comunidad. Por ejemplo el taller denominado *Mi pequeña ciudad*, cuyo fin es que los participantes reconozcan

elementos importantes de su paisaje local, ello mediante preguntas formuladas por el tallerista con el apoyo de un títere, posteriormente construyen de forma colectiva un paisaje con material didáctico, y finaliza con más preguntas para suscitar reflexiones al respecto. (Museo Nacional de Colombia, 2020)

Por su parte, el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá ha implementado los siguientes proyectos:

- *Barrio Museo*. Consiste en la intervención artística de treinta fachadas del Barrio Minuto de Dios, mismas que se pueden ubicar y seguir en un mapa mostrado en la página web del museo, el cual también incluye sugerencias de rutas para visitarlas.

- *Arte en casa*. Para este proyecto el museo facilita una pieza de su colección a una familia del barrio durante una tarde, durante este tiempo se ofrece una charla con información de la obra, la cual en ocasiones es compartida por el propio autor, y en algunos casos también se realizaron performances.

- *Proyecto de Vida*. Fue gestionado por el área educativa del MAC y es trabajado en conjunto con la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Consiste en la realización de visitas interpretadas a los estudiantes de primer semestre, y es parte de su proceso académico.

(MAC, 2020)

4. Diagnóstico de los jóvenes del Barrio del Minuto de Dios

Para propiciar que los museos sean lugares de encuentro es conveniente acercarnos a los públicos existentes y potenciales para conocerlos lo más posible, desde sus características básicas hasta sus necesidades y características específicas. Lo cual se consigue a través de estudios de públicos y posterior elaboración de estrategias de forma permanente, con sus respectivas evaluaciones y mejoras.

Contexto espacial

4.1. La Localidad de Engativá

Bogotá está dividida en 20 localidades siendo Engativá una de ellas, misma que a su vez está dividida en Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ), una de las cuales es la UPZ del Minuto de Dios, la cual está dividida en barrios, y el Barrio del Minuto de Dios es uno de ellos, barrio en que ubica el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá.

Desafortunadamente no se cuenta con información suficiente de la población del Barrio del Minuto de Dios, por lo que para poder obtener información acerca de su población recurrimos a la información que se tiene sobre la población de Engativá. En 2017 esta Localidad contaba con 878.430 habitantes (Veeduría Distrital, 2017); es predominantemente residencial, con algunas zonas comerciales y de servicios, además de ello cuenta con grandes áreas de preservación ecológica.

En cuanto a la calidad de vida, ésta se puede estudiar en relación a las condiciones económicas de la población, para lo cual son de utilidad los siguientes datos:

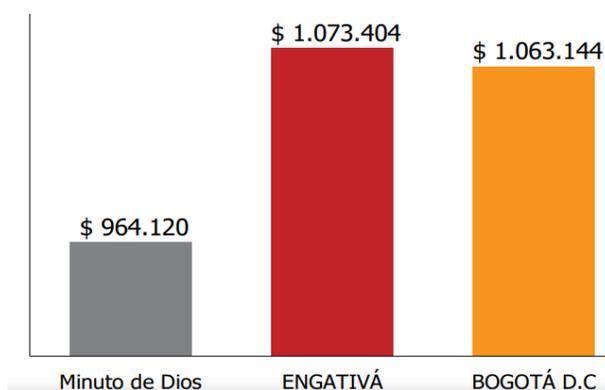


Figura 1. Ingreso mensual promedio por hogar

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

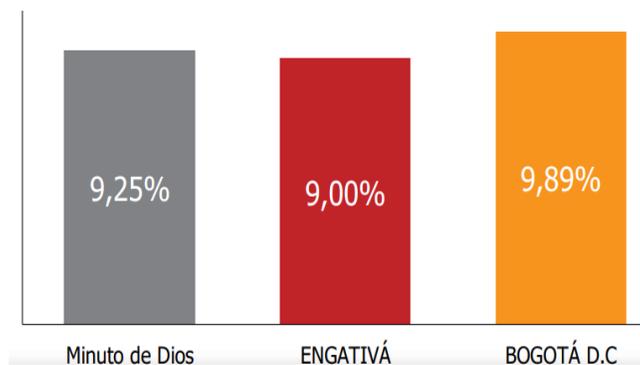


Figura 2. Índice de desempleo

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

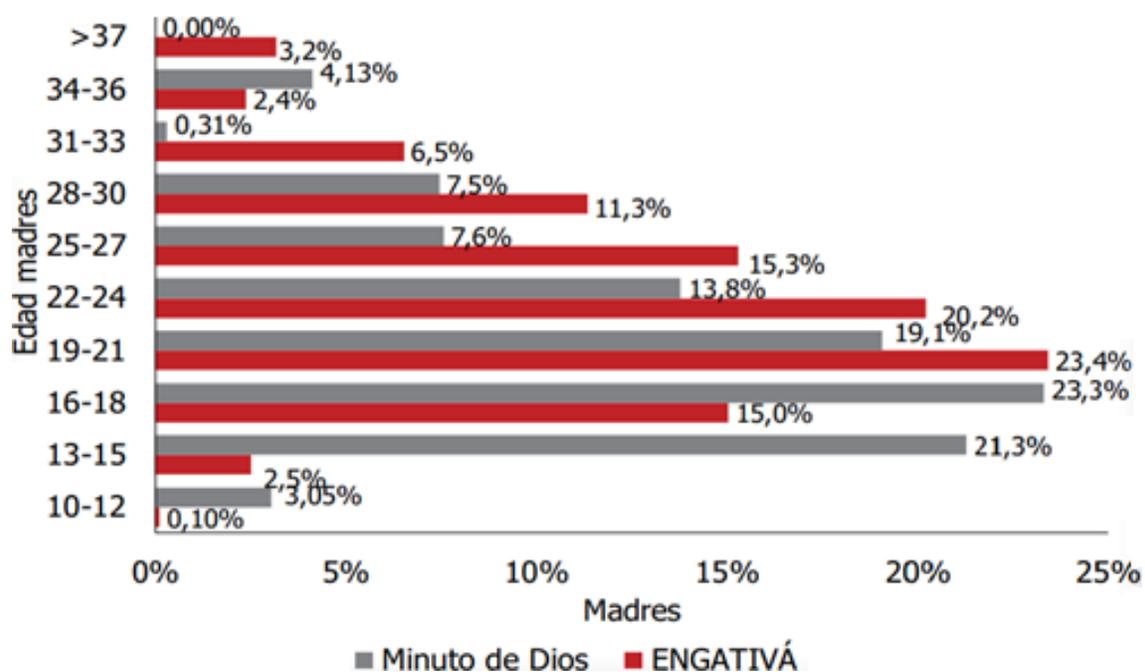


Figura 3. Edad de las madres al tener el primer hijo

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

Como podemos ver en promedio la población de la UPZ del Minuto del Dios percibe bajos ingresos y muestra un alto índice de desempleo. Además de que los índices más altos de embarazo ocurren en edades en que las mujeres podrían ser estudiantes de bachillerato o de universidad. También notamos que los índices más altos (32.9%) de embarazos por primera vez son en mujeres de entre los 20 y 24 años de edad, el mismo rango de edad del público objetivo que trata el presente documento.

También nos interesa conocer el contexto social, para lo que recurrimos al estudio titulado *Convivencia, Seguridad y Cultura Ciudadana, prácticas culturales que inciden en la convivencia y seguridad ciudadana de las localidades de Kennedy, Ciudad Bolívar, Puente Aranda, Chapinero, Usaquén, Suba y Engativá*, por la relación de las practicas que veremos a continuación en la convivencia de los jóvenes.

Dicho estudio incluye a la localidad de Engativá como una de las siete localidades de Bogotá que registraron mayores índices de participación en los delitos de impacto social entre los años 2003-2009, a continuación se muestran algunos de los resultados de estudio.

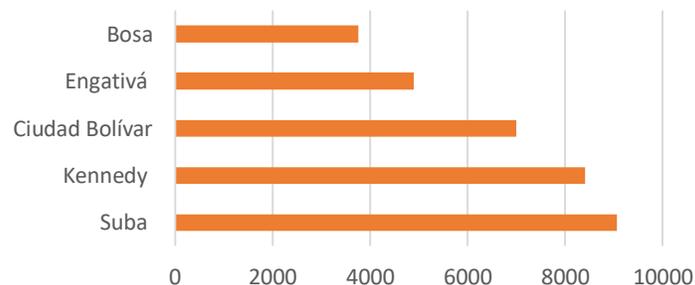


Figura 4. Lesiones comunes

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

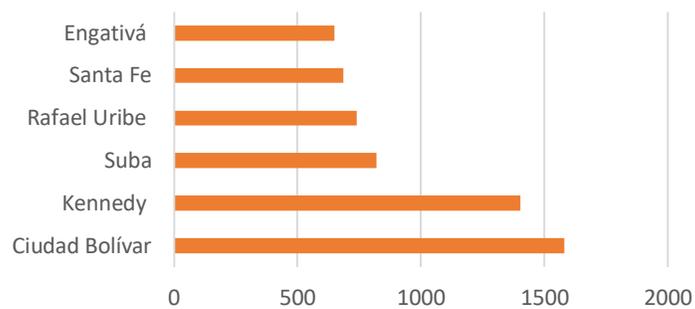


Figura 5. Homicidios comunes

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

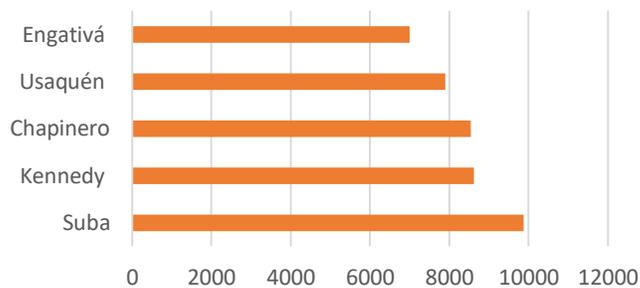


Figura 6. Hurto a personas

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

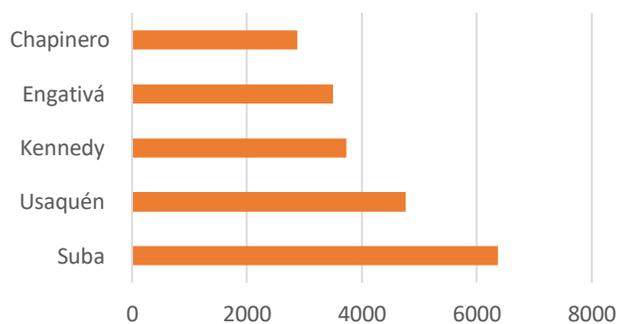


Figura 7. Hurto a domicilios

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

Por otro lado, el estudio señala que las principales prácticas culturales que generan problemas de seguridad y convivencia son el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas (SPA), la invasión del espacio público y el mal manejo de basuras y residuos sólidos. Y evalúa la reacción que tienen algunas de esas prácticas con los índices de criminalidad:

En relación al consumo de SPA o alcohol, las UPZ más afectadas son Minuto de Dios, Álamos, Garcés Navas, Engativá, las Ferias y Boyacá. De acuerdo con los relatos recopilados, la droga aparece como el factor detonante de las prácticas relacionadas a la criminalidad, las cuales son ejercidas principalmente por jóvenes entre quince y veinte años. (Usuaga, Arango, Cabrera & Ramírez, 2010, p. 85)

Y más adelante refiere la existencia de pandillas, las cuales generan temor en la población, principalmente en lugares como parques, áreas de conservación ambiental, puentes peatonales y las calles.

Otra de las prácticas que refiere como problemática es la vinculación a las barras bravas, ya que los jóvenes asumen prácticas culturales como valores, creencias y rituales que les generan sentido de apropiación e identidad, brindándoles identificación, reconocimiento y diferenciación.

La última problemática que señala el estudio es la violencia intrafamiliar y de género, siendo los menores de edad, los jóvenes y las mujeres los sectores más afectados. Y atribuye dicha violencia a varios factores, tales como la desintegración familiar, el desempleo, bajos índices de actividades de ocio y recreación y baja cohesión social, lo que relaciona con la inequidad y la desigualdad (Usuaga, Arango, Cabrera & Ramírez, 2010, p. 88).

Las recomendaciones finales del estudio versan sobre la importancia de la convivencia ciudadana, los programas educativos y los mecanismos pedagógicos colectivos para promover los derechos humanos y con todo ello disminuir las problemáticas mencionadas.

4.2. Unidad de Planeamiento Zonal Minuto de Dios

La Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) Minuto de Dios, es una de las nueve UPZ de la localidad de Engativá, y según datos oficiales en 2017 contaba con 156.375 habitantes (Veeduría Distrital, 2017).

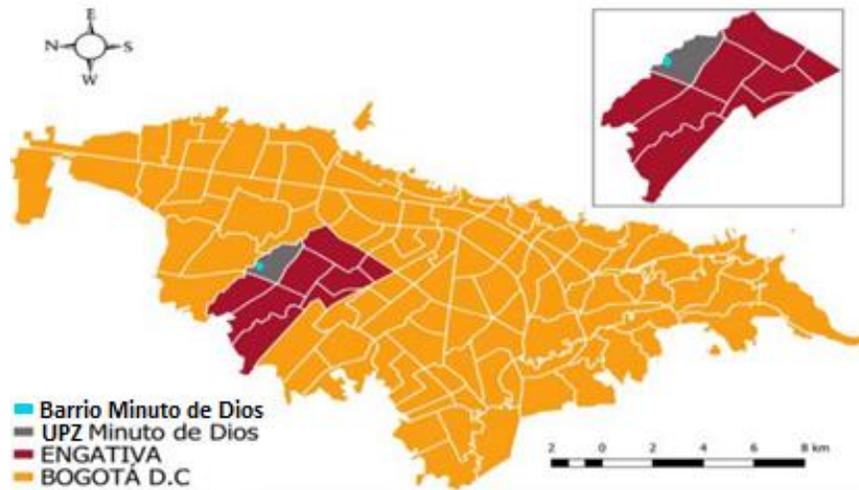


Figura 8. Mapa de Bogotá

Fuente: Veeduría Distrital, 2017

Inició su fundación en 1956 por iniciativa del Padre Rafael García Herreros, con el objetivo de facilitar la obtención de vivienda propia a personas católicas de bajos recursos y de familia numerosa (Juliao, 2007). Paulatinamente el Barrio se fue dotando de una infraestructura muy sólida conformada por el templo del Minuto de Dios, la Parroquia San Juan Eudes, la Corporación Minuto de Dios, el Colegio Minuto de Dios, la Corporación Universitaria Minuto de Dios, el Teatro Minuto de Dios, la Plaza Banderas, la Emisora Minuto de Dios y el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC).

A pesar de que la fundación del MAC, al igual que la fundación de la universidad y los centros culturales entre los que se encuentra el museo fue hecha dentro del mismo contexto en el que se promovía un desarrollo en conjunto entre todos los

componentes del barrio, la dinámica se ha modificado debido a los cambios naturales que éste ha sufrido a lo largo de los más de cincuenta años que han pasado desde su constitución.

Si bien todo el conjunto nació en un entorno católico, actualmente el sector tiene más influencia académica y comercial que católica. Por lo cual los habitantes del barrio en muchos de los casos ya no son las familias completas que fueron en un inicio sino que son estudiantes que sólo están ahí por pocos años o incluso pocos meses; una característica que genera una relación con el barrio y particularmente con el MAC distinta a la que se había dado con las familias fundadoras, lo cual puede derivar en falta de apego o arraigo hacia el museo.

Por lo anterior se encuentra pertinente conocer los intereses de los vecinos a través de un estudio de públicos dirigido a ellos, para posteriormente analizar y aplicar la información recabada en la elaboración de una estrategia concreta para mejorar y propiciar el “diálogo” y la interacción con el museo.

4.3. Barrio del Minuto de Dios

La UPZ del Minuto de Dios a su vez está dividida en 14 barrios, uno de los cuales lleva el mismo nombre, es decir el Barrio del Minuto de Dios, mismo que según datos proporcionados por Isidro Navarro quien fue presidente de la Junta Comunal del barrio, en 2018 contaba con aproximadamente 4,500 habitantes (I. Navarro, comunicación personal, 10 de septiembre de 2019). A lo cual se le suma la circulación de alrededor de 3,000 trabajadores de la Organización Minuto de Dios, más 3,800 estudiantes de cuatro colegios, y 28,000 estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (González, 2016, p. 57).

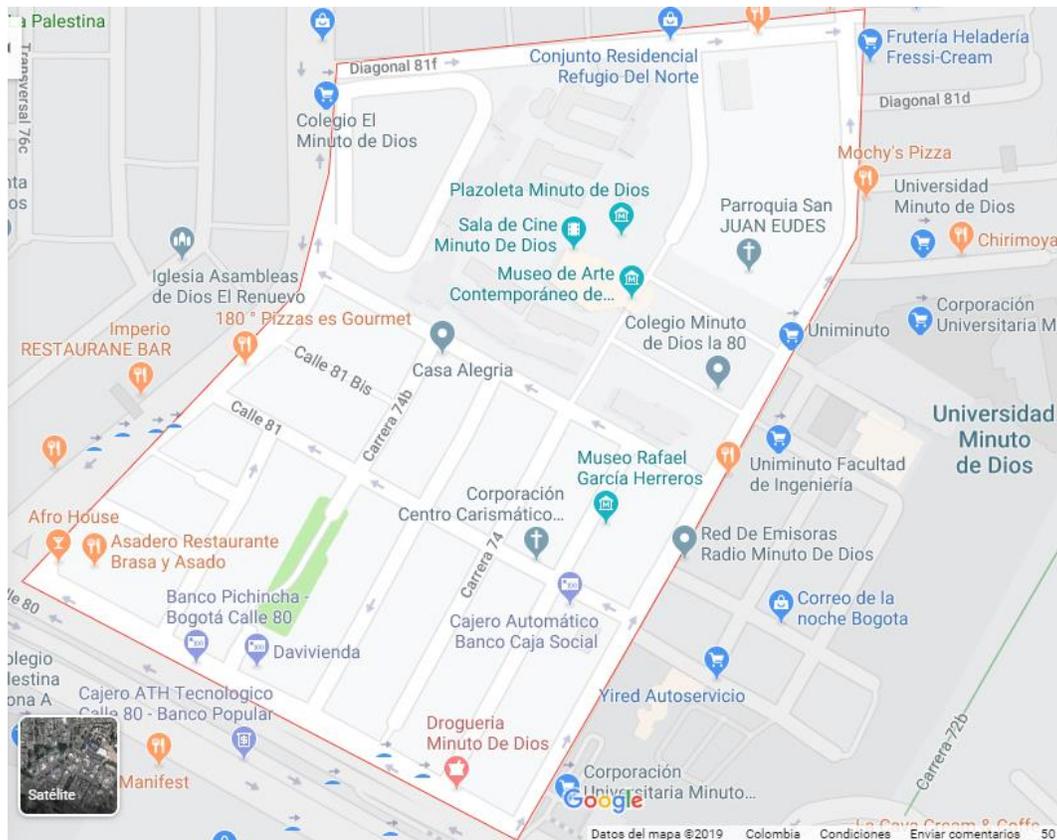


Figura 9. Mapa del Barrio de Minuto de Dios

Fuente: Google Maps, 2019

4.4. Estudio de públicos

El estudio de públicos aquí desarrollado consiste en la implementación y posterior análisis de una encuesta enfocada a los intereses de los jóvenes del barrio.

4.4.1. Metodología de encuesta

La metodología seleccionada de acuerdo al enfoque de la investigación fue mixta puesto que empleó estrategias cuantitativas y cualitativas. Cualitativo porque partió de una observación directa, se fundamentó en las estadísticas del MAC. Cabe

mencionar que es un estudio no generalizable, puesto que corresponde a un hecho particular.

A su vez emplea estrategias de carácter cuantitativo, como:

- Medición controlada de variables.
- Orientación a la comprobación de los datos.
- Búsqueda de resultados fiables.

Estrategias Metodológicas

Dado el carácter mixto en el abordaje metodológico, se señalan como estrategias viables para este estudio descriptivo las siguientes fuentes:

Personas de 20 a 24 años de edad del Barrio Minuto de Dios, las cuales fueron interceptadas en las calles del barrio y en los siguientes puntos de reunión:

- Capilla Minuto de Dios
- Parroquia San Juan Eudes
- Corporación Centro Carismático
- Conjunto Residencial Refugio del Norte
- Plazoleta Minuto de Dios
- Corporación Minuto de Dios
- Canchas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Cafeterías, restaurantes, droguerías, tiendas de autoservicio, y comercios en general, y en la vía pública

Metodología para definir la encuesta

- Población Objetivo: personas entre las edades de 20 a 24 años, que habiten el Barrio Minuto de Dios.
- Elemento: personas de sexo masculino y femenino con edades entre 20 y 24 años.
- Unidad muestral: Habitantes del Barrio Minuto de Dios.
- Extensión: Barrio Minuto de Dios. - Tiempo: 2019.

- Marco Muestral (mecanismo que permite identificar en forma apropiada los elementos de una población): compuesto por los jóvenes entre 20 y 24 años habitantes del Barrio Minuto de Dios a quienes se les realizará la encuesta.
- Procedimiento Muestral: en este paso se utiliza una de las técnicas de muestreo que es la de muestreo probabilístico utilizando el procedimiento aleatorio simple, teniendo en cuenta que se tiene la Ficha UPZ: Minuto de Dios - ENGATIVÁ realizada en el año 2017 siendo la población N: Para usar el procedimiento aleatorio simple se tuvo en cuenta:
 - Margen de error del 5%
 - Nivel de confianza 95%
 - Probabilidad es igual a 0.5
 - Tamaño de muestra 70 inicial. Cantidad resultante de aplicar el método de Muestreo Aleatorio Simple al 16% (720 habitantes) de la población total del Barrio Minuto de Dios (4,500 habitantes), debido a que según datos del DANE la población juvenil en Colombia conforma dicho porcentaje (DANE, 2018).
- Se realizó una prueba piloto con cinco personas encuestadas de forma independiente para valorar la encuesta, y posteriormente se realizaron las mejoras pertinentes.

Solución

Se determina la población a encuestar considerando la tabla que define el tamaño de la muestra para la población de 720 habitantes jóvenes del Barrio Minuto de Dios, según el margen de error de 5%, la tabla muestra que para una población con un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 95% n es igual a 173. De forma que se realizaron 173 encuestas durante el mes de Octubre del 2019.

Modelo de encuesta aplicada:



Encuesta de apreciación del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá
a jóvenes del Barrio del Minuto de Dios

Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio

Fecha: ___ / ___ / _____ Edad: _____ Barrio de residencia: _____

Género: H___ M___ Otro___ Ocupación: _____

1. ¿Ha visitado el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC) de la Universidad Minuto de Dios?

- a. SI _____
- b. NO ___ (pasar a pregunta 4)

2. ¿Aproximadamente con qué frecuencia lo visita?

- a. Cada mes
- b. Dos veces al año
- c. Una vez al año

3. ¿Qué es lo que más le gusta del MAC?

- a. Conocerlo
- b. Las exposiciones
- c. Los talleres
- d. Los eventos
- e. Entretenerse y pasar un rato agradable
- f. Acompañar a un amigo o familiar
- g. Conocer personas
- h. El trato que recibe del personal
- i. Otro. ¿Cuál?

4. ¿Por qué no lo ha visitado?

- a. No me interesa
 - b. No tengo tiempo
 - c. No sé dónde está
 - d. Otro. ¿Cuál?
-

5. Por favor señala la opción de la actividad que te gustaría que realizara el MAC

- a. Talleres de artes
 - b. Exposiciones con más usos de tecnologías
 - c. Eventos culturales (danza, obras de teatro, música, etc.)
 - d. Cursos, clases, conferencias
 - e. Cine, videoarte
 - f. Actividades recreativas
 - g. Otro. ¿Cuál?
-

6. Si el MAC realizara actividades recreativas dos días a la semana ¿Qué tan probable sería que asistieras?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada. ¿Por qué? _____

7. En caso de que fuera muy probable que asistiera ¿Qué horario le parecería el más adecuado?

- a. 10:00 am
- b. 3:00 pm

4.4.2. Análisis de resultados

Como se mencionó anteriormente las encuestas se realizaron a jóvenes que se encontraban en la vía pública, siendo la plazoleta del museo y las canchas de la UNIMINUTO los lugares en que se realizó la mayoría de las encuestas debido a que fueron los lugares en que se encontraron la mayor cantidad de jóvenes.



Figura 10. Plazoleta del MAC

Fuente: Archivo personal



Figura 11. Canchas de la UNIMINUTO

Fuente: Archivo personal

El criterio de selección para abordarlos se basó en su apariencia joven, sin embargo algunos de ellos no están dentro del rango establecido para el presente estudio, no obstante si pertenecen a la categoría que hace la OMS de los jóvenes.

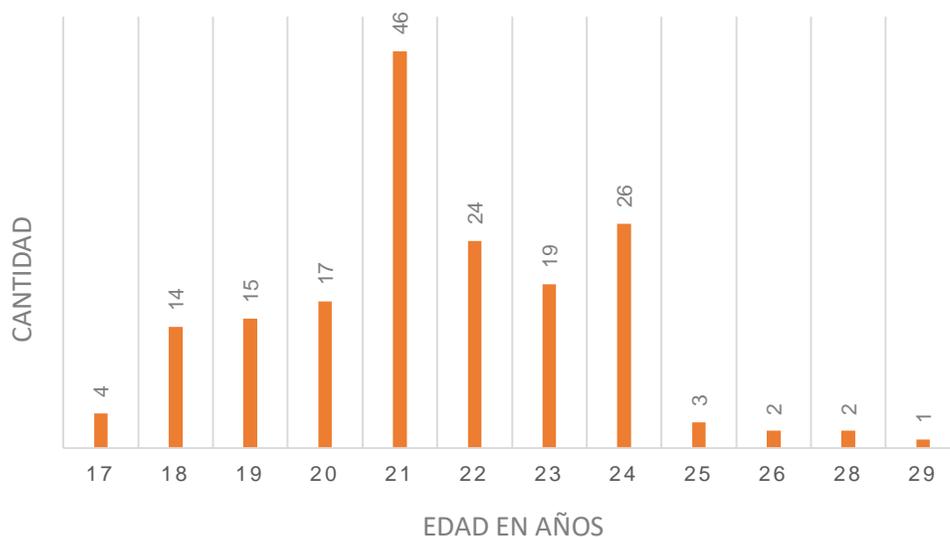


Figura 12. Edades de los encuestados
Fuente: Elaboración propia

Podemos ver que de los 173 encuestados sólo 132 están dentro del rango establecido como público objetivo, sin embargo para efectos del presente análisis y para la posterior propuesta se tomarán en cuenta las respuestas de los 173 encuestados, ya que las actividades que se proponen estarán dirigidas a los jóvenes en general.

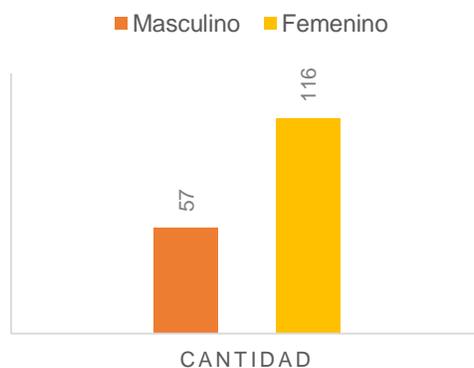


Figura 13. Género de los encuestados
Fuente: Elaboración propia

Una de las posibilidades a la que pudiera deberse la predominancia de personas del sexo femenino en las encuestas puede estar relacionada parcialmente con la proporción a nivel nacional, ya que las mujeres representan el 50,6% del total de la población del país (Dane, 2018). Sumado a ello, es de observar que al tratarse de un contexto en gran medida universitario, la población femenil ocupa los índices más altos de estudios universitarios en el país (Dane, 2018).

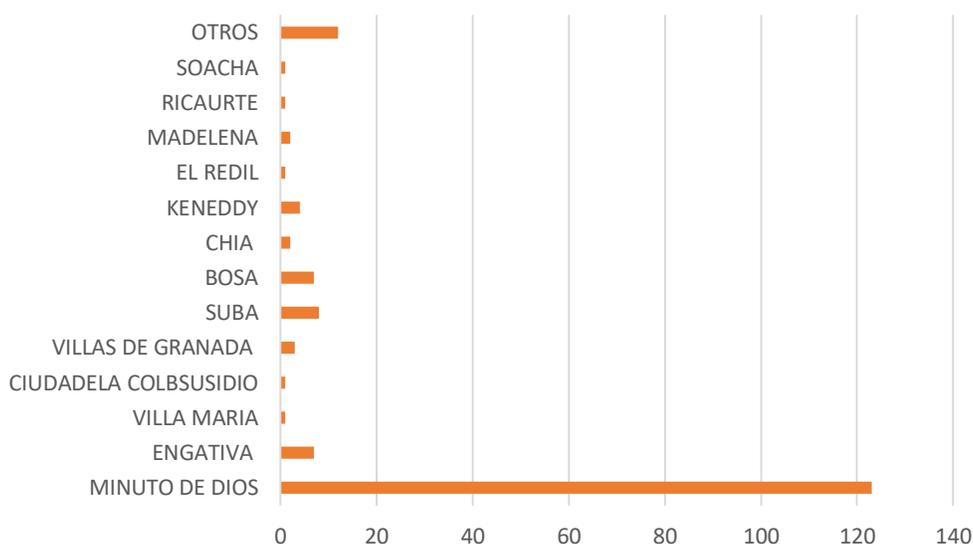


Figura 14. Barrio de residencia de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse hay una importante población que transita por el Barrio del Minuto de Dios, pero que no radica en él. Sin embargo, como pasan gran parte de su día ahí, para los efectos que interesan al presente trabajo pueden ser considerados como habitantes del barrio, ya que formarían parte del público potencial de las propuestas que se derivan del presente análisis.

No obstante, cabe señalar que para conocer los intereses de los jóvenes que viven en el Barrio del Minuto de Dios sería necesario realizar las encuestas en las casas de dichos jóvenes.

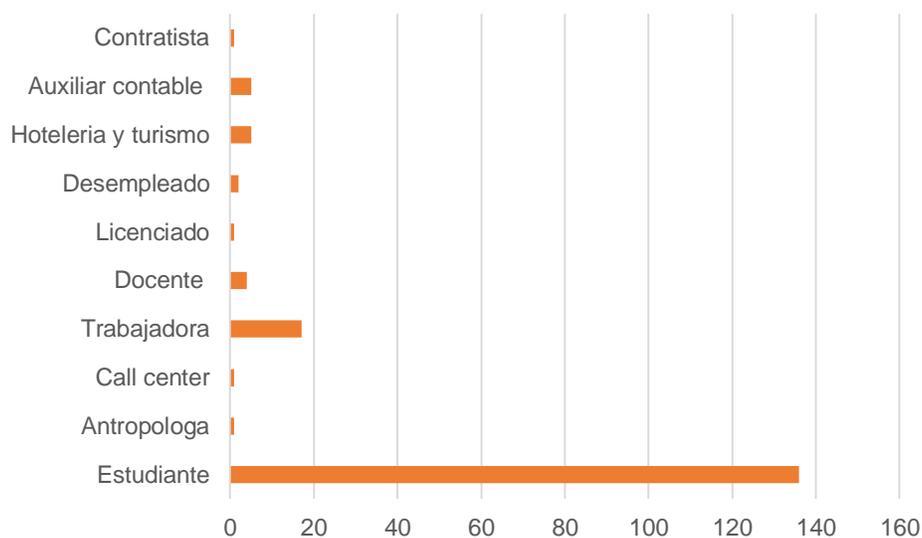


Figura 15. Ocupación de los encuestados
Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, uno de los lugares en que se realizaron la mayor cantidad de encuestas fue la cancha que se ubica frente a la UNIMINUTO, por lo que es natural que 136 de los encuestados sean estudiantes. Además de ello, muchos de los comercios de la zona están enfocados a los estudiantes.

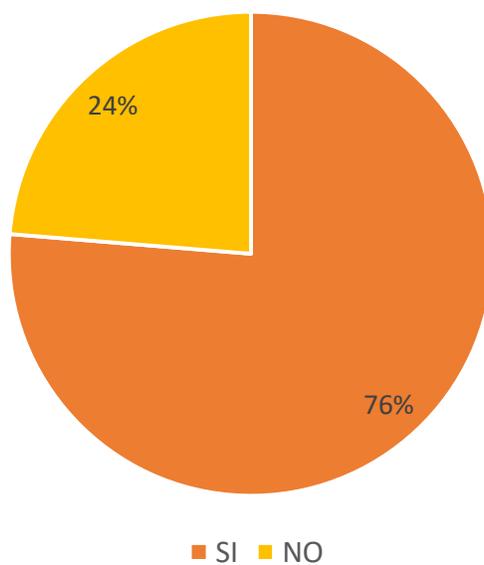


Figura 16. Pregunta 1. ¿Ha visitado el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), de la Universidad Minuto de Dios?
Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que 132 encuestados si conocen el MAC, mientras que los otros 41 no lo conocen. Según lo refirieron los propios encuestados, en gran medida esto se debe al programa Proyecto de Vida.

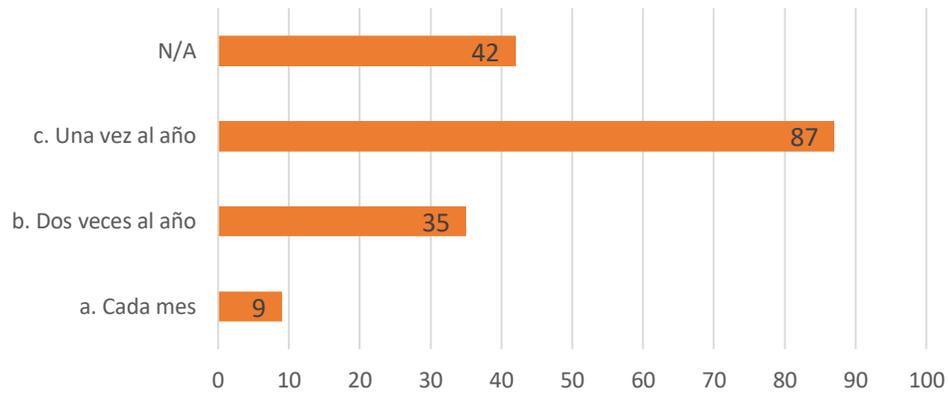


Figura 17. Pregunta 2. ¿Aproximadamente con qué frecuencia lo visita?
Fuente: Elaboración propia

Es muy probable que los resultados de este gráfico también tengan relación con Proyecto de Vida, ya que posiblemente las 87 personas que dijeron ir al museo una vez al año se estén refiriendo a la vez que fueron por parte de ese proyecto.

Por otro lado, 42 de las personas encuestadas no respondieron esta pregunta debido a que no conocen el MAC, por lo que sus resultados no aplican (N/A) para esta pregunta.

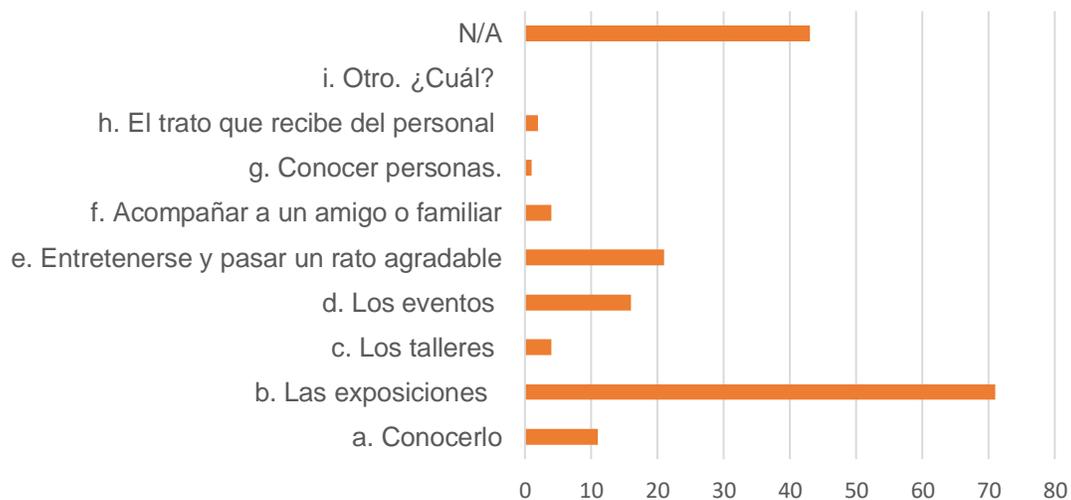


Figura 18. Pregunta 3. ¿Qué es lo que más le gusta de MAC?
Fuente: Elaboración propia

Al igual que en la pregunta número dos, la pregunta tres, quedó sin responder por las personas que no conocen el MAC por lo que se marcan como N/A. En cuanto a la opción más seleccionada fue la de las exposiciones, teniendo 71 de las respuestas; esto es muestra del buen trabajo que ha venido realizando el museo en este respecto, por lo que no se ve necesario hacer recomendaciones al respecto.

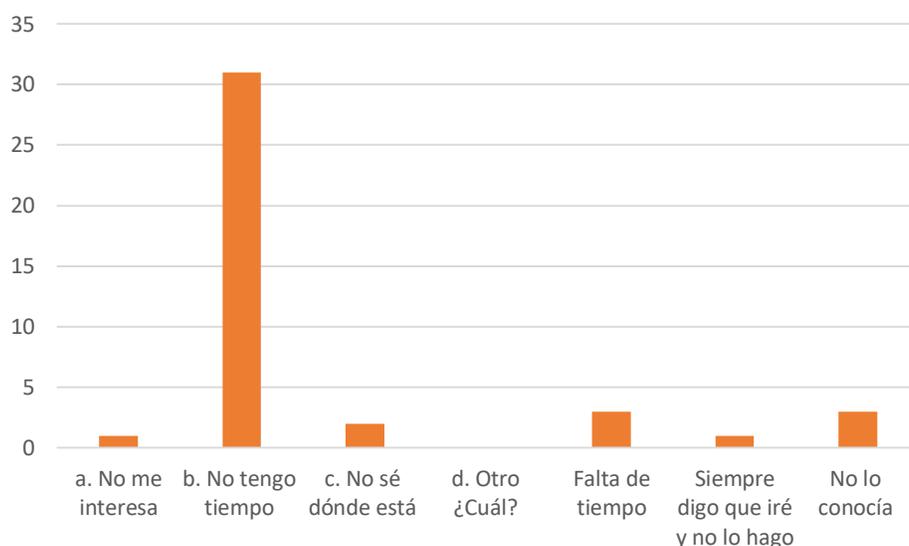


Figura 19. Pregunta 4. ¿Por qué no lo ha visitado?
Fuente: Elaboración propia

Se hace la aclaración de que las tres últimas respuestas que se muestran en la gráfica anterior, corresponden a la opción “d”, es decir que son las respuestas a la pregunta “¿cuál?”.

El motivo que más entrevistados que no conocen el museo refirieron, fue la falta de tiempo. Sin embargo cabe mencionar que es muy probable que detrás de los motivos aquí enlistados haya otros más profundos como las barreras ya abordadas anteriormente; para poder determinar la naturaleza de estas barreras en particular sería necesario realizar un estudio de públicos más profundo y específico con el fin de revelar las razones de fondo de esta pregunta, aunque debido a la cercanía física de los encuestado con el museo, a simple vista podríamos aventurarnos a pensar que estas podrían estar relacionadas con hábitos culturales distintos.



Figura 20. Pregunta 5. Por favor señala la opción de la actividad que te gustaría que realizara el MAC

Fuente: Elaboración propia

Si bien la agenda cultural del MAC no es muy amplia, cabe hacer notar que en un costado del MAC hay un teatro de la UNIMINUTO en el que se realizan eventos culturales con regularidad, por lo que probablemente lo más adecuado sería fortalecer la vinculación entre el MAC y el teatro, en vez de ampliar la oferta cultural del museo, el cual como veremos más adelante no cuenta con los recursos humanos ni financieros para sostener una oferta cultural muy amplia.

En la pregunta 5, varios de los encuestados seleccionaron dos de las opciones, marcando además de una de las opciones la opción “g” es decir “Otro ¿Cuál?”. A continuación se muestran sus sugerencias:

Tabla 1. Respuestas abiertas de la pregunta 5, en su opción “g. Otro ¿Cuál?”

ACTIVIDAD PROPUESTA	CANTIDAD
Publicidad exterior con más frecuencia, difusión masiva en redes sociales	4
Juegos mentales	1
Uso de tecnología para hacer más dinámica. Poder interactuar con las pinturas de forma digital	4

Collages turismo en Colombia	1
Obras de teatro e interacciones con los visitantes	2
Recrear las artes de forma visual	1
Conocer más de historia	1
Video Juegos	1
Clases de Pintura y fotografía	2
Talleres de estimulación a jóvenes enfocado en el arte y la cultura	1
Actividades de Astronomía	1
Un Bazar	1
Actividades Familiares y de integración para conocer el museo	3
Talleres de Cocina - Muestras Gastronómicas	2
Exposición de paisajes colombianos	1
Hipnosis	1
Concursos de Arte	1
Recorridos Virtuales	1
Charlas de artistas	1
Exposiciones inclusivas con los estudiantes de la Uniminuto	1
Actividades con uso de tecnología en las salas de exposición	1
Eventos Interactivos Lúdicos	1
Exposiciones fotográficas	1
Talleres de expresión Corporal	1
Actividades donde participan todas las personas	1
Conciertos de música actual	2
Actividades turísticas, recorridos por Bogotá o el Barrio	1
Proyecciones digitales	1
Actividades que se relacionen con el deporte - Futbol	3
Eventos románticos y culturales	2
Conferencias sobre arte contemporáneo - Artistas especiales Invitados	2
Actividades Ambientales	1
Taller de arte con diferentes materiales	1
Festival	1
Lengua de señas colombianas	1
Usar las herramientas 3D para visitar los lugares arqueológicos	1
Visitas guiadas	1
TOTAL	53

Fuente: Elaboración propia

Al revisar las sugerencias de los jóvenes encuestados encontramos que muchas de ellas no tienen relación directa con la naturaleza de un museo de arte

contemporáneo, por ejemplo las actividades de deporte, hipnosis, astronomía y arqueología. Por otro lado, varias de las actividades mencionadas ya se realizan en el museo, por ejemplo talleres de arte, charlas con artistas, proyecciones digitales y visitas mediadas. También encontramos que algunas de las actividades sugeridas ya son llevadas a cabo en el Teatro de la UNIMINUTO, como los son las obras teatrales y los conciertos.

Además de ello, hay varias sugerencias que no nos brindan los detalles suficientes para poder analizar su pertinencia, por ejemplo el bazar, el turismo, la historia, los video juegos y el festival; sin embargo con la adecuada vinculación a los contenidos del MAC podrían resultar en actividades atractivas y dentro de los objetivos del museo, siendo la interacción social uno de los principales resultados favorables.

Por lo demás, se destaca una constante sugerencia de medios tecnológicos y digitales, lo que va en concordancia con las edades de los jóvenes encuestados. A grandes rasgos podemos decir que los jóvenes muestran interés en el museo y en las actividades que en él puedan ocurrir, lo cual puede ser aprovechado por el mismo.

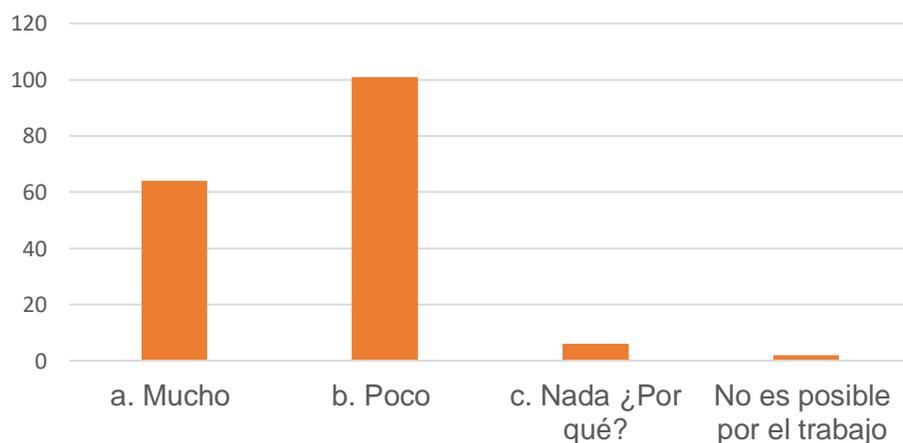


Figura 21. Pregunta 6. Si el MAC realizara actividades recreativas dos días a la semana ¿Qué tan probable sería que asistiera?

Fuente: Elaboración propia

La pregunta seis pretende medir la aceptación de actividades recreativas y educativas vinculadas a las exposiciones del MAC, lo cual fue visto con aprobación por 64 personas, mientras que 101 manifestaron que sería poco probable que asistieran. Posiblemente el bajo nivel de aceptación se deba a las inquietudes expresadas en la pregunta cinco, es decir, que los jóvenes estén interesados en las actividades ahí mencionadas más que en actividades didácticas. Aunque también hay que notar que la pregunta seis no especificaba el tipo de actividad a la que se refería por lo que no se puede tener absoluta certeza sobre la respuesta.

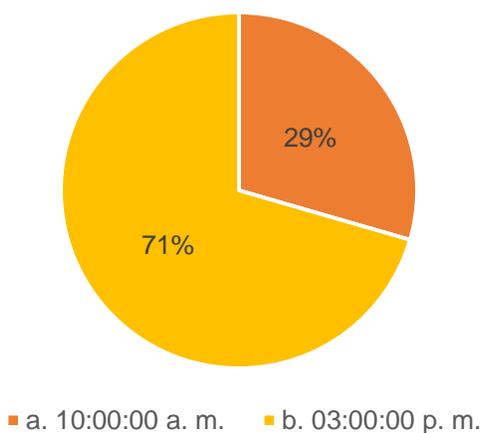


Figura 22. Pregunta 7. En caso de que fuera muy probable que asistiera ¿Qué horario le parecería el más adecuado?

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se pidió a los encuestados que afirmaron que sería muy probable que asistieran a las actividades recreativas del museo, que eligieran entre dos horarios propuestos, con la finalidad de considerar el horario más adecuado. Siendo el horario de las 3:00pm el que obtuviera mayor preferencia con 122 selecciones sobre las 51 que obtuvo el horario de las 10:00am.

5. El Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá

En el caso concreto de los museos de arte, éstos pueden ser percibidos por los públicos como lugares de difícil acceso aún más que los otros tipos de museos debido a las barreras culturales, simbólicas y sociales, por lo que es pertinente que el museo busque permanentemente estar cerca de los públicos para lograr el dialogo deseado. De lo contrario el museo corre el riesgo de no cumplir con la función para la cual fue creado, tal como señala Riviére en uno de sus escritos compilados en la publicación póstuma titulada *La Museología, Textos y testimonios* “Como en todos los museos, el arte ha sido arrancado de su contexto originario, lo que impide reconstruirlo tal cual: el museo de arte va a quedar así totalmente sin sentido” (Riviére, 1993, pág. 144).

De ahí la relevancia de las actividades implementadas por el Área Educativa de cada museo, ya que si bien todas los departamentos deberán estar vinculados y sus tareas han de ser transversales, prácticamente en esa área se da el primer contacto con los públicos y por ende es la responsable de facilitar que se recobre el sentido perdido al que se refiere Riviére, a través de la contextualización, interpretación y puesta en dialogo de las piezas y temas seleccionados.

Debido a mi formación de base en Historia del Arte y Gestión Cultural, he tenido especial interés por los museos de arte, por lo que el presente texto se desarrolla dentro de ese campo, tomando el caso particular del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), actualmente perteneciente a la UNIMINUTO, universidad privada creada por bajo los principios de la corporación católica Minuto de Dios, la cual tiene como visión “Ser líder en el desarrollo integral de la población vulnerable, innovando y promoviendo soluciones con eficiencia y eficacia” (MAC, 2019).

El MAC fue fundado en 1966 bajo la premisa de García Herreros de que “la belleza, como la riqueza, tiene una obligatoria función social” (García Herreros citado en MAC, 2011), y posteriormente fue incorporado a la UNIMINUTO concretamente al área de Proyección Social, por lo que cuenta con varias particularidades que lo diferencian de otros museos, por ejemplo el haber sido fundado dentro de un

contexto religioso y académico pero enfocado al arte contemporáneo, en un barrio distinto a la zona de museos de la ciudad. Además de su naturaleza y ubicación, los programas que realiza desde el área de educación tienen la peculiaridad de trabajar muy de cerca con la comunidad estudiantil de la misma comunidad universitaria a la que pertenece.

Cabe mencionar que al ser un museo perteneciente a la UNIMINUTO la filosofía institucional del MAC se desprende de los fundamentos que conforman la identidad de esta universidad, la cual tiene entre los enunciados de su misión el fin de “Contribuir, con nuestro compromiso y nuestro testimonio, a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz” (UNIMINUTO, 2019). Por lo que la misión del MAC hace evidente su interés por incidir en el público en todos sus niveles:

El Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá es una entidad cultural de la UNIMINUTO, abierta al público, que investiga, conserva, divulga, y educa sobre los procesos artísticos y culturales que se generan en la contemporaneidad a través de espacios de reflexión, diálogo y tolerancia. Es un laboratorio activo que fomenta la participación e inclusión de públicos para generar pensamiento y significado social, desde la cultura, que irradie y transforme las comunidades académica, barrial, local, nacional e internacional. (MAC, 2019)

Como podemos ver el MAC busca llegar a públicos muy amplios a través de la cultura interrelacionándose con varias áreas del conocimiento. De acuerdo a la información proporcionada por el equipo del museo, para llevar a cabo tal encomienda y debido a los recortes presupuestales de la UNIMINUTO actualmente el museo sólo cuenta con cuatro personas de planta, más la colaboración para algunos proyectos por parte del área de comunicación de la universidad, así como el apoyo de voluntariado y servicio social. Por lo que el total de personas colaborando en el MAC varía a razón de estos dos últimos grupos, pero podemos hablar de un promedio de diez personas en total.

Cabe mencionar que cada una de las áreas del MAC que se muestran a continuación es operada por una sola persona, por lo que sólo laboran cuatro personas de forma fija, las cuales están organizadas de la siguiente manera:



Figura 23. Organigrama del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá

Fuente: MAC, 2019

Como se puede observar, hay varias labores que no tienen un departamento como tal, pero son llevadas a cabo en gran medida por las existentes, como por ejemplo conservación, investigación, museografía y difusión.

5.1. Los públicos del MAC

De acuerdo a los Informes de Gestión del MAC, el museo está logrando su misión gradualmente según las estadísticas de los últimos años, considerando que el número de visitas en términos generales ha ido en aumento a pesar de los altibajos. Es probable que el decremento en el número de visitantes que se aprecia en los dos últimos años se deba a la reducción del personal del museo, lo cual podría verse reflejado en la disminución del alcance de las actividades realizadas debido a la carga de trabajo.

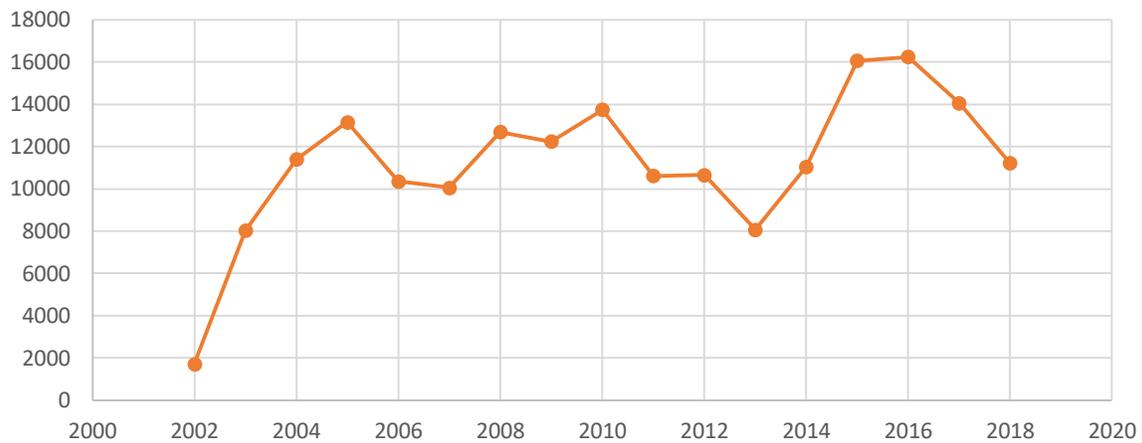


Figura 24. Estadísticas de visitas por año

Fuente: MAC, 2019

Como podemos ver en los siguientes dos gráficos la mayor parte de los visitantes son estudiantes de la UNIMINUTO, debido al programa universitario Proyecto de Vida el cual consiste en un curso de formación humanista que se imparte en colaboración con el MAC.

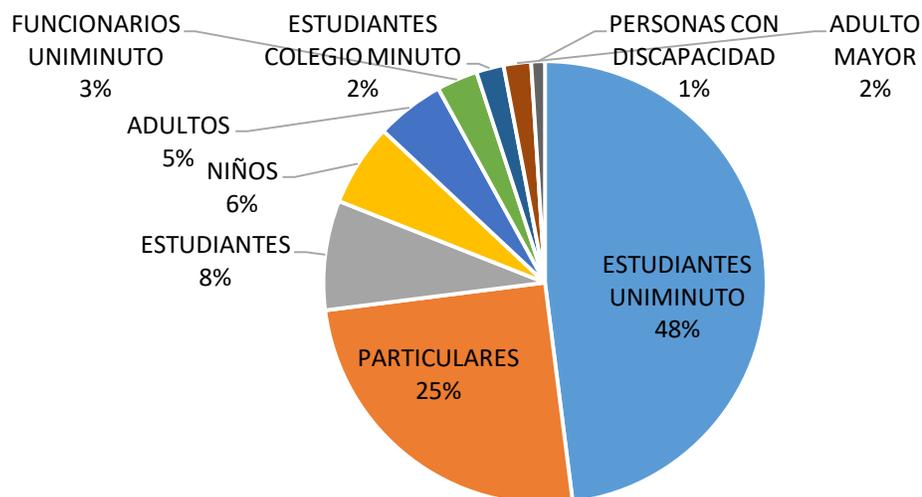


Figura 25. Estadísticas de visitantes por grupo poblacional del año 2018

Fuente: MAC, 2019

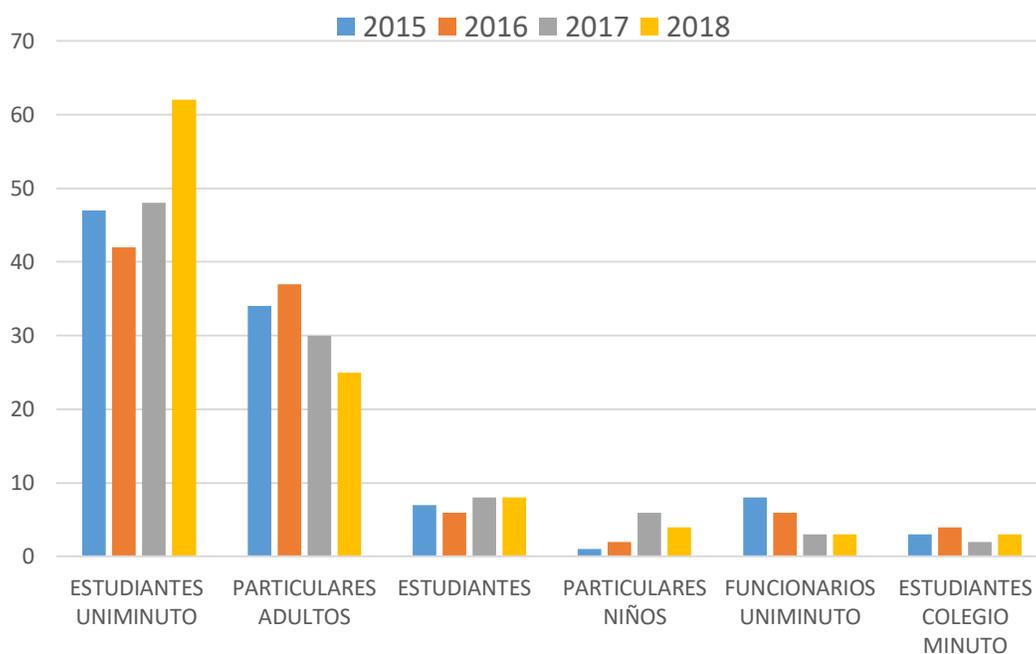


Figura 26. Estadísticas de visitantes por grupo poblacional de los últimos cuatro años

Fuente: MAC, 2019

Fuera de la evidente predominancia de los estudiantes de la congregación, las estadísticas del MAC no nos proporcionan indicadores claros sobre los distintos grupos poblacionales, debido a que no se cuenta con una segmentación adecuada de los públicos y las categorías están combinadas, es decir que sería más conveniente si se separaran los campos de información recabando de forma separada la edad y la ocupación. Además de ello también sería útil contar con información relacionada a la procedencia de los públicos.

Cabe mencionar que en las estadísticas aquí expuestas solo se consideran a los visitantes a las exposiciones, ya que sobre los talleres, conversatorios, conferencias, agenda cultural y demás actividades del museo, solo se conoce la cantidad de actividades realizadas al año, y no se cuenta con información acerca de la cantidad de asistentes ni otro dato adicional.

En 2015 el MAC realizó una encuesta de satisfacción a los públicos asistentes al museo. Sin embargo la muestra fue demasiado pequeña (63 personas) por lo que dicha encuesta no es tomada en el presente análisis como un referente sino como un antecedente, ya que por otro lado los datos obtenidos tampoco señalan la procedencia ni las edades de los públicos.

Además de ello existe un estudio cualitativo de públicos del MAC, realizado durante los meses de agosto, septiembre y octubre del 2016 por estudiantes de la Licenciatura Básica en Educación Artística de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, el cual está enfocado a los públicos asistentes a las exposiciones, a quienes las autoras de dicho estudio clasificaron en las siguientes categorías:

- Estudiantes UNIMINUTO sin mediador
- Estudiantes UNIMINUTO con mediador
- Cuerpo administrativo UNIMINUTO
- Estudiantes UNIMINUTO de Proyecto de Vida
- Vecinos⁷ del MAC
- Público extranjero
- Estudiantes de universidades externas
- Otros

Debido a que los segmentos compuestos por los estudiantes y administrativos de instituciones educativas tienen una fuerte y exitosa vinculación con el MAC, no serán objeto de estudio para el presente documento. Ya que retomando las ideas referidas al inicio de este texto, se encuentra pertinente estrechar las relaciones entre el territorio, el patrimonio y la comunidad más próxima, es decir la de los Vecinos del MAC.

En el estudio referido se puede observar que los vecinos que más visitan el MAC se encuentran en dos grupos de edad que oscilan entre los 8 y 18 años, y los 40 y

⁷ Tanto el equipo del MAC como las estudiantes responsables del estudio a que se hace alusión, se refieren a la comunidad que vive en el Barrio del Minuto de Dios como “vecinos”, por lo que para efectos prácticos empleo este término en el mismo sentido a lo largo de todo el documento.

60 años (Guevara & Núñez & Reina, 2016, p. 25), por lo que hay un grupo intermedio de vecinos entre los 19 y 39 años que no son muy asiduos a visitar el museo.

Las motivaciones que expresaron los visitantes para ir al MAC fueron las siguientes:

- Gusto personal e interés por las exposiciones
- Pasar un tiempo en las terrazas del MAC contemplando la vista
- Saludar al personal
- Hacer uso del servicio de sanitario

(Guevara & Núñez & Reina, 2016, p. 27)

Por la cercanía del museo con la iglesia, el teatro y el colegio, algunos vecinos entraban al museo antes o después de ir a misa o de llevar o recoger a sus hijos del colegio, lo cual hace pensar que es un buen lugar para pasar el tiempo.

El estudio destaca la colaboración de los vendedores ambulantes de la zona, quienes ocasionalmente apoyan a la distribución de difusión impresa, o facilitan sus espacios para la impartición de talleres, y ellos también hacen uso del servicio de sanitario. Cabe mencionar que el museo cuenta con Voluntarios del Barrio, quienes apoyan en labores logísticas.

Las conclusiones que el estudio hace para este sector de público en particular, nos ayudan a dimensionar la importancia del museo en su comunidad al afirmar que:

- Los vecinos interactúan entre ellos y con otros visitantes del museo.
- Existe un sentido de pertenencia por parte de los vecinos voluntarios.
- Los vecinos se refieren al museo como un lugar que inspira cuidado y respeto.
- Los vecinos ven en el museo un espacio que recoge sus recuerdos del barrio, y lo consideran suyo.

(Guevara & Núñez & Reina, 2016, p. 28)

Asimismo hay vecinos que no visitan el MAC regularmente o que incluso nunca lo han hecho, ese sector conforma el objeto de estudio del presente documento. Para poder analizar un grupo concreto de esa población se tomó como punto de partida los resultados del estudio recién referido, del que se ha seleccionado a los jóvenes

que se encuentran dentro del rango de los menos asiduos al museo, tomando como referencia la escala de edades que hace la Organización Mundial de la Salud, quien enmarca inicialmente a los Jóvenes en el periodo comprendido de los 10 a los 24 años de edad, y la divide en tres etapas: pubertad, adolescencia y juventud plena; esta última abarca a las personas de 20 a 24 años de edad (OMS, 2000, p.12). Siendo este sector el que compone el público objetivo de la propuesta aquí realizada, debido a que es el más ampliamente reconocido dentro de la categoría de joven.

6. Propuesta de interacción social

Al ser un museo de arte contemporáneo el que nos ocupa, es preciso que la actividad que se proponga responda a los intereses artísticos o culturales del MAC, sin embargo al tratarse de una propuesta de interacción social resulta prioritario dar mayor peso a la parte cultural por su contenido social. Por lo que conviene tener una idea clara de lo que entendemos por cultura, para lo cual nos valdremos de la definición propuesta por la UNESCO:

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, 2019)

Cabe mencionar que las actividades que ha venido realizando el MAC concretamente el Área de Educación han sido francamente exitosas, tanto en número de participantes como en la calidad del contenido, puesto que toman en cuenta la formación de públicos, la diversidad, la inclusión y la convivencia por

mencionar algunas características. De forma que la definición de cultura aquí presentada tiene total cabida en este museo. Sin embargo debido al presupuesto insuficiente y a la cantidad tan reducida de personal que en él labora ha sido difícil la sistematización y periodicidad de tales actividades.

6.1. La interacción social

Uno de los pilares de este documento es la interacción social, concepto tomado del campo de la sociología y que se puede definir como:

Los procesos sociales analizados desde el punto de vista de los estímulos y reacciones mutuos entre personas y grupos. Las formas principales de la interacción social son: la oposición (comprendiendo en ella la competencia y el conflicto) y la cooperación. La acomodación y la asimilación suelen mencionarse también como formas cooperativas de la interacción, pero es preferible considerarlas como procesos sociales relacionados con el cambio y la adaptación sociales. El aislamiento puede considerarse como el gesto cero de la interacción social. (Fairchild, 1949, pág. 185)

Otra definición del mismo concepto la encontramos con el sociólogo Erving Goffman, quien se refiere a la interacción social como la:

Consecuencia de la interacción de dos o más individuos que se encuentran en presencia de sus respuestas físicas respectivas, en los cuales están involucrados el estado de ánimo, la emoción, la cognición, la orientación corporal y el esfuerzo muscular, los cuales suponen un elemento tanto biológico como psicológico. (Mercado & Zaragoza, 2011, pág. 171)

Goffman divide la interacción social en cuatro categorías: el intercambio, la competencia, la cooperación y el conflicto. Siendo el intercambio el término más adecuado para delimitar los fines que persigue el presente trabajo. Este tipo de intercambio se refiere a:

El intercambio es el tipo más básico de interacción social. Siempre que las personas interactúan, hacen un esfuerzo por recibir una recompensa o un retorno por sus acciones. Esta recompensa refleja que un intercambio ha ocurrido. El intercambio es un proceso social por el cual el comportamiento social se intercambia por algún tipo de recompensa, por un valor igual o mayor.

La recompensa puede ser material (un cheque de pago en un trabajo) o no material (un «gracias» de su compañero de trabajo). Los teóricos del intercambio sostienen que el comportamiento recompensado tiende a ser repetido.

Sin embargo, cuando los costos de una interacción superan a las recompensas, es probable que las personas terminen la relación. (Tovar, 2019)

Esta definición general se puede aplicar fácilmente para el campo de los museos ya sea directamente a través del área de acciones educativas o con el resto de experiencias que puede tener el usuario de un museo dentro de éste. Sin embargo, es conveniente llevarla más allá del edificio en cuestión y expandir su alcance a otras esferas como lo es el barrio en que se encuentra el museo.

Para lo cual se propone una estrategia de interacción social por medio de actividades periódicas gestionadas por el MAC en que participen jóvenes de su barrio.

6.2. La propuesta

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas, estudios y estadísticas referidas a lo largo del presente documento, podemos observar que la población abordada por el presente trabajo presenta varias problemáticas sociales, las cuales pueden ser tratadas desde distintos ámbitos, como la educación formal, el impulso al empleo, fortalecimiento a los sistemas de salud y seguridad, el deporte y diversas estrategias educativas, recreativas y culturales, entre otros.

Debido a que este barrio tiene la ventaja de contar con un museo, es pertinente que el mismo abone a la disminución de dichas problemáticas a través de estrategias educativas, recreativas y culturales, estas pueden ser muy variadas y con distintos enfoques, sin embargo es importante que sean de fácil acceso y de pocos requerimientos económicos y humanos, siempre buscando la vinculación con los temas tratados en las exposiciones del museo.

Sin embargo debemos tener en cuenta que si bien los programas del museo pueden contribuir fuertemente al proceso de vinculación con su barrio, éstos son sólo uno de varios factores involucrados en dicho proceso, puesto que como ya se mencionó anteriormente existen otros aspectos externos que influyen en las decisiones de los públicos, como lo son los contextos sociales, económicos, educativos y culturales en que éstos se desenvuelven.

Uno de los principales objetivos de la encuesta realizada, era conocer los intereses de los jóvenes en materia de cultura y entretenimiento, para posteriormente tomarlos como base en la elaboración de una propuesta concreta, sin embargo debido a que los resultados de las encuestas son muy diversos, apuntamos que la propuesta también tiene que ser diversa, puesto que difícilmente habrá una actividad que funcione para todos los jóvenes.

Cabe destacar la programación de las actividades educativas y de eventos culturales del MAC, sin embargo la difusión principalmente se hace por medios digitales por lo que la mayoría del público que participa de ellos no es del Barrio del Minuto de Dios. De forma que para atraer a dichos jóvenes es más adecuado emplear medios impresos, tales como folletos, carteles y flyers.

Tomando en cuenta las actividades que realiza el museo, y las sugerencias de los jóvenes encuestados así como el contexto en el que se encuentra inmerso el museo, se podría recomendar que se realizaran actividades con el uso de las tecnologías y medios digitales, tales como talleres de producción de audiovisuales, exposiciones multimedia, laboratorios sonoros, etc., relacionándolos con las exposiciones del museo.

Por otro lado, cabe mencionar que a pesar de que a lo largo de todo el trabajo se buscó enfocar los temas a los jóvenes de entre 20 y 24 años, es conveniente que las actividades sean para los jóvenes en general, ya que el rango establecido inicialmente es demasiado reducido para ser aplicado en las actividades, sin

embargo fue útil contar con esa acotación para que los resultados no fueran demasiado amplios.

De igual forma, según la información proporcionada por la coordinación de actividades educativas del MAC, se sabe que el lugar más adecuado para implementar las actividades educativas es el llamado MAC/Lab, es decir el taller del museo, ya que cuenta con los equipamientos básicos para que sean llevados a cabo.



Figura 27. El MAC/Lab visto desde el interior

Fuente: Archivo personal



Figura 28. El MAC/Lab visto desde el exterior

Fuente: Archivo personal

En base a todo lo anterior, y especialmente a las sugerencias que los jóvenes encuestados hicieron a través de la pregunta número 5, a continuación se presenta una propuesta de actividad para propiciar la interacción social y la apropiación del MAC. En dicha pregunta, se recibieron 53 sugerencias, de las cuales 22 están relacionadas al uso de las tecnologías digitales y a talleres de artes, por lo cual se buscó conjugar ambos aspectos en una sólo propuesta.

Tabla 2. Taller de animación digital

Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá Área de actividades educativas	
Nombre de actividad	Taller de animación digital
Área	Educación
Sesiones	8 sesiones de 2 horas cada una
Duración	Un mes
Fechas	A determinar por el MAC
Horarios	3:00 pm
Días	Dos días a la semana
Lugar	MAC/Lab
Público objetivo	Un grupo de diez Jóvenes del Barrio del Minuto de Dios
DESCRIPCIÓN: Taller de animación digital partiendo de las obras de la exposición en turno, y la posterior proyección de resultados en la fachada del MAC	
OBJETIVO GENERAL: Generar un espacio para la interacción social a través de una actividad educativa en que interactúen los jóvenes del Barrio de Minuto de Dios y el MAC, para fomentar la comunicación, empatía, colaboración, creatividad y apropiación del museo.	
REQUERIMIENTOS HUMANOS: Para la implementación de la presente actividad se requiere de la coordinación de la directora del Área Educativa, y de la mediación de un miembro del área, así como del apoyo de dos voluntarios o prestadores de servicio social. En cuanto a las labores de difusión, logística y evaluación, éstas podrían realizarse de forma conjunta por las otras áreas del MAC.	
REQUERIMIENTOS TÉCNICOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - MAC/Lab con proyector - Dispositivos móviles inteligentes (Celular o tablet) - Aplicación <i>FlipaClip</i> de descarga y uso gratuito - La exposición del MAC en turno - Hojas blancas y lápices 	
SESIÓN 1. Recorrido mediado por las exposiciones del MAC, durante el cual los participantes escogerán una pieza para realizar una animación basada en ella.	
SESIÓN 2. Investigación de la pieza seleccionada y de su autor, y posterior elaboración del guion escrito de la animación.	

SESIÓN 3. <i>FlipaClip</i> . Uso del cuadro a cuadro, y trazado
SESIÓN 4. Bancos de sonidos, uso del color, imágenes, y video.
SESIÓN 5. Elaboración de animación
SESIÓN 6. Elaboración de animación
SESIÓN 7. Elaboración de animación
SESIÓN 8. Proyección de resultados en la fachada del MAC (aproximadamente a las 7:00 pm), y posterior charla con los participantes del taller en que se compartan los procesos individuales de cada uno.

Fuente: Elaboración propia

Para llevar a cabo esta actividad es necesario que los mediadores responsables de impartirlo previamente hayan obtenido por su propia cuenta todo el conocimiento necesario sobre el funcionamiento de la aplicación, la cual es de muy fácil manejo. Por último, se recomienda invitar a los participantes a compartir su animación en redes sociales, y a conversar con los participantes sobre sus impresiones sobre el taller para tomar sus comentarios como evaluación y poder hacer mejoras en actividades posteriores.

Cabe mencionar que esta estrategia pretende dar un ejemplo de lo que se podría hacer según la investigación realizada, sin embargo existen muchas posibilidades de estrategias para dirigirse a los jóvenes.

Además de ello se sugiere analizar la pertinencia de conformar un consejo asesor conformado por los jóvenes interesados en investigar y compartir información para el diseño de actividades similares. A la par de la investigación permanente del equipo del MAC de las nuevas tecnologías, aplicaciones y programas que pudieran resultar útiles para futuras actividades.

6.3. Consideraciones generales

Las recomendaciones aquí presentadas tienen en cuenta que el equipo de museo realiza una gran labor, y que actualmente los recursos no son suficientes para poder llevar a cabo todo lo que consideraríamos pertinente, sin embargo esperamos que en un futuro no muy lejano las condiciones en esos campos mejoren.

También es preciso hacer notar que naturalmente para que toda propuesta hecha al equipo del MAC pueda ser llevada a cabo, es necesaria su participación y sus aportes, ya que si bien el presente texto pretende contribuir con información de los jóvenes del Barrio del Minuto de Dios y de su contexto, la vinculación de las actividades con las exposiciones tendría que ser realizada por el equipo del museo, ya que sus tres salas son de exposiciones temporales, y quienes las conocen mejor son ellos mismos.

Cabe mencionar que antes y durante la elaboración del presente trabajo se tuvo contacto con el equipo del MAC, principalmente con Tatiana Quevedo coordinadora de actividades educativas, quien compartió muchas de sus experiencias desde esta coordinación.

Por otro lado, es pertinente apuntar que los resultados esperados de las actividades pueden ser evaluados compilando los comentarios hechos por los participantes de cada actividad, así como su posterior seguimiento a través de envío de difusión a las actividades del MAC y su posible respuesta.

Continuando con el tema de la difusión, no está de más recordar la importancia que ésta representa para la obtención de los resultados esperados, por lo que se encuentra conveniente que sea reforzada en la medida de lo posible, por ejemplo vinculando todas las redes sociales, es decir que el contenido publicado en unas sea reforzado por las otras; adicional a los medios impresos de difusión que ya se mencionaron con anterioridad y que van dirigidos específicamente al público objetivo del presente trabajo, también sería favorable contar con un registro a la entrada del museo en que los públicos tengan la opción de dejar su correo para recibir información de las actividades, aunque esto estaría más enfocado hacia el público en general.

Además de ello, sería adecuado que se contara con estadísticas más detalladas por parte del museo, es decir que incluyeran edades, ocupación, escolaridad y procedencia, esta recopilación de datos podría llevarse a cabo mediante una aplicación en tabletas digitales, con lo que se agilizaría el proceso tanto de escritura

como de lectura y elaboración de estadísticas de los datos obtenidos. Ello ayudaría a evaluar y enfocar las actividades realizadas, a la vez que facilitaría la subsecuente construcción de estudios de públicos.

7. Conclusiones finales

Por último, cabe mencionar que se pretende que el presente trabajo sirva de apoyo para futuras encuestas y estudios de públicos, así como para el diseño de diversas actividades del MAC.

Aunque conviene no perder de vista que el presente documento tiene como principal objetivo propiciar la interacción entre el MAC y el barrio en el que se encuentra, por lo que muchas de las actividades a realizar tendrían que tener un enfoque cualitativo más que cuantitativo, de forma que no se esperaría que participaran grandes cantidades de personas en las actividades, sobretodo porque estarían enfocadas principalmente a los jóvenes del barrio.

Finalmente, cabe aclarar que tal como la propuesta aquí realizada se desprendió del análisis a un público específico, convine que en la medida de lo posible todas las actividades que se realicen respondan a objetivos claros y a sus respectivos análisis.

8. Anexos

8.1. Muestra de encuesta resuelta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Encuesta de apreciación del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá dirigida
a jóvenes del Barrio Minuto de Dios.

Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio

Fecha: 30/09/19

Edad: 21 Barrio de Residencia: Minuto de Dios

Género: H M Otro Ocupación: Empleado

1. ¿Ha visitado el Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC), de la Universidad Minuto de Dios?

- a. SI
b. NO (pasar a pregunta 4)

2. ¿Aproximadamente con qué frecuencia lo visita?

- a. Cada mes
b. Dos veces al año
c. Una vez al año

3. ¿Qué es lo que más le gusta del MAC?

- a. Conocerlo
b. Las exposiciones
c. Los talleres
d. Los eventos
e. Entretenerse y pasar un rato agradable
f. Acompañar a un amigo o familiar
g. Conocer personas.
h. El trato que recibe del personal
i. Otro. ¿Cuál?

4. ¿Por qué no lo ha visitado?

- a. No me interesa
b. No tengo tiempo
c. No sé dónde está
d. Otro ¿Cuál?

5. Por favor señala la opción de la actividad te gustaría que realizara el MAC?

- a. Talleres de artes
b. Exposiciones con más usos de tecnología
c. Eventos culturales (danzas, obras de teatro, música, etc)
d. Cursos, clases, conferencias
e. Cine, videoarte
f. Actividades recreativas
g. Otro. ¿Cuál?
con los talleres de 3D para niños
los nuevos arqueología

6. Si el MAC realizara actividades recreativas dos días a la semana ¿qué tan probable sería que asistiera?

- a. Mucho
b. Poco
c. Nada ¿Por qué? Por el tiempo

7. En caso de que fuera muy probable que asistiera, ¿qué horario le parecería el más adecuado?

- a. 10:00 am
b. 3:00
noche

Lista de referencias

- ICOM, (2019). Consejo Internacional de Museos. Recuperado de <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- AAM, (2019). Alianza Americana de Museos. Recuperado de <https://www.aam-us.org/programs/about-museums/>
- Ley General de Cultura, (2019). Ley 397 de 1997. Recuperado de https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf.
- Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, (2019). Recuperado de https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf%20en%202019
- Moura Santos, M. Celia T., (2002). Cadernos de Sociomuseologia, Reflexões sobre a Nova Museologia. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologías Nº 18 – 2002, Lisboa.
- Varine Bohan, Hugues, (1973). Los Museos en el Mundo Salvat Editores. Barcelona.
- Hernández, Hernández Francisca, (2006). Planteamientos teóricos de museología. Trea. España.
- Laucouture, Felipe, (1985). La Nueva Museología. Artes Plásticas, Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México, Año 1, Núm. 3. 1985. Ciudad de México.
- Chagas, Mario de Souza, (2019). Universidad del Externado. Estudios del Patrimonio Cultural. Recuperado de <https://www.uexternado.edu.co/estudios-del-patrimonio-cultural/la-memoria-es-un-derecho-de-todos-mario-chagas/>
- Arbués, Elena, Naval, Concepción, (2014). Los museos como espacios sociales de educación. Universidad de Navarra. Revista Estudios sobre Educación VOL. 27, Navarra.
- Chagas, Mario de Souza, (2016). Puntos de memoria: metodología y prácticas en museología social. Brasilia. Pábrica.

Chagas, Mario de Souza, (2017). Museología Social: poéticas y políticas en movimiento a partir de experiencias concretas. Recuperado de <https://educadoresdemuseos.files.wordpress.com/2017/12/cc3b3rdoba-2017-01.pdf>

Peláez, León Darío, (2017). Revista Semana. Museos: a conocer la Memoria. Recuperado de <https://www.semana.com/cultura/articulo/museos-colombianos-no-visitan-los-museos/515842>

DANE, (2018). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/bole_ecc_2017.pdf

Rosas, Ana, (2005). Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo, Primer encuentro de promotores y gestores culturales. Uso y desuso del patrimonio cultural, retos para la inclusión social en la Ciudad de México. Cuaderno 11. Concejo Nacional para la Cultura y las Artes, Ciudad de México. México.

Vasconcellos, Camilo de Mello & Da Siva, Mauricio André, (2018). Educação Temática Digital, volumen 20, Número 3. A Mediação Comunitária Colaborativa: Novas perspectivas para Educação em Museus. Campinas

Museo Universitario del Chopo, (2020). Recuperado de <http://www.chopo.unam.mx/>

Centro de la Imagen, (2020). Recuperado de <https://centrodelaimagen.cultura.gob.mx/educacion/me-sobra-barrio/2018/me-sobra-barrio.html>

Museo Barrial Plaza Arica, (2020). Recuperado de <https://www.tarapacaenelmundo.com/creacioacuten-del-patrimonio.html>

Museo de la Solidaridad Salvador Allende, (2020). Recuperado de <http://mssa.cl/exposicion/haciendo-barrio/>

SIMCO, (2013). Sistema de Información de Museos Colombianos. Programa de Fortalecimiento de Museos. Recuperado de http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/sistema-de-informacion-de-museos-colombianos/museos_registrados_simco/Paginas/default.aspx

Museo Nacional de Colombia, (2020). Recuperado de <http://explorandopatrimonios.com/>

MAC, (2020). Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. Recuperado de <http://www.mac.org.co/proyectos>

Veeduría Distrital, (2017). Ficha UPZ: Minuto de Dios - ENGATIVÁ. Encuesta Multipropósito de Bogotá 2017, Bogotá. Recuperado de <http://veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/UPZ/MINUTO%20DE%20DIOS.pdf>

Usuaga, Arango, Cabrera & Ramírez, (2010). Convivencia, Seguridad y Cultura Ciudadana, prácticas culturales que inciden en la convivencia y seguridad ciudadana de las localidades de Kennedy, Ciudad Bolívar, Puente Aranda, Chapinero, Usaquén, Suba y Engativá. Bogotá Alcaldía Mayor. Bogotá.

Juliao, Carlos, (2007). Educación social. El Minuto de Dios: Una experiencia y un modelo. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Educación.

González Leal, Martha Ligia, (2016). Reflexiones sobre la aplicación de las normas urbanísticas en la planeación de universidades, caso de estudio la Corporación Universitaria Minuto de Dios. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20878>

Google Maps, (2019). Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Minuto+de+Dios,+Bogot%C3%A1/>

DANE, (2018). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/estadisticas-de-genero#datos-relevantes>

DANE, (2018). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/educacion/poblacion-escolarizada/educacion-formal#informacion-2018-por-secretaria-de-educacion>

Rivière, Georges Henri, (1993). La Museología, Curso de museología / Textos y testimonios. Akal. Madrid.

MAC, (2011). Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. Uniminuto Corporación Universitaria Minuto de Dios Cultura con significado social. Bogotá. MAC. Recuperado de <http://www.mac.org.co/mac/historia-y-arquitectura>

UNIMINUTO, (2019). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Historia. Recuperado de <https://www.minutodedios.org/historia>, <http://www.uniminuto.edu/mision-mega-principios>

MAC, (2019). Museo de Arte Contemporáneo. Página oficial. Recuperado de <http://www.mac.org.co/>

Guevara pachón & Núñez Arce & Reina Riveros, (2016). MAC, Sondeo de públicos, identificación de actores y grupos de interés. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Bogotá, Colombia.

OMS, (2000). Organización Mundial para a Salud. La Salud de los Jóvenes, un desafío para la sociedad. España. Gráficas reunidas. Recuperado de: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/36922/WHO_TRS_731_spa.pdf;jsessionid=47F4AE78E35BFA3842B9A705A6B76D69?sequence=1

UNESCO, (2019). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

Fairchild, Henry Pratt, (1949). Diccionario de Sociología. Fondo de Cultura Económica. México-Buenos Aires.

Mercado, Asael & Zaragoza, Laura, (2011). Revista Espacios Públicos. Universidad Autónoma del Estado de México. Vol. 14, Núm. 31. Artículo titulado “La interacción social en el pensamiento sociológico de Erving Goffman”. UAM. Toluca.

Tovar, Pedro, (2019). Interacción social: características y tipos principales. Recuperado de <https://www.lifeder.com/interaccion-social/>

Capítulo 2. Práctica. Contextualización y propuesta de curaduría de obras fotográficas y sus autores de la colección de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño

La Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), es una dependencia pública adscrita a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Fue fundada en 1972, y se encuentra ubicada en la Carrera 3ra #10-27, en la ciudad de Bogotá, Colombia. Su teléfono de contacto es el (1) 4320410, y sitio web www.fuga.gov.co/. Tiene un horario de atención de lunes a viernes de 8:00 a 17:30 hrs. Actualmente su directora es Mónica Ramírez Hartman.

La modalidad de las prácticas fue Individual, y la asesora institucional de las mismas fue Andrea Solano Galvis.

1. Descripción del trabajo realizado

Inicialmente se realizó un análisis del inventario general de arte de la FUGA, para posteriormente hacer la selección de los autores de fotografía.

Una vez delimitada el área de estudio se procedió a investigar a dichos autores junto con su obra, para dar correcta contextualización de las obras de la colección, mismas que en casos consisten en una sola pieza perteneciente a una serie de varias piezas, por lo que sin el conocimiento del resto de las piezas y la información pertinente es muy difícil situar dicha pieza en una curaduría, por lo que en tal caso la obra vería disminuido su valor en la colección.

Paralelo a ello se realizaron correcciones y observaciones de imprecisiones al apartado de fotografía del inventario original, asimismo se remplazaron varias imágenes de referencia por otras con mayor resolución.

Y por último, se elaboró una propuesta curatorial con la información recabada en la investigación, misma que se denominó “Una Colombia”.

2. Contexto institucional

La Fundación Gilberto Alzate Avendaño es un centro artístico y cultural de carácter público, que promueve las artes plásticas, visuales, escénicas, musicales, literarias y audiovisuales; además de realizar foros, debates, seminarios y cátedras relacionadas a las artes.

Uno de sus objetivos estratégicos publicados en su página oficial sintetiza su misión: “Promover y fomentar las prácticas artísticas y culturales como agente de cambio para la revitalización y transformación del centro de Bogotá” (FUGA, 2020).

La FUGA tiene su sede principal en una antigua edificación que data del año 1789, ubicada en la calle 10 con la carrera 3ª, dentro del Barrio de la Candelaria, en el Centro de Bogotá, Colombia. Cuenta con cinco salas de exposición, tres escenarios, un auditorio y una biblioteca.

La FUGA fue fundada en 1972 por Yolanda Ronga de Alzate Avendaño doce años después de la muerte de su esposo, el escritor, parlamentario y jurista Gilberto Alzate Avendaño. Siendo la señora Yolanda Ronga su directora desde su fundación hasta el año 1995.

La colección de arte se comenzó a construir el 1981 a cargo de la Subdirección Artística y Cultural liderada por el pintor Germán Ferrer Barrera. Dicha colección es de arte contemporáneo, en su mayoría colombiano aunque también cuenta con varias piezas de autores de otras nacionalidades. Y desde entonces se ha ido conformando por medio de donaciones de coleccionistas y artistas, de compras directas, y de concursos bajo la modalidad de Premio de Adquisición.

A pesar de que en sus orígenes la Fundación nació como una entidad privada, en la actualidad se encuentra adscrita a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

2.1. Organigrama administrativo de la FUGA

Se marca el área encargada de la realización de la práctica:



Figura 29. Organigrama de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño

Fuente: FUGA, 2019

3. Equipo de trabajo

Después de presentada una propuesta inicial se acordaron las labores a realizar con Elena Salazar Jaramillo, Profesional Especializado en Artes Plásticas y Visuales de la Subdirección Artística y Cultural, y con Andrea Solano Galvis de Apoyo a Artes Plásticas y Visuales de la misma Subdirección. Sin embargo después del análisis del inventario se hicieron ajustes a la propuesta inicial, y posteriormente Andrea Solano fue recibiendo las entregas parciales y haciendo observaciones al respecto, mismas que ayudaron a realizar mejoras al contenido entregado.

El proceso de investigación fue principalmente individual ya que la mayoría de las fuentes consultadas eran conformadas por archivos bibliográficos y sitios de

internet, a excepción de pocas ocasiones en que también se consultó al encargado de la bodega y museografía de la FUGA.

4. El proyecto

4.1 Justificación

La colección de arte de la FUGA tiene gran valor artístico, y mucho potencial para ser difundida y promovida entre la población colombiana e internacional, sin embargo para que ello sea posible en primera instancia es necesario que la Fundación conozca su colección a profundidad y que cuente con información física al respecto, ya que de acuerdo a las observaciones del personal no se cuenta con contenido puntual de la misma, y sólo hay algunos libros y catálogos con apartados relacionados.

Dado que la Práctica sólo es uno de los tres componentes de Trabajo de Grado, la investigación realizada únicamente se enfoca al área de fotografía para cumplir con los objetivos planteados en el tiempo ordinario en que se desarrolla la maestría.

4.2. Objetivo general

Generar un documento con la información necesaria para contextualizar y favorecer la valoración artística de las obras fotográficas de la colección de la FUGA

4.3. Objetivos específicos

- Indagar en las fuentes impresas, digitales y orales sobre las piezas seleccionadas
- Proporcionar una propuesta de curaduría viable

- Facilitar posibles investigaciones y curadurías futuras

4.4. Cronograma

96 horas de trabajo desarrolladas de forma libre durante los siguientes meses:

ACTIVIDAD	2019											
	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
Revisión de inventario existente	■											
Selección de artistas de fotografía		■										
Investigación de autores y sus obras			■	■	■	■	■	■	■			
Correcciones y observaciones a inventario			■	■	■	■	■	■				
Elaboración de propuesta curatorial									■	■		

Figura 30. Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración propia

5. Informe de actividades

De los 190 autores que hasta la fecha componen la colección de arte de la FUGA, 20 de ellos tienen al menos una pieza fotográfica en la misma, por lo que las obras fotográficas de la colección son 119. Se realizó una investigación de dichos autores y sus respectivas piezas, sin embargo de dos de ellos no se encontró información. A continuación se muestran todos los autores investigados, y se señalan los dos casos mencionados:

Pablo Acosta Lemus*

Pablo Adarme

Ana Adarve

Liliana Angulo

Sophie Brandstrom

Sandra Teresa Castro Jiménez

Lorena Díaz

Érika Diettes
Adriana Duque
Surun Flore-Aël
Jaime Gamboa
Mario Andrés González*
Jaime Iregui
Edwin Miguel Jimeno
Frederique Jouval
Raúl Marroquín
Román Navas, y Henry Palacio
Louise Oligny
Mario Opazo
Javier Vanegas Torres

Con los insumos obtenidos en la investigación se trabajó la propuesta curatorial denominada “Una Colombia” conformada por los ejes Espacios, Miradas y Personas; la cual está integrada por 7 autores y 17 piezas, junto con un texto redactado para ser empleado como cedula de sala, así como la información pertinente para contextualizar las piezas.

Paralelo a ello, debido a que el inventario de fotografía contaba con algunas imprecisiones, se le hicieron mejoras y correcciones, tales como ajustes de medidas, complementación de nombres, cambios en la orientación de imágenes y en algunos casos se remplazaron por otras de mayor resolución. Con ello se pretende que las consultas subsecuentes sean más efectivas ya que se cuenta con información más clara y real de las piezas, lo que entre otras cosas ayudará a que la información mostrada en cedulas, catálogos y demás medios sea la correcta.

6. Metodología

1.- REVISIÓN Y SELECCIÓN DE MATERIAL DE ESTUDIO

El inventario de la colección de arte de la FUGA está compuesto por obras plásticas y audiovisuales, y en algunas de las obras del mismo autor tienen componentes tanto plásticos como audio visuales, por lo que se eligieron sólo los autores de fotografía sin importar si contaban con otras obras en distintos medios, sin embargo en la investigación se incluyó una muestra significativa de todo su trabajo.

2.- INVESTIGACIÓN DE AUTORES DE FOTOGRAFÍA Y SUS OBRAS

La metodología empleada fue muy libre y se fue construyendo durante el proceso, en primera instancia se consultó material bibliográfico de la biblioteca de la FUGA y de la Biblioteca de la Universidad Nacional de Colombia, para posteriormente recurrir a las fuentes de internet. A la par de ello se fue recabando información del autor seleccionado, reuniendo datos de su formación, las exposiciones realizadas, distinciones recibidas, textos críticos sobre su carrera y sobre series o piezas en particular, fragmentos de entrevistas realizadas a los autores, información de imágenes tanto de las obras pertenecientes a la colección de la FUGA como de las que no pertenecen a ella, así como las imágenes de las mismas, siempre incluyendo la fuente de la información. En algunos casos fue necesario traducir, transcribir y sintetizar la información recabada para enfatizar la contextualización de las obras de la colección. Todo ello debido a que no es posible hacer una interpretación acorde al significado real de la pieza cuando no se cuenta con el contexto en que ésta fue desarrollada.

3.- CORRECCIONES Y OBSERVACIONES AL INVENTARIO ORIGINAL DE FOTOGRAFÍA DE LA FUGA

Como ya se mencionó anteriormente el inventario tenía varias imprecisiones, por lo que se cotejaron todos sus campos con la información obtenida en la investigación, obteniendo como resultado varias discrepancias, mismas que fueron señaladas sin eliminar el contenido original y aclarando el origen de los datos.

4.- ELABORACIÓN DE PROPUESTA CURATORIAL

Una vez concluida la investigación, se analizaron nuevamente las piezas fotográficas de la colección, obteniendo una lectura mucho más rica y competente que la del inicio, lo cual permitió categorizar las piezas en los siguientes temas: problemática laboral, ejercicios plásticos, identidades y otras formas de amor, conflicto armado de Colombia y una versión de Colombia. Debido a que el último tema fue el más sólido, se eligió para construir la propuesta de curaduría que recibió el nombre de “Una Colombia”, la cual cuenta con tres subgrupos que componen los ejes, imágenes en proporción, información puntual de las piezas y un texto elaborado con la interpretación de la información recabada.

El concepto central de esta curaduría está enfocado en mostrar distintos enfoques del país a través de las miradas de los artistas; debido a que cada uno de ellos tiene intereses particulares el conjunto presentado pretende suscitar reflexiones diversas en los públicos, mismas que a su vez serán el resultado de la combinación con la propia visión del visitante.

La propuesta se compone por los ejes Espacios, Miradas y Personas. El primer eje muestra algunos lugares de Colombia, sin embargo no se trata de lugares representativos o turísticos sino de lugares comunes pero que sintetizan la forma de vivir de los sectores más desfavorecidos de la capital; el segundo eje retrata algunas costumbres populares relacionándolas con el comercio y el último eje entremezcla dos realidades contrastantes que conviven en un mismo espacio, la alegría y el dolor, dualidad que no es extraña en el colombiano.

7. Aportes, logros y dificultades

La elección de este proyecto está influenciada por mi formación de base en Historia del Arte y Gestión Cultural, por lo que tengo un interés natural en el tema, y en general me facilita el acercamiento a las piezas. Por otro lado, el ser extranjera y

desconocer la vida y obra de los autores trabajados, me permitió abordarlos de forma objetiva, al mismo tiempo que me representó un reto muy motivante.

Ya se han mencionado los aportes a corto plazo, sin embargo la investigación del acervo brinda múltiples beneficios y posibilidades a futuro, a continuación menciono algunos:

- A pesar de que el alcance de éstas Prácticas sólo abarca un 10.5% de la totalidad de los autores de la colección, las piezas que se incluyen conforman el 27.8% del total de piezas; lo que representa un avance significativo en la labor de investigación que toda institución a cargo de patrimonio artístico debe realizar.
- Todas las gestiones que se realicen partiendo de la colección de fotografía tendrán más validez y confiabilidad que si no se contara con la información obtenida.
- La información aumenta el valor artístico de la colección, y por ende las carreras de los autores a quienes pertenecen las obras que la conforman se fortalecen.
- Cuanta más información y claridad exista sobre las piezas de la colección será más difícil que estas sean extraviadas o robadas.
- Se propone una metodología de investigación que podrá servir de base para futuras investigaciones.

Las dificultades a las que me enfrenté fueron pocas, debido a que se contó con amplia libertad para la formulación del proyecto, y el seguimiento de la institución fue muy cercano y cordial.

Sin embargo una de las dificultades presentadas consistió en la incapacidad de poder formular una propuesta viable en un primer momento, ya que para ello se requirió del análisis del inventario a profundidad, lo que se vio reflejado en la reformulación de la propuesta inicial para lograr los resultados presentados.

Otra complicación fue la carencia o escasas de información de algunas obras, lo que puede deberse a carreras muy cortas o de poca producción, o incluso a la falta de difusión de sus trabajos.

8. Reflexiones finales

Cabe mencionar que la vinculación entre la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, es de suma importancia para la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los estudiantes en las clases teóricas. Además de ello se genera una relación entre la Fundación y el estudiante que favorece la promoción de la primera y la fidelización del segundo dándole sentido de pertenencia a la institución.

Por otro lado la realización de esta práctica nos muestra una forma de trabajo de una institución museal que no cuenta con las áreas que idealmente debería tener, es decir que no hay área de investigación, conservación, curaduría, museografía y servicios educativos, por lo que prácticamente todas las funciones que se esperaría realizaran esos departamentos los realiza una sola persona como ocurre en muchas instituciones museales, lo que da cuenta de la distancia que hay entre la teoría de la academia y la realidad.

Un aspecto concreto en que la academia podría adaptarse a las necesidades reales de las instituciones, es en cuanto a los sistemas de inventariado se refiere, puesto que en la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la UNAL se prepara a los alumnos para trabajar con el software *PastPerfect*, mientras que varios de los museos latinoamericanos trabajan sus colecciones en Excel, de igual forma que la FUGA, ya que *PastPerfect* es demasiado costoso para las posibilidades de la mayoría de estas instituciones. Por lo que sería conveniente que se preparara a los alumnos en trabajar con sistemas más comunes en su contexto, como por ejemplo la aplicación *File Maker Pro* también conocido como Colecciones Colombianas.

Por último, puedo afirmar que el objetivo planteado al inicio del proyecto se logró satisfactoriamente, si bien hay mucho por hacer, cabe destacar que la museología es un quehacer interdisciplinario y la investigación es uno de sus pilares fundamentales.

Lista de referencias

FUGA, (2020). Fundación Gilberto Alzate Avendaño. Recuperado de <https://fuga.gov.co/transparencia/acerca-de-la-fundacion>

Ministerio de Cultura y Deporte, (2019). Recuperado de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/nuestro-sector/entidades-adscritas/fundacion-gilberto-alzate-avendano>

FUGA, (2019). Fundación Gilberto Alzate Avendaño. Recuperado de <https://www.fuga.gov.co/transparencia/acerca-de-la-fundacion>

Capítulo 3. Prácticas colaborativas. Conociendo las colecciones de la Universidad Militar Nueva Granada

El Museo Nacional de las Telecomunicaciones (MNTC), se encuentra dentro del campus de la Universidad de Nueva Granada, en la Calle 100, en Cajicá, departamento de Cundinamarca, Colombia. Su teléfono es el (1) 6500000. Actualmente su directora es la Ing. Ada N. Echávez Jiménez.

Las prácticas colaborativas se realizaron dentro del siguiente grupo de trabajo:

Martha Isabel Cortés Ocazonez - Socióloga

Johanna Alexandra Riaño Carreño - Artista plástica

Sandra Viviana Rodríguez Castro - Artista plástica

Julia Elena Velasco Arenas - Gestora Cultural

Y el asesor institucional de las mismas fue Daniel Dorado Gaviria.

1. Descripción del trabajo realizado

La primera actividad consistió en la asignación del apartado fotográfico por parte del área de conservación al grupo de trabajo. Debido a que la colección estaba archivada según el tamaño de las fotografías, esta se dividía en siete bloques mismos que se repartieron entre el equipo, correspondiéndome a mí las cajas 1P y 2M, es decir la caja pequeña número uno y la caja mediana número dos.

Una vez delimitados los volúmenes con que cada quien trabajaría, procedimos a realizar tareas de archivo, catalogación y gestión documental utilizando el programa Excel como soporte principal para la creación de una base de datos de la colección fotográfica de museo.

La metodología empleada para esta etapa fue propuesta por los responsables del área de museografía e investigación quienes ya habían iniciado el proceso.

Por último trabajamos una propuesta curatorial y materiales de difusión partiendo del recién creado inventario de fotografía.

2. Contexto institucional

Los orígenes del MNTC se remontan a la creación a cargo del gobierno colombiano de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones - TELECOM en 1947, dicha empresa buscaba que se plasmara la evolución de las telecomunicaciones en Colombia, por lo que creó el Museo Nacional de las Telecomunicaciones – MNTC en 1980 teniendo como sede el edificio Manuel Murillo Toro, en el centro de Bogotá en la calle 12A con carrera Séptima, en lo que fuera el Ministerio de Comunicaciones, y actual Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC.

Sin embargo en 2003 la empresa TELECOM fue liquidada y tres años después la colección del MNTC pasó a formar parte de las colecciones de la Universidad Militar de Nueva Granada - UMNG, por lo que actualmente el MNTC se encuentra ubicado en la Sede Nueva Granada de la UMNG, en el Municipio de Cajicá, perteneciente al Departamento Cundinamarca, Colombia, en el Kilómetro 2 vía Cajicá-Zipacquirá; y es manejado por la sección de Arte y Cultura de la Universidad. Por lo que sus principales públicos los componen los estudiantes de la Universidad.

La misión del MNTC es la siguiente de acuerdo a la página oficial de la UMNG:

El Museo Nacional de las Telecomunicaciones de la Universidad Militar Nueva Granada fomenta y amplía el conocimiento histórico de sus visitantes sobre la evolución de las telecomunicaciones en Colombia por medio de la exhibición de sus colecciones en forma física y digital. (UMNG, 2020)

3. Organigrama administrativo

Se resalta el área encargada de la realización de las Prácticas Colaborativas:

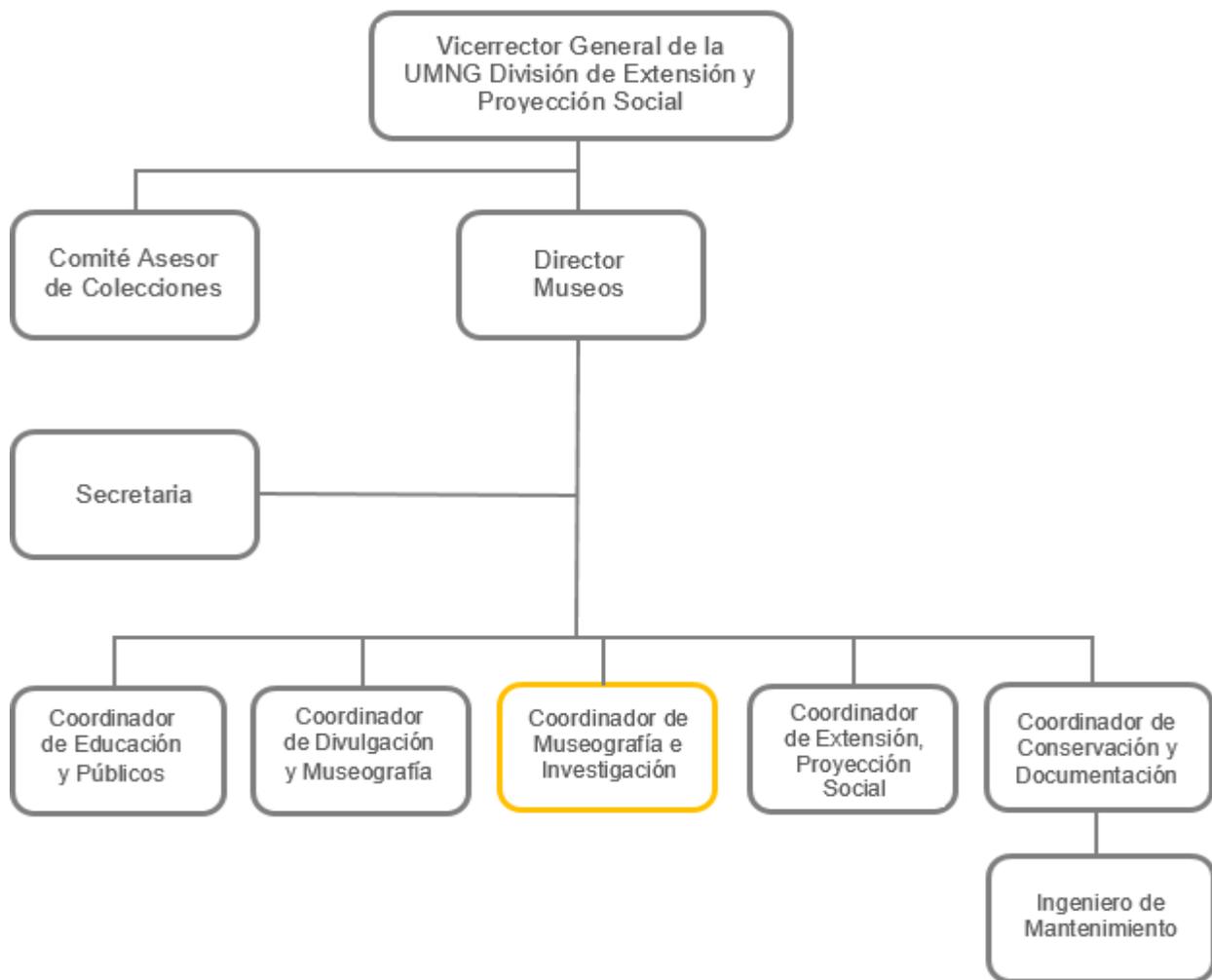


Figura 31. Organigrama del Museo Nacional de las Telecomunicaciones

Fuente: Museo Nacional de las Telecomunicaciones

4. Proyecto

4.1. Justificación

La colección fotográfica del MNT es un testimonio histórico tanto de este museo, como de Colombia y de la humanidad misma, por lo que es necesario se conserve, investigue y difunda, labor que se ha estado haciendo por el personal del museo,

sin embargo no se contaba con su inventariado completo, ni con una propuesta curatorial como la presentada.

4.2. Objetivo general

Colaborar con el área de documentación, investigación y curaduría para abonar al óptimo desarrollo de las funciones del MNT de acuerdo a su misión y visión.

4.3. Objetivos específicos

- Realizar el inventariado de la colección fotográfica del MNT
- Digitalizar las fotografías físicas de la colección
- Elaborar una propuesta curatorial

5. Cronograma

ACTIVIDAD	2018				2019			
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
INVENTARIADO	■	■	■	■				
INVESTIGACIÓN						■	■	■
PROPUESTA CURATORIAL						■	■	■
INFORME							■	■
SOCIALIZACIÓN								■

Figura 32. Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración propia

6. Informe de actividades

INVENTARIADO, CATALOGACIÓN Y REGISTRO

En mi caso me correspondió inventariar 307 piezas de la colección fotográfica impresa, lo que corresponde al 35.4% del total. Dicho bloque de fotografías estaba compuesto principalmente por escenas laborales y aparatos de comunicación.

Como ya se mencionó anteriormente, al momento de iniciar el proyecto el MNTC ya contaba con algunos avances del inventario, tales como el ordenamiento físico de las piezas, la asignación de números de registro, el formato de las fotografías (banco y negro o color) y las medidas de las mismas; por lo que nos correspondió complementar los siguientes campos faltantes:

- Imagen de referencia
- Categorización
- Descripción
- Notas
- Procedencia
- Digitalización en JPEG de fotografías impresas

Este es un ejemplo del formato empleado en el proceso descrito:

Tabla 3. Ejemplo de pieza inventariada

CAJA	Núm.	Número de inventario	Registro Fotográfico	Tipo fotografía	Formato (largo x ancho)	Categoría	Descripción	Notas	Procedencia
2M	67	MNTCF0610		B/N	26x18cm	Evento institucional	En primer plano dos hombres, el primero viendo a la cámara y el segundo de espaldas sosteniendo un trofeo, y en segundo plano una multitud por la calle junto con autos	"Marzo 12/71"	N/A

Fuente: Elaboración propia

7. Investigación

Durante esta etapa recabamos información de las fotografías en cuestión, así como de las instituciones involucradas en su desarrollo, tales como las empresas de Telecomunicaciones, sus directivos y los cambios tecnológicos.

8. Propuesta Curatorial

La propuesta que se presentó muestra varios momentos históricos relevantes tanto a nivel local, nacional e internacional, enfatizando los sucesos relacionados con las Telecomunicaciones, con el fin de que el público dimensione su relevancia y los

sitúe en el tiempo. Cabe mencionar que solo considera la muestra de dichos momentos ya que el resto de elementos los tendría que trabajar el museo.

Se planteó que dicha exposición se montara en uno de los espacios de la UMNG, además de una versión digital en la página de la universidad. Ambas mostrando cada uno de los hechos referidos con una pieza de la colección.

Esta es una muestra de la versión digital, la cual se desarrolló en un sitio web: https://cdn.knightlab.com/libs/timeline3/latest/embed/index.html?source=1Nb_XUz-4kMYS0FF11pXEPRZoqvznL1hn49hfJAmFUaU&font=Default&lang=en&initial_zoom=2&height=650



Figura 33. Ejemplo de acontecimiento en línea del tiempo

Fuente: Elaboración propia con la página Timeline Knightlab, 2019

9. Metodología

1.- INVENTARIADO, CATALOGACIÓN Y REGISTRO

Para llevar a cabo esta etapa se siguieron los siguientes pasos

- Imagen de referencia. Se digitalizaron las piezas para incluir una imagen pequeña.

- Categorización. Según los objetos o situaciones capturadas en las fotografías, se clasificaron dentro de una de las cuatro categorías creadas: eventos, aparatos, personal y espacios.
- Descripción. En este apartado se realizó una breve descripción de cada fotografía, lo que ayuda a su ubicación con el buscador de Excel y facilita su comprensión.
- Notas. En algunos casos las fotografías contaban con inscripciones, sellos o etiquetas adheridas al reverso, por lo que dichas adiciones se transcribieron o fotografiaron para ser incluidas en este campo.
- Procedencia. Varias fotografías indicaban el lugar donde habían sido tomadas, lo cual se recuperó en esta columna.
- Digitalización en JPEG de fotografías impresas. Paralelo a las actividades ya mencionadas se creó un banco de imágenes digitales de mayor resolución.

2.- INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación recurrimos a las fuentes orales y escritas, compuestas principalmente por el personal del MNTC y varias páginas de internet que contenían información sobre los nombres de los aparatos referidos y los lugares a que hacen referencia, el área en que se desarrolló mi investigación fue delimitada por las imágenes que me correspondieron, es decir las imágenes de aparatos y escenas laborales.

La fase que más requirió de labor de investigación fue la concerniente a la propuesta curatorial, para lograr conocer el contexto histórico del MNTC y de los hechos que se incluyeron en la línea del tiempo, mismos que se investigaron por separado y al final se seleccionaron los que consideramos más relevantes.

3.- PROPUESTA CURATORIAL:

De forma individual cada integrante del equipo realizó una propuesta de curaduría basándose en las piezas inventariadas e investigadas, en mi caso propuse la realización de una cabina de radio acompañada de varias piezas alusivas.

Posteriormente el equipo eligió sólo una de las propuestas, la cual consiste en una línea del tiempo. Después de ello todas realizamos distintos aportes de acontecimientos históricos y tecnológicos haciendo énfasis en los relacionados a las telecomunicaciones, y cada uno se acompañó con una imagen representativa, que en muchos de casos forma parte de la colección del MNTC y en otras ocasiones fueron tomadas de archivos de internet incluyendo su respectiva fuente. Algunos de los hechos que se incluyeron fueron la captura de la primera fotografía de que se atiene registro, la invención del telégrafo, invención del radio, La Guerra de los Mil Días, La Primera Guerra Mundial, invención de la televisión, etc.

10. Recomendaciones

Debido a que el MNTC se encuentra dentro del campus de la UMNG misma que cuenta con un importante desarrollo académico es pertinente que el museo se vincule con las carreras y áreas administrativas relacionadas, como por ejemplo Ingeniería en Multimedia, Ingeniería en Telecomunicaciones, Centro de Realidad Virtual, Departamento de Tecnologías del Conocimiento y la División de Desarrollo Tecnológico e Innovación. No sólo de esta universidad sino también de otras universidades e instituciones, como archivos históricos y empresas del mismo campo.

Dado que la comunidad universitaria conforma gran parte del público del museo la vinculación con los estudiantes a través de la realización de prácticas académicas, servicio social o tareas dentro de las materias curriculares, resultaría de mucha utilidad no solo como apoyo a las labores del museo sino para generar sentido de pertenencia y cercanía tal como ocurrió en mi caso como parte del trabajo realizado desde las practicas colaborativas.

En un primer acercamiento al museo, parecería que el área que más se debería fortalecer es la de difusión, sin embargo después de conocerlo más a fondo y a pesar de que todas las áreas se interrelacionan entre sí, considero que en este

momento las labores de investigación son fundamentales para el museo, por lo que se podría trabajar con los ex trabajadores de TELECOM ya que cuentan con información que difícilmente se podría conseguir en otro lugar.

11. Conclusiones

Trabajar con colecciones e inventarios de cualquier tipo demanda disciplina, rigor y precisión en las tareas, aspectos que al lograrse contribuyen considerablemente al mejoramiento del resto de las tareas a realizar.

Entre más procedimientos reales de museos conozcamos, la formación obtenida en la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio se potencia y enriquece, ya que a pesar de que hay bases comunes cada museo tiene una forma particular de llevar a cabo sus labores.

Uno de los aspectos favorables del MNTC que no se encuentra en muchos otros museos, radica en el nivel de profesionalización del personal, puesto que la mayor parte de su planilla la componen museólogos de formación académica, algo relativamente nuevo puesto que en muchos de los museos la formación del personal es principalmente empírica, lo que se ve reflejado en el cuidado con que se realizan los procesos.

Por otro lado, el desarrollar las prácticas con un equipo integrado por profesionales de distintas áreas, nos permitió una diversidad en los aportes logrando enriquecer los resultados con las experiencias previas desde distintas áreas. Por ejemplo el rigor metodológico de la sociología, la creatividad de las artes y el seguimiento de procesos de la gestión.

12. Anexos

12.1. Informe técnico

Lista de referencias

UMNG. (2020). Universidad Militar Nueva Granada – Museo Nacional de las Telecomunicaciones. Recuperado de <https://www.umng.edu.co/museo-campus>



INFORME TRABAJO COLABORATIVO	Fecha Emisión: 2019/09/03	PS-PS-F-5
	Revisión No. 1	Página 1 de XX

**INFORME TRABAJO COLABORATIVO
MUSEO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES**

Elaborado por

Martha Isabel Cortés Ocazonez- Socióloga
Johanna Alexandra Riaño Carreño -Artista plástica
Sandra Viviana Rodríguez Castro -Artista plástica
Julia Elena Velasco Arenas - Gestora Cultural

Presentado a

Sección Arte y Cultura
Universidad Militar Nueva Granada

Tutor:

Daniel Dorado Gaviria

Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Facultad de Artes
Universidad Nacional de Colombia
2019



1. INTRODUCCIÓN

Gran parte del desarrollo tecnológico y cultural de Colombia ha quedado documentado y plasmado en los más de setecientos registros fotográficos que componen la colección del Museo Nacional de las Telecomunicaciones, ubicado en las instalaciones del campus Nueva Granada, sede Cajicá, de la Universidad Militar Nueva Granada. Este acervo documental tiene un alto valor histórico no sólo para el país sino para la humanidad en general, debido a la gran cantidad de información que la colección contiene.

Es por esto que la colección demanda esfuerzos en investigación, documentación y análisis, labor que ha venido realizando con la colaboración del equipo de trabajo conformado por estudiantes de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia y la Sección de Arte y Cultura de la Universidad Militar Nueva Granada.

Teniendo en cuenta este panorama, nos pareció una oportunidad muy buena el realizar nuestro trabajo colaborativo en el Museo Nacional de las Telecomunicaciones para conocer de cerca de qué manera trabajan los egresados de la Maestría, acercarnos al campo de acción de la museología.

2. MEMORIA INSTITUCIONAL

Desde el establecimiento del telégrafo en Colombia, en 1865, el país tuvo que hacer frente al reto de llevar las comunicaciones a lugares inhóspitos, en un país de regiones aisladas entre sí por grandes montañas y ríos caudalosos, donde la geografía era todo un reto para comunicar, y en algunos casos donde apenas existían unos ineficientes correos cuya estructura no había variado desde la época colonial (Telecom, 1994, p.7).

Las primeras empresas telegráficas, encabezadas por la del pionero Guillermo Lee Stiles, fueron de capital mixto (oficial y privado), pero muy pronto este servicio tuvo que ser nacionalizado para poder asumir sus grandes costos de instalación y funcionamiento. A finales del siglo XX, empresas de capital privado internacional asumieron la prestación de servicios de telefonía y las radiocomunicaciones. Y en 1943, para buscar su extensión a más amplios sectores del país, fueron nacionalizados por el gobierno de Alfonso López Pumarejo, dándole al sector una definitiva estructura estatal de acuerdo con Alfonso López P. los ideales de la «Revolución en marcha».



Es en este momento cuando surge la «Empresa Nacional de Telecomunicaciones», TELECOM, el 23 de mayo de 1947, empresa a la que se confió el manejo global de las telecomunicaciones colombianas y pone en práctica los ideales de esa política, una vez que, en 1950, le fueron adicionados los servicios de la «Empresa Nacional de Radiocomunicaciones», creada en 1943 en el momento de la nacionalización.

Las transformaciones que tuvieron lugar en el país cuando se dio la difusión electrónica masiva tocaron todos los elementos de la estructura social y en la cultura de masas el hecho de poseer un lugar ha implicado participar de los frutos de la sociedad y es por eso que los medios significaron una nueva forma de hacer y participar en la política, practicar la religión, conocer a los líderes políticos, interactuar socialmente y comprender el mundo de otra manera. En este sentido, como lo señala Bell (1969) para el caso estadounidense, una sociedad a la que le faltaba instituciones nacionales bien definidas y una clase dirigente consciente de ello, se amalgamó a través de los medios de comunicación de masas para superarse y reinventarse.

Al respecto, Martín señala, para el caso latinoamericano, que “la masificación es a la vez, y con la misma fuerza, la integración de las clases populares y más pobres a la sociedad, y la aceptación por parte de esta a los bienes y servicios que hasta entonces sólo habían sido un privilegio de unos pocos. Al popularizarse masivamente los receptores, muchas personas pudieron ejercer plenamente la libertad de información y el derecho a acceder a las nuevas tecnologías. Dada esta situación, el papel decisivo que los medios de comunicación juegan, en el período de los años 30 a los años 50 del siglo XX en América Latina, residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y al pueblo en Nación” (Martín; 1987, p. 178).

3. MUSEO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES



El Museo Nacional de las Telecomunicaciones fue creado por la empresa de telecomunicaciones TELECOM en el año 1980 y estuvo ubicado en el edificio Manuel Murillo Toro, en el centro de Bogotá (calle 12A con carrera Séptima), en ese entonces sede del Ministerio de Comunicaciones, hoy Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC).

Tras la liquidación de la empresa de TELECOM en el año 2003, toda la colección del Museo fue adquirida por la Universidad Militar Nueva Granada en el año 2006 y

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA



actualmente el Museo Nacional de las Telecomunicaciones se encuentra ubicado en el campus Nueva Granada de la Universidad Militar Nueva Granada en el municipio de Cajicá, Cundinamarca (Kilómetro 2 vía Cajicá-Zipacquirá) y es manejado por la sección de Arte y Cultura de la Universidad; los trabajadores del Museo son egresados o candidatos a magíster de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio.

El público que frecuenta el Museo son miembros de la comunidad universitaria, (estudiantes, docentes, funcionarios) pero se realizan visitas guiadas a cualquier persona indicando, día y hora de visita, y número de personas que asisten al recorrido, al correo electrónico: museosumng@unimilitar.edu.co. Aunque el Museo se encuentre en la Universidad y las personas deban registrarse antes de entrar, resulta muy bueno que el Museo disponga de estos canales para atraer públicos, especialmente colegios y universidades, que son los grupos que más lo visitan.

El Museo tiene su información principal en la página web de la UMNG y allí se explican la misión y visión de la institución:

Misión: El Museo Nacional de las Telecomunicaciones de la Universidad Militar Nueva Granada fomenta y amplía el conocimiento histórico de sus visitantes sobre la evolución de las telecomunicaciones en Colombia por medio de la exhibición de sus colecciones en forma física y digital.

¿Cómo? A través de la exhibición de equipos de comunicación visuales y sonoros que fueron de vital importancia a través de la historia en nuestro país.

¿Para qué? Para contribuir con el desarrollo cultural colombiano y a su vez, para que las personas que visiten este, obtengan conocimiento de la evolución de las comunicaciones en Colombia por medio de artefactos tangibles.

Imagen 1. Entrada UMNG, campus Nueva Granada, sede Cajicá





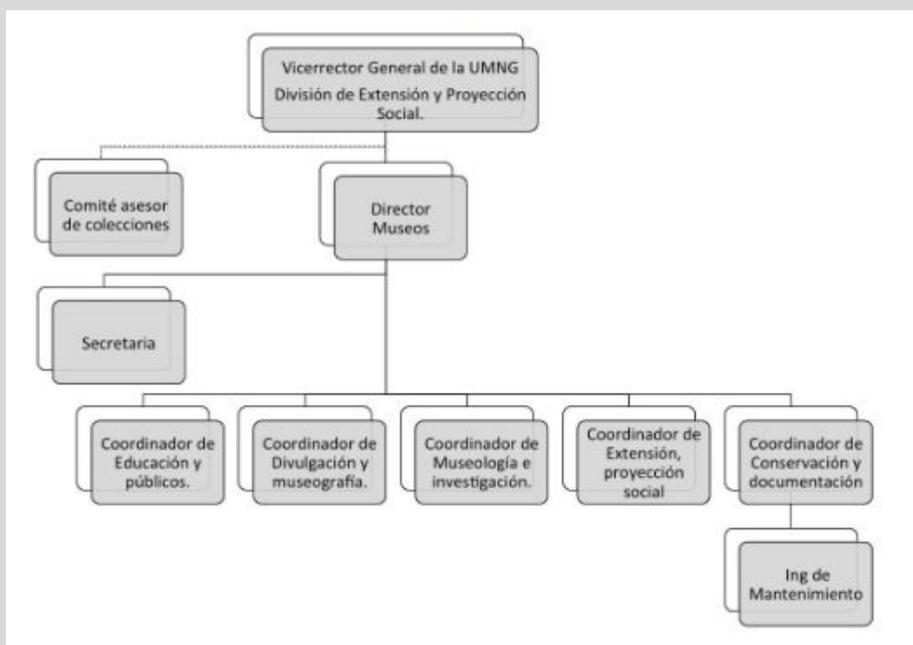
Visión: El Museo Nacional de las Telecomunicaciones de la Universidad Militar Nueva Granada será reconocido en el 2019 por su estrategia de difusión digital y metodología investigativa de la historia de las telecomunicaciones en Colombia, líder en enseñar la historia por medio de modelos interactivos.

Logotipo: El isotipo del Museo Nacional de las Telecomunicaciones está construido con base en la representación de las siglas UMNG en código morse.



Imagen 2.

Imagen 3. Estructura Organizacional Museos UMNG





4. TRABAJO COLABORATIVO: COLECCIÓN FOTOGRÁFICA MUSEO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES

El trabajo colaborativo, como componente del Trabajo Final de la Maestría, busca la concreción de un proyecto museológico integral y completo a partir de un caso práctico además de desarrollar referentes éticos y metodológicos para el trabajo en equipo. Teniendo en cuenta este marco de acción, a continuación presentaremos las actividades que realizamos en nuestro paso por el Museo Nacional de las Telecomunicaciones. Para el desarrollo del trabajo colaborativo tuvimos la asesoría y tutoría de Daniel Dorado Gaviria, trabajador de la Sección de Arte y Cultura de la Universidad Militar Nueva Granada.

Relevancia/justificación:

La importancia de realizar el trabajo colaborativo en el Museo Nacional de las Telecomunicaciones es que permite conocer de cerca las prácticas que se desarrollan en una Universidad que le apuesta al trabajo museológico y museográfico para afianzar los valores de la comunidad universitaria y dar a conocer sus patrimonios. Quienes trabajan en la Sección de Arte y Cultura tienen gran conocimiento del campo y compartir con egresados de la Maestría el trabajo nos permite conocer y aprender herramientas profesionales para el futuro.

Objetivos:

Los objetivos del trabajo colaborativo se enmarcaron en los siguiente:

Objetivo General:

- Desarrollar una propuesta curatorial que active el acervo patrimonial, a partir de la investigación de la colección fotográfica del Museo Nacional de las Telecomunicaciones.

Objetivos Específicos:

- Realizar labores de inventario, registro, catalogación y diagnóstico de la colección fotográfica del Museo Nacional de las Telecomunicaciones.
- Investigar la colección fotográfica del Museo Nacional de las Telecomunicaciones para generar insumos museológicos que puedan ser trabajados y expuestos.
- Construir una propuesta curatorial a partir de la colección fotográfica MNT y entregar material de apoyo para visibilizar el museo.



Imagen 4. Museo Nacional de las Telecomunicaciones



Foto: Daniel Dorado

5. METODOLOGÍA TRABAJO COLABORATIVO

En la etapa inicial realizamos tareas de archivo, catalogación y gestión documental utilizando el programa Excel como soporte principal para la creación de una base de datos de la colección fotográfica de Museo.

Para el proceso de inventariado o creación de base de datos se partió de los avances con los que ya contaba el MNTC, los cuales consistían en la siguiente clasificación física por tamaños de las fotografías: pequeñas (1P, 2P), medianas (1M, 2M), grandes (1G, 2G) y la caja de directores TELECOM; y un excel con los números de inventarios asignados tanto en el archivo digital como al reverso de cada fotografía. Posteriormente realizamos la digitalización de las fotografías físicas para integrarlas a dicho excel, junto con la categoría a la que pertenecían (aparatos, eventos institucionales internos o externos, espacios, carteles, etc), para después incluir una breve descripción de lo que muestra cada fotografía, y en los casos necesarios también agregamos notas y transcripciones de las inscripciones que las fotografías tenían a su reverso.

Una vez hecho lo anterior y con la información obtenida, de forma grupal procedimos a elaborar una propuesta curatorial, así como material de apoyo para la promoción del MNTC.



Imagen 5. Distribución cajas

Revisión	Caja
Julia Elena Velasco Arenas	1P, 2M (606-867)
Martha Isabel Cortés Ocazonez	1M, 2M (324-385), Directores TELECOM
Sandra Viviana Rodríguez Castro	1G, 2P
Johanna Alexandra Riaño Carreño	2G

Decidimos crear categorías para agrupar las fotografías por temas y que esto facilitará su posterior búsqueda. Las categorías que creamos fueron:

Aparatos, artefactos, carteles, diploma (documento), deporte, documento institucional, eventos institucionales externos, eventos institucionales, escenas laborales, escena social, escenas cotidianas, espacios (internos y externos), ficha informativa, objetos artísticos, muebles, museo y uso de equipos.

Además de esos campos, se incluyeron los siguientes datos siguiendo el número de caja e inventario con los que ya se contaban: Registro fotográfico (una imagen pequeña de referencia dentro del documento Excel y una imagen en JPG por separado por cada fotografía), tipo (blanco y negro, o, a color), formato (medidas en largo por ancho), descripción, notas (información adicional y estado de conservación de las fotografías) y sellos de acreditación en algunas piezas .

Las actividades relacionadas con <archivo y gestión documental> se organizaron así:

- Inventario de fotografías y filminas de la colección fotográfica.
- Registro, catalogación y selección de fotografías y filminas por temáticas en donde se evidencian eventos, aparatos, personal y espacio del Museo Nacional de las Telecomunicaciones.
- Fotodocumentación de la colección como memoria del Museo.
- Documentación digital de la colección fotográfica mediante registro en base de datos.
- Archivo e información digital de la colección fotográfica.



Las actividades relacionadas con <curaduría> se organizaron así:

- Reconocimiento del espacio del Museo Nacional de las Telecomunicaciones.
- Investigación de la colección fotográfica y recolección de información.
- Propuesta curatorial para exposición en el Museo Nacional de las telecomunicaciones.

6. ANÁLISIS COLECCIÓN FOTOGRÁFICA

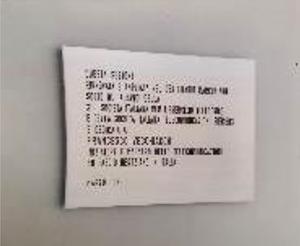
La colección fotográfica estuvo distribuida por las cajas anteriormente mencionadas; se logró hacer un análisis y se catalogaron en la base de datos distribuidas en dos grupos: Base de datos directores Telecom con 25 fotografías, colección fotográfica para la investigación y colección completa; distribuidas en cajas grandes con **(252)** fotografías, cajas medianas con **(269)** fotografías y las cajas pequeñas con **(355)** fotografías.

Dentro de las categorías en que se dividió la colección fotográfica encontramos:

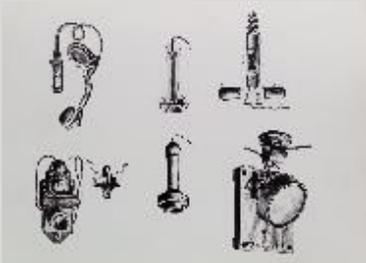
<p>Aparatos y artefactos: objetos registrados de la colección y distintos elementos que muestran la evolución de las telecomunicaciones en Colombia.</p>	 <p>Ej.2P-MNTCF0762</p>
<p>Carteles que generalmente eran de invitaciones, eventos, textos informativos sobre algún objeto o noticia .</p>	 <p>EJ.2G-MNTCF0531</p>

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA



<p>Ficha informativa: contiene información sobre algún artefacto, aparato, objeto de telecomunicaciones.</p>	 <p>Ej.2G-MNTCF0533</p>
<p>Eventos institucionales: Son fotografías divididas en eventos internos y externos, es decir que se realizaron dentro del museo y en otros espacios organizados por la institución como por ejemplo inauguraciones, reuniones, conferencias.</p>	 <p>Ej.2M-MNTCF0072</p>
<p>Escenas laborales: Donde se registraron escenas cotidianas de trabajadores y fundadores del Museo en oficinas, plantas, talleres y espacios con aparatos y objetos de las telecomunicaciones.</p>	 <p>Ej.1G-MNTCF0017</p>
<p>Eventos sociales: Registro de eventos donde el personal de las telecomunicaciones compartían con sus familias, conocidos y otros aliados en fiestas, comidas, conciertos.</p>	 <p>Ej. 2G- MNTCF0083</p>



<p>Espacios: Donde se evidencia la planta física y arquitectónica del Museo otros espacios .</p>	 <p style="text-align: center;">Ej.2G-MNTCF0514</p>
<p>Museo: Registro de los espacios del museo, su arquitectura, soportes vitrinas y la colección.</p>	 <p style="text-align: center;">Ej. MNTCF0362</p>
<p>Muebles: Como mesas y soportes de la Colección.</p>	 <p style="text-align: center;">Ej.2G-MNTCF0613</p>
<p>Objetos artísticos: Registros en dibujo sobre los diferentes artefactos y aparatos de las telecomunicaciones. También se incluyen registros fotográficos de ilustraciones y de piezas tridimensionales.</p>	 <p style="text-align: center;">Ej.2G-MNTCF0534</p>



Uso de equipos: Se registra el personal trabajando con equipos y artefactos.



Ej.1G-MNTCF0002

La cantidad de fotos agrupadas por tamaño en cajas pequeñas (1P, 2P), medianas (1M, 2M), grandes (1G, 2G) se señala en la siguiente gráfica, siendo las cajas pequeñas las que contaban con mayor número de fotografías.

Imagen 6. Cantidad de fotos por caja

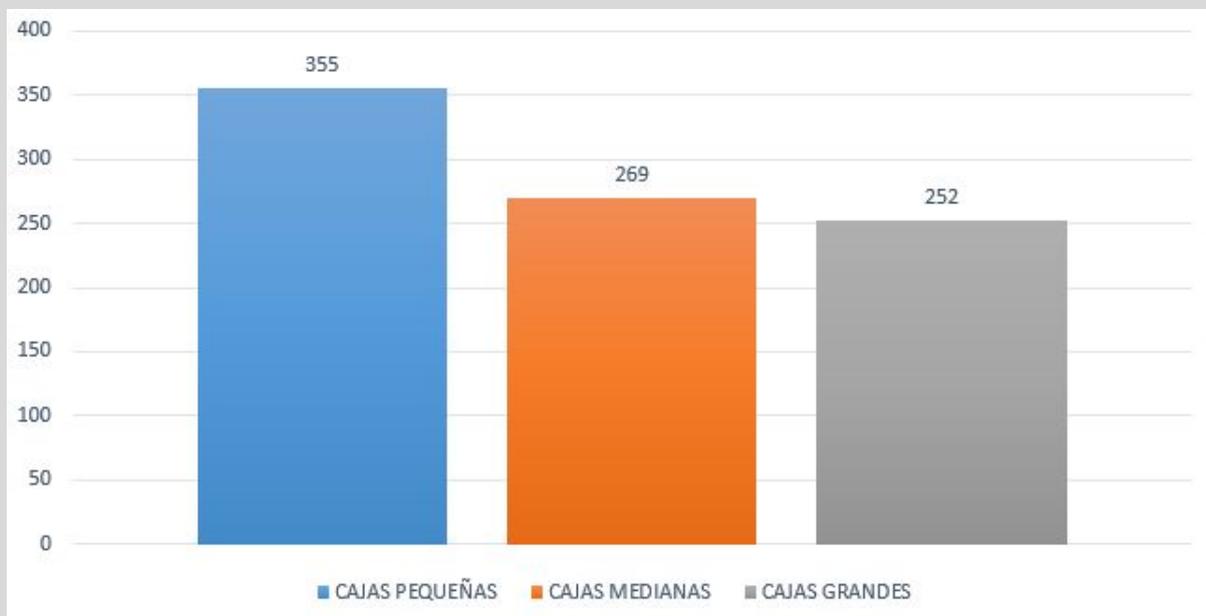
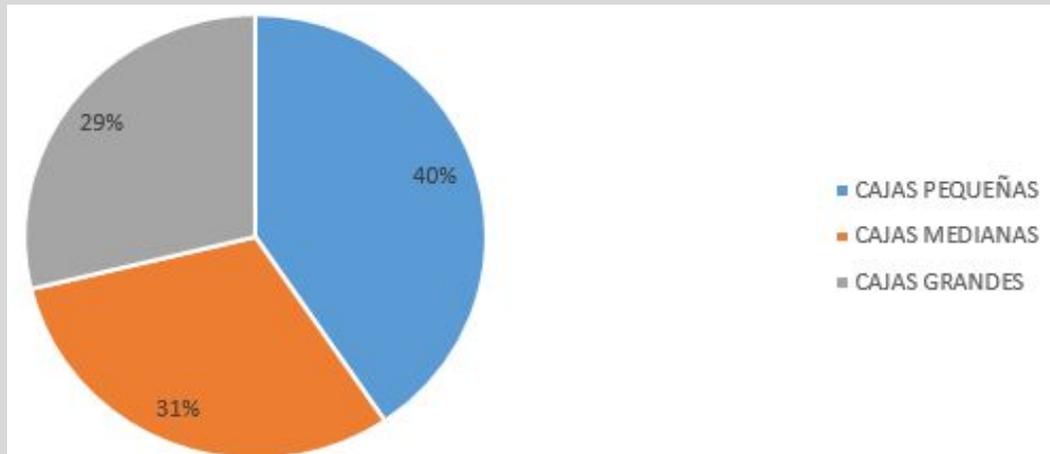




Imagen 7. Porcentaje de cada grupo de cajas en la colección



En esta gráfica se señala el porcentaje de cajas en la totalidad de la colección fotográfica del MNT, siendo las cajas medianas (1M, 2M y, grandes (1G, 2G) similares en cantidad, mientras que las cajas pequeñas (1P, 2P) las que más fotos tenían, esto también se explica porque habían muchos contactos fotográficos.

Una vez realizado la distribución de cajas y la recolección de información y fotos en la base de datos, construimos categorías entre las cuatro, para agrupar las fotos, lo que facilitó crear grupos por temas, a continuación se deja la relación de cada categoría con las cajas y los totales de cada una:

Imagen 8. Categorías colección fotográfica

CATEGORÍAS	CAJAS PEQUEÑAS	CAJAS MEDIANAS	CAJAS GRANDES	TOTAL CATEGORÍA
APARATO	268	155	19	442
ARTEFACTO	3	0	3	6
CARTEL	1	1	5	7
DEPORTE	0	0	1	1
DOCUMENTO INSTITUCIONAL	0	1	1	2
ESCENA COTIDIANA	0	0	5	5
ESCENA LABORAL	15	68	55	138
ESCENA SOCIAL	0	0	1	1
ESPACIO EXTERNO	9	6	8	23
ESPACIO INTERNO	2	0	10	12
EVENTO INSTITUCIONAL	8	27	81	116
EVENTO INSTITUCIONAL EXTERNO	8	9	27	44
FICHA INFORMATIVA	0	2	1	3
MUEBLE	13	0	0	13
MUSEO	0	0	29	29
OBJETO ARTÍSTICO	21	0	3	24
PERSONAJE	3	0	0	3
TIMBRE POSTAL	4	0	0	4
USO DE EQUIPO	0	0	3	3
TOTAL POR CAJAS	355	269	252	TOTAL COLECCIÓN: 876



Imagen 9. Proporción fotos por categorías

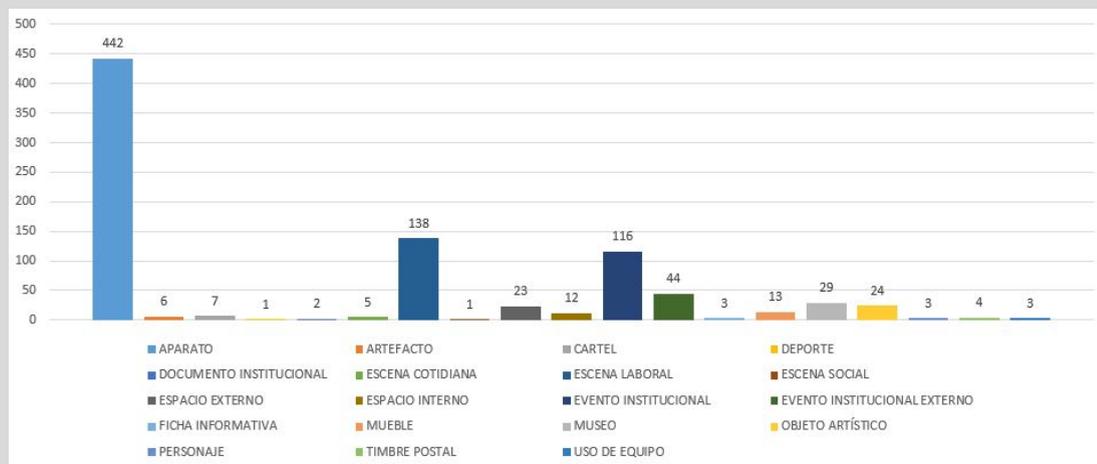
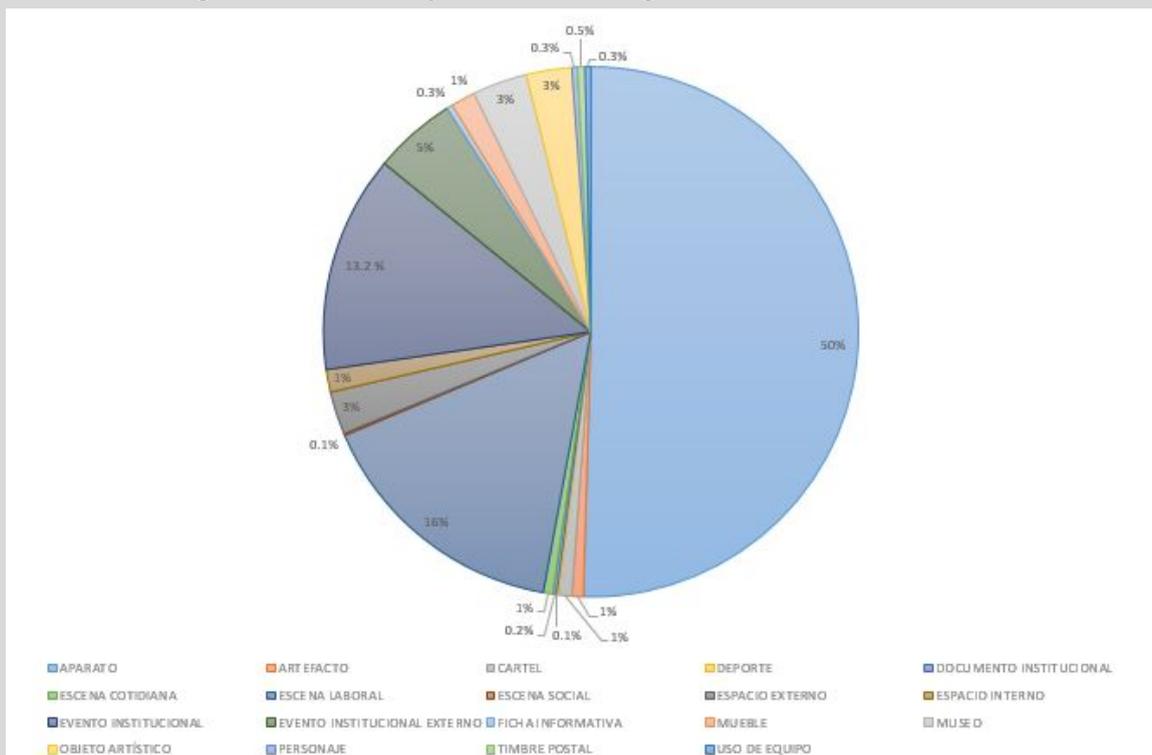


Imagen 10. Porcentaje de cada categoría dentro de la colección



Al revisar el número de fotos por categorías, la categoría más numerosa con 442 fotos es la categoría “*aparato*”, es decir el 50% de la colección fotográfica tiene imágenes de aparatos electrónicos, le sigue “*escena laboral*” con 138 fotos y un 16% en el total de la colección, y “*evento institucional*” con 116 fotos y un 13%.



4.1 LISTADO DIRECTORES TELECOM

El análisis de la caja “Directores Telecom” que hasta el momento no había sido revisada por los encargados de la colección, como lo mencionó Daniel Dorado, fue un insumo valioso de investigación pues en la caja se hallaban 24 cuadros con los retratos de los directores y la fecha en que ejerció el cargo en la empresa TELECOM. Dado que esta caja no estaba contemplada, decidimos crear otra base de datos usando el programa Excel para realizar el registro fotográfico, la descripción de la fotografía (nombre director, años como director(a)).

A continuación se hace el listado de los 23 directores hombres y la única mujer directora de TELECOM:

Gerentes de la Empresa Nacional de Radiocomunicaciones

1. Héctor Moreno Díaz (13 de octubre de 1943 - 22 de febrero de 1945).
2. Ernesto Calvo Durán (23 de abril de 1945 - 21 de febrero de 1946).
3. Eduardo Gamba Escallón (22 de febrero de 1946 - 31 de 1946).
4. Gabriel Carreño Mallarino (1 de agosto de 1946 - 28 de agosto de 1947).
5. Hernando Ruiz Cuevas (29 de agosto de 1947 -27 de abril de 1950). Fecha en la cual entregó la Empresa al Gerente de TELECOM, Catón María Téllez, para cumplir la orden de fusión de las dos empresas dictada por el gobierno para unificar los servicios de telecomunicaciones en el país.

Gerentes de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (TELECOM)

6. Angel Ignacio Ortiz (13 de julio de 1947- 12 de marzo de 1948).
7. Catón María Téllez (13 de marzo de 1948-17 de octubre de 1951). Recibió la Empresa Nacional de Radiocomunicaciones el 27 de abril de 1950.
8. Joaquín Villegas Jaramillo (18 de octubre de 1951- 24 de mayo de 1953).
9. Ricardo Julio Rengifo (27 de mayo de 1953 - 4 de marzo de 1958).
10. Argelino Durán Quintero (21 de marzo de 1958 - 30 de septiembre de 1958)
11. Horacio Ramírez Gaviria (2 de octubre de 1958 - 9 de diciembre de 1958).
12. Hernán Puerta Pérez (9 de diciembre de 1958 - 25 de agosto de 1960).

Directores generales de TELECOM

13. Guillermo Sendoya Naranjo (25 de agosto de 1960 - 31 de diciembre de 1962).
14. Ramón Martínez Vallejo (1 de enero de 1963 - 4 de septiembre de 1966).

Presidentes de TELECOM

15. Francisco Lozano Valcárcel (5 de septiembre de 1966 - 15 de marzo de 1973).



16. Jaime Aguilera Blanco (16 de marzo de 1973 - 7 de julio de 1977).
17. Víctor Beltrán Martínez (8 de julio de 1977 - 3 de septiembre de 1978).
18. Guillermo Sagra Serrano (4 de septiembre de 1978 - 16 de agosto de 1982).
19. Hermann González Sorzano (17 de agosto de 1982 - 5 de marzo de 1985).
20. Juan Sebastián Betancur (6 de marzo de 1985 - 20 de agosto de 1986).
21. Emilio Saravia Bravo (21 de agosto de 1986 - 30 de agosto de 1990).
22. Francisco Javier Navarro Vélez (10 de septiembre de 1990- 28 de julio de 1992).
23. Carlos Gabriel Alvarez Melo (28 de julio - 7 de septiembre de 1992).
24. Clara Elsa Villalba de Sandoval (7 de septiembre de 1992-31 de agosto de 1994)

7. RESULTADOS LABORES DE REGISTRO

Los resultados a las labores de registro que realizamos en el Museo Nacional de las Telecomunicaciones se enfocó en dos líneas. Unos entregables digitales que son las bases de datos de la colección fotográfica del Museo y la base de datos de los directores de TELECOM y dos entregables físicos como propuestas curatoriales: Línea de tiempo y folleto campus con las piezas del MNT.

7.1 Base de datos: Colección fotográfica

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
	CAIA	Núm.	Número de inventario	Registro Fotográfico	Tipo fotografía	Formato (largo x ancho)	Categoría	Descripción	Notas	Procedencia
1	1M	1	MNTCF0183		B/N	Foto 14,5x 10,5 cm/ soporte 20x12,5cm	Aparatos	Teléfono de magneto para guarda líneas	Trayectoria: Utilizado en trayecto por guardalíneas. Estado: Inservible Fecha ingreso: 03/12/1979 Procedencia: Capitanejo, Santander del Sur	Santander del Sur
2	1M	2	MNTCF0184		B/N	Foto 14,5x 10,5 cm/ soporte 20x12,5cm	Aparatos	Teléfono de magneto mural en mueble de madera marca Kellogg	Trayectoria: Utilizado en residencias urbanas. Estado: Regular. Fecha ingreso: 03/12/1979. Procedencia: Zapatoca, Santander del Sur	Santander del Sur
3	1M	3	MNTCF0185		B/N	Foto 14,5x 10,5 cm/ soporte 20x12,5cm	Aparatos	Teléfono de magneto, con dicto de marcación	Trayectoria: Utilizado por el guarda-línea en trayecto. Estado: Inservible. Fecha ingreso: 17/11/1979. Procedencia: Mogotes, Santander del Sur	Santander del Sur

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
129	26	MNTCF0127		B/N	26X 21 cm	Eventos institucionales internos	Directores Francisco Lozano Varcarcel, Angelino Durán, Clara Elsa Villalba, Guillermo Sendoya Naranjo y otros representantes en reunion charlando de pie.	Inscripción en lapiz al respaldo de la foto fecha 1670	Sello de acreditación por foto a H. Oliveros apartado 13553- Bogota
130	26	MNTCF0128		B/N	26X 21 cm	Eventos institucionales	Personas reunidas en una conferencia sentados mirando hacia la camera, con banderas de los paises representantes en el fondo.	Nombre del acreditador no muy claro	Sello de Acreditación por foto a Meyle 15 de junio de 1949 N 16 81-1
131	26	MNTCF0129		B/N	26X 21 cm	Eventos institucionales	Director Francisco Lozano Varcarcel, Clara Elsa Villalba junto a dos representantes mas posando para una foto -Inauguración estación Botero Boshell (San Juan)	Ninguna	Sello de acreditación por foto a H. Oliveros apartado 13553- 1670 Bogota

7.2 Base de datos: Directores TELECOM

N°	Fotografía	Nombre Director	Fecha	Nombre Biográfico	Fecha Biográfico	Fecha Director	Edad	Fecha	Notas
1		MNTRO001	1943	Hector Moreno Diaz	1943	1943	1943	1943	El 13 de diciembre de 1943 se creó la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, cuyo primer gerente fue don Héctor Moreno Diaz
2		MNTRO002	1947	Ernesto Calvo Durán	1947	1947	1947	1947	En 1947 fue presidente de la Sociedad Colombiana de Ingenieros, fue decano de la Facultad de Ingeniería de la UNAL

N°	Registro Fotográfico	Número de inventario	Tipo fotográfica	Formato (largo x ancho)	Nombre director(a)	Datos biográficos
1		MNTRO001	B/N	Foto 19x23,5cm Soporte 29,4x34cm	Hector Moreno Diaz	El 13 de diciembre de 1943 se creó la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, cuyo primer gerente fue don Héctor Moreno Diaz
2		MNTRO002	B/N	Foto 19x24cm Soporte 29,5x34,4cm	Ernesto Calvo Durán	En 1947 fue presidente de la Sociedad Colombiana de Ingenieros, fue decano de la Facultad de Ingeniería de la UNAL



7.3 Entregables físicos: Línea de tiempo

Elaboramos esta propuesta curatorial para la Sección de Arte y Cultura de la UMNG, para que contemplen la propuesta a futuro como un producto expositivo que creemos potencia el valor histórico de la colección del Museo al señalar con datos e hitos históricos el acelerado cambio tecnológico que se ha vivido en el último siglo con las telecomunicaciones.

Así pues, la propuesta curatorial pretende presentar además un panorama general del desarrollo tecnológico e histórico de las telecomunicaciones, para ayudar a los públicos a dimensionar y contextualizar la evolución de que tanto ellos como sus generaciones pasadas han sido parte. A la vez que muestra los panoramas políticos nacionales, y del gremio de las telecomunicaciones que han estado presentes en dicho desarrollo.

El guión se vale de imágenes e información representativa de cada una de las etapas determinantes, así como de las figuras de quienes influyeron en ellas. Todo en orden cronológico y con apoyos didácticos, tales como infografías.

7.4 Entregables físicos: Paisajes de las telecomunicaciones

En este guión museológico se propone la exposición de las imágenes fotográficas que incluyen paisajes naturales con antenas o torres para uso de TELECOM, ello a manera de gigantografías con la información pertinente. Un nuevo tipo de paisaje surge, el de las telecomunicaciones; un paisaje de progreso que no se desliga de su territorio.

Imagen 11. Antena de Chocontá



7.5 Entregables físicos: Mapa con las piezas del campus

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA



Actualmente gran parte de la colección del MNT se encuentra distribuida a lo largo del campus de la Universidad Militar Nueva Granada, en particular los aparatos y artefactos originales (telégrafos, teléfonos, cámaras, etc.), estos están expuestos en vitrinas y se acompañan por cédulas o fichas museográficas con la información básica del artefacto, esto es muy práctico y enriquecedor para los públicos puesto que pueden apreciar la colección mientras realizan otras actividades propias de su estancia por la Universidad.

Sin embargo, dicho contacto resulta un tanto casual y para alguien que no está familiarizado con el campus puede ser muy complicado ubicar todas las piezas, por lo cual proponemos la elaboración y distribución de un mapa de la Universidad en donde se señalan las ubicaciones de las piezas antes mencionadas. Dicho mapa puede ser tanto en formato impreso como en digital, y mientras que el primero se puede distribuir a la entrada del campus; el segundo puede consistir en una aplicación para teléfonos celulares que funcione de manera interactiva para que el usuario pueda desplazarse por el campus conociendo tanto su propia ubicación como la de las piezas del museo, además de tener la opción de desplegar información concerniente a cada pieza de su interés.

<p>EDIFICIO FRANCISCO JOSE DE CALDAS</p>     <p>Amplificador fotográfico Proyector de filminas Proyector Proyector</p> <p>EDIFICIO JOSE MARÍA CABAL</p>     <p>Multímetro Simpson 260 Tubo de vacío Teléfono Público Monedero Teléfonos de tonos</p>     <p>Equipo para pruebas telegráficas Amperímetro Terminal Teleimpresor Teleimpresor Teletipo Siemens</p>    <p>Grabadora y Reproductor de Cintas Equipo de sonido Technics Probador de Tubos</p>	<p>Piezas del MNT distribuidas en el campus de la Universidad Militar Nueva Granada</p>   <p>INFORMES Universidad Militar Nueva Granada Correo: arteycultura@unimilitar.edu.co Direccion: Cajicá Km 2 vía Zipaquirá Teléfonos: (57+1) 650 0000 -634 3200 Ext 3246</p>	<p>Museo Nacional de las Telecomunicaciones</p> 
--	---	---

Cara externa



Cara interna

8. PROPUESTA CURATORIAL- LÍNEA DE TIEMPO

8.1 Antecedentes

Como ya se mencionó antes, la historia de las comunicaciones en Colombia data desde 1865 con la llegada del telégrafo, y evidentemente a este inicio le han sucedido múltiples avances tecnológicos, los cuales han estado acompañados por acontecimientos importantes, mismos que son cruciales para comprender mejor la historia y la actualidad en la que vivimos.

8.2 Núcleo conceptual

El acercamiento con los acontecimientos referidos se logra a través de la cronología de hechos e inventos importantes que revolucionaron la manera en que las personas se comunicaban (telégrafo, cartas, teléfonos, Internet celulares), así como con los aspectos políticos importantes, tales como los gobiernos de distintos momentos del país y el contexto mundial (usando distintos colores e íconos). Dejando ver las razones por las que se fueron dando los desarrollos tecnológicos y demás cambios en la sociedad.

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA



Ejes Temáticos	Contenidos	Objetos Linea de Tiempo Responsables
1-Política nacional	1-Imágenes de los presidentes de Colombia y acontecimientos políticos nacionales relevantes.	1.- Política nacional -1899-1902 La Guerra de los Mil días -1903 La separación de Panamá de Colombia -1930-1948 Movimiento Gaitanista -1948 Asesinato de Jorge Eliécer Gaitán- Bogotazo -1948 El gobierno de Mariano Ospina Pérez inaugura desde Palacio las Escuelas -Radiofónicas (EE.RR) de Sutatenza -1948-1958 Período de La Violencia en Colombia -1958 Creación Juntas de Acción Comunal -1958-1974 Frente Nacional -1961-1970 Alianza para el progreso -1964 Surgimiento de Guerrillas FARC-EP y ELN
2-Hitos mundiales	2-Imágenes de acontecimientos políticos Internacionales relevantes	2.- Hitos mundiales -1910 Revolución Mexicana -1914-1918 Primera Guerra mundial -1929 La Gran Depresión Económica -1936-1939 Guerra Civil Española -1939-1945 Segunda Guerra Mundial -1945-1991 Guerra fría -1950-1953 Guerra de Corea -1952-1959 Revolución Cubana -1969 El Hombre llega a la Luna -1989 Caída del muro de Berlín -1994 Elección de Nelson Mandela como presidente de Sudáfrica
3- Empresa TELECOM	3-Hechos relevantes para la empresa -Imágenes de los directores de TELECOM	3.- Empresa TELECOM -1947 Fundada el 23 de mayo de 1947 en una tradicional esquina del centro de Bogotá bajo el nombre de Empresa Nacional de Telecomunicaciones resultado de la fusión de <i>Marconi Wireless Telegraph</i> y la <i>Radio (Telegrafía) Nacional</i> . -1950 Durante el gobierno de Mariano Ospina Pérez, mediante Decreto 1233, se produjo la fusión de la <i>Empresa Nacional de Telecomunicaciones</i> y la <i>Empresa de</i>



<p>4- Aparatos</p>	<p>4-Imágenes de algunos aparatos que hacen parte de la Colección fotográfica de la UMNG.</p>	<p><i>Radiocomunicaciones</i> en una sola, dicha unión se conoce hoy día como TELECOM -1980 Creación del Museo Nacional de las Telecomunicaciones 2003 Dadas las millonarias pérdidas de TELECOM, se ordena en el Gobierno de Álvaro Uribe Vélez su liquidación, al igual que la de 12 de sus teleasociadas.</p> <p>Algunas fotografías de los directores más significativos, a seleccionar de entre el total de ellos: Ángel Ignacio Ortíz, Angelino Durán, Catón María Tellez, Clara Elsa Villalba de Sandoval, Eduardo Gamba Escallón, Eduardo Pizano de Narváez, Emilio Saravia Bravo, Ernesto Calvo Durán, Francisco Javier Navarro Vélez, Francisco Lozano Varcacel, Gabriel Carreño Mallarino, Gabriel Mesa Zuleta, Guillermo Sendolla Naranjo, Héctor Moreno Díaz, Hermán González Sorzano, Hermán Puerta Pérez, Hernando Ruiz Cuevas, Horacio Ramírez Gaviria, Joaquin Villegas Jaramillo, José Blackburn, Juan Sebastián Betancur, Julio Molano González, Ramón Martínez Vallejo, Ricardo Julio Rengifo, Víctor Beltrán Martínez.</p> <p>4.- Aparatos -1827 Captura de la primera fotografía que se tenga registro, fue tomada por el fotógrafo Joseph Nicéphore usando una cámara inventada por Charles y Vincent Chevalier -1829 Invención del telégrafo por Joseph Henry -1860 Invención del teléfono por Antonio Meucci -1890 Invención del radio por Guillermo Marconi. Empleó tecnologías inventadas por Heinrich Rudolf Hertz, Oliver Joseph Lodge y Jagdish Chandra Bose. -1926 Invención de la cámara de video por John Logie Baird. Empleó tecnología inventada por Vladímir Kozmich Zvorykin -1926 Invención de la televisión por John Logie Baird -1970 Se incorporó a la red mundial de telecomunicaciones por satélite, con la inauguración de la primera antena en la estación terrena de Chocontá. <i>Un paisaje de progreso que no se desliga de su territorio.</i></p>
---------------------------	---	--



9. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El Museo Nacional de las Telecomunicaciones (MNT) ubicado en el campus Sede Nueva Granada de la Universidad Militar Nueva Granada, es un espacio de conocimiento e interacción con diferentes públicos, especialmente entre los miembros de la comunidad universitaria: estudiantes y docentes de la UMNG, da cuenta de la evolución de las telecomunicaciones en Colombia y el desarrollo de la tecnología en el país.

Mediante la colección permanente del Museo se puede visualizar el pasado, la evolución de las telecomunicaciones con piezas de aparatos y elementos como la colección fotográfica que ha servido como memoria institucional del museo y de la Nación. Actualmente también se llevan a cabo exposiciones temporales donde la interactividad, el impacto de los medios digitales y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) hacen parte de este proceso.

El trabajo colaborativo nos permitió conocer e investigar la colección fotográfica del MNT y poder realizar unos entregables que sabemos serán ampliamente aprovechados por la institución para hacer futuras exposiciones. Sin duda la importancia de la experiencia fue conocer de cerca el peso histórico de la colección del museo, haciendo evidente la importancia a nivel nacional de la empresa TELECOM y de todas las personas que se vieron involucradas: telegrafistas, teleoperadoras, personal de mantenimiento, etc.

Los registros fotográficos que dan cuenta de esa historia, los reunimos de dos bases de datos de la colección fotográfica, que son una herramienta que facilita la búsqueda de cada pieza por su identificación, características y ubicación exacta dentro del Museo. Gracias al registro digital sistematizado se pudo evidenciar que la mayoría de las fotografías fueron aparatos y artefactos de comunicaciones y que muchos de estos objetos hacen parte de la colección.

En el trabajo colaborativo, se catalogaron fotografías de eventos institucionales y escenas laborales, que organizaron los directores de TELECOM en sus períodos junto a sus trabajadores, es decir que esta colección da a conocer el trabajo de muchas personas y familias que ayudaron a su desarrollo. Otras fotografías como escenas cotidianas, espacios, instalaciones, afiches también



están documentadas y dan cuenta de la vida cotidiana de la época, las costumbres.

Adicionalmente, el desarrollo de la propuesta curatorial, a partir de los resultados de registro y catalogación, intentan mostrar la riqueza de esta historia por medio de una línea de tiempo que incluye hitos importantes en la historia de TELECOM, sucesos internacionales de gran impacto en el país y el mundo, y el uso de imágenes de la colección fotográfica y de piezas que se encuentran en el campus Nueva Granada, permitirá a la comunidad universitaria y a los visitantes del Museo situar mejor lo que hizo la empresa TELECOM y comprender la riqueza patrimonial que tiene la UMNG con piezas del Museo en distintos edificios.

Como es natural los perfiles profesionales con que cada una de nosotras se acerca al proyecto influye en gran medida en nuestra interpretación, lo cual enriquece el proceso y los resultados. Desde la sociología, comprender la interacción que existía refiere a unas prácticas y a una distinción social en tanto algunas personas podían detentar un poder adquisitivo y un capital cultural para aprovechar recursos como las telecomunicaciones. Por ejemplo desde la Gestión Cultural, las imágenes mismas podrían ser empleadas para crear difusión de varios proyectos, incluso se podrían aplicar para crear espacios temáticos como cafeterías o áreas especiales para la comunicación.

Desde las artes plásticas, se enriquecen los procesos museológicos en el quehacer del Museo Nacional de las Telecomunicaciones por el manejo de la imagen y la sensibilidad para ver cosas que nos hablan de la estética y lo simbólico. Diseñadores gráficos, artistas, historiadores, sociólogos y muchos más visibilizan el museo y dan a conocer su acervo documental que da cuenta de la historia de las telecomunicaciones en Colombia.

Desde la museografía interactiva, por medio de actividades, talleres artísticos, recursos pictóricos, lingüísticos, sonoros, el Museo desarrolla parámetros sensibles que involucran al público y en nuestro proceso desde el trato de cada fotografía, su investigación, la observación, conocimiento de historias de vida y la propuesta curatorial, el trabajo colaborativo ha sido fundamental en nuestros procesos como museólogas y como equipo interdisciplinario. También, el haber tenido la oportunidad de trabajar con una colección real nos da a experiencia necesaria para poder desempeñarnos en el área de documentación de cualquier museo.



10. BIBLIOGRAFÍA

Bell, D. (1992). *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas: Monte Ávila.

Martín, B. J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Rubí, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Telecom (1994) *Breve historia de las telecomunicaciones en Colombia*. Santafé de Bogotá: Ministerio de comunicaciones.

11. WEBGRAFÍA

El Tiempo (1992) *Telecom despidió a 30 trabajadores*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-98628>

El Tiempo (1997) *Río revuelto en comunicaciones*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-573493>

El Tiempo (2003) *Que liquidó el Estado*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1021928>

Museo Nacional de las Telecomunicaciones (2016) Video youtube: Introducción- Museo Nacional de las Telecomunicaciones. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1cROBPO3EWw>

Revista Semana (1985) *Panorama de telecomunicaciones en Colombia*. Disponible en: <https://www.semana.com/especiales/articulo/telecomunicaciones/7234-3>

Wikipedia (2019) *Telecom Colombia*. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Telecom_Colombia

12. ANEXOS

Anexo 1. Línea de tiempo

Piloto Línea de Tiempo disponible en:



https://cdn.knightlab.com/libs/timeline3/latest/embed/index.html?source=1Nb_XUz-4kMYS0FF11pXEPRZoqvzNL1hn49hfJAmFUaU&font=Default&lang=en&initial_zoom=2&height=650

Imágenes de muestra:



