

UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Museos y docentes: una reflexión museológica sobre sus relaciones

Ana María Galvis Guerrero

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes y Arquitectura
Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá D.C, Colombia
2018

Museos y docentes: una reflexión museológica sobre sus relaciones

Ana María Galvis Guerrero

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

Director (a):

Maestra Ana María Sánchez Lesmes

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Artes y Arquitectura
Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Bogotá D.C, Colombia
2018

A Julieta. Para siempre.

Agradecimientos

Ana María Sánchez Lesmes por su entrega inmediata a la idea que le propuse, su paciencia y la calidad de sus apreciaciones y aportes para este proyecto.

A Gilma Suárez y el equipo del FOTOMUSEO por su constante apoyo y por hacerme sentir siempre en casa.

A Patricia Álvarez, Carlos Alarcón y todo el equipo del Museo Mexicano del Diseño por la disposición y acogerme en la Ciudad de México.

A Tatiana Quevedo y el equipo del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá por su constante ayuda y su disposición de entablar una conversación acerca de la educación en museos.

A William López, Sonia Peñarete y Tatiana Benavides por abrir un espacio de diálogo para la realización de este proyecto.

A Patricia Guerrero, Luis Carlos Galvis, Felipe Galvis, Jaime Palomares, Clara Abello y Claudia Galvis por ser los cómplices de todos mis proyectos.

A Itayedzin Sánchez y Cleotilde Aragón por abrirme las puertas de su casa en la Ciudad de México.

A Jenny Lindo y Daniel López por estar siempre dispuestos a apoyarme, aconsejarme y verme crecer profesional y académicamente

Mis agradecimientos infinitos a cada una de las personas, entre familiares, amigos y colegas que durante estos dos años estuvieron presentes para escucharme, para impulsarme a seguir y para finalizar esta etapa.

Resumen

El presente trabajo final corresponde al trabajo de grado de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia, el cual se divide en tres componentes según las exigencias de la misma. El Componente Conceptual tiene como propósito hacer una reflexión museológica sobre las relaciones dadas entre los museos y los docentes y una presentación de las consideraciones acerca de sus acercamientos. El Componente Estancia, realizado en el FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia, presenta el funcionamiento, estructura, organización, contenidos, servicios, entre otros, de dicha institución. El Componente Práctica, realizado en el Museo Mexicano del Diseño MUMEDI, presenta el desarrollo de la labor como guía de recorridos en el Museo.

Palabras clave: Educación en museos, museología, docentes, museos, visitas escolares.

Abstract

This final work corresponds to the degree work of the Master in Museology and Heritage Management of the National University of Colombia, which is divided into three components according to the requirements of the same. The purpose of the conceptual component is to make a museological reflection on the relationships between museums and teachers and a presentation of the considerations about their approaches. The stay component, made in the **FOTOMUSEO** - National Museum of Photography of Colombia, presents the operation, structure, organization, contents, services, among others, of said institution. The practical component, realized in the Mexican Museum of Design MUMEDI, presents the development of the work as a guide of tours in the Museum.

Keywords: Museum education, museology, teachers, museums, school visits.

Contenido

1. Trabajo de orden conceptual	3
1.1. Introducción	4
1.2. Antecedentes de la relación entre museos y educación.....	6
1.3. La reestructuración del pensamiento en los museos y la educación.....	13
1.4. La educación formal, no formal e informal.....	17
1.5. La relación entre museos y docentes: desarrollo desde las visitas escolares....	20
1.6. ¿Cómo podría ser un acercamiento ideal entre museos y docentes?.....	31
1.7. Consideraciones finales.....	34
Referencias.....	37
2. Estancia	43
Referencias.....	50
3. Práctica	51
3.1. Introducción	52
3.2. Ficha técnica.....	53
3.3. Reseña histórica del área	54
3.4. Organización y desarrollo del área específica donde se adelantó la práctica	57
3.5. Descripción detallada de las actividades realizadas.....	60
3.6. Comparación entre la teoría y la práctica real del área donde se desarrolló la actividad.....	63
3.7. Consideraciones finales.....	66
3.8. Referencias.....	67
4. ANEXOS.....	69
Anexo 1. Documento técnico Estancia FOTOMUSEO - Museo Nacional de la Fotografía de Colombia.	69

Lista de gráficos

Gráfico 1.1. Parámetros de la Nueva Museología	14
Gráfico 1.2. Modelo sistémico de la relación pedagógica de Renald Legendre y adaptado por el grupo GREM	26
Gráfico 2.1. Organigrama del FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia	47
Gráfico 3.1. Organigrama del Museo Mexicano del Diseño MUMEDI	58

Lista de imágenes

Imagen 1.1. Primera sede del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá - MAC, en la sala magna del colegio Minuto de Dios, 1966.....	22
Imagen 1.2. Taller de niños, 1987	23
Imagen 2.1. Logo Museo Mexicano del Diseño.....	52

Lista de tablas

Tabla 1.1. <i>Modelo de integración del museo y la escuela propuesto por el grupo GREM</i>	25
---	----

1. Trabajo de orden conceptual

Museos y docentes: una reflexión museológica sobre sus relaciones

1.1. Introducción

Podríamos afirmar que desde el siglo XVIII, con su apertura al público, los museos desarrollaron su función educativa, aunque el término educación haya sido entendido de diferentes maneras y se hayan ido modificando tanto las características de las instituciones museales como del sistema educativo y las estructuras en que se inscriben.

Desde la segunda mitad del siglo XX, podemos percibir cómo las escuelas fueron acercándose a los museos de tal manera que los estudiantes pudieran tener este tipo de aprendizajes en escenarios complementarios para la educación formal, a tal punto que la masiva participación de grupos escolares dieron pie para que los museos adoptaran las visitas escolares dentro de sus actividades pedagógicas. Así pues, los docentes entraron a ser actores importantes en tanto que eran los que tomaban la decisión de llevar a los estudiantes. Sin embargo, las relaciones entre museos y docentes pueden verse de manera utilitaria, que muchas veces no trasciende el mero servicio educativo de la visita, sin el establecimiento de una relación más directa que pueda generar la transformación de metodologías de trabajo o la activación de comunidades que beneficien a las dos partes.

Estas reflexiones son las que dan lugar al siguiente trabajo de orden conceptual para optar al título de grado en la Maestría de Museología y Gestión del Patrimonio que propone una reflexión museológica a partir de los acercamientos entre los museos y los docentes, abordando su revisión desde los antecedentes de la relación entre los museos y la educación, haciendo un paralelo entre el desarrollo del concepto de educación en museos y los desarrollos de la teoría pedagógica, la reestructuración del pensamiento en los museos y en la educación propios al periodo siguiente a la Segunda Guerra Mundial. A partir de allí, se revisaron los

nuevos sistemas de enseñanza planteados por Philip Coombs que permearan la inclusión de los museos como instituciones que contribuyen al sistema educativo, introduciendo la relación entre los docentes y los museos desde el desarrollo de las visitas escolares. Asimismo, se revisó la participación activa del docente en los servicios educativos del **Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá MAC** a partir del “triángulo pedagógico” propuesto por Renald Legendre en 1983, que a su vez fue reinterpretado y adaptado al contexto museal por el grupo de investigación canadiense GREM (*Groupe de recherche sur l'éducation et les musées*). Finalmente y a partir de las apreciaciones de algunos autores como Maria Acaso (2011), Silvia Alderoqui (1996), Ricàrd Huerta (2011), se concluyó con algunos apuntes sobre cómo podría generarse una relación más allá de la mera visita escolar entre los museos y docentes, estableciendo un vínculo potente y directo que beneficie los objetivos de las dos instituciones.

1.2. Antecedentes de la relación entre museos y educación

En su libro *Pedagogía Museística, Nuevas perspectivas y tendencias actuales*, María Inmaculada Pastor (2004) afirma: “Los museos en su sentido más amplio, así como todos aquellos centros y espacios que, como ellos, son depositarios y/o gestores del patrimonio de la humanidad, son potencialmente «instituciones educativas» de un extraordinario valor” (p. 42).

Con esta afirmación, partiríamos del hecho que los museos han sido vistos como instituciones con un potencial educativo por el hecho de poseer objetos valiosos y gestionar el patrimonio. No obstante, no podríamos asentir que desde sus inicios fueron proyectados en clave educativa, de manera que en este apartado abordaremos momentos clave en la evolución del museo que nos darán una noción del concepto de educación dentro de estas instituciones.

La tradición de los museos públicos en Europa, salvo por Reino Unido, estaba construida sobre la idea de que la conservación, el culto a la obra maestra y el placer estético de los objetos constituían un fin en sí, por ello, tenemos que aclarar que a lo largo del texto hablaremos principalmente de la tradición anglosajona que constituía como uno de sus principales propósitos la educación al público (Gómez, 2006).

Aunque partamos del Coleccionismo¹ y la Ilustración como el origen de los museos (Hernández, 1994), el hecho determinante del desarrollo de su función educativa fue su apertura pública (Juanola & Colomer, 2005), noción que se desarrolla a partir de los acontecimientos dados desde el siglo XVIII y que de alguna manera empiezan a identificar al visitante como parte de la institución (Juanola & Colomer, 2005).

¹ Entendido como la actividad que intenta conservar aquellos objetos que tienen un valor determinado y que representan acontecimientos importantes en el desarrollo de los humanos como colectividad (Castellanos, 2008).

El siglo XVIII se caracterizó porque las colecciones que habían estado en manos de la Iglesia católica, las clases dirigentes, la burguesía, entre otros, principalmente objetos arqueológicos tras las excavaciones y los retornos de las guerras, además de objetos artísticos y de ciencias naturales y que eran reservadas para el disfrute de las clases privilegiadas, pasaron a ser de carácter público.

Como un ejemplo de esto, revisaremos brevemente el surgimiento de las primeras instituciones datadas y documentadas como museos públicos: en Europa, en el año 1683 se inaugura el Museo Ashmolean, dependiente de la Universidad de Oxford. Esta institución recibe su colección del inglés Elías Ashmole, quien dona sus esculturas y objetos a la Universidad de Oxford con la única condición que se construyese un edificio específico para albergarla.

Esta institución contenía básicamente piedras, objetos científicos y arqueológicos y no tuvo mayor afluencia de visitantes. En 1714 se redacta en latín, el reglamento de su funcionamiento que provee la administración del museo, la formación de catálogos, la vigilancia, las horas de admisión y el derecho de entrada. (Asuaga, s.f., p. 2)

El Museo Británico, abierto al público en 1759, recibe la colección privada de Sir Hans Sloane de más de 80.000 artículos entre los que había libros y manuscritos, obras de arte y antigüedades de Grecia, Roma, Egipto, Oriente y América. En sus inicios, este abría sus puertas permanentemente para los estudiosos, y para el público en general, solo entre las 11:00 a. m. y las 12:00 m., siempre que los visitantes llevaran la acreditación correspondiente. En la tradición francófona, también hubo ciertas aperturas sutiles al público, como es el caso del Louvre, inaugurado en 1793 durante la Revolución Francesa, y que permitió el acceso al público general tres días de la semana (Lewis, 2000).

Podríamos establecer un paralelismo entre el proceso de apertura al público² de los museos, que no fue necesariamente un giro o un viraje en torno a lo educativo, con los desarrollos pedagógicos tradicionales, en donde la escuela y los maestros poseían el conocimiento absoluto sobre los contenidos, que a su vez eran inmodificables, haciendo que los alumnos fueran simplemente receptores que a través de un proceso de escucha, observación y contemplación, alcanzaban el conocimiento. Si hiciéramos una analogía, en los museos públicos del siglo XVIII, llegar al conocimiento estaba limitado por la mera exposición y contemplación de los objetos por parte de los visitantes. De modo similar, podríamos citar la *narrativa formalista*³ expuesta por Padró (2005), quien enuncia:

En el siglo XVIII, el museo es entendido como una institución para fomentar el buen gusto [...] y el visitante como pasivo, silencioso y complaciente puesto que no pone en duda la capacidad del objeto expuesto por ser una obra maestra. (p. 140)

En este modelo de museo, y siguiendo a Terry Zeller y Susan Mayers como se citó en Padró (2005) la educación era implícita, porque la mera contemplación de las obras de arte traía como consecuencia civilizar, culturizar e iluminar a los visitantes.

En el periodo comprendido entre final del siglo XVIII y mitad del XIX, el acceso del público a las colecciones que anteriormente fueron privadas, se había vuelto frecuente y el museo como institución pública e instrumento para educar la ciudadanía a través de la contemplación de objetos y del goce estético se había extendido a Estados Unidos (Juanola & Colomer, 2005). Conviene citar a García y

² Pastor (2004) asegura que la constitución de los museos públicos no garantizó su apertura y democratización real.

³ La autora española Padró (2005), en su texto "Educación artística en museos y centros de arte" plantea diferentes narrativas (o cinco formas en que objetos y sus historias pueden ser contadas) a partir de tendencias de educación artística en museos y centros de arte: Narrativa estética, disciplinaria, experiencial, comunicativa y cultural crítica. En el texto, se irán desarrollando algunas maneras de plantear el desarrollo historicista de la relación entre museos y educación.

Juanola (2003) quien nos exponen que la educación tradicional de los museos procede únicamente en Europa, y la innovación la definen las influencias norteamericanas⁴.

El desarrollo de los museos en Norteamérica estuvo influido por las ideas de personajes como Charles Willson Peale, pintor y naturalista estadounidense, quien, en junio de 1794, traslada su colección privada desde su casa al Philosophical Hall, dando inicio al *Charles Willson Peale's Philadelphia Museum* (conocido en español bajo el nombre de *Museo de Filadelfia* y/o como *Museo Americano de Peale*). Al estar profundamente comprometido con la educación popular (Kulik, 1989), consideraba que el museo podría educar a los visitantes a través de la difusión del conocimiento del mundo natural, y además, que la misma institución pudiera servir al público como un centro de *entretenimiento racional*.

Este museo proponía una prolongación de horario hasta altas horas de la tarde, con el fin de llegar a la clase trabajadora, así el museo podría acoger a aquellos que tal vez no tenían el tiempo durante el día para disfrutar del mencionado entretenimiento racional.

Otra destacada influencia de la tradición anglosajona, es el trabajo del norteamericano George Brown Goode's, quien a finales del siglo XIX, y a cargo del *U.S National Museum* (actual Museo Nacional de Historia Natural del Instituto Smithsonian), reorganiza y cataloga las colecciones en taxonomías y categorías científicas.

Tal como menciona la teoría de la pedagogía positivista, que tiene como objetivo principal descubrir la realidad, a través del método científico, basado en la observación y la experimentación (Luzuriaga, 1984), Goode alcanza la madurez intelectual en la época del positivismo (Kulik, 1989), promoviendo la accesibilidad

⁴ Esta idea también es apoyada por Hein (2011), en su texto "Museum Education", quien afirma que "Estados Unidos fue reconocido como el líder en el desarrollo del papel educativo de los museos" (p. 42). (Traducción personal)

educativa a los museos con la creación de exposiciones contextualizadas con cédulas que mostraban textos explicativos y rótulos que incluían la descripción científica y que funcionaban como un sistema para ilustrar al público. La misión de Goode era nada menos que la creación de "una enciclopedia ilustrada de la civilización" (Kulik, 1989, p. 8).

La visión del objeto es literal y descriptiva y tiene como misión instruir y demostrar conocer el mundo a través de las colecciones del museo, lo que Padró (2005) denomina *narrativa disciplinaria*, en contraposición a la primera narrativa que nos propone, y que responde a una metodología de acumulación y taxonomía.

Aunque cumplir con un objetivo *ilustrativo*, pareciera ser una de las referencias para el mundo de los museos, hasta por lo menos finales de los años treinta (Lopes & Murriello, 2005), algunos administradores de museos comenzaron a aplicar ideas enfocadas en la experiencia, la interacción con los objetos y la investigación. Este tipo de interacción obedece al paradigma pedagógico progresista que menciona George Hein (2006), basado en la teoría de la Escuela Nueva de John Dewey⁵, en la que tienen cabida características del modelo activo, donde el estudiante ya no es presentado como un ser vacío que se llena de conocimientos pasivamente, sino como el "eje sobre el cual gira el proceso educativo" (De Zubiría, 1994, p. 114).

A principios del siglo XX, se destaca el trabajo de Anna Billings Gallup y Louise Connolly, como un aporte a los primeros indicios de actividades educativas en los museos, enfatizando en algunos de los aspectos de la agenda del paradigma progresista, como el aprendizaje de los objetos y los objetivos sociales (Hein, 2006) y el visitante como parte activa de las actividades.

Por su parte, Louise Connolly (1862-1927) fue nombrada en 1912 como asesora de educación de la Biblioteca de Newark, Nueva Jersey, que contaba dentro de sus

⁵ John Dewey, filósofo, pedagogo y psicólogo estadounidense quién sostenía que los museos formaban parte de las instituciones educativas encargadas del proceso de aprendizaje.

instalaciones con el Museo Newark, creado por John Cotton Dana⁶. Connolly recorrió Estados Unidos durante varios años, observando y aplicando iniciativas educativas en diferentes museos y escuelas. Por su parte, Anna Billing Gallup (1872-1956), formó parte del Museo de los Niños de Brooklyn⁷ desde 1903. Este museo aplicó e incluyó iniciativas pioneras en cuanto a interacción y a la educación en museos. Gallup empieza a dirigir el museo en 1907, aplicando características de la pedagogía progresista:

Para edificar gradualmente a los niños de Brooklyn y Queens debe haber un museo que encante e instruya a los que lo visitan; traer colecciones en cada rama de la Historia Natural local se calcula que puede interesar a los niños y a estimular sus poderes de observación y reflexión. El museo a través de sus colecciones, biblioteca, curadores y educadores trataba de traer a los niños, los que asistían o no a la escuela, y los ponían en contacto directo con los temas más importantes que pueden interesar a un niño en su vida diaria, en su trabajo de la escuela, en su lectura, en sus juegos, en industrias que atraían su atención y en las cuales pudieran estar interesados en el futuro.

Así el niño/niña copie el rótulo de la exhibición, lea una cita apropiada, converse acerca de lo que ha visto con sus compañeros, disponga de una

⁶ Cotton (1917) fue un impulsor de los museos y las bibliotecas como instituciones culturales que podrían ser relevantes para la vida cotidiana de los ciudadanos. En su texto "The New Museum" propone una nueva forma de ver los museos:

Creemos que merece la pena que cualquier comunidad incorpore en su aparato educacional un grupo de personas que puedan formar el staff de una institución local que pueda adquirir, organizar, describir, arreglar para el espectáculo y prepararse para prestar los objetos que a través de un estudio cuidadoso y experimentación sugerirá ciertas acciones: Entretener, pero a su vez instruir, con clases grupales, charlas, exposiciones especiales, a niños y a adultos; preparar exhibiciones de algunos objetos que sirvan para hacer el trabajo de la enseñanza en las escuelas más fácil; entre otras. (Cotton, 1917, p. 139)

⁷ El Instituto de Artes y Ciencias de Brooklyn fundó el Museo en 1899 con un énfasis en exhibiciones participativas para niños y con una filosofía educativa de aprendizaje a través de la experiencia de primera mano. Anna Billings Gallup, que se convirtió en comisaria en 1903, fue la fuerza impulsora del Museo durante más de 35 años.

hora en la biblioteca, o escuche a la educadora en el museo, quien responde a sus preguntas y le cuenta historias, importa muy poco en tanto que el efecto de la visita produzca un amor por las mejores cosas de la vida. (Billings, 1908, p. 374)

Las interacciones que podemos visualizar en el ejemplo anterior, dan cuenta de cómo en los museos de Estados Unidos a principios del siglo XX, empiezan a surgir preguntas en torno a los visitantes, cómo involucrarlos en el espacio y en el recorrido y en cómo se relacionan con el contenido de los objetos expuestos, y que a su vez, estas preguntas van permeando el quehacer de los museos. Padró (2005) se refiere a este tipo de interacciones como la *narrativa experiencial*, en donde el museo impulsa la participación activa del visitante escolar y de los visitantes derivados a este público. De esta manera los museos empiezan a incorporar un mayor contenido pedagógico, sociológico y psicológico en sus programas, otorgando un papel más activo a los estudiantes (Günay, 2012).

Respondiendo al movimiento de la pedagogía activa, y como veremos en el próximo apartado, a partir de la segunda mitad del siglo XX los museos empiezan a responder a la presencia masiva de grupos escolares, dando origen a las labores pedagógicas programadas de estas instituciones.

1.3. La reestructuración del pensamiento en los museos y la educación

El periodo siguiente a la Segunda Guerra Mundial trajo consigo una serie de estructuraciones en la manera de entender el museo como una institución aislada y elitista (Pastor, 2004) y buscaba una ruptura con el modelo de museo tradicional (Díaz, 2002), que giraba en torno a los objetos y al coleccionismo.

Estos cambios, según Marcouse como se citó en Pastor (2004) fueron dados por una nueva actitud social hacia los museos, reconociéndolos como instituciones que debían ser accesibles a la población. Otro factor importante en el cambio de paradigma fue la necesidad de construir un argumento para recibir financiación en consecuencia de la crisis económica. En ese sentido hubo una interpelación por su función social y por su razón de ser, punto de partida para la búsqueda de identidad institucional en torno a la educación.

El concepto de museo adjunto al coleccionismo y a la ilustración (Hernández, 1994), se redefine así:

[Tras] la creación del Consejo Internacional de Museos ICOM en 1946. En sus estatutos de 1947, en el artículo 3 reconoce los museos como Toda Institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, de educación y deleite. (Hernández, 1992, p. 87)

Aportando el servicio a la comunidad, además de diversificar los objetivos y finalidades del museo. Las exposiciones y las actividades que se derivaran de las mismas se convirtieron en instrumentos de acción y comunicación. “La función educativa de la institución museística pasó a ser uno de los núcleos de estudio fundamentales, tanto del ICOM” (Zabala & Roura, 2006, p. 239), como de profesionales - museólogos, maestros, pedagogos, artistas, entre otros -, que proponían reuniones y conferencias para debatir temas sobre la educación en el museo. En consecuencia de estas reuniones, en 1963 el ICOM, en labores conjuntas con la UNESCO, crean la Comisión Internacional para la Educación y la

Acción Cultural CECA. Aunque a principios del siglo XX, en algunos museos en su mayoría anglosajones y norteamericanos, aparecen oficinas o profesionales dedicadas al servicio, el surgimiento de los departamentos educativos se produjo en la década de los setenta, como una forma de responder a la presencia masiva de los grupos escolares (Acaso, 2011).

La confluencia de los cambios sociales, el cambio de paradigma en la educación – que ampliaremos más adelante - y la expansión de la función educativa como estrategia de comunicación de los museos (Pastor, 2004), llevaron a que la museología tradicional fuera irrumpida por un nuevo concepto: la *Nueva Museología*. Este nuevo paradigma nace como un movimiento de profesionales con una visión alternativa a las labores museológicas que se venían realizando en los museos hasta un poco más de mediados del siglo XX. Maure como se citó en Hernández (1999) define los parámetros de la Nueva Museología de esta forma:



Gráfico 1.1. Parámetros de la Nueva Museología

Fuente: elaboración propia con base en Maure (1996) como se citó en Hernández (1999)

De la Figura 1 podemos observar que los museos dejarían de ser lugares donde únicamente se albergaban objetos para la instrucción del público, para ser espacios de preservación del patrimonio y de comunicación con las comunidades. Como segunda observación, el espacio pasaría de ser cerrado, a ser un sistema abierto e interactivo que se centraría en la experiencia del visitante, para lo cual los departamentos de educación debían generar estrategias que fomentaran la experiencia en el público visitante.

Examinemos ahora el cambio del paradigma de la educación tradicional y cómo esto influyó en la generación de las diversas acciones de los departamentos de educación. Según Pastor (2004) podríamos establecer un paralelismo entre el proceso de cambio en los museos y el cambio de paradigma que experimentaba la educación.

Dentro de las teorías pedagógicas, en la primera mitad del siglo XX se empieza a visualizar un enfoque diferente denominado Constructivismo. Las teorías de Jean Piaget⁸, Lev Vygotsky⁹ y David Ausubel¹⁰ centran el proceso de enseñanza en

⁸ Jean Piaget (1896-1976): [...] epistemólogo, psicólogo y biólogo suizo, considerado como el padre de la epistemología genésica (relativa a la génesis), famoso por sus aportes al estudio de la infancia y por su teoría constructivista del desarrollo de los conocimientos. [...] Piaget sostiene en su teoría sobre el desarrollo cognitivo infantil que los principios de la lógica comienzan a instalarse antes de la adquisición del lenguaje, generándose a través de la actividad sensorial y motriz del bebé en interacción e interrelación con el medio, especialmente con el medio sociocultural (a esto último, a partir de la psicología vygotskiana se suele denominar mediación cultural). (Wikipedia, s.f., párr. 1-11)

⁹ Lev Vygotsky (1896-1934) tiene similitudes y diferencias con Piaget. Ambos mantienen la concepción constructivista del aprendizaje. Pero Vygotsky se diferencia de Piaget, en el papel que juega el medio y la cultura. Para Vygotsky es esencial la consideración de lo social, que contribuye con los mediadores, a transformar la realidad y la educación. (Educar Chile, s.f., p. 3)

¹⁰ David Ausubel (1918-2008) psicólogo y pedagogo estadounidense:

Propone su teoría *del aprendizaje significativo*, en 1973. La teoría de Ausubel toma como elemento esencial, la instrucción. Para Ausubel el aprendizaje escolar es un tipo de aprendizaje que alude a cuerpos organizados de material significativo. Le da especial importancia a la organización del conocimiento en estructuras y a las reestructuraciones que son el resultado de la interacción entre las estructuras del sujeto con las nuevas informaciones. (Educar Chile, s.f., p. 2)

la participación e interacción del sujeto, de tal modo que el conocimiento fuera una construcción operada por la persona que aprendía.

El conocimiento es un producto de la interacción social y de la cultura (Vygotski, 1978) y el individuo aprende mediante la construcción de una red de conceptos y añadiendo nuevos a los existentes (De Zubiría, 1994). Bajo la perspectiva constructivista, en los museos se empieza a pensar al visitante como parte de una comunidad, de un contexto y con unas características que conforman sus conocimientos previos, para que la experiencia en y con la institución resulte significativa. Se enfatiza en el hecho que los visitantes tienen una mirada, un conocimiento base, ideas e infinidad de preguntas y formas de razonar sobre los saberes y significados que produce el museo (Padró, 2005). Bajo esta perspectiva, en el diseño de programas y prácticas, tanto expositivas (exposiciones temporales, itinerantes) como educativas, los museos debieron fomentar la interacción para la producción de significados. Es así como a partir de los años ochenta, la educación en museos experimenta un fuerte avance, tanto en el plano teórico como en el práctico y se van asumiendo nuevas competencias mucho más ambiciosas y atendiendo mayores necesidades (Pastor, 2004), desarrollando nuevas ideas en torno a la pedagogía constructivista, que han ido haciéndose cada vez más específicas al contexto museístico (Camacho, 2007).

1.4. La educación formal, no formal e informal

Hacia los años setenta, debido a los cambios de paradigma en la educación y al crecimiento económico y demográfico, se aumentaron las necesidades y expectativas educativas en los museos. La educación dejó de ser exclusiva responsabilidad de los confines de un sistema único organizado y supervisado por una autoridad central (Aguirre & Vázquez, 2004). En consecuencia, se reconoce que las instituciones educativas formales ya no eran los únicos lugares donde ocurría el aprendizaje. Cuando se habla de instituciones formales, es necesario citar a Coombs (1975)¹¹, quien en su libro “*La crisis mundial de la educación*” (1968 traducido al español en 1971), sustenta la necesidad de explicar la complejidad educativa, enfatizando que era poco operativo que una sola expresión designara a todo el sector educativo y que había a nivel mundial un aumento de necesidades de aprendizaje, incapaces de poder satisfacerse con medios y recursos habituales. En efecto, Coombs (1975) plantea otros sistemas de enseñanza que se daban por fuera de la escuela, definiéndolos como **Educación No Formal** «*non formal education*» y hacia 1970 la **Educación Informal** «*out of school*» (Tourriñán, 1996). Coombs y Ahmed (1975) identifican estos tres sistemas de la siguiente forma:

- **Educación formal (EF)**, es el sistema educativo convencional y escolar, graduado, estructurado jerárquicamente, con exigencias tipificadas para promocionar o acceder a sus diversos niveles y con programación de tiempo completo.
- **Educación no formal (ENF)**, es el conjunto de actividades educativas organizadas y sistemáticas que se realizan fuera del sistema escolar

¹¹ Philip Hall Coombs enseñó economía en Williams College y fue director de programas de educación en la Fundación Ford. Fue nombrado por el Presidente John F. Kennedy para ser el primer Subsecretario de Estado de Educación y Cultura en febrero de 1961. Abogó por reformar el sistema educativo, organizó el Instituto Internacional de Planificación Educativa de la UNESCO. Durante su carrera escribió varios libros sobre política exterior y educación.

formal para facilitar determinados tipos de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto de adultos como de niños.

- **Educación informal (EI)**, proceso no organizado y no sistematizado de adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y pautas de conducta a través de la convivencia diaria, la influencia generalizada y los medios de comunicación. (pp. 8-9)

Según Coombs y Ahmed (1975), esta estructura integraría el sistema educativo logrando contribuir a través de diferentes instituciones sociales y culturales –por ejemplo el museo-, en la mejora a nivel formativo y al bienestar de la población. Referenciando los sistemas de enseñanza que menciona Coombs, el museo es parte de la educación informal gracias a las experiencias espontáneas que viven los visitantes.

No obstante, la definición de estas categorías depende del ámbito normativo y la legislación de cada país. En el ámbito europeo, más específicamente en España¹², la ENF es un **proceso educativo voluntario**, pero **intencionado**, **planificado**, permanentemente flexible, que se caracteriza por la diversidad de métodos, ámbitos y contenidos en los que se aplica. En el contexto norteamericano, Heimlich (1996), citado en Alfageme y Martínez (2007), define la educación no formal como “aquellas actividades fuera del aprendizaje formal o reglado, distinguiéndose por su **carácter voluntario**, en contraposición con la participación obligatoria de los sujetos en la enseñanza formal” (p. 3).

En relación a los museos, depende de cada contexto. Por ejemplo, en España, la autora Acaso (2011) nos menciona: “La idea de separación entre la educación practicada en la escuela y la educación proveniente de los ámbitos familiares o de centros sociales como los museos conocidos como **educación no formal**” (p. 51).

¹² Esta definición se encuentra en el documento La educación formal de adultos en Europa: políticas y prácticas publicado por la Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural en el año 2011.

Así mismo, la argentina Dujovne (1995) considera que los museos se pueden considerar como instituciones de **ENF** en términos de su actividad de transmisión cultural.

Sin embargo, en el contexto nacional, los museos son considerados como **educación informal** en términos de lo que dicta la Ley General de Educación. La Ley 115 de 1994 define la **educación no formal**, nombrada en el Decreto 2020 de 2016 como *Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano*, como la que “se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales sin sujeción de sistemas de niveles y grados establecidos en la educación formal” (Ley 115, 1994, Art. 36). Mientras que la **educación informal**, donde se enmarcan los museos, se considera como el “conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, *entidades*, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados” (Ley 115, 1994, Art. 43).

Si analizamos estas definiciones dentro de la relación museo – escuela, podríamos pensar que efectivamente las líneas entre cada tipo de aprendizaje se pueden atenuar. Es decir, consideremos este ejemplo: las visitas escolares, como lo hemos visto en nuestra revisión, han sido fundamento importante para la creación de departamentos de educación. En estas, el docente se encarga de la salida y **planea** objetivos que son considerados por el museo para la experiencia de los alumnos. El museo a través de **estrategias o procesos flexibles**, tales como talleres o visitas, logra que los estudiantes puedan tener una experiencia particular, a diferencia de una visita de un profesor que lleva a los alumnos, sin la planeación de un objetivo académico, con la mera intención de visitar el museo. En este caso podría definirse al museo como parte de la **EI**, pero en el caso anterior, ¿no traspasa la línea de lo meramente experiencial y cotidiano?

1.5. La relación entre museos y docentes: desarrollo desde las visitas escolares

A lo largo del texto hemos indicado que el público escolar es uno de los más importantes y constantes en los museos. En la década de los setenta, los departamentos de educación se enfrentaron a la gran demanda de las visitas escolares (Acaso, 2011), gran parte por el cambio de pensamiento alrededor de la escuela. Como se ha mencionado, las escuelas ya no eran las únicas instituciones reconocidas como protagonistas del aprendizaje, dando paso a que otras instituciones culturales y sociales como centros recreativos, bibliotecas y museos –entre otros- fueran reconocidas como promotoras de procesos de educación no formal e informal.

Muchas personas visitan un museo por primera vez con un grupo escolar, experiencia que ayuda a formar actitudes ya sean positivas o en el peor de los casos negativas hacia la experiencia en los museos. Así entonces, las visitas escolares se convierten en los acercamientos más directos entre el museo y la escuela, pero específicamente, entre los museos y el docente de la escuela, siendo este el auténtico protagonista de la afluencia de estudiantes a los museos (Huerta, 2011) y el que pensando de manera utilitaria, activa y decide de una manera concreta la visita por parte del público escolar a la entidad museal; incluso en términos de usuario es más importante la relación con el profesor porque es el *cliente* potencial y directo, el que aportará el público escolar al museo (Fernández, 2003). Consecuentemente, vemos que gran parte de la investigación asociada a la educación en museos debería tener como principal objetivo encontrar las maneras contundentes para entender cómo se desarrollan estas relaciones y qué tipo de aprendizajes y experiencias se logran en una visita para los grupos escolares y para los docentes y cuidadores o acompañantes.

Como caso de estudio, revisaremos la participación activa del docente, agente importante dentro de los servicios educativos del **Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá MAC** a partir del modelo sistémico propuesto por Legendre (1983) como

se citó en Aguirre y Vázquez (2004) también llamado “triángulo pedagógico”, y reinterpretado y adaptado para el contexto de los museos por el grupo de investigación canadiense GREM (*Groupe de recherche sur l'éducation et les musées*). Este modelo busca conceptualizar la visita escolar al museo reconociendo los elementos (el medio, el objeto, el sujeto y el agente) y las relaciones resultantes entre ellos (relación didáctica, relación de enseñanza y relación de aprendizaje).

En primer lugar, resulta importante contextualizar el MAC. Este Museo se funda bajo la idea del padre Rafael García Herreros de poder crear un espacio en donde el arte estuviera a disposición de la comunidad y fuera accesible a las personas que vivían en el barrio Minuto de Dios –que en la década de los sesenta se encontraba en la periferia de la capital colombiana- y no solo de las élites. *Tanto la belleza como la riqueza tienen una obligatoria función social*, decía el padre García Herreros mientras que gestionaba junto a Germán Ferrer la apertura al público de un museo que pudiera brindar a la comunidad, sin ser un museo comunitario¹³, un espacio de acceso, *educación* y deleite con las prácticas artísticas del momento (Quevedo, 2016).

El 15 de agosto de 1966, se formalizó la fundación del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá. En el mismo año, Germán Ferrer Barrera, se encargó de gestionar con destacados artistas – en ese tiempo los artistas jóvenes de Colombia- como Santiago Cárdenas, Fernando Botero, Fanny Sanín, Feliza Bursztyn, Luis Caballero, David Manzur, Cecilia Porras, Luis Caballero, Édgar Negret, o Eduardo Ramírez Villamiza, las 55 obras con las que inició la colección y con las que el museo abriría sus puertas el 25 de noviembre de 1966, en el colegio Minuto de Dios, con la adecuación del espacio creado por la comunidad que habitaba el barrio: “Las bases de las esculturas eran troncos cortados, los espacios

¹³ Esta apreciación se hace debido a que el museo no se construye para que los integrantes de la comunidad del Minuto de Dios afirmasen su patrimonio, sino para que las personas pudieran encontrar en el arte una herramienta para generar y crear identidad propia.

de exhibición era de luz natural y reforzada con algunas bombillas” (Ortiz, 2006, p. 34).



Imagen 1.1. Primera sede del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá - MAC, en la sala magna del colegio Minuto de Dios, 1966

Fuente: Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá

En 1970, el museo se trasladó a un edificio propio, diseñado por los arquitectos Eduardo del Valle y Jairo López y la ejecución del maestro Israel Niño, quién trabajó con grupos de obreros dentro del barrio Minuto de Dios. Según conversaciones con el Director actual del museo, Gustavo Ortiz, fue el primer edificio en Colombia diseñado específicamente para albergar un museo, el primero en un barrio (Ortiz, 2017).

Desde sus inicios, el museo diseñó talleres para la creación y fortalecimiento de conceptos en torno al arte, desarrolló una oferta cultural dirigida a la infancia, además de brindar un espacio para conversatorios de artistas, académicos y literatos de la época. El museo siguió iniciativas como las de Peale en el Siglo XVIII– mencionado anteriormente- abriéndose en horarios extendidos para que las personas del barrio asistieran después de sus jornadas de trabajo. Adicionalmente, se desarrollaban propuestas de recorridos con públicos escolares de las distintas obras que formaban parte de la colección, dando nacimiento en la década de los

setenta al proyecto *museos escolares*, programa que buscaba incentivar los procesos creativos de los niños y niñas (Quevedo, 2016).



Imagen 1.2. Taller de niños, 1987

Fuente: Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá

El MAC ha sido desde sus inicios una plataforma de visibilización del arte joven nacional, con convocatorias como *El salón de arte joven*, que luego sería *El salón nacional de Agosto*, el *Salón del Fuego*¹⁴, el museo se fue consolidando como un epicentro del noroccidente de Bogotá. En 1992, tras la muerte del padre García Herreros, el MAC y la Universidad Minuto de Dios se unen administrativamente, permitiendo implementar una oferta cultural de la mano de las facultades de la universidad y otras instituciones con el fin de desarrollar proyectos en torno a medios audiovisuales, grabado, fotografía y exposiciones temporales.

El MAC, aunque siempre ha estado comprometido con su idea de darle significado social a la cultura y realizar acciones pedagógicas para lograrlo, no siempre ha tenido un área de educación con un equipo y unas funciones determinadas. Sin embargo, sus actividades con el público, sus exposiciones y sus convocatorias han estado siempre permeadas por intereses educativos. En el año

¹⁴ Convocatoria que incentivaba la cerámica, joyería y la fundición.

2010, se consolida el área de Educación, liderada por Juan David Quintero (actual curador del MAC), y en el 2015 se fortalece, bajo la coordinación de Maricela Vélez, quien bajo los lineamientos de la *museología crítica* (Quevedo, 2016) crea el programa denominado *Voluntarios-Intérpretes del MAC*.

La *museología crítica* proviene del mundo anglosajón y se puede entender como una revisión a lo que la *nueva museología* de los años setenta no había logrado resolver. A finales del siglo XX y durante el siglo XXI, teóricos e investigadores se han estado haciendo la pregunta sobre el papel que deberían cumplir los museos actuales en la sociedad, por tanto esta nueva propuesta busca la comprensión del museo como una esfera pública de (re)construcción - (re)presentación y comunicación de un mensaje que implica una cierta noción de identidad, cultura y nación así como de progreso científico (Navarro & Tsagaraki, 2009).

Así pues, en ciertos museos principalmente de arte, han estado surgiendo actividades que giran en torno a la museología crítica, concibiendo la relación con los públicos de forma activa, constructiva y educativa. Razón por la cual, el MAC considera su programa de intérpretes dentro del marco de esta nueva línea teórica.

En la actualidad, las visitas ofertadas en el portafolio de servicios se estructuran en dos tipos: la visita interpretada y la visita taller. En las dos categorías existen en común las siguientes consideraciones: 1) Debe haber una comunicación previa entre el museo y el docente, ya sea telefónica o presencial. En este primer acercamiento, se explican los servicios educativos y se agenda la visita. Si bien el MAC es abierto al público, no permite que grupos grandes lleguen y que resulten en una *visita paracaídas*¹⁵, en donde no haya algún contacto previo con el área educativa y 2) agendada la visita del grupo escolar, el museo prepara un mediador cultural al que denominan *Intérprete*. Este término es utilizado por el MAC debido

¹⁵ Este término es utilizado por la coordinadora del área educativa del MAC, Tatiana Quevedo, para las visitas que no son planeadas con anterioridad, es decir que no cuentan con ningún objetivo y de alguna manera se vuelven solo una salida pedagógica. Impedir estas visitas asegura al museo que el docente se acerca con un objetivo para sus estudiantes.

a que el sujeto es el enlace que permite el diálogo entre la exposición y el grupo, y es el que les brinda los medios para la interpretación de las obras de arte (Quevedo, 2017).

A continuación, describiremos las características de los tipos de visitas ofertadas por el MAC en su portafolio:

Visita interpretada: es un recorrido por las salas del museo con una duración de aproximadamente 45 minutos. Aquí, el intérprete va comentando las exposiciones, buscando que el grupo interprete los contenidos a través de la exploración de los sentidos. Al final de la visita, se hace una retroalimentación de la experiencia con el grupo.

Visita taller: este recorrido consta de dos partes. En la primera, siendo muy similar a la anterior, el recorrido es comentado por el intérprete, buscando que el grupo pueda entrar en un diálogo con la exposición. En la segunda parte, se realizan ejercicios de expresión creativa con materiales como lápices, tizas, papeles de colores, que logren sintetizar lo visto anteriormente.

Reanudando el modelo propuesto por el grupo GREM, se plantea que la relación entre escuela y museo se lleva a cabo en tres diferentes momentos: antes, durante y después de la visita escolar.

Tabla 1.1. *Modelo de integración del museo y la escuela propuesto por el grupo GREM*

MOMENTOS	ETAPAS
Antes	Preparación (previa)
Durante	Realización
Después	Prolongación

Fuente: elaboración propia

En la Figura 2 veremos los elementos y sus relaciones del modelo sistémico de Legendre (1983) como se citó en Aguirre y Vázquez (2004) y que el grupo GREM adaptó al museo como medio donde se desarrollan las relaciones.

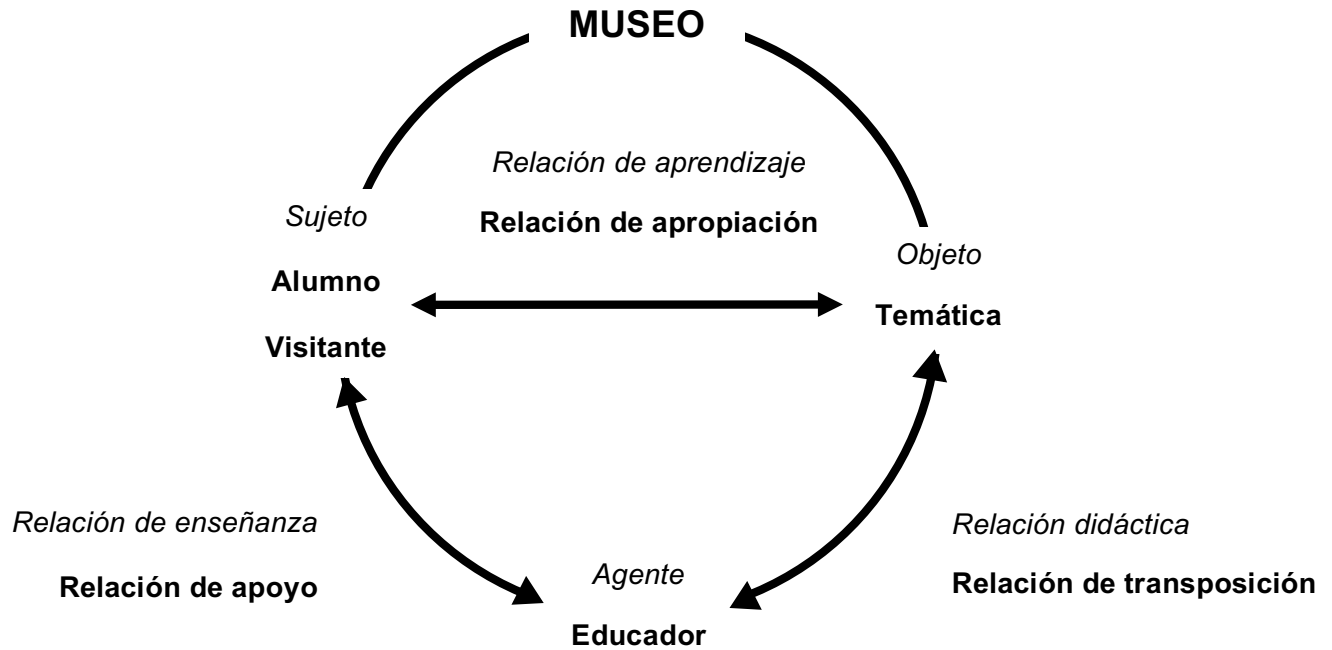


Gráfico 1.2. Modelo sistémico de la relación pedagógica de Renald Legendre y adaptado por el grupo GREM

Fuente: elaboración propia

Ahora veremos la descripción de los elementos adaptados a las instituciones museales:

Museo: es el *medio* donde se desarrollan las relaciones pedagógicas.

Alumno-Visitante: reconocido por Legendre como el *sujeto*, es la persona o grupo de personas que visitan el museo y por las cuales se ejecutan las acciones pedagógicas.

Al Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá asisten diferentes tipos de públicos¹⁶, pero según las estadísticas es visitado principalmente por grupos escolares y universitarios acompañados de docentes interesados en profundizar en las temáticas del museo, sea por interés curricular o por acercar a los alumnos al arte contemporáneo.

Temática: definido como los objetivos o los contenidos. Hace referencia a los contenidos conceptuales o las colecciones que disponga el museo para la visita.

El museo tiene una metodología de exposiciones *temporales*¹⁷ que cambian cada dos meses, y en las que se reflexionan sobre los temas del arte contemporáneo.

Educador-Interviniente: miembro del personal del museo, o persona ajena al museo, como el docente, que interviene en la experiencia del visitante, antes, durante o después de la visita.

Tal como consideramos anteriormente, los docentes son los actores decisivos de una visita escolar a un museo y responden a funciones en cada una de las etapas descritas en la Figura 4. Especificaremos entonces en el Museo de Arte Contemporáneo las operaciones que deben hacer los maestros para llevar a cabo una visita en esta entidad.

En la etapa de preparación, o la etapa de **antes** tanto los docentes como el museo deben estar preparados. El museo – en este caso hablamos de un caso en general- debe ser consciente de que las expectativas de cada maestro que decide

¹⁶ Aquí vale la pena mencionar la sistematización de un programa de inclusión a las personas en condición de discapacidad que tiene el museo. Se han diseñado piezas auditivas con Audio Descripción para que personas con capacidades diferentes puedan percibir y reflexionar las experiencias de las exposiciones. Además, se implementó la señalética en Braille, Lengua de Señas colombiana y los mapas táctiles, entre otros servicios.

¹⁷ El museo no tiene exposición permanente. Sin embargo, parte de la colección y fondos patrimoniales del museo están expuestos en la plazoleta de Banderas, ubicada en el exterior del museo, y exhibidos en la Universidad Minuto de Dios.

llevar a sus estudiantes al museo es diferente (Dujovne, 1996), por lo tanto no se deberían generalizar los procedimientos. Así mismo, el docente debe saber que más que una excursión, en el museo puede encontrar un entorno en el que, si bien puede que en el mayor de los casos no complementen de manera directa sus procesos de educación formal, abrirán la posibilidad que los estudiantes puedan explorar nuevas formas de interacción con los temas planteados en clase.

En el caso del MAC, el área educativa descubrió que entre más personalizado fuera el contacto con el docente, sería más sencillo cumplir con la generación de una experiencia educativa diversa, por lo tanto, como mencionamos anteriormente, en el primer contacto se contextualiza al docente acerca del museo, su espacio, su colección y sus metodologías y se identifica el deseo o el objetivo de la visita. A partir del concepto, se diseña la visita interpretada y/o el taller que acompaña la experiencia. A partir de esto se hace una prereserva.

Adicional al conocimiento previo del contenido, los docentes deben hacer un procedimiento logístico como gestionar el presupuesto para la visita, el transporte de los alumnos, las hojas de permiso de los acudientes, entre otros.

Por parte del intérprete, en esta etapa se diseña la visita con respecto a los objetivos expresados antes por el docente mezclando el sustrato de deseo y el sustrato conceptual expositivo (Quevedo, 2017), y definiendo los materiales que utilizará para la experiencia.

La relación que se da entre el interviniente (en nuestro caso, el docente y el intérprete) y la temática se denomina **relación de transposición** o *relación didáctica*, que se define como el proceso de planificación de los contenidos para la construcción del conocimiento del alumno (Allard, Larouche, Meunier, & Thibodeau, 1998).

En la etapa de realización o **durante** la visita, los estudiantes ingresan con el docente, quien es invitado a ser partícipe de las actividades que se proponen con el museo. Esto permite dos cosas: a) que el docente compruebe que se están

cumpliendo los objetivos de la visita; b) que el docente tenga medios para la etapa posterior. Dentro del modelo de GREM la relación que se plantea entre el visitante (en nuestro caso el estudiante) y el interviniente (ya sea el docente o el intérprete) se denomina **relación de apoyo** o *relación de enseñanza*. Esta relación comprende todos los procesos que están orientados a favorecer el aprendizaje. Por parte del MAC, estos pueden encerrar las estrategias de comunicación del contenido planteadas en la anterior etapa para realizar la experiencia (ayudas visuales, materiales didácticos, exploración con los sentidos). Los materiales y las ayudas visuales en los talleres del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, son utilizados con los docentes y los estudiantes dentro de la actividad. Por parte de los maestros, esta relación comprende los procesos en cuanto a los materiales y explicaciones que utilice antes y después de la visita para relacionar los temas en clase y los contenidos del museo.

Sería deseable que en esta etapa los docentes participaran activamente, dado que al visitar el museo con sus estudiantes, también generan sus propias experiencias, fortalecen la relación con sus estudiantes y será un enriquecimiento relevante como persona y como usuario del museo (Huerta, 2011). Sin embargo, en algunos de los casos, los maestros ven las visitas como excursiones donde sus alumnos irán a entretenerse, por lo tanto pueden prescindir de tener una participación activa, alejándose o quedándose en un lugar apartado del grupo.

La etapa final o el **después** según el grupo GREM ocurre en la escuela, es el momento de prolongación de la visita y donde se pueden ver los resultados de la **relación de apropiación** o *relación de aprendizaje*, definida como el conocimiento o el desarrollo de las habilidades resultado del vínculo entre el alumno y la temática del museo.

Durante esta etapa en el MAC, la actual coordinadora del área de educación Quevedo (2017), nos manifiesta que si bien en algunos casos, los materiales para los talleres se diseñan con el fin que la visita trascienda al salón de clases, es decir, que los alumnos y el docente se puedan llevar ciertos ejercicios para realizar en el

salón, hay poco contacto posterior con el docente acerca de la experiencia. Empero, Quevedo (2017) expresa que por parte del área educativa hay intereses de retomar la conversación con los profesores, que según ella: “Es el público más inmediato que tiene el museo”.

1.6. ¿Cómo podría ser un acercamiento ideal entre museos y docentes?

En el momento en el que el docente y los alumnos vuelven al salón de clase, la experiencia trasciende no solo a la visita, sino a la puesta en escena dentro de un contexto educativo como es el salón de clases, el producto del conocimiento que tenían los estudiantes con la exposición y los contenidos vistos en el museo. Este es el punto de comunicación entre el docente y el alumno para constatar los conocimientos adquiridos y el momento de validación de los objetivos de la visita.

Desde la institución museal, esta etapa podría entrar a considerarse como un punto clave para la consolidación de la relación con el docente y por supuesto con la institución educativa. Las experiencias vividas por los estudiantes y por los mismos docentes se podrían validar de tal manera que se constituyeran como escenarios de creación, en los que a manera de retroalimentación, los museos pudieran enriquecer sus actividades pedagógicas y más allá, la planeación de sus contenidos y exposiciones. Bajo estas consideraciones, podríamos considerar las visitas escolares como experiencias para complementar procesos formales de educación y como escenarios de creación mutua entre docentes e instituciones museales (Huerta, 2011).

Tanto las instituciones museales como los maestros podrían considerar un diálogo que les permita la planificación y la estructuración de las visitas acorde a determinados objetivos.

La colaboración implica, o debería implicar, el trabajo basado en un proyecto educacional, es decir, un marco dentro del cual el proceso de aprendizaje combine el trabajo llevado a cabo en clase y las necesidades de los “destinatarios” (profesores y alumnos) con la experiencia del museo y la adquisición de nuevos conocimientos. (Xanthoudaki, 2002, p. 12)

Como un ejemplo de lo anterior, el Consejo de las Artes de Inglaterra y el Departamento de Educación crearon un programa llamado *Museums and Schools*, que consiste en asociar museos regionales y un grupo de más de 100 escuelas

para animarlos a trabajar en conjunto, así los estudiantes pueden salir del salón de clases y adicionalmente, que los museos tomen parte de las actividades que están vinculadas al plan de estudios nacional y el apoyo del aprendizaje en el aula. Como una edición especial, lanzaron en el 2016 el taller *Designing Learning Programs with teachers*, en el que los docentes podían ir a visitar y pasar el día en el museo junto a los responsables del área educativa. Según Gill Braley, gerente de Educación Patrimonial de la red de museos de Lancashire, Inglaterra, dentro de los resultados que arrojó el taller, el más sobresaliente era el desconocimiento de la información, tanto básica (accesos, horarios, costos) como de colecciones y recursos disponibles del museo. Los maestros aseguraban no saber lo que estaba o no disponible para ellos en el museo.

Aunque en la investigación acerca del estado del arte de los Museos de Bogotá de Correa (2011), se señala que de una muestra de 11 museos¹⁸ en la ciudad de Bogotá:

El 41,65% manifiesta diseñar los recorridos con base en los lineamientos curriculares de la educación básica y media colombiana, para lograr una concatenación y mejor aprovechamiento de la información que el museo proporciona de acuerdo a lo que los niños, niñas y jóvenes están viendo en los colegios. (p. 111)

Los docentes expresan que los contenidos propuestos por los museos no se adaptan a las necesidades que ellos tienen, de no recibir ideas de cómo trabajar con la experiencia del museo luego en la clase, además de la discusión sobre las

¹⁸ Los museos de la muestra fueron: Museo Colsubsidio, Museo de Arte Colonial, Museo de Arte Moderno, Museo Quinta de Bolívar, Museo Nacional, Museo de los Niños, Museo de Arte Contemporáneo, Museo de Artes y Tradiciones Populares, Maloka, Museo Arqueológico Casa del Marqués de San Jorge, Museo de Trajes Regionales y Museo de la Ciencia y el Juego.

operaciones logísticas que deben hacer para lograr la visita (Quevedo, 2017). Por su parte, según Alderoqui (1996):

Los museos suelen *molestarse* porque los alumnos no los visitan con interés, los maestros no se hacen cargo de sus alumnos, y solo les importa la hora de recreación, vinculado a la concepción de la visita como excursión, en lugar de ser una actividad educativa que complemente el aprendizaje en el aula. (p. 30)

Pareciera que más que un acercamiento, estos actores estuvieran en una discordancia continua, o en un divorcio que no les permite ver que los museos comparten con los docentes la función de educar a los miembros de la sociedad (Alfageme & Martínez, 2007), por ende las observaciones anteriores las podríamos resumir en la dificultad que puede existir al intentar comunicar los objetivos de educación.

Como se ha señalado, el ideal de estos acercamientos debería ser un mutuo acuerdo de verse como socios en las experiencias educativas de los estudiantes. El museo debe renovar su visión hacia el docente como un aliado en la construcción de contenidos, como un apoyo para la elaboración de actividades pedagógicas, así como el docente (y la escuela en general) debería ver al museo como una experiencia extracurricular con la que puede diversificar la enseñanza de los alumnos.

Al reflexionar sobre su interacción, el museo y los docentes tendrían que conocer sus expectativas y analizar cómo les pueden dar una respuesta adecuada. Para ello, en el caso del museo, es necesario tener claros los objetivos de la institución y reflexionar sobre las acciones que emprende y el público al que están dirigidas (Dujovne, 1996). En el caso de las escuelas, se podrían considerar las visitas son oportunidades para que surjan temas adicionales y complementarios para sus currículos que se puedan convertir en material muy atractivo para trabajar con los alumnos (Jové, Cano, Ayuso, & Sanjuan, 2009).

1.7. Consideraciones finales

A lo largo del texto hemos observado que de manera casi paralela la museología y la educación han avanzado junto con la evolución tanto social, como cultural e incluso económica. Bajo esta lógica, y citando Hernández (2007), los museos del siglo XXI deben enfrentar y analizar la aparición de nuevas dinámicas y comportamientos del público visitante con el fin de desarrollar nuevas formas y avanzar en sus quehaceres. En el ámbito educativo, la pedagogía también tiene nuevos retos a nivel formal en tanto el cambio conceptual de la enseñanza desde una transmisión de conocimiento a una nueva visión de la experiencia de aprendizaje mucho más reflexiva y problematizadora (Torres, 2015).

Así pues, enfocándonos en la relación que nos concierne, es necesario que los museos y los docentes entiendan estos avances en pro de afianzar – en algunos casos estructurar- sus acercamientos. En la actualidad, tanto los docentes como los departamentos de educación de los museos deberían ser conscientes de las diferentes maneras de entender qué significa educar (Roberts como se citó en Padró, 2005) y que en tanto, son instituciones diferentes que no necesitan competir, sino desarrollar estrategias para compartir experiencias, construir ideas, conocimientos y proyectos para el mejoramiento de la sociedad y sobre todo, el aprendizaje a valorar la cultura y sus saberes.

El Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá junto a la Universidad Santo Tomás formularon en el 2017, un encuentro académico llamado *Amplifica el aula, Museo Zoom Educativo*, en donde se buscó la interacción y la discusión de las posibilidades de acciones pedagógicas en los museos entre expertos en educación de museos y docentes en formación (estudiantes de licenciaturas en educación). Acudimos a este ejemplo para proponer que sería beneficioso para ambas partes que los profesores y los museos establecieran contacto a través de conexiones profesionales o encuentros en los que se pudieran formular redes y estrategias conjuntas.

Es necesario que los actores trasciendan más allá del acercamiento tímido entre ellos y puedan llegar a instancias mayores con el fin de mejorar su relación. Dewitt y Osborne (2007) como se citó en Morentin y Guisasola (2014) sugieren que “realizar intervenciones concretas durante la formación inicial del profesorado puede estimular en los futuros docentes la realización de visitas a museos con un enfoque más cercano a las propuestas de la investigación educativa” (p. 365). Aquí podríamos exponer una propuesta de trabajo conjunta entre los museos y los docentes, lograda por el MAC y la Universidad Minutos de Dios que a través de una conversación e interacción constante con la facultad de Educación Básica con Énfasis en Educación Artística de la universidad, lograron proyectar dentro de la nueva propuesta curricular de la licenciatura una asignatura llamada *Museología, patrimonio y curaduría*. La asignatura se plantea como una manera de darle a los futuros docentes elementos de comprensión de los procesos museales.

Para los docentes ya formados, un marco idóneo sería la formación continuada acerca de procesos y nuevas visiones de educación, como de los procesos educativos y expositivos en los museos a través de programas que se pueden gestar desde las administraciones –Ministerios y/o Secretarías- educativas y culturales que se puedan pensar en corto, mediano y largo plazo. La capacitación de los docentes permitirá generar un efecto multiplicador, pues al capacitar y generar nuevas visiones de la educación en un profesor estamos llegando a todos sus estudiantes y colegas (Ferrari, 2009).

Adicionalmente, se deben propiciar espacios de interacción enfocados en crear ambientes participativos para que tanto docentes, como estudiantes y las instituciones museales vean las visitas escolares más allá de meros servicios y se puedan tornar en espacios de experiencias diversas¹⁹.

¹⁹ Aquí podríamos resaltar la labor que como espacio cultural hace NC Arte con las sesiones abiertas a profesores, estudiantes y los talleres Microlab: enfocado en cómo los espacios pueden abrir un lugar a la educación desde la curaduría y la museografía o Nc Lab que hace un énfasis en la posibilidad de que los docentes repliquen el conocimiento que se da en el museo o en el

En suma, es preciso pensar al docente más allá del ser un intermediario, sino como un sujeto activo, una persona a la que se le tendrá en cuenta sus intereses, sus responsabilidades, sus planteamientos y sus posibles deficiencias en cuanto a cuestiones concretas (Huerta, 2011), esto fortalecerá el vínculo entre los museos y los maestros. Por su parte el docente debería considerar a la institución museal como un aliado para crear, analizar y transformar el conocimiento a partir de las diferentes realidades del entorno.

Para finalizar, nuestro objetivo es proponer que esta relación se dé de manera simbiótica, que si bien indica un esfuerzo institucional más allá del común, tanto para las escuelas, docentes y áreas de educación en los museos, pueda establecer una relación más directa y potente, en la que se consideren los campos de acción de cada uno de los sujetos mencionados, como un sistema dinámico para la activación de comunidades, la generación de nuevos contenidos y a su vez la transformación de las didácticas y las metodologías de estas instituciones.

espacio expositivo y llevarlo a las aulas, como estrategias o metodologías que puedan reformular lo que está sucediendo y replantearse la forma en la que se enseñan las artes y se crean vínculos interdisciplinarios.

Referencias

- Acaso, M. (2011). *Perspectivas: situación actual de la educación en los museos de artes visuales*. Madrid: Ariel: Fundación Telefónica.
- Aguirre, C., & Vázquez, A. (2004). Consideraciones generales sobre la alfabetización científica en los museos de la ciencia como espacios educativos no formales. *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*. 3 (3), 1-26.
- Alderoqui, S. (1996). *Museos y escuelas: socios para educar*. Buenos Aires: Paidós Iberica.
- Alfageme, M., & Martínez, N. (2007). Un Modelo Pedagógico en un Contexto No Formal: El Museo. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*. 15, 15(21), 1-19.
- Allard, M., Larouche, M., Meunier, A., & Thibodeau, P. (1998). *Guide de planification et d'évaluation des programmes éducatifs, lieux historiques et autres institutions muséale*. Montreal: Éditions Logiques.
- Arriaga, A. (2011). *Desarrollo del rol educativo del museo: narrativas y tendencias educativas*. Obtenido de Portal de Periodicos: <https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/viewFile/3070/2156>
- Asuaga, C. (s.f). La gestión museística: una perspectiva histórica. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. [en línea]. Obtenido de <http://burgosciudad21.org/adftp/gestionmuseistica.pdf>
- Baldwin, J., & Ackerson, A. (2017). *Women in the Museum: Lessons from the Workplace*. Nueva York: Taylor and Francis.
- Billings, A. (1908). El Museo de los Niños como Educador. *Ciencia Popular Mensual*. 1 (1), 371-379.
- Camacho, M. (2007). Aprender en el museo: Los programas educativos de los Museos del Banco Central. *IX Congreso Nacional de Ciencias*,

Exploraciones fuera y dentro del aula. Cartago, Costa Rica: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Castellanos, P. (2008). *Los Museos de ciencias y el consumo cultural: Una mirada desde la comunicación*. Barcelona: Editorial UOC.

Congreso de la República de Colombia. (1994). Ley 115 del 8 de febrero de 1994. [Por la cual se expide la ley general de educación]. Bogotá, D.C., Colombia.

Coombs, P., & Ahmed, M. (1975). *Attacking rural poverty: how nonformal education can help*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Correa, J., & Ibáñez, A. (2005). Museos, tecnología e innovación educativa: aprendizaje de patrimonio y arqueología en territorio Menosca. *REICE*. 3 (1), 880-894.

Correa, N. (2011). *El estado del arte de los Museos en Bogotá [Tesis de grado]*. Bogotá, D.C.: Universidad Nacional de Colombia.

Cotton, J. (1917). *The New Museum*. Woodstock: Vermont: The Elm Tree Press.

De Zubiría, J. (1994). *Los modelos pedagógicos. Hacia una pedagogía dialogante*. Bogotá, D.C.: Editorial Magisterio.

Díaz, I. (2002). ¿Qué fue de la Nueva Museología? El caso de Québec. *Artigrama*. (17) , 493-516.

Dujovne, M. (1995). *Entre musas y musarañas: Una visita al museo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina .

Dujovne, M. (1996). Algunas notas de lectura. En S. Alderoqui, *Museos y escuelas: socios para educar* (págs. 23-26). Buenos Aires: Paidós Iberica.

Educación Chile. (s.f.). *Teorías del aprendizaje* . Obtenido de <http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/TEOR%C3%8DAS%20DEL%20APRENDIZAJE.pdf>

Falk, J., & Dierking, L. (1992). *The Museum Experience*. Washington.

-
- Featherstone, M. (1991). *Cultura de consumo y postmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Fernández, M. (2003). Los museos: espacios de cultura, espacios de aprendizaje. *ÍBER*. (36), 55-61.
- Ferrari, C. (2009). Formando formadores. Curso de capacitación para docentes del Museo de Arte de Lima. *I Congreso Internacional Los Museos en la Educación. La formación de educadores*. Madrid.
- García, A. (2005). Los departamentos de educación y acción cultural: Presentación de un modelo. En R. Huerta, *La mirada inquieta, educación artística y museos* (págs. 41-58). Valencia: Universidad de Valencia.
- García, A., & Juanola, R. (2003). *Ponencia. Seminario Universitario de Educación Artística en Museos y Patrimonio. Facultad de Ciencias de la Educación*. Granada: Universidad de Granada.
- García, F. (2012). *La formación histórica del concepto de museo*. Obtenido de <http://www.museoimaginado.com/wp-content/uploads/2017/02/Museo.pdf>
- Gómez, J. (2006). *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*. Gijón: Trea.
- Günay, B. (2012). Museum Concept from Past to Present and Importance of Museums as Centers of Art. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 55 (5), 1250-1258.
- Hein, G. (2006). Progressive Education and Museum Education: Anna Billings Gallup and Louise Connolly. *The Journal of Museum Education*. 31 (3), 161-173.
- Hein, G. (2011). Museum Education. En S. Macdonald, *A Companion to Museum Studies* (págs. 340-352). Chichester, Reino Unido: John Wiley & Sons.
- Hernández, F. (1992). Evolución del concepto de museo. *Revista General de Investigación y Documentación*. 2 (1), 85-97.

- Hernández, F. (1994). *Manual de Museología*. Madrid: Síntesis.
- Hernández, F. (2007). *La Museología ante los retos del siglo XXI*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4013092.pdf>
- Hernández, L. (1999). *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Huerta, R. (2011). *Maestros y museos: Educar desde la invisibilidad*. Valencia: Universitat de València.
- Jové, G., Cano, S., Ayuso, H., & Sanjuan, R. (2009). Experiencia de arte y educación. La escuela va al centro de arte y el centro de arte va a la escuela. *I Congreso Internacional Los Museos en la Educación. La formación de educadores*, (págs. 156-160). Madrid.
- Juanola, R., & Colomer, A. (2005). Museos y educadores: perspectivas y retos de futuro. En R. H. Ramón, *La mirada inquieta: Educación artística y museos* (págs. 21-40). Valencia: Universitat de Valencia.
- Kulik, G. (1989). Designing the Past. En W. Leon, *History Museums in the United States: A Critical Assessment* (págs. 2-35). Chicago: University of Illinois Press.
- Lewis, G. (2000). *Britannica*. Obtenido de History of museums: <https://www.britannica.com/topic/history-of-museums-398827>
- Lopes, M., & Murriello, S. (2005). El movimiento de los museos en Latinoamérica a fines del siglo XIX: El caso del Museo de La Plata. *Asclepio*. 57 (2), 203-222.
- López, M. (2014). *El museo como espacio educativo integrado: Una propuesta pedagógica [Trabajo de grado]*. Castellón de la Plana: Universidad Jaume I
- López, W. (2015). *Emma Araújo de Vallejo, su trabajo por el arte, la memoria, la educación y los museos. La aventura museológica en Colombia [Tesis de Maestría]*. Bogotá, D.C.: Universidad Nacional de Colombia.

-
- Luzuriaga, L. (1984). *Historia de la educación y de la pedagogía*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Morentin, M., & Guisasola, J. (2014). La visita a un museo de ciencias en la formación inicial del profesorado de Educación Primaria. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Educación de las Ciencias*. 11 (3), 364-380.
- Navarro, O., & Tsagaraki, C. (2009). Museos en la crisis: una visión desde la museología crítica. *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*. (5-6), 50-57.
- Ortiz, G. (2006). *La contemporaneidad en Colombia, MAC 40 años*. Bogotá, D.C.: Marea.
- Ortiz, G. (16 de Agosto de 2017). Comunicación personal. (A. Galvis, Entrevistador)
- Padró, C. (2005). Educación artística en museos y centros de arte. En R. Huerta, *La mirada inquieta: Educación artística y museos* (págs. 137-152). Valencia: Universitat de València.
- Pastor, M. (2004). *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel.
- Presidencia de la República de Colombia. (2016). Decreto 2020 del 16 de junio de 2016. [Por medio del cual se organiza el Sistema de Calidad de Formación para el Trabajo]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Quevedo, T. (2016). Entrada libre: La educación en un museo de puertas abiertas a la comunidad. En M. d. Bogotá, *La aventura de la cultura: 50 años Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá* (págs. 160-167). Bogotá, D.C.
- Quevedo, T. (8 de Septiembre de 2017). Comunicación personal. (A. Galvis, Entrevistador)
- Torres, P. (2015). *¿Qué es la Museología y la Pedagogía crítica? Postulados y alcances*. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de Astroarte:

<https://patriciatorresau.wordpress.com/2015/08/05/que-es-la-museologia-y-la-pedagogia-critica-postulados-y-alcances/>

Touriñán, J. (1996). Análisis conceptual de los procesos educativos: Formales, no formales e informales. *Revista Teor. educ.* 8, 55-79.

Vygotski, L. (1978). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.

Wikipedia. (s.f.). *Jean Piaget*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Jean_Piaget

Xanthoudaki, M. (2002). Un lugar para descubrir: el museo como recurso para la educación. En S. Sutura, *Un lugar para descubrir: la enseñanza de las ciencias y la tecnología en los museos* (págs. 10-18). Milán: SMEC .

Zabala, M., & Roura, I. (2006). Reflexiones teóricas sobre patrimonio, educación y museos. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales.* (11), 233-261.

2. Estancia

Memoria individual

FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia

La estancia como componente del trabajo final establecido por la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia, propone que el estudiante pueda acercarse a una institución museal concreta y comprender su funcionamiento, estructura, organización y cultura organizacional para al final dar cuenta de una apreciación crítica acerca de su proyecto museológico. El documento a continuación recoge la memoria del proceso adelantado en el **FOTOMUSEO** – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia durante el mes de agosto de 2017, asesorado por su directora, Gilma Suárez.

La concepción de un museo itinerante que llegara de manera directa al público, con el objetivo de divulgar los más importantes valores de la fotografía nacional e internacional, fue promovida en 1998 por Gilma Suárez, fotógrafa profesional que se dio cuenta de la falta de espacios en Bogotá para exhibir fotografía. Así pues, enmarcado en el contexto de la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura) que propone la difusión, el estímulo a la creación y la conservación del patrimonio nacional, el 18 de agosto de 1998, se formalizó la fundación del **FOTOMUSEO** – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia.

Para cumplir su objetivo, la entidad diseñó unas estructuras modulares que pudieran exponerse en el espacio público de la ciudad y fueran de fácil transporte, bajo las normas exigidas por el Taller Profesional del Espacio Público y del Consejo Superior del Espacio Público y su director en el momento, el arquitecto Lorenzo Castro, y por el supervisor del primer contrato suscrito en el año 2000 con el IDCT, arquitecto Armando de la Torre. Entre el año 1998 y 1999, con la aprobación y revisión de dichas entidades y funcionarios, se procedió a la fabricación de 30 módulos.

El 6 de agosto de 2000 se inaugura la muestra “Miradas a Bogotá”, exposición que marcó el inicio de la labor, en tanto que con esta muestra los módulos salieron a la calle por primera vez. En esta exposición se presentó la obra con la que rendían homenaje en su cumpleaños a Bogotá los reporteros gráficos de la prensa escrita

colombiana: Carlos Caicedo, Manuel H, León Darío Peláez, William Fernando Martínez, Henry Agudelo, Juan Alberto Castañeda, Carlos Vásquez, entre otros.

Durante los siguientes años, el museo siguió desarrollando exposiciones itinerantes de maestros de la fotografía nacionales e internacionales, además de crear los dos eventos que en la actualidad estructuran sus actividades principales: **FOTOMARATÓN**, concurso de dos días en el que participan profesionales y aficionados de la fotografía y **FOTOGRAFÍA BOGOTÁ**, bienal internacional que cada año gira en torno a un tema específico y donde se desarrollan exposiciones, ciclo teórico, talleres y actividades referentes a la fotografía.

En el año 2006, la entidad presentó un proyecto al Concejo de Bogotá en el que solicitaba que sus actividades fueran reconocidas como interés histórico, artístico, estético y simbólico del distrito. En el periodo de la alcaldía de Luis Eduardo Garzón (2004-2008) y bajo el Acuerdo No.142 de 2006 del Concejo de Bogotá, el FOTOMUSEO – Museo Nacional de la fotografía de Colombia fue declarado como Bien de Interés Cultural a nivel distrital.

La misión del FOTOMUSEO fue desde sus inicios revolucionar el concepto de museo, transformándolo de un esquema cerrado y de impacto limitado, en un sistema ágil, abierto y democrático que pudieran visualizar millones de personas, convirtiendo las exposiciones itinerantes de fotografía en un símbolo de la ciudad, dándoles a sus calles y avenidas un sello característico y una identidad propia.

A lo largo de los 18 años de haber salido a la calle y de la producción de los eventos, el FOTOMUSEO ha cumplido su objetivo inicial, el cual era recopilar, preservar, estimular y difundir en Colombia la memoria fotográfica, para promover el desarrollo y la consolidación de este lenguaje. Para lograr esto, se plantearon una serie de objetivos específicos entre los que se resaltaba la construcción de un archivo fotográfico a nivel nacional e internacional, la preservación del patrimonio fotográfico y su difusión y proliferación, el apoyo a la formación de públicos multiplicadores en Colombia para expresiones artísticas como la fotografía, entre otros.

En el año 2017, la junta directiva y dirección de la entidad decidieron la construcción de una sede que lograra la estructuración de la colección existente y dar pie a un programa institucional de forma permanente donde la población colombiana pudiera tener acceso a la memoria fotográfica y así mismo promover la investigación y el desarrollo temático que de la fotografía se deriva.

Después de haber trabajado durante tres años (2012-2015) en la entidad, y en esta nueva etapa, decidí desarrollar el componente de la Estancia en el **FOTOMUSEO** y a su vez, presentarle a la dirección una evaluación del proyecto museológico existente y la generación de consideraciones para lograr estructurar nuevos objetivos y un nuevo plan museológico.

El proceso inició a finales de julio de 2017. En los primeros días, asistí al museo para estructurar lo que sería la metodología de trabajo para levantar la información que sirviera para evaluar el proyecto museológico. Dentro de sus pautas de evaluación, la MMGP propone una estructura para la organización del informe técnico:

1. Ficha técnica.
2. Antecedentes (Historia del museo).
3. Discurso museológico: objetivos, misión y mandato del museo en el pasado y presente.
4. Organigrama del museo o institución de gestión patrimonial.
5. Política de exposiciones.
6. Exposición permanente / Colecciones / Contenidos.
7. Edificio y equipamiento.
8. Públicos del museo o institución de gestión patrimonial.
9. Gestión de recursos y financiación.
10. Marketing y comunicaciones.
11. Consideraciones críticas.

En consecuencia, como fuente primaria de información y como parte de la metodología de investigación, era fundamental el contacto directo con las personas

encargadas e implicadas en los procesos de la entidad para reunir la información solicitada.



Gráfico 2.1. Organigrama del FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia

Fuente: elaboración propia

La estructura de la entidad la encabeza la Junta Directiva, seguido por la dirección general, a cargo de Gilma Suárez, quien también cumple las labores de curaduría. Gabriela Vega Moreno, desarrolla la labor de asistente de dirección, Diana Patricia Niño Suárez, quien cumple el cargo desde hace dos años de asistente administrativa, Edwin Hernández y Robinson Sepúlveda, quienes cumplen las labores de asesor contable y revisor fiscal respectivamente. En lo relativo a la investigación, Lou Delgado Maréchal, y la coordinación de montaje Édgar Yesid Castiblanco León. Como se puede notar, es un equipo de trabajo relativamente pequeño en el que recaen todas las responsabilidades de los eventos y exposiciones hechas por el museo. Para proyectos especiales y para el montaje

de cada exposición, se contrata puntualmente más personal calificado que se considere indispensable, para el área respectiva.

Es importante mencionar que realizar entrevistas puntuales a las personas antes mencionadas fue fundamental para inferir el proyecto museológico de la entidad. A su vez, fue necesario como parte de la metodología la consulta de los registros y/o documentos de la entidad y la recolección de datos de fuentes secundarias de información como publicaciones, informes de gestión, presupuestos de las actividades, propuestas a empresas, entre otros. De esta manera, se estableció un sistema de recopilación de datos, posteriormente la interpretación, el análisis y la síntesis de la información recogida y por último la elaboración del informe técnico.

A través del documento fundacional del museo²⁰ pude recuperar gran parte de los **antecedentes** y la **política de exposiciones** de la entidad. En este apartado también fue necesario consultar el *Acta de fundación del Museo* y el *Certificado de Existencia y Representación Legal de la Fundación* ante la Cámara de Comercio de Bogotá. Para desarrollar el apartado del **discurso metodológico, objetivos, misión y mandato del museo**, se estableció una entrevista a la directora Gilma Suárez el día 15 de agosto de 2017, quien a su vez me remitió a documentos de su archivo personal, donde había desarrollado los objetivos del museo. La conversación entablada durante el mes de agosto de 2017 con Lou Delgado Maréchal y Édgar Castiblanco, me dio las pautas para desarrollar los apartados de **Edificio y equipamiento** y **Exposición permanente/ colecciones/ contenidos**. La consulta de los *Informes de gestión* de los años 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 y comunicaciones personales con Diana Niño, arrojaron información que consolidaría en los apartados de **gestión de recursos y financiación** y de **públicos del museo o institución de gestión patrimonial**. Como mencioné anteriormente, laboré como diseñadora tres años en la entidad, razón por la cual conocía a profundidad la información consolidada en el apartado de marketing y

²⁰ Documento consolidado que recoge la historia y actividades del Museo realizado por Luis Fernando Delgado en el 2017.

comunicaciones. La oportunidad de conocer a fondo el museo y la experimentación del quehacer diario en la entidad, hicieron que la obtención de datos y su síntesis fuera de alguna manera oportuna y sencilla para proceder a la elaboración de las **consideraciones finales**. En este apartado final, se generaron las reflexiones y las propuestas de procedimiento ante la nueva etapa que está afrontando la entidad, para lograr estructurar nuevos objetivos y un nuevo plan museológico.

El informe técnico (ANEXO 1) fue presentado el 23 de octubre de 2017 a la directora y al equipo del museo, obteniendo un visto bueno del trabajo realizado.

Como consideraciones finales de la presente memoria me parece importante resaltar que prácticas profesionales como la Estancia, en las que resulte imperativo conocer una institución museal a fondo, son necesarias para que los estudiantes de la MMGP realicemos un ejercicio juicioso de aplicación de la teoría enseñada. Además, es valioso tener la oportunidad de evaluar aspectos que los museos, en el quehacer diario puede que salten o ignoren de su planteamiento institucional, museológico o estructural.

Es bueno aclarar que poder conocer las estructuras y el funcionamiento de los museos, tanto nacionales como internacionales, los más completos y estructurados hasta los que carecen de plan museológico, es una oportunidad para que los estudiantes de la MMGP, podamos desarrollar procesos enraizados en la interacción crítica y la confrontación del pensamiento museológico con los sucesos cotidianos de los museos.

Referencias

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Certificado de Existencia y Representación Legal de la Fundación*. Bogotá, D.C.: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Concejal de Bogotá, D.C. (2006). Proyecto de Acuerdo No. 142 del 15 de abril de 2006. [Por el cual se declaran de interés cultural las actividades del Museo Nacional de la Fotografía- Fotomuseo en Bogotá D.C.]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 397 del 7 de agosto de 1997. Diario Oficial 43.102. [Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura ...]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Delgado, L. (2017). *Documento fundacional del FOTOMUSEO* . FOTOMUSEO. Bogotá: Museo Nacional de la Fotografía de Colombia.
- FOTOMUSEO. (1998). *Acta de fundación*. FOTOMUSEO. Bogotá, D.C.: FOTOMUSEO.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2005). *Criterios para la elaboración del Plan Museológico*. Obtenido de <https://www.mecd.gob.es/cultura/areas/museos/mc/pm/pm/el-plan-museologico-fases.html>
- Museo Nacional de Colombia. (2013). *Manual de Gestión y Competitividad para los Museos Colombianos*. Bogotá: Programa de Fortalecimiento de Museos.
- UNESCO. (2007). *Cómo administrar un museo: Manual práctico*. París.

3. Práctica

Memoria individual

Museo Mexicano del Diseño MUMEDI

3.1. Introducción

El componente práctico para optar al grado de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio, atiende a la realización por parte del estudiante de una tarea concreta o un proyecto en particular dentro de una institución museal. En mi caso, en este componente desarrollé la labor como guía de recorridos en el Museo Mexicano del Diseño en la Ciudad de México CDMX, México, con la asesoría institucional de Patricia Álvarez, gerente de operaciones del museo.

A continuación, desarrollo una memoria de la práctica llevada a cabo en el Museo que describe su estructura organizacional y las actividades realizadas dentro del *programa de guías* del 8 al 21 de diciembre de 2016.



Imagen 3.1. Logo Museo Mexicano del Diseño

Fuente: (Brands of the World, s.f.)

3.2. Ficha técnica

Nombre de la institución: MUMEDI Museo Mexicano del Diseño

Dirección: Francisco I Madero No. 74 Col. Centro Histórico. CDMX, México.

Teléfonos: +52 (55) 55108609

Página web: <http://www.mumedi.mx>

Fecha de fundación: 2002

Nombre del director: Álvaro Rego García de Alba

Horario del museo: lunes de 11:30 a. m. a 8:00 p. m. martes a domingo de 10:00 a.m. a 8:00 p. m.

Tipo de institución: Privada

Entidad a la que pertenece el museo: Fundación MUMEDI A.C.

3.3. Reseña histórica del área

En el año 2002, el diseñador Álvaro Rego García de Alba crea la Fundación MUMEDI A.C, con el propósito de promover el diseño gráfico e industrial de México, brindando un espacio de exposición del trabajo de los diseñadores mexicanos.

Luego de varios años de carrera en diseño gráfico, incluso luego de haber creado y dirigido desde el año 1997 la *Revista Matiz*²¹, Rego García de Alba creyó necesario que la Ciudad de México tuviera un lugar donde exponer la historia del diseño tanto nacional como internacional y que, a la vez, fuera un punto de reunión de la comunidad de diseñadores en México.

Sobre los cimientos de la pirámide del Emperador Azteca Huehehu Moctezuma Ilhuicamina, donde se construyó una parte del palacio del Conquistador Hernán Cortés, Marqués del Valle de Oaxaca, se edificó el inmueble -catalogado por el INAH²² como monumento histórico- que hoy es sede de MUMEDI.

La propiedad perteneció al Conde de Nuestra Señora de Guadalupe del Peñasco, Don Francisco Mora y Luna²³, Coronel de Dragones de las Milicias Provinciales.

Del palacio del conquistador, el edificio aún conserva piezas originales como los arcos de entrada a las caballerizas; adicionalmente, de la época en la que el inmueble fue propiedad del Conde, se conserva un espejo y la ornamentación de las escaleras y los techos de la Sala del Rey²⁴. La fachada actual, que da sobre el

²¹ Revista Mexicana que publicó su primer número en abril de 1997 bajo la dirección de Álvaro Rego García de Alba y la dirección de arte de Nacho Peón. El objetivo de la revista era contribuir a la formación de nuevos profesionales del diseño gráfico para cumplir con las exigencias de los tiempos modernos, también impulsaba mucho el análisis retórico y el análisis semiótico del diseño. (Erebo, 2007, párr. 1)

²² Instituto Nacional de Antropología e Historia Mexicano.

²³ El condado de Guadalupe del Peñasco, es un título nobiliario español, concedido por el Rey Carlos III de España a Don Francisco Javier de Mora y Luna, Coronel de Dragones de las Milicias Provinciales, el 26 de enero de 1768. (Geni, 2017, párr. 1)

²⁴ "Recibe el nombre de Sala del Rey, debido a la historia del edificio: En la época colonial, todas las edificaciones debían tener un salón en dónde se pudiera recibir el rey de España" (García, 2016).

Corredor Peatonal de Madero, data del siglo XVIII y fue diseñada por un discípulo del arquitecto español Manuel Tolsá²⁵.

“Levantar la mirada y ver a nuestro alrededor” es el lema del Museo y fue tomado de un cuadro que retrata a la familia del conde y en el que está escrita dicha frase en latín: *Læva in circuitu oculos tuos et vide*.

A finales de 2004 se abre la primera exposición del museo: *Gráfica Latinoamericana Siglos XX/XXI*, que constaba de serigrafías e impresiones digitales hechas por jóvenes diseñadores, con un enfoque temático sobre la literatura y el cine. Con el propósito de enriquecer la experiencia del visitante, el museo decide contratar personal para dar recorridos relatando la exposición. Al finalizar la primera muestra al público del museo, esta iniciativa se consolida y se crea el **Programa de Guías de Mumedí**.

Bajo la dirección administrativa y operativa, el programa comienza a funcionar de manera constante en todas las exposiciones que se presentan en el museo. En 2012, se crea el nuevo organigrama, dejando el programa de guías a cargo del área de **sala de exposiciones**. Hasta la fecha y dependiendo de la exposición y su convocatoria, el director de área contrata personal diferente, para el apoyo al recorrido del visitante en las salas. En este punto no se puede dejar pasar que, desde su creación, el programa ha carecido del desarrollo de procesos propios de la educación en museos, y tampoco ha contado con personal especializado en educación que encamine o dirija actividades educativas diferentes a la tradicional visita guiada dentro de la exposición. La experiencia se resume en narrar el contenido de manera anecdótica, de tal manera que el público pueda relacionar lo que está viendo con una información específica. El proceso de entrenamiento o contextualización del guía contratado consiste en la entrega de un guion que, en palabras de la actual gerente operativa del museo, Patricia Álvarez: *se debe leer*,

²⁵ “Escultor y arquitecto español. Estudió en Valencia y en Madrid, y en 1790 se trasladó a México, donde dirigió la sección de escultura de la Academia de San Carlos” (Biografías y Vidas, s.f., párr. 1).

entender y ensayar. Seguido a esto, el supervisor debe revisar constantemente la calidad de la información que los guías proporcionan, así como el servicio que prestan al visitante.

3.4. Organización y desarrollo del área específica donde se adelantó la práctica

La autora Bravo (1995) hace referencia a que un ideal de estructuración o esquema organizativo en los museos debería tener las siguientes áreas: *Área de Conservación e Investigación*, *Área de Difusión y Educación* y *Área de Administración*. A diferencia de esta propuesta, MUMEDI reconoce estas cuatro áreas en su estructura:

- a. Tienda MUMEDIShop:** descrita como una incubadora de empresas y laboratorio de experimentación con una amplia y cuidada selección de productos de diseñadores mexicanos a la venta.
- b. Cafetería:** descrita como un lugar de encuentro que mezcla gastronomía y diseño.
- c. Hotel:** descrito como un lugar que combina experiencias entre la antigua Ciudad de México (por la estructura del edificio) con toques de contemporaneidad.
- d. Museo:** donde se concentran todas las actividades de exposición. Esta área cuenta con tres salas de exhibiciones: la Sala Principal o Sala Mexicana, la Sala del Rey y la Sala Alterna.

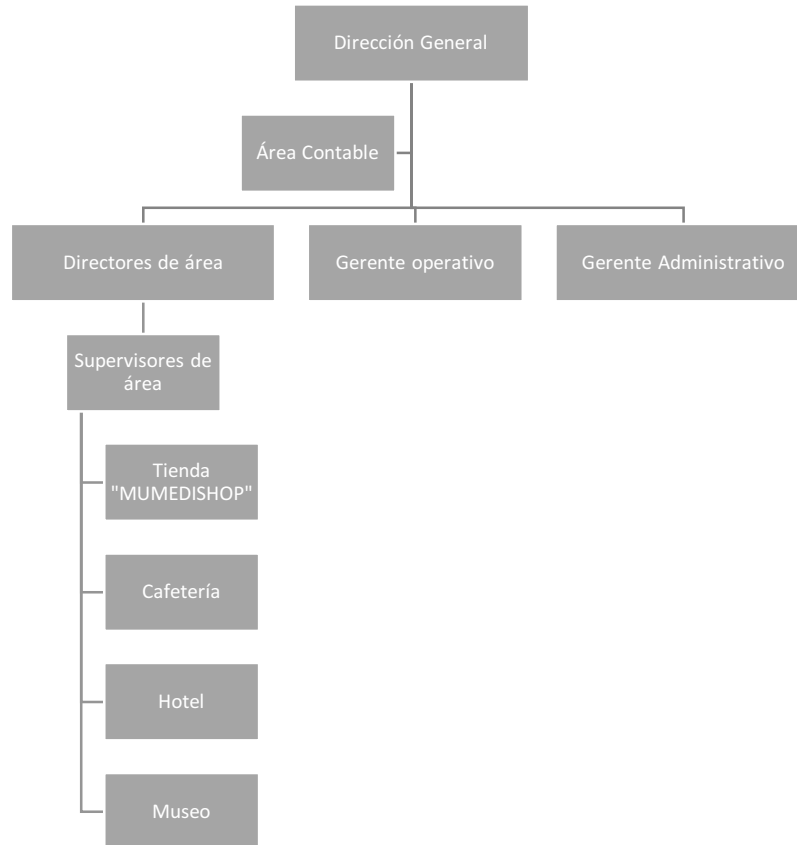


Gráfico 3.1. Organigrama del Museo Mexicano del Diseño MUMEDI

Fuente: elaboración propia

En el organigrama (Figura 2) se puede observar que el museo sigue una *estructura jerárquica*²⁶. Así pues, se reconoce la figura del director, siguiendo una estructura administrativa: área contable, gerente administrativo y gerente operativo, y directores de área. Las áreas mencionadas anteriormente, tienen a su vez un supervisor que vigila e inspecciona las tareas de los trabajadores. En el área de museo se concentran todas las actividades alrededor de las muestras o exposiciones. Dependiendo de la exposición, el director de esta área gestiona las labores de curaduría, museografía y el programa de guías. La mayoría de las

²⁶ El organigrama jerárquico lo describe Edson (2006) situando al director/administrador en la cima, y el resto del personal está en un rango inferior. En esta estructura "piramidal", pocos miembros del personal dependen directamente del director.

exposiciones implican una labor curatorial (obras escogidas, definición de ejes, realización de textos, entre otros) y trabajo de museografía (disposición de los objetos en el espacio expositivo). En otros casos, el museo contrata personas externas para realizar estas actividades.

Así mismo, el director de área tiene como labor determinar cuántas personas se contratarán dentro del programa de guías. Esta contratación se hace por labor, en un término definido (hasta cuando se termine la exposición) y generalmente se busca el siguiente perfil:

El Museo Mexicano del Diseño (MUMEDI) solicita GUÍA

REQUISITOS:

- Mayores de 18 años.
- Sexo indistinto.
- Disponibilidad para rolar turnos, tiempo completo.
- Nivel de inglés intermedio o avanzado.
- Trabajo de lunes a domingo con un día de descanso entre semana.
- Nivel de estudios mínimo de preparatoria o carrera técnica concluida.
- Experiencia en manejo de grupos.
- Gusto por el arte y el diseño.

3.5. Descripción detallada de las actividades realizadas

El trabajo que realicé en el Museo Mexicano del Diseño, comprendido entre el 8 y el 21 de diciembre de 2016, consistió en el apoyo al programa de guías dentro de la exposición ***Snoopy and Belle in Fashion***, desarrollada en las 3 salas del museo: Sala Mexicana, Sala del Rey y Sala Alterna. Esta muestra fue expuesta en el museo del 4 de octubre de 2016 al 7 de enero de 2017, tratándose sobre ***Snoopy***, el famoso perro creado por Charles M. Schulz²⁷, y su hermana ***Belle***. Los dos personajes fueron vestidos con prendas exclusivas de diseñadores de moda mexicanos e internacionales. El ingreso a la exposición tenía un costo de 30 pesos mexicanos (aproximadamente \$5.052 pesos colombianos).

El día 8 de diciembre, primer día de la práctica, fui recibida por Patricia Álvarez, gerente operativa del museo, quien me explicó de qué se trataba la actividad de guía, el horario de trabajo (10:00 a.m. a 6:00 p.m.) y me hizo entrega de un guion con información descriptiva de las 50 *duplas* expuestas. Cuando hablo de *duplas*, me refiero a los dos personajes (Snoopy y Belle) como una sola pieza de exposición. Este material, que debía ser estudiado y aprendido para poder hacer los recorridos, contenía la reseña de cada uno de los diseñadores expuestos, además de una breve historia sobre los personajes y el museo. Adicionalmente, el museo me propuso la asistencia a los recorridos de los guías que ya manejaran el discurso en relación a la exposición, para así preparar mi propio recorrido. El 10 de diciembre, Carlos Alarcón, supervisor del museo, quién era mi jefe directo, revisó mi recorrido y la información que manejaba, dando aval a la presentación de la información al visitante.

El recorrido empezaba en la Sala Mexicana con mi presentación como guía, las pautas de comportamiento dentro de las salas y la introducción del museo.

²⁷ Historietista estadounidense, “autor de la conocida tira cómica Peanuts, protagonizada por Charlie Brown, su perro Snoopy y su pandilla. A lo largo de su vida dibujó 17.000 tiras cómicas y gracias también al merchandising derivado, se convirtió en el dibujante de cómics de más éxito en la segunda mitad del siglo pasado” (Humor Sapiens, s.f., párr. 1).

Seguidamente, daba la opción a los visitantes (grupos que podrían variar entre 2 y 50 personas) de escoger el recorrido que querían tener dentro de la exposición: escuchar completa la información sobre las piezas, que sugería un recorrido obligatorio²⁸ o, por el contrario, recorrer la sala de forma libre²⁹, hacer una observación y al final de cada sala escoger 5 o 6 piezas³⁰ para profundizar la información. Aquí conviene detenerse un momento a fin de resaltar que la disposición de los objetos en el espacio no atendía a un eje curatorial o algún eje temático. Dependiendo de la opción de recorrido que el visitante escogiera, se proseguía con la visita guiada, dando información a los visitantes sobre las piezas. Mediando entre la pieza y el público, el discurso tenía una forma de relato con referentes que los visitantes pudieran conocer, con datos curiosos sobre los personajes (Snoopy y Belle) o sobre los diseñadores que se exponían.

A continuación, la visita se dirigía a la Sala del Rey, ubicada en el segundo piso del Museo. Antes de entrar a la sala, daba una descripción sobre la historia del edificio y sobre el nombre que recibía la sala. Al entrar, los visitantes podían ver 10 duplas expuestas; en este espacio también brindaba la opción de escoger el tipo de recorrido. Por último, pasábamos a la Sala Alternativa, de menor tamaño, en la que se encontraban cinco de las piezas. Dada esta situación, en esta sala se hacía la descripción de todas las duplas.

Al final del recorrido, le daba al público la opción de recorrer la plazoleta del museo, donde al final del pasillo había una estrategia de marketing y recordación de la exposición, en la que los visitantes podían interactuar con unas piezas de cartón con la forma de los personajes, tomándose fotos y subiéndolas a Instagram con los hashtags #SnoopyAndBelleInFashion, #Sbif o #Mumedi.

²⁸ “El recorrido obligatorio se utiliza para guiones secuenciales en donde el visitante debe realizar la visita siguiendo el orden planteado a través del montaje. Permite la narración completa del guion mediante un recorrido secuencial de los temas” (Dever & Carrizosa, 2000, p. 10).

²⁹ “El recorrido libre se utiliza para guiones no secuenciales. Permite realizar la visita de acuerdo con el gusto o inquietudes del visitante” (Dever & Carrizosa, 2000, p. 10).

³⁰ Se habla de 1 pieza refiriéndose a una dupla conformada por Snoopy y Belle.

Por ser época de vacaciones y al ser una exposición tan acogida por el público nacional e internacional, el equipo de guías estaba conformado por 7 personas. El museo nos programaba recorridos guiados cada treinta minutos, durante 10 horas diarias, es decir que, durante los 14 días de la práctica, hacía entre 3 o 4 recorridos diarios de 45 minutos cada uno.

Adicionalmente, los guías debíamos tanto vigilar la entrada del museo, como hacer el cobro de la entrada a la exposición. Si el área de tienda requería ayuda, los guías también podíamos apoyar las labores de atención al cliente, la zona de la tienda y la entrada del museo.

La actividad fue realizada hasta el día 21 de diciembre de 2016, cumpliendo 96 horas de trabajo en 14 días.

3.6. Comparación entre la teoría y la práctica real del área donde se desarrolló la actividad

El museo “es una institución que con el paso del tiempo ha desarrollado formas particulares de comunicación y ha generado diversos conocimientos y estrategias para divulgarlos” (Botero, 2010, p. 7). La acción educativa dentro de un museo puede ser vista desde dos perspectivas: la comunicación y la producción de conocimiento. Dicho lo anterior, es importante resaltar que uno de los objetivos principales de los museos en esta época, es la *experiencia* como **fuentes de conocimiento** y como producto de la interacción entre el museo (sea cual sea su tipología) con el visitante. En su reflexión sobre la educación en museos, Repetto (2008) plantea: “La educación, en su sentido más amplio, es el servicio fundamental que un museo entrega al público, por tanto, nuestras instituciones deben comprometerse a fomentarla y colocarla como la principal de sus actividades” (p. 35).

En la década de los setenta, se da el surgimiento de los departamentos educativos dentro de algunos museos como una forma de responder a la presencia masiva de visitantes y a reflexionar sobre los servicios en torno a la educación que podrían brindar para el público. Cabe mencionar que para ese momento, la museología tradicional, que seguía lógicas en las que la mera contemplación del objeto servía para la instrucción de los públicos es irrumpida por la *nueva museología*, donde el museo pasó a ser un sistema abierto e interactivo que se centraba en la experiencia del visitante, para lo cual los departamentos de educación debían generar estrategias que fomentaran la experiencia en el público visitante.

Debido a este cambio, se plantean los servicios educativos como una de las formas en que los museos se acercan al público y buscan favorecer la comprensión por parte de los visitantes de los temas expuestos. Dentro de las estrategias educativas que ofrecen actualmente los museos: talleres, material pedagógico, seminarios, actividades en torno a los contenidos del museo, publicaciones impresas y digitales, actividades de inclusión de nuevos públicos o públicos en

condición de discapacidad, entre otras, voy a profundizar en las visitas guiadas, dada mi experiencia en el Museo Mexicano del Diseño.

Vacas y Bonilla (2011) definen las *visitas guiadas* como recorridos desarrollados con unos parámetros preestablecidos que, en la evolución del museo como fuente de conocimiento, han ido progresando de lo simplemente informativo a dinámicas que proponen un diálogo entre la exposición y el visitante. Estas visitas están a cargo de personas que se denominan guías, quienes acompañan al público en los recorridos propuestos desde curaduría, museografía o la misma área de educación.

Aunque según Aguilera (2007) y estando de acuerdo con ella- es difícil encontrar teoría o alguna investigación realizada y relacionada con el papel que tienen los guías en los museos y espacios de aprendizaje informal, la autora mexicana analiza la actividad como una *mediación*: “Se presentan como una figura integral de la comunicación del museo cuyo papel es interactuar y participar con los visitantes” (Aguilera, 2007, p. 11). Así pues, los guías o mediadores trabajan para influir en la relación entre el contenido y el conocimiento del visitante, además de su comportamiento y actitudes frente a la exposición.

En relación con las actividades de MUMEDI, conviene aclarar que el concepto de interacción con el visitante se relaciona más por la modernización de la última década del siglo XX, donde los museos empiezan a responder a la demanda de un público que cada vez dedica más tiempo al ocio y a la cultura. Además, se relaciona con la postura de Featherstone (1991) quien reconoce que los museos empiezan a venderse estratégicamente como mercancías y surge una industria del ocio que clama servir a un visitante-masa entendido como turista. Bajo esta perspectiva, el museo y por ende sus guías, atienden al público a partir del concepto de entretener y lo perciben como un receptor de información que a través de un proceso de escucha, observación y contemplación, alcanza sus objetivos de visita³¹. Con esta

³¹ Podría decirse que estas lógicas responden al paradigma de la museología tradicional e incluso a la pedagogía tradicional, donde la institución posee el conocimiento absoluto sobre los contenidos inmodificables y los expresa a través de transmisor de información.

experiencia pude evidenciar que el museo no reconoce quiénes son sus públicos, cuáles son los objetivos educativos de sus exposiciones, y se reduce a tener un programa de guías, quienes son dependientes de un área que se piensa desde una labor operativa de contratación de personal para cubrir las necesidades de las visitas guiadas, no tiene una planeación de estrategias educativas como talleres o producción de material pedagógico que apoyen la exposición.

3.7. Consideraciones finales

Como una consideración final y desde mi punto de vista como museóloga, es necesario que el Museo Mexicano del Diseño considere estructurar un plan museológico como herramienta para una redefinición institucional. Este debería girar en torno a su objetivo de ser un espacio de visibilización del diseño y el contexto en el que está inmerso.

Si bien no existe una fórmula universal que dicte cómo debe ser la educación en los museos o la estructuración de estas áreas, quisiera proponer la estructuración del área educativa enfocada a la experiencia de los públicos, donde se pueda fortalecer el *programa de guías*. Esto con el fin que los guías, más allá de una labor informativa, puedan ser los que potencien y *guíen* al visitante en la interpretación de las exposiciones del museo.

Conviene observar, también, que la continuidad de un equipo de trabajo es clave para la formulación de un proyecto educativo, el saber y experiencia que es adquirido por los guías en su tarea cotidiana al estar en contacto con el público es una fuente imprescindible e inagotable a la hora de la elaboración de nuevas exposiciones (Alderoqui, 2016). Bajo esta perspectiva, es importante que el área directiva de MUMEDI, Museo Mexicano del Diseño, empiece a pensar el Museo como un vehículo de conocimiento que potencialice el diseño en el país y despierte un mayor interés de parte del resto del mundo en el diseño mexicano, tanto el histórico como el contemporáneo, tal cual como lo plantean en sus objetivos.

Referencias

- Aguilera, P. (2007). *Los guías de los museos de ciencia como mediadores de la participación de los visitantes: el caso del Museo de la Luz [Tesis de maestría]*. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.
- Alderoqui, S. (2016). *El rol de los guías y el juego del diccionario [Video en línea]*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=uZsM77rAsak>
- Biografías y Vidas. (s.f.). *Manuel Tolsá*. Obtenido de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/tolsa.htm>
- Botero, N. (2010). *La relación museo-escuela, desde la perspectiva de la institución museística [Trabajo de investigación]*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Brands of the World. (s.f.). *Mumedi*. Obtenido de <https://www.brandsoftheworld.com/logo/mumedi-0>
- Bravo, I. (1995). La organización y gestión de museos. *Boletín de la ANABAD*. Tomo 14 (1), 177-194.
- CompuTrabajo. (s.f.). *Ofertas de trabajo de Museo Mexicano del Diseño*. Obtenido de Museo Mexicano del Diseño. MUMEDI: <https://www.computrabajo.com.mx/empresas/ofertas-de-trabajo-de-museo-mexicano-del-diseno-mumedi-B859AE1FDC793A6A>
- Dever, P., & Carrizosa, A. (2000). *Manual básico de montaje museográfico*. Bogotá, D.C.: Museo Nacional de Colombia.
- Edson, G. (2006). Gestión de los museos. En UNESCO, *Cómo administrar un museo: Manual práctico* (págs. 133-160). París: UNESCO.
- Erebo. (2007). *Revista Matiz*. Obtenido de <http://kolores.blogspot.com/2007/04/revista-matiz.html>

- Featherstone, M. (1991). *Cultura de consumo y postmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- García, R. (15 de diciembre de 2016). Comunicación personal. (A. Galvis, Entrevistador)
- Geni. (2017). *Francisco Javier de Mora y Luna, 1. conde de Guadalupe del Peñasco*. Obtenido de People: <https://www.geni.com/people/Francisco-Javier-de-Mora-y-Luna-1-conde-de-Guadalupe-del-Pe%C3%B1asco/6000000006757540055>
- Humor Sapiens. (s.f.). *Charles Schulz*. Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de Clasicos del humor: <http://humorsapiens.com/clasicos-del-humor/charles-schulz>
- López, E., & Alcaide, E. (2011). Los departamentos de educación de los museos siempre han sido lugares sin ventanas: una aproximación a su surgimiento y desarrollo. En M. Acaso, *Perspectivas: Situación actual de la educación en los museos de artes visuales* (págs. 13-30). Barcelona: Ariel, S.A.
- Repetto, L. (2008). La educación patrimonial como alternativa para el futuro de los museos. En M. d. Colombia, *Museos, educación y juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos CECA - ICOM* (págs. 35-42). Bogotá, D.C.: Ministerio de Cultura.
- Vacas, T., & Bonilla, E. (2011). *Museos y comunicación. Un tiempo de cambio*. Madrid: Dykinson, S.L.

4. ANEXOS.

Anexo 1. Documento técnico Estancia FOTOMUSEO - Museo Nacional de la Fotografía de Colombia.

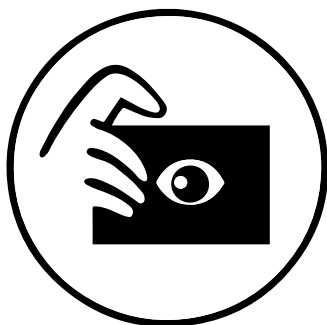
ANA MARÍA GALVIS GUERRERO

INFORME TÉCNICO

Componente Estancia

Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio
Universidad Nacional de Colombia

2017



FOTOMUSEO

MUSEO NACIONAL DE LA FOTOGRAFÍA DE COLOMBIA

**FOTOMUSEO
MUSEO NACIONAL DE LA
FOTOGRAFÍA DE COLOMBIA**

**Asesora institucional:
Gilma Suárez**

INTRODUCCIÓN

La estancia como componente del trabajo final establecido por la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia, propone que el estudiante pueda acercarse a una institución museal concreta y comprender su funcionamiento, estructura, organización y cultura organizacional para al final dar cuenta de una apreciación crítica acerca de su proyecto museológico.

A continuación, este documento recoge el informe técnico del proceso investigativo adelantado en el FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia durante el mes de agosto de 2017 bajo la asesoría de Gilma Suárez, directora de la entidad.

FICHA TÉCNICA

Nombre de la institución:

FOTOMUSEO - Museo Nacional de la Fotografía de Colombia

Dirección:

AV. Calle 19 No 3 - 50. Edificio Barichara. Torre A. Oficina 602.

Teléfonos:

4872880 - 2827615

Página web:

www.fotomuseo.org

Fecha de fundación:

18 de agosto de 1998

Nombre de la directora:

Gilma Suárez

Horario administrativo del museo:

Lunes a Viernes de 8:00 am a 6:00 pm

Tipo de institución:

Entidad sin ánimo de lucro

Entidad a la que pertenece el museo:

Entidad sin ánimo de lucro, FOTOMUSEO - MUSEO NACIONAL DE LA FOTOGRAFÍA DE COLOMBIA

1

RESEÑA HISTÓRICA DEL MUSEO

El 18 de agosto de 1998, se formaliza la fundación del **FOTOMUSEO** – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia, enmarcado en el contexto de la *Ley 397 de 1997* (Ley General de Cultura) que propone la difusión, el estímulo a la creación y la conservación del patrimonio nacional.

Con el objetivo de divulgar los más importantes valores de la fotografía en Colombia y el mundo, y buscando que las exhibiciones no fueran solo en las paredes de los museos y llegaran a una mayoría de ciudadanos, la entidad ideó como estrategia permanente sacar el museo a la calle para llegar de manera directa al público y extender su accesibilidad. De esta forma, el **FOTOMUSEO** diseñó unas estructuras modulares que pudieran transportarse alrededor de la ciudad, bajo las normas exigidas por el Taller Profesional del *Espacio Público* y del *Consejo Superior del Espacio Público* y su director en el momento, arquitecto Lorenzo Castro, y por el supervisor del primer contrato suscrito en el año 2000 con el IDCT, arquitecto Armando de la Torre.

Entre el año 1998 y 1999, bajo la supervisión y la posterior aprobación de las entidades antes mencionadas, la entidad procedió a la fabricación de 30 módulos de acero inoxidable, nivelables, desarmables y transportables dispuestos para la exposición de imágenes fotográficas.

Características estructurales de los módulos



- 1,10 (ancho) x 2,27 (alto)
- Hechos en acero inoxidable para que resistan a la intemperie.
- Vidrio templado de 6mm
- Espacio para ubicación de las fotografías de 1,10 x 1,02 metros. Las fotografías pueden ser ubicadas en la parte anterior y posterior de este espacio.
- Elipse en acero para difusión de empresas o entidades patrocinadoras de las exposiciones.

El 6 de agosto del año 2000, los módulos salieron a la calle por primera vez, iniciando la labor del FOTOMUSEO con la exposición **“Miradas a Bogotá”**, homenaje al cumpleaños de Bogotá, con la obra de diferentes reporteros gráficos de la prensa escrita colombiana: *Carlos Caicedo, Manuel H, León Darío Peláez, William Fernando Martínez, Henry Agudelo, Juan Alberto Castañeda, Carlos Vásquez*, entre otros.

Durante los siguientes años, el Museo siguió desarrollando exposiciones itinerantes de maestros de la fotografía nacional como Ruven Afanador y Carlos Duque e internacional como Robert Doisneau, Elliot Erwitt y Eugenio Recuenco, entre otros. Adicionalmente ha impulsado el talento joven con exposiciones como *5 Miradas*

Colombianas en Japón y *Jóvenes Talentos*, además de crear los dos eventos que en la actualidad estructuran sus actividades principales: FOTOMARATÓN y FOTOGRAFICA BOGOTÁ¹.

En el año 2006, la entidad presentó un proyecto al concejo de Bogotá en el que solicitaba que las actividades realizadas en el Museo fueran reconocidas como interés histórico, artístico, estético y simbólico del Distrito. Dado lo anterior, durante el periodo de alcaldía de Luis Eduardo Garzón (2004 - 2008), y bajo el *Acuerdo No.142 de 2006* del Concejo de Bogotá, el FOTOMUSEO – Museo Nacional de la fotografía de Colombia se declaró como *Bien de Interés Cultural* a nivel Distrital.

1 En el apartado de política de exposiciones se hará la descripción de los dos eventos.

2

DISCURSO MUSEOLÓGICO

**Objetivos, misión y
mandato del museo en el
pasado y presente**

Desde su fundación y durante los 17 años de actividades del FOTOMUSEO, la dirección general ha estado a cargo de Gilma Suárez Rivera, quién determinó que la misión que debía cumplir la entidad fuera transformar el concepto de museo, de un esquema cerrado y de impacto limitado, a un sistema ágil, abierto y democrático que pudieran visualizar millones de personas y cuya fuerza visual impidiera que fuera soslayado por el transeúnte. Por este motivo, se generó un objetivo general que respondería a la necesidad del mensaje a transmitir y de la identidad de la existencia como museo itinerante.

OBJETIVO GENERAL²

Recopilar, preservar, estimular y difundir en Colombia la memoria fotográfica, para promover el desarrollo y la consolidación de este lenguaje y los diversos saberes que de él se derivan.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Construir un archivo fotográfico que catalogue diversas preocupaciones y reflexiones de la fotografía a nivel nacional e internacional.
- Preservar el patrimonio fotográfico.
- Difundir y proliferar nuestra memoria visual.

2 Delgado, L. F. (2017). Documento fundacional del FOTOMUSEO - Museo Nacional de la Fotografía de Colombia. FOTOMUSEO, Bogotá.

- Propiciar un espacio de reconocimiento, exhibición y análisis de las obras concebidas por los artistas que exploran la fotografía y sus diversos énfasis.
- Generar procesos y entornos de formación y actualización que involucren a la sociedad en general, así como, a las personas interesadas y especializadas en el medio fotográfico.
- Involucrar a instituciones académicas, culturales y de otras índoles, estableciendo un diálogo continuo entre la teoría y la práctica fotográfica.
- Propiciar los mecanismos indicados para su transmisión a las comunidades.
- Apoyar la formación de públicos multiplicadores en Colombia para este tipo de expresiones artísticas.
- Contribuir al embellecimiento urbano.
- Revolucionar el concepto de museo transformándolo, de un esquema cerrado de edificios a los que concurre un número limitado de espectadores, en un sistema ágil, abierto, gratuito y popular.
- Contribuir con Bogotá en la consolidación de su destino de urbe cultural, comercial y financiera por definición.
- Otorgarles a sus calles, y a los transeúntes, las posibilidades de vivir una experiencia estética, que se traduce en primer lugar en un mejor entorno y, a su vez, en una forma de convivencia y

de acercamiento con el hecho cultural.

- Consolidar una propuesta única en Latinoamérica en lo que a difusión artística se refiere.
- Convertir las exposiciones itinerantes de fotografía en un símbolo de la ciudad, dándoles a sus calles y avenidas un sello característico y una identidad propia.
- Convertir las exposiciones itinerantes de fotografía en un símbolo de la ciudad, dándoles a sus calles y avenidas un sello característico y una identidad propia.

3

ORGANIGRAMA del museo



Gráfico 1. Organigrama del FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia.

La junta directiva de la entidad al año 2017 está conformada por:

Presidenta

Andrea Romero de Sanint

Presidente Honorario

Enrique Alberto de la Rosa Baena

Miembros

Celia Sredni de Bigbragher

Germán Rey

Pablo Gabriel Obregón Santo Domingo

Pablo Zuloaga

Rafael Santos Calderón

Ramiro Eduardo Osorio Fonseca

A continuación, se relacionan los perfiles y las funciones del equipo de trabajo del Museo³:

Gilma Suárez, fotógrafa profesional con más de 35 años de experiencia, a cargo de la **dirección general** del museo. Define los proyectos de la entidad y los planes estratégicos, gestiona y planifica los recursos financieros, así como las relaciones externas e institucionales. Debido a su experiencia, también comparte las labores de curaduría de las exposiciones y los eventos que se desarrollan.

Gabriela Vega Moreno, tecnóloga en Fotografía e Imagen Digital desarrolla la labor de **asistente de dirección**, apoya en la ejecución de los materiales inherentes a las exposiciones, investigación, apoyo a las actividades de producción, entre otros.

El sector administrativo del FOTOMUSEO está conformado por **Diana Patricia Niño Suárez**, tecnóloga en administración de empresas, quien cumple el cargo desde hace dos años de **asistente administrativa**, y se encarga de garantizar que el control interno y todas las actividades del Museo cumplan con la normativa legal.

Adicionalmente, **Edwin Hernández** y **Robinson Sepúlveda**, contadores públicos de profesión, vinculados al Museo hace aproximadamente 1 año y quienes cumplen las labores de **asesor contable** y **revisor fiscal** respectivamente. Estas dos figuras trabajan con la institución de manera temporal y exclusivamente para asegurar el buen desarrollo de sus objetivos y la vigilancia de los dineros aportados a la entidad.

3 Equipo de trabajo conformado en el 2017.

En lo relativo a la **investigación**, **Lou Delgado Maréchal**, gestora cultural de profesión, coordina y gestiona la búsqueda de nuevos contenidos de exposición, además de la extensa exploración de temas, artistas, lugares y teóricos para la Bienal Internacional de Fotografía Fotográfica Bogotá.

Por último, **Edgar Yesid Castiblanco León, coordinador de montaje**, quien ha estado durante 15 años vinculado a la entidad y es el encargado de velar por la calidad de la presentación de los módulos y sus contenidos fotográficos. Produce y monta las exposiciones en las estructuras metálicas y es el responsable de coordinar el transporte alrededor de la ciudad y/o el país.

Para proyectos especiales y para el montaje de cada exposición, se contrata puntualmente más personal calificado que se considere indispensable, para el área respectiva.

4

POLÍTICA de exposiciones

Durante 17 años el FOTOMUSEO ha contado con una política de exposiciones itinerantes y temporales para llegar a la mayor cantidad de población posible y cumplir su objetivo de difundir en Colombia la memoria fotográfica. Hasta la fecha ha desarrollado 34 exposiciones de artistas nacionales e internacionales, además de iniciativas y empresas diferentes. Las exhibiciones han sido mostradas en las estructuras modulares antes mencionadas, itinerando durante quince días en tres o cuatro zonas públicas de Bogotá. Entre los espacios más representativos en dónde han estado las exposiciones se encuentran: La zona T, la plazoleta de las Nieves, el Portal de la 80 de Transmilenio y la Plazoleta de la Mariposa en el barrio San Victorino, entre otros. Las exposiciones también han sido llevadas a otras ciudades de Colombia, como Cartagena, Medellín, Cali y Bucaramanga.

A continuación una breve descripción de cada una de las exposiciones:

2000

Miradas a Bogotá

Inaugurada el 6 de agosto de 2000. En esta exposición la gran mayoría de reporteros gráficos de toda la prensa escrita de la ciudad como Carlos Caicedo, Manuel H, León Darío Peláez, William Fernando Martínez, Henry Agudelo, Juan Alberto Castañeda y Carlos Vásquez entre otros, le rindieron homenaje a Bogotá en su cumpleaños.

Homenaje: Abdú Eljaiek

Tributo al maestro Abdú Eljaiek, quien junto con el maestro Hernán Díaz, Nereo López y Leo Matiz, integra ese grupo que en los años 60 irrumpió en el panorama nacional para mostrar que la fotografía es sin lugar a dudas una parte integral de las bellas artes.

2001

Marta y la Otra

Presentación de la artista Marta María Pérez Bravo (Habana, 1959), fotógrafa cubana residiada en México desde hace un largo tiempo, con quien el FOTOMUSEO inicia sus muestras internacionales.

Homenaje: Carlos Caicedo

Reconocimiento a la obra del maestro de la reportería gráfica del siglo XX, Carlos Caicedo, un verdadero maestro.

2002

Jóvenes Talentos I

La exposición Jóvenes Talentos, realizada en los meses de octubre y noviembre de 2002, recogió y mostró el trabajo que realizaron los nuevos egresados de las universidades de arte y comunicación de todo el país.

Ruven Afanador

Durante los meses de marzo y abril del año 2002, se realizó la exposición que mostraba el trabajo de Ruven Afanador, colombiano radicado en Nueva York, reconocido internacionalmente como uno de los mejores fotógrafos de moda. Esta exposición se exhibió el mismo año en Medellín.

La virgen de los sicarios

Exposición de las imágenes de la foto fija de la película La Virgen de los Sicarios, dirigida por el francés Barbet Schroeder.

2003

Robert Doisneau

Muestra del trabajo del fotógrafo de las calles de París, Robert Doisneau. Su obra hace parte del patrimonio de la humanidad desde la segunda mitad del siglo XX. La exhibición tuvo lugar en Bogotá durante el año 2003.

Las fotos del paraíso

Muestra de la obra de la fotógrafa Morgana Vargas Llosa, quien capturó con singularidad agudeza el temperamento del gran maestro Mario Vargas Llosa mientras escribía *El Paraíso*.

Martin Chambi

Exposición de la obra de Martín Chambi, primer fotógrafo indígena de América Latina que retrata a su pueblo con altivez y dignidad.

2004

Fotografía Contemporánea

Agrupación de los trabajos fotográficos de Margarita Mejía, María Isabel Rueda, Patricia Bravo y Rosario López.

Constantino Castelblanco

Presentación de la obra *Llano Llanero* del fotógrafo Constantino Castelblanco, desarrollada a partir de su residencia en los llanos orientales de Colombia.

Sebastiao Salgado

Muestra de la serie *Éxodos* del fotógrafo brasilero Sebastiao Salgado, que retrata la vida de millones de refugiados y desposeídos de 39 países como una forma de denunciar y sensibilizar sobre esta tragedia que nos carcome.

2 miradas reporteras

Exposición de la obra de los fotógrafos colombianos Henry Agudelo Cano y León Darío Peláez Sánchez.

Eugéne Courret

Gracias a la Embajada de Perú en Colombia, se logró exhibir en Bogotá el archivo del fotógrafo Francés Eugéne Courret.

2005

Carlos Duque

Presentación de la obra del fotógrafo de retrato Carlos Duque, quien exhibe fotografías de los personajes que son protagonistas de la historia contemporánea colombiana. Desde el Presidente de la República, Álvaro Uribe Vélez, pasando por los periodistas Enrique Santos y Alejandro Santos, hasta los más importantes nombres del arte y la literatura como William Ospina.

2006

Elliot Erwitt

Presentación del fotógrafo francés Elliot Erwitt. La obra de este artista es la primera de MAGNUM que el FOTOMUSEO presentó.

Nuevos nombres – Fotomoda

Segunda versión de Jóvenes Talentos: FotoModa tuvo como objetivo impulsar nuevos nombres, reconociendo en la fotografía de moda un medio de expresión y de supervivencia.

Momentos del mundial

Exposición que contaba la historia del mundial de fútbol a través de 58 imágenes captadas por reporteros gráficos internacionales.

2007

Bogotá a todo Pulmón

A través de las fotografías de los reporteros gráficos colombianos Henry Agudelo, Jesús Abad Colorado y León Darío Peláez, el FOTOMUSEO exhibió imágenes de las CicloRutas de la ciudad de Bogotá.

2008

5 miradas colombianas en Japón

Dentro del marco de la celebración del centenario de las relaciones bilaterales entre Colombia y Japón, en la Shaddai Gallery de la Universidad Politécnica de Artes de Tokio, se presentaron las obras fotográficas de Adriana Duque, Carlos Duque, Fernando Cano Busquets, Luis Morales y Sergio Barstelman.

Paraíso Travel

Exposición de las imágenes de la foto fija de la película Paraíso Travel, dirigida por el colombiano Simón Brand.

2009

La ruta de la navidad

Exposición que dio cuenta de la ruta de las luces que hacen ciudadanos de Bogotá y sus visitantes en la época de Diciembre.

2010

Eugenio Recuenco

Muestra del trabajo del fotógrafo español Eugenio Recuenco, heredero natural del espíritu de los grandes maestros de la pintura clásica española, como Goya, El Greco y, sobre todo Zurbarán.

2013

El otro soy yo

La Unidad de Gestión Pensional y Parafiscales, entidad adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, se presentó ante la ciudadanía con el proyecto cultural “EL OTRO SOY YO”, a través de la muestra fotográfica en los módulos del FOTOMUSEO. Esta exposición estuvo presente Bogotá, Medellín y Cali.

Memorias de la reparación

Como un paso más en ese camino de la reparación transformadora, la Unidad para las Víctimas y el FOTOMUSEO presentaron la exposición ‘Memorias de la Reparación’, que a través de una serie fotográfica dio cuenta de las actividades que el gobierno nacional realiza a diario para reparar las vidas de las víctimas del Conflicto Armado y aportar a la construcción de un país justo.

Desde el 2001, la entidad vio la necesidad de hacer partícipe al público colombiano en actividades que giraran en torno a la fotografía. Así fue como nació la **FOTOMARATÓN**: Concurso bienal realizado para fotógrafos profesionales y aficionados, amantes de la fotografía en el que son convocados por dos días para registrar, bajo una temática diferente en cada versión, un testimonio visual de la Bogotá de este siglo. El concurso concede 2 premios por cada

categoría y un premio especial del público. Las fotografías ganadoras de la **FOTOMARATÓN** y las mejores imágenes en todas las categorías son publicadas en un catálogo, publicación que a su vez es considerado como memoria del evento y participan **LAS MEJORES IMÁGENES DE LA FOTOMARATÓN**, muestra de 58 fotografías expuestas durante 45 días en los módulos itinerantes de la entidad, en el espacio público de la ciudad.

En todas sus versiones, el concurso tiene un jurado integrado por relevantes personalidades de la cultura, el arte y la fotografía nacional. Hasta la fecha, el concurso ha tenido 7 versiones:

FOTOMARATÓN 2001: *Echándole ojo a Bogotá*

FOTOMARATÓN 2003: *Ojo con la ciudad*

FOTOMARATÓN 2006: *La Bogotá de todos*

FOTOMARATÓN 2008: *Retratos de Bogotá*

FOTOMARATÓN 2012: *Por eso me gustas, Bogotá*

FOTOMARATÓN 2014: *Oxigena tu imagen, Bogotá*

FOTOMARATÓN 2016: *Tus ojos sobre Bogotá*

En el 2005, al cumplir cinco años de actividades, el **FOTOMUSEO** organizó **FOTOGRAFICA BOGOTÁ**, evento bienal que en cada versión tiene una temática fotográfica diferente, además de una región o un país invitado de honor, responsable de la exposición principal del año en el que esté en curso la edición.

El evento se estructura en diferentes ejes, siendo el principal las exposiciones de fotografía organizadas en toda la ciudad:

- **Exposiciones fotográficas:** Tras la creación de la Bienal, el museo diversifica su política de exposiciones, agregando exposiciones temporales en diferentes museos y galerías de arte de la ciudad. Bajo la temática de la Bienal se investigan los artistas nacionales e internacionales que se invitarán para exponer y se estructuran los ejes temáticos. Esta gestión se logra a través de vínculos institucionales con otros espacios museales o préstamos con espacios culturales y galerías de arte. Algunos de los espacios que han estado vinculados durante los 12 años de la Bienal son: Museo de Arte Moderno de Bogotá, Museo de Bogotá, Museo de Artes Visuales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Museo de arte del Banco de la República, Biblioteca Nacional, Archivo de Bogotá, Cero Galería, Galería Santa Fé, Galería ASAB, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Fundación Gilberto Alzate Avendaño, Centro Cultural Gabriel García Márquez, Alonso Garcés Galería, entre otros.

- **Encuentro Teórico:** Este es un espacio creado para que teóricos, artistas y pensadores de la fotografía a nivel mundial pudieran transmitir sus ideas al público especializado y aficionado de la fotografía. Se estructura como una semana de conferencias y charlas en torno a la temática de la Bienal, en dónde han estado personajes como: Joan Fontcuberta (España), Joel Peter Witkin (Estados Unidos), Gerardo Mosquera (España), Marta Gili (España), David Rieff (Estados Unidos), Susan Meiselas (Estados Unidos), Jesús Abad Colorado (Colombia) y Alejandro Burgos (Colombia), entre otros.

- **Ciclo de Cine:** Pensando que este espacio para la reflexión de la fotografía se da cada dos años, y visualizando que la fotografía como práctica artística se entrecruza y converge con diversas disciplinas simultáneamente, el certamen se fortalece con un ciclo de cine, que se presenta como una reflexión profunda sobre lo fotográfico, la

fotografía como forma de pensamiento y construcción de imaginarios y memorias, como práctica artística y herramienta de la comunicación.

• **Talleres y Visitas guiadas:** Aunque el Museo no cuenta con un área educativa, en la Bienal se desarrollan talleres que han venido ofertándose en las diferentes universidades que apoyan el evento por parte de los artistas internacionales que visitan el país en la semana del evento. Esto permite un mayor conocimiento y una mirada más abierta de los estudiantes de arte y comunicación, a partir de los planteamientos y posturas de los artistas invitados. Además, plantea visitas guiadas por parte de los artistas en cada una de sus exposiciones.

Hasta la fecha la Bienal ha tenido las siguientes versiones:

Año	Temática	País invitado de honor
2005	<i>Documento + Ficción</i>	Brasil
2007	<i>Desbordando la objetividad</i>	España
2009	<i>Laberintos del rostro, paisajes de la conciencia</i>	Francia
2011	<i>Testimonio y visión -Más allá de la reportería</i>	México
2013	<i>Panorama del paisaje</i>	Países Nórdicos
2015	<i>Fotografía Construida</i>	Alemania
2017	<i>Territorios</i>	Francia

5

EXPOSICIÓN PERMANENTE

Colecciones y contenidos

menos una de sus obras para la colección.

A la fecha, existen los registros de actas de donación de cada una de las obras que tiene el Museo en la colección, sin embargo, no hay inventario o documentación que reconozca la totalidad de las piezas, pero se puede estimar que haya entre 800 y 1038 piezas⁴. El almacenamiento de la colección se hace dentro de la sede administrativa, en un espacio que esté protegido contra la luz



Imagen 3, 4 y 5. Almacenamiento de la colección.

4 Delgado Maréchal, L. comunicación personal, 18 de agosto de 2017.

6

EDIFICIO y equipamiento

Desde su misión y su objetivo fundacional, el museo se planteó como una entidad que saldría a la calle con exposiciones itinerantes al encuentro de los transeúntes de la ciudad. Así pues, la primera sede que hubo para la dirección y ejecución de los proyectos de la entidad fue instalada en el año 1999 en una oficina administrativa en el barrio la Macarena, Carrera 6 # 28 - 47 Edificio Antares. Después de diez años la oficina se trasladó al edificio Barichara, Calle 19 # 03 – 50, sede actual de la entidad.

El espacio consta de un lugar de recepción, en donde se ubica la asistente administrativa y dos escritorios con computadores para uso de proyectos especiales. Una oficina para la persona de investigación y un centro de documentación que cuenta con todas las publicaciones hechas por el Museo. Una tercera oficina en dónde se encuentra la dirección general, un cuarto designado para albergar la colección, una cocina y 3 baños.



Imagen 6. Oficina actual del Museo.

En cuanto a equipamiento, el museo cuenta con los módulos ya antes descritos, albergados en una bodega rentada al sur de la ciudad. En esta bodega, el coordinador hace el montaje de las exposiciones que

salen a la calle en las estructuras.

7

PÚBLICOS
del museo

La entidad estima que en el momento en que los módulos se ubican en el espacio público, entre 1.500.000 de transeúntes y visitantes⁵ visualizan las exposiciones. Dependiendo de cada tipo de evento, se ha logrado involucrar y beneficiar al ciudadano común, empresarios, pensadores y teóricos del arte, reporteros gráficos y estudiosos de las comunicaciones, y sobre todo a instituciones académicas de diferentes niveles de formación.

De igual manera, la entidad reconoce como público a los fotógrafos colombianos (profesionales y jóvenes) pues a través de la exposición de su trabajo se hace un reconocimiento a su labor, haciéndolos partícipes de compartir las calles colombianas con maestros de la fotografía internacional.

Es importante destacar que las actividades del FOTOMUSEO trascienden nacional e internacionalmente:

- En sus módulos itinerantes se presentan artistas de la fotografía de todo el país, y destacados maestros internacionales.
- En la **FOTOMARATON** participan fotógrafos profesionales y aficionados de diversas regiones de Colombia. En su última versión, año 2016, participaron 708 personas en categoría aficionado y 324 en profesional.

5 Esta cifra es aproximada al cálculo de la población flotante, de acuerdo a las localidades donde las exposiciones se ubican (Engativá, Santa Fé, Chapinero). Sin embargo, el Museo no cuenta con un sistema de medición exacta de sus públicos.

- En **FOTOGRAFICA BOGOTÁ** igualmente participan fotógrafos invitados de todas las regiones del país quienes exponen junto a artistas de diferentes países del mundo. En el año 2017, última versión, expusieron su obra 66 artistas internacionales y 62 artistas colombianos.

8

GESTIÓN de recursos y financiación

El **FOTOMUSEO** no ejecuta un plan estratégico anual de gestión financiera debido a que realiza la concepción y la ejecución de los recursos de financiación dependiendo el proyecto el cual esté en año de vigencia⁶. Para la Bienal Internacional **FOTOGRAFICA** se buscan recursos financieros con la empresa privada, las entidades gubernamentales que se ocupan del apoyo a la cultura como el Ministerio de Cultura y la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte del Distrito, a las diferentes embajadas de donde provienen los artistas participantes, las universidades, los museos, galerías y centros de fotografía. Los recursos que se buscan no siempre son económicos, la entidad recibe financiación en especie y en talento humano. Para el concurso **FOTOMARATÓN**, los recursos se gestionan a través de entidades gubernamentales, empresa privadas, medios de comunicación y universidades.

Los proyectos tienen presupuestos aproximados entre 800 y 1000 millones de pesos anuales⁷, en el que se cubren los gastos administrativos como honorarios, gastos en servicios y el funcionamiento general de la entidad, así como en el desarrollo de todos los puntos en que se incurre para llevar a cabo una presentación importante e indispensable para la ciudadanía colombiana.

Se llevan además registros contables de todos los recursos que se obtienen y de la forma como se ejecutan a lo largo de las diferentes etapas de los proyectos, entregando a las instituciones y/o entidades, un informe de gestión detallado en el que se describe el uso de los

6 Debido a que los eventos de la entidad – FOTOGRAFICA BOGOTÁ y FOTOMARATÓN- son bianuales, la financiación anual de la entidad se basa en el proyecto que esté vigente.

7 Esta cifra fue un promedio obtenido del estudio de los presupuestos de los eventos de los últimos cinco años: Fotomaratón 2012 y 2014, Fotográfica Bogotá 2013, 2015 y 2017.

recursos financieros y en especie que han aportado.

9

MARKETING y comunicaciones

El nombre **FOTOMUSEO** fue dado por la directora de la entidad Gilma Suárez, quien en el año 1998 pensó en crear una marca que fuera recordada por los colombianos y en el exterior.



FOTOMUSEO
MUSEO NACIONAL DE LA FOTOGRAFÍA DE COLOMBIA

La identidad visual fue diseñada en el año 2000 por el diseñador gráfico y fotógrafo vallecaucano Carlos Duque, logo que ha perdurado durante 17 años.

En materia de estrategias de difusión, el Museo cuenta con una página web⁸ que contiene su información histórica y general, información de todas las exposiciones, eventos y las investigaciones que se han hecho. Entre el 16 de junio y el 16 de agosto del 2017, la página fue visitada 623 veces⁹, contando con un promedio de 530 visitas mensuales.

La entidad cuenta con cuatro redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. Se crearon con el fin de tener un canal de comunicación más directo y personal con el público acerca de las actividades generadas por el museo:

Facebook: 27.258 personas a las que les gusta la página

Twitter: 4.583 seguidores

Youtube: 93 suscriptores y 11,308 reproducciones

8 www.fotomuseo.org

9 Información recuperada el 18 de agosto de 2017

Instagram que se creó recientemente con 482 seguidores¹⁰

En cada exposición se produce material gráfico que se utiliza como estrategia de promoción: afiches, brochure, tarjetas de invitación distribuidos por un equipo contratado por el Museo para los eventos, en universidades, centros de fotografía, restaurantes y a los transeúntes de la ciudad.

Igualmente, en todas las exposiciones que ha tenido el FOTOMUSEO se ha generado un catálogo que recoge el tema de la exposición y las fotografías presentadas. En el caso de la Bienal **FOTOGRAFICA BOGOTÁ**, la entidad diseña un libro que muestra las memorias de las exposiciones, sus ejes temáticos, los textos curatoriales de cada eje, los textos de las obras de los artistas invitados, las fotografías, además de las conferencias dadas en la semana del encuentro teórico, conformando una publicación que sirve como herramienta de investigación y documentación dentro del ámbito fotográfico.

Estos catálogos/libros, siendo los únicos productos que el Museo vende como estrategia de marketing para generar recursos adicionales, se encuentran en la página web y están a la venta en las oficinas de la entidad.

10 Información recuperada el 19 de agosto de 2017

10

CONSIDERACIONES finales

El FOTOMUSEO – Museo Nacional de la Fotografía de Colombia está atravesando por un momento coyuntural en su historia: la junta directiva y la dirección de la entidad decidieron la construcción de una sede para lograr la estructuración de la colección existente y dar pie a un programa institucional de forma permanente, donde la población colombiana pudiera tener acceso a la memoria fotográfica y así mismo promover la investigación y el desarrollo temático que de la fotografía se deriva.

Para este nuevo proceso que enfrenta se requiere evaluar las operaciones y procedimientos que en la actualidad han sido el plan de trabajo de la entidad, y poner en consideración las siguientes reflexiones:

Como primera medida, la entidad y su administración debe ser consciente que al cambiar la misión con la que inició el proyecto, los objetivos y la identidad de la existencia como museo tendrán que cambiar. La estructuración de un nuevo plan museológico debe incluir la redefinición de la institución, el planteamiento y el mensaje a transmitir, la definición de sus públicos, la estructuración de un nuevo programa de colecciones, una planeación estratégica y un programa de difusión y comunicaciones para lograr exponer su nueva metodología. La formulación de los nuevos objetivos y la estructuración exige la conformación de un grupo de trabajo en el que haya una amplia participación de profesionales procedentes de diferentes ámbitos como museología, diseño industrial y gráfico,

arquitectura, conservación, museografía, profesional en públicos, educación, comunicación o publicidad y economía o formulación estratégica¹¹.

Definición de la institución:

Si bien durante 17 años la entidad tuvo la misión de transformar el concepto de museo de un espacio cerrado, a un espacio abierto y ágil; con la construcción de la sede es deseable replantear el propósito global del museo, establecer la singularidad de la propuesta de espacio en la que se van a desarrollar las nuevas actividades de la entidad y detallar la nueva misión, que precisamente será el nuevo mensaje a transmitir por parte de la institución y su nueva manera de mostrarse al público.

Definición de públicos:

Aun cuando la entidad quiere llegar a la mayoría de habitantes de la ciudad, en esta nueva etapa es necesario elaborar una consulta con un público objetivo (se pueden elegir dentro de una mesa de trabajo a personas de las bases de datos participantes de los eventos como **FOTOGRAFICA BOGOTÁ** o **FOTOMARATÓN**) que no solo visualizará el público potencial de la estructuración de la entidad, sino que dará cuenta de beneficios concretos para las diferentes áreas de la gestión museológica, en aspectos como el programa de comunicación, o la estructuración de un programa/área de educación.

Programa de colecciones:

Como tercer punto a tratar, es importante que el **FOTOMUSEO** haga

11 Este es un ejemplo de grupo de trabajo para lograr la estructuración de un plan museológico propuesta desde mi formación en la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio.

el registro y la documentación de la colección que posee. Para la organización de un programa de colecciones es vital considerar la documentación, conservación e investigación de la colección.

Como proceso de documentación es necesario recuperar las actas de donación de cada una de las obras. De estos documentos se podrá extraer el autor, el título, la fecha de realización, la técnica y el avalúo. Además, con respecto a la pieza, se debe documentar su estado y el tratamiento de conservación que debe tener.

Como apoyo para la ejecución de procesos de inventario, registro y catalogación de la colección se recomiendan los softwares Past Perfect Museum, Unique Collection o Colecciones Colombianas. Este último es gratuito y fue creado en el 2004 por el Museo Nacional, entidad que ofrece capacitaciones para los museos colombianos que deseen obtenerlo.

Además, es necesario identificar y clasificar los riesgos que puede correr la colección como fuerzas físicas, choques, abrasión, robo, vandalismo, fuego, agua o plagas en el papel fotográfico. Este proceso le dará a la entidad parámetros de conservación preventiva para el lugar donde se albergue la colección dentro de la nueva sede. Asimismo, la investigación de la colección existente será útil para el desarrollo de los contenidos del Museo.

Estructuración interna del Museo:

Es necesario que la entidad pueda consolidar un equipo de trabajo que de manera continua pueda cumplir con los procesos que benefician la entidad. La dirección podría considerar delegar ciertas funciones a profesionales especializados en áreas como Museología, Educación, Curaduría y Comunicación que trabajen transversalmente

a los objetivos del museo. Este trabajo multidisciplinar podría generar ideas que converjan en la nueva misión y en la creación de nuevos programas y proyectos para el museo.

Planeación estratégica:

En cuanto a la planeación estratégica, se debería considerar hacer un presupuesto anual como herramienta de gestión y como documento de planificación. Hacer un cálculo anual anticipado, que no funcione solamente para la gestión y consecución de estímulos puede ser aprovechado más que como un ejercicio que debe los ingresos y los gastos, como un instrumento para la planificación de las actividades del museo y la propuesta de nuevos proyectos, además de la visualización de ingresos de fuentes diversas (subvenciones del Estado, convocatorias y estímulos del gobierno, donaciones y mecenazgo).

Programa de comunicación:

Cómo último punto a tratar, la entidad puede aprovechar el momento coyuntural para incluso repensar la manera en cómo se muestra al público en términos gráficos y de comunicación. Para esta labor es necesario que se defina de nuevo la identidad corporativa, que es entendida o definida por el Museo Nacional de Colombia (2013) como los aspectos visuales que le darán un estilo y concepto propio, organización y personalidad al museo.

Así pues, es necesario realizar un manual de identidad en el que se busque unificar el concepto gráfico del museo para todas sus actividades y proyectos. Esto quiere decir que tanto la tipografía, los colores y las imágenes utilizadas serán uniformes y constantes en los proyectos especiales como **FOTOMARATÓN** o **FOTOGRAFICA BOGOTÁ**, o en los proyectos nuevos que genere el museo.

Referencias

Congreso de la República de Colombia. (1982). Ley 23 de 28 de enero de 1982. [Sobre derechos de autor]. Bogotá, D.C., Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 397 del 7 de agosto de 1997. Diario Oficial 43.102. [Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura ...]. Bogotá, D.C., Colombia.

Delgado, L. (18 de Agosto de 2017). Comunicación personal. (A. Galvis, Entrevistador)

Delgado, L. (2017). Documento fundacional del FOTOMUSEO - Museo Nacional de la Fotografía de Colombia. Bogotá, D.C.: FOTOMUSEO.

FOTOMUSEO. (s.f.a). Miradas a Bogotá. Obtenido de Exposiciones Itinerantes: <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/miradas-a-bogota/>

FOTOMUSEO. (s.f.b). Homenaje Abdú Eljaiek. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/homenaje-abdu-eljaiek/>

FOTOMUSEO. (s.f.c). La virgen de los sicarios. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/la-virgen-de-los-sicarios/>

FOTOMUSEO. (s.f.d). Carlos Duque. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/carlos-duque/>

FOTOMUSEO. (s.f.e). 5 Miradas colombianas en Japón. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/5-miradas-colombianas-en-japon/>

FOTOMUSEO. (s.f.f). Paraíso Travel. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/paraiso-travel/>

FOTOMUSEO. (s.f.g). El otro soy yo. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/el-otro-soy-yo/>

FOTOMUSEO. (s.f.h). Memorias de la reparación. Obtenido de <http://www.fotomuseo.org/exposicionesitinerantes/memorias-de-la-reparacion/>

Museo Nacional de Colombia. (2013). Manual de Gestión y Competitividad para los Museos Colombianos. Bogotá, D.C.: Programa de Fortalecimiento de Museos.

