



YUCUNET

Colección de guías docentes

La mediación en los museos

Rafael Alfonso Pérez y Pérez

Museo de Arte Contemporáneo Ateneo de Yucatán

rapperez03@yahoo.com.mx



Resumen

La importancia del presente texto radica en la finalidad de entender el término de “mediación”, así como en la posibilidad de proporcionar datos y elementos que apoye a la actividad de estudiar, interpretar y transmitir el valor de la cultura, material o inmaterial. Todo ello con la finalidad de contribuir a que a los museos puedan difundir el valor de sus colecciones, bienes o el patrimonio en su custodia para un público amplio, plural, diverso e inclusivo, cerrando la brecha existente entre el conocimiento y el individuo; para lo cual uno de los elementos fundamentales son los bienes museables (entendidos como dispositivos que se exhiben o se presentan), es el establecer narrativas y, a partir de ello, crear con los visitantes “experiencias significativas” que provoquen el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos. Se trata de una herramienta educativa, su campo de acción abarca campos como la curaduría, la museografía, la edición de textos, etc.

Abstract

The importance of this text lies in the purpose of understanding the term "mediation", as well as in the possibility of providing data and elements that support the activity of studying, interpreting and transmitting the value of culture, material or immaterial, supporting museums to disseminate the value of their collections, assets or heritage in their custody to a broad, plural, diverse and inclusive public, closing the gap between knowledge and the individual; for which one of the fundamental elements is the museum assets (understood as devices that are exhibited or presented), is to establish narratives and, from this, create with visitors “significant experiences” that provoke enjoyment, reflection and knowledge sharing. It is an educational tool, its field of action covers fields such as curatorship, museography, text editing, etc.

Hablar de mediación.

**Educar la mente sin educar el corazón, no es educar en absoluto.
Aristóteles.**

La labor de mediación está estrechamente ligada a muchas de las actividades que se señalan en la definición de museo aprobada en la Asamblea General Extraordinaria del ICOM (Consejo Internacional de Museos) que, desde las proporcionadas en los años 1969 y 1979, ya se incluía la labor educativa del museo, la cual está también presente en la definición actual redactada el 24 de agosto de 2022 en la Asamblea General Extraordinaria de dicha institución:

“Un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.”

No obstante los diversos cambios que se han dado en los conceptos que involucran la actividad museística contemporánea, aún no se ha llegado a un consenso sobre lo referente a la “mediación”, ya que hasta la fecha se sigue considerando como un instrumento para la solución de problemas referentes al patrimonio, tomando como base la definición del diccionario que la define como: “Procedimiento del derecho internacional y del derecho laboral que propone una solución las partes en litigio, sin imponérsela”¹. Asimismo, se considera al “mediador” como “que media en una discusión o pelea entre varias personas para reconciliarlas o en un asunto para solucionarlo”².

A través de los años se han replanteado algunos conceptos en los museos, como el concepto tradicional de los guías: personas que puedan darnos datos únicos sobre las obras expuestas, para reconocer esta labor con otro término: mediador; el cual alude a un sistema de interlocución más amplio para la transmisión de conocimientos de un individuo a otro.

Uno de los referentes más revolucionarios es el concepto educativo propuesto por John Cotton Dana (1856 – 1929, U.S.A.), el fundador del Museo de Newark en Estados Unidos de

¹ El Pequeño Larousse ilustrado (México: Larousse., S.A. de C.V, 2015), 660.

² Remitimos a la nota anterior.

Norte América en 1909, quien lo dirigió hasta su muerte. Para John Cotton los objetos eran fuentes de información similar a los libros, por lo cual debían estar a disposición del público en todas sus formas; además de proponer que éstos ampliaran su horizonte, renombrándolos como “institutos de instrucción visual”, así como el apoyar la labor formativa de los centros escolares.

Es así como “la museología crítica plantea la posibilidad de considerar la educación en los museos como una práctica articulada, y propone caminos para que los educadores de museo encuentren vías de diálogo, aún en instituciones con prácticas educativas tradicionales. En sus investigaciones, se insiste en la necesidad de profesionalizar la actividad de los educadores de museos y en dejar atrás las imágenes del guía como trabajador artesanal y vocacional que solo puede aprender su labor en la práctica, a partir de las vivencias en las salas de los museos. Para esta línea de la museología, el trabajo del educador de museo no puede reducirse a ser un mero espectador o reproductor de la información “autorizada”, sino que tiene que tender hacia el “comisariado educativo” de las exposiciones”³.

Considerando lo anterior, es importante destacar la labor del mediador dentro del comisariado educativo (curaduría educativa), en la cual se reconoce la labor de estos profesionales de la educación museal (mediadores) a través de su inclusión en los procesos y desarrollo, diseño y conceptualización del discurso expositivo para la conformación de los guiones, lecturas e interpretaciones, para concebir los programas expositivos de los museos y centros de difusión de la cultura y el arte, la cual además es una buena práctica de integración museal.

El objetivo del comisariado educativo hay que considerarlo como parte fundamental de los procesos de montaje de los contenidos, ya que su misión está en comprobar si las exposiciones están construidas desde una perspectiva pedagógica y pueden proporcionar al visitante experiencias significativas, tanto en el campo de conocimiento (aprendizaje) como en el subjetivo (emocional).

Si bien en las prácticas tradicionales de las instituciones museales las área de curaduría y de mediación (educativa) trabajaban de forma independiente y en ocasiones poco coordinadas, ya que la organización de una exposición o evento suponía una delimitación muy marcada de las funciones de cada una, así como el poco involucramiento del trabajo de una en la

³Silvia Alderoqui y Constanza Pedresoli,. La educación en los museos, De los objetos a los visitantes. (Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós SAICF, 2011), 26.

otra; la actividad actual obliga a que estas fronteras erigidas como muros infranqueables sean transformadas, y así, replantear la relación como la forma de entender la educación dentro de ellas. Entre los cambios estructurales y metodológicos que se pueden proponer para que esta relación sea cordial y colaborativa se plantea lo siguiente:

- La colaboración entre las áreas (interdepartamental) desde el inicio o en el desarrollo de la idea (exposición) hasta su presentación al público.
- El cambio de denominación de los departamentos curatoriales y educativos por áreas de mediación.
- La introducción de comisarias en los departamentos de mediación con proyectos específicos en la creación de muestras temporales donde la finalidad central sea la labor de difusión.
- La generación de equipos mixtos de trabajo (interdisciplinario).

Es importante destacar que ello se incluye dentro de los instrumentos para la transmisión de la información como los impresos, las guías de sala (así como las llamadas audioguías) y los textos explicativos. Estos instrumentos, que sin duda alguna se tratan en la actualidad de dispositivos pasivos entre el espectador y el personal, es uno de los más utilizados dentro de la expografía o la museografía tradicional. Sin embargo, es un referente básico de la planeación del proceso de mediación en la cual se puede replantear la actividad a través de la inclusión de elementos iconográficos y recursos de búsqueda vía electrónica como los llamados códigos QR, lo cual apoyará a que la difusión del aprendizajes sea multidireccional.

Sin embargo, el concepto tradicional de un recorrido considera a la persona como guía de sala, y:

“se refiere a los educadores de museo como engranajes del sistema interpretativo del museo y a la visita guiada como lugar de negociación de los contenidos del museo con los visitantes. Es el área desde la que se pueden propiciar programas de investigación-acción y reflexión de las observaciones cotidianas para su posterior transformación en insumos para el diseño expositivo, la redacción de textos, etc”⁴.

Por lo cual es pertinente mencionar que algunos educadores dentro del museo (encargados del recorrido o la visita) se consideran como guías, y su función consiste en la transmisión del conocimiento de los bienes museales desde una posición fija en la cual no da cabida al diálogo circular con el visitante o el espectador.

⁴Remitimos a la nota anterior, 31.

La finalidad de la mediación radica, entre otras cosas, en descifrar de la cultura, material o inmaterial, apoyando a los museos a interpretar sus colecciones para un público, cerrando la brecha existente entre el conocimiento y el individuo; para lo cual uno de los elementos fundamentales son los bienes (entendidos como elementos que se exhiben), y establecer narrativas y a partir de ello crear con los visitantes “experiencias significativas”.

Desde el punto de vista etimológico la mediación proviene de la palabra medio, utilizada para diferentes expresiones y contextos. En la cultura, el concepto “mediación” se utiliza para el análisis de formas de difusión de ideas y productos culturales, es decir, las actividades relacionadas con la comunicación masiva o la atención del museo al público. El término se empleó por primera vez en Canadá en el año 2000, para definir la estrategia de actividad cultural dirigida al intercambio del conocimiento entre personas con relación a los objetos museísticos. También es importante destacar que, se puede relacionar con algunos términos en distintos leguajes, como: didáctica museale, museum education o museumspädagogik. Así como con el término en francés médiation, el cual implica un proceso en el que la figura central es el visitante.

Si bien, la mediación puede vincularse con conceptos estrechamente ligados a la tecnología y los medios de comunicación (lo mediático), es importante destacar que, además de los recursos tecnológicos (herramientas), incluye un sistema de diálogo abierto o interlocución guía-visitante dentro del museo. Esta interlocución es necesaria y hace la gran diferencia con el hecho de sólo informar o proporcionar datos, sin la apertura de un diálogo y sin tener en cuenta el contexto sociocultural del receptor (sujeto mediado).

El objetivo de la mediación es la apertura a un intercambio de ideas y la inclusión de experiencias directas con el público. Por lo cual, se trata no solo de un sistema educativo, sino de participación, el cual debe pensarse como un componente de la estrategia del museo, considerando que abarca actividades relacionadas con la educación y la comunicación, así como el de promover la función social e inclusiva de las instituciones; además, es un gran dispositivo para la ampliación de audiencias; para el trabajo con comunidades, educadores, profesores, instituciones, etc.; para generar discusión sobre educación, comunicación, cuestiones interculturales o de género; aproximar la función del museo y sus objetos artísticos a los públicos; provocar el estudio y conocimiento del arte; vincular a los jóvenes a la creación artística a través de experiencias significativas.

El mediador debe ser parte del equipo que se establece como un puente entre el museo y sus visitantes, ofreciendo diversas visiones y niveles de información de la colección; por lo cual

se debe tener en cuenta siempre algunos aspectos como: el mantener un contacto directo con el público; el adaptar la mediación a la especificidad de los diferentes grupos sociales (edad, estatus social, sistema de valores, forma de vida, tradiciones, condición física, idioma, etc.); ser creativo e innovador, experimentando con nuevos modelos de comunicación.

Algunos departamentos de servicios educativos o pedagógicos de los museos han ampliado su concepto buscando adaptarse a los requerimientos de difusión y educación actuales, considerando la “mediación” como un término más amplio que involucra no solo los procesos de comunicación y transmisión de datos, sino que abarca aspectos fundamentales en la preparación de la información que se da al público, como el discurso y la exhibición (curaduría y museografía) de las colecciones; así como los contenidos didácticos que hacen de la visita una experiencia placentera.

La preservación y exhibición de objetos en los museos ocupa un lugar central para ellos, pero no es suficiente para sostener su existencia. En la actualidad, el mensaje principal de los museos se centra cada vez más en las historias que cuentan y en los modos en que habitan y alojan las experiencias de sus visitantes”⁵.

Por lo cual se puede decir, que la mediación es una actividad comunicativa a partir de la investigación, alimentada de todos y cada uno de los procedimientos internos del museo (planeación, montaje, redacción de textos, diseño, publicidad y educación).

⁵Remitimos a la nota anterior, 36.

Cuadro 1: Algunas ideas para interactuar con el público

- Visitas mediadas: visitas diarias, domingos del museo, noches de museo.
- Recorridos urbanos por el entorno del museo.
- El museo itinerante y exposiciones en espacios públicos.
- Cursos y talleres.
- Talleres post visita.
- Jornadas y conferencias.
- Concursos y certámenes.
- Programas radiofónicos.
- Espacios en medios electrónicos: chats, podcast, video llamadas

Metodologías interpretativas.

La interpretación de los objetos museales tiene que ver con la forma en que vemos nuestras colecciones y cómo las comunicamos a los visitantes transfiriendo significados sensibles de una forma clara y precisa, en la cual se conserven los valores y los datos comprobables o verídicos y se infieran o detonen nuevas experiencias sensibles a un público diverso (edad, información previa, interés, experiencia, etc.). Por lo cual la interpretación de dichos objetos debe basarse en metodologías que nos sirvan de apoyo para crear o establecer los diálogos con los públicos.

En ese sentido hay que retomar por planteado por Hors Krnitzky que dice que:

“Para comprender los objetos expuestos en un museo es necesario contar con información sobre las relaciones que éstos han establecido, así como sobre sus objetivaciones, ya que pocos objetos transportan consigo mismo una información directamente captable o aprehensible; pues así como el arte traduce conflictos sociales, los objetos dependen de la traducción, es decir de la transmisión que puedan ofrecer. Por eso ningún museo puede renunciar a la ciencia. Su contribución al conocimiento de las huellas reprimidas de la civilización en el arte y en los objetos hallados, hace que la ciencia, al igual que el arte, tenga derecho a ser protegida por las Musas”⁶.

Es así que, como para poder realizar una buena traducción de los objetos museales que serán motivo de la mediación, existen diferentes formas de entenderlos, desde lo más elemental que es de forma básica como la motivación o el concepto del artista (estilístico, corrientes artísticas, etc.), hasta las técnicas, género o medio que usó, como la perspectiva, paleta de colores, forma, composición, estructura, escala o tamaño, o los elementos representados; así como el identificar el lugar y la fecha en que fue realizado y su relación con la historia, situando el contenido de la obra dentro de un marco referencial (temporal-biográfico) ya que las creaciones se adhieren a situaciones contextuales específicas basadas en hechos históricos, sociales o políticos; aunque algunos creadores frecuentemente emiten suplementos verbales (en los títulos o descripciones) en un intento de controlar la interpretación.

Por otro lado, está el empleo de la sensibilidad que pueda desarrollar en el espectador o el mensaje relevante que capte en dicho objeto. La descripción de sus propiedades estéticas es

⁶Hort Kurnitzky, *Museos en la sociedad del olvido*. (México: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2003), 148-150.

Hermenéutica	Semiótica	Polisemia
<p>Del griego <i>hermeneutiké tekhné</i>, 'arte de interpretar, explicar o traducir') una disciplina para la interpretación, explicación y traducción de la comunicación escrita o verbal; su concepto esencial es el de textos escritos importantes (exégesis). Su empleo está derivado de las complejidades del lenguaje, que frecuentemente conducen a conclusiones diferentes e incluso contrapuestas en lo que se refiere a los significados.</p>	<p>Del griego <i>semeiotiké</i> o <i>semeion</i>, que significa signo; es la disciplina encargada del estudio del signo, es decir, aquello que se emplea para representar una idea o un objeto diferente de sí mismo. Aborda la interpretación y producción de sentido que se genera a partir del signo, aunque no trata de los significados.</p>	<p>Del griego <i>poli-</i>, que indica muchos, y por <i>sema</i>, que se refiere a "significado"; un concepto que hace referencia a los diversos significados que pueden tener una frase o expresión según el contexto; y podíamos decir que se trata de la pluralidad de significados de una expresión; es la propiedad que tienen ciertas palabras de referirse a diferentes posibles significados a la vez</p>

un atributo de su contenido, pero a partir de ellos existen juicios valorativos (ideología visual), que son cualidades implícitas de su contenido, sin dejar de señalar que, como mediador, la descripción al público debe ser neutrales y objetivos, entendiendo que todos los enunciados implican atribuciones de contenido o mensajes iconográficos. Para ello podemos auxiliarnos de algunas teorías generales de interpretación de los contenidos y significados como lo son la hermenéutica, la semiótica o la polisemia, para que el mediador reconozca la psicología y el espíritu del autor y la comprensión fluya con naturalidad en el cual la multiplicidad de significados está en el intérprete.

Asimismo, existen otras herramientas como el llamado "paradigma interpretativo", que apuesta por la pluralidad metodológica y la aplicación de estrategias diversas de investigación características cualitativas para reunir datos (entrevistas, encuestas, historias de vida, observación participativa, cuadernos de campo, diarios, etc.). Esta pluralidad metodológica incluye varios métodos para intentar acercarse a la realidad: hermenéutico, fenomenológico, etnográfico, de acción-participación y el método biográfico (o historias de vida). Una de las ventajas que ofrece como herramienta interpretativa es que considera al ser humano como un ente cambiante y que sus sistemas de valores y creencias influyen decisivamente en el comportamiento, así como comprende el entorno cultural y elaborar reflexiones que

expliquen las razones por las que los fenómenos y sucesos determinados han ocurrido. Sin embargo, una de sus desventajas es que está cargado de subjetividad a la hora de aplicarla como herramienta metodológica interpretativa.

El interpretar debe constituirse en una actividad que el mediador tiene que aprehender a través del estudio y la lectura constante, ya que ello no solo le ayudará a la comprensión del objeto museal, sin que apoya el pre- conocimiento del tema motivo de su actividad.

La mediación activa.

De lo anterior pueden provenir diversas cuestiones, como el mencionar que ésta se trata de un área en constante evolución, dada las definiciones que han marcado su vocación, ampliando y revalorizando su función, considerándola como esencial, no solo como departamento de atención a públicos, sino de formación y divulgación. Es así como muchos de los “departamentos de servicios pedagógicos” (del griego “paidos” “niño” y “ago” guía) enfocados en la educación infantil parecían excluir a otros públicos, como los adultos; sin embargo, el cambiar su nomenclatura como “servicios educativos” también puede resultar poco clara, ya que parece encaminada al proceso de formación metodológica de transmisión de conocimientos, dejando de lado la experiencia inmersiva como un recurso valioso para el aprendizaje; por lo que sería acertado denominarlos como “departamentos de mediación”, cuyo propósito es deconstruir y dar sentido a los contenidos expositivos en los recorridos guiados por interlocutores, permitiendo el diálogo con los visitantes.

Asimismo, tomando en consideración la llamada “educación activa”, basada en la aceptación y el respeto por las personas, los museos pueden acoplarse a un sistema de “mediación activa”, considerando que se trata de una educación no formal que busca crear una experiencia como facilitador del aprendizaje y la reflexión en un lapso de visita. Por lo cual debe desarrollarse en un ambiente acogedor y respetuoso, como una práctica social en la cual las personas se involucren y construyan un diálogo con el mediador y los expertos, en el que confluyen relaciones simétricas o de igualdad.

Debemos tener como premisa entender que, los museos ofrecen distintas posibilidades de apropiación a través las exposiciones temporales y permanentes a diferentes públicos, y tomar en consideración aspectos como: la experiencia, la empatía, la individualidad, la creación de un ambiente que fomente la libertad responsable y que favorezca la autonomía, el priorizar la experiencia vivencial sobre el conocimiento “académico” y el considerar que el tiempo de recorrido a las salas responde a ritmos particulares del visitante. La visita debe procurar enfocarse en los sentidos, asumiendo que por medio de éstos y del juego (hombre que juega, homo ludens) se facilita el desarrollo de capacidades y la comprensión del proceso artístico. Si bien, el conocimiento se va construyendo, la experiencia es un procedimiento de captación sensible, por lo cual la “mediación” incorpora nuevas facultades a través de la vivencia, la motivación, la curiosidad y el interés.

Los mediadores poseen además otros recursos para guiar a los procesos: seleccionar estímulos, organizar y agrupar según la meta específica; establecer y desarrollar estrategias

de comunicación, entablar diálogo e interacciones con el público, permitir su vinculación con el contenido y los expertos; informar sobre las herramientas existentes a su disposición (archivos, bibliotecas, hemerotecas, etc.); resolver, en la medida de lo posible, dudas con respecto al contenido expositivo. Por otra parte, es importante desarrollar un sistema de evaluación y auto evaluación, con un recurso de observación externa aplicado en colaboración con otros agentes (universidades, profesionales, educadores, museólogos, etc.) y el personal implicado; un instrumento que complete las múltiples encuestas que se elaboran al público y que no explican la totalidad del proceso de “mediación”, su eficiencia cualitativa, la innovación y el aprovechamiento de los recursos museales.

Por lo cual, el trabajo del “departamento de mediación” es construir recursos horizontales para el diálogo y complementarios (materiales) que aseguren a los visitantes una experiencia inmersiva sin interferir en la apropiación individual del conocimiento, la aprehensión espontánea de los objetos museales y sus discursos.

La comunicación como factor de mediación.

Uno de los elementos de la mediación es el proceso comunicativo (oral, escrito, audiovisual, táctil, etc.) que pone al objeto como el mensaje, al espectador como receptor y al mediador como mensajero o traductor; para lo cual:

“la comunicación es definida como un proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. Comunicar puede significar entre otras cosas, reconocer aquello que es común a quienes establecen una conversación; utilizando elementos que permitan identificar las particularidades y diferencias de cada interlocutor. Comunicar implica dialogar, requiere de la utilización de cánones o posturas frente a un hecho específico, demanda un criterio democrático en donde puedan tener cabida diferentes puntos de vista”⁷.

Es importante destacar la utilización de el “bonding” (palabra de origen anglosajón) que se refiere a establecer un vínculo o relación de cercanía entre una empresa y un tercero, ya sea un cliente, consumidor, usuario o medio de comunicación; un principio que podría ser aplicable para el caso de la mediación museística, sustituyendo la empresa por el mediador y al cliente por el visitante.

Por otra parte, entendiendo al museo como una institución formativa no formal y aplicando lo referente a la escuela, como señalan Ángel Alberto Valdés Cuervo y María de los Dolores Valadez Sierra con relación a la empatía “es posible implementar acciones destinadas a que los niños y adolescentes desarrollen la habilidad de comprender lo que piensan y sienten otras personas en determinadas situaciones y la sensibilidad necesaria para responder afectivamente de manera empática”⁸, ya que tratándose de un espacio (el museo) donde la libertad comunicativa puede fomentar valores y explorar técnicas enfocadas al desarrollo de emociones, habilidades y destrezas, el mediador puede ser un dispositivo detonante o catalizador de estas.

Asimismo, existen además algunos factores que interfieren significativamente en el proceso de comunicación propiciado entre el objeto museal, el mediador y el visitante, como el

⁷Norma Edith Alonso Hernández, *Un museo para todos*. (México: Editorial Plaza y Valdés Editores, 2011), 219.

⁸Francisco Javier Pedroza Cabrera y San Juana Aguilera Rubalcaba (coordinadores), *La Construcción de identidades agresoras: el acoso escolar en México*, Intersecciones, (México: Editorial Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2013), 263.

llamado “ruido”, el cual es cualquier fenómeno que interfiera con el proceso comunicativo y modifique el mensaje en alguno de sus aspectos. Es decir, el ruido aplicado a la comunicación, no se refiere únicamente a lo sonoro, sino a cualquier interferencia en este proceso que pueda perturbar el canal o medio de comunicación, en el código (del lenguaje), y que impida que esta se logre o que distorsione u oculte el mensaje.

La retroalimentación (feedback), que es la respuesta que da el receptor al haber interpretado el mensaje, la cual inicia el proceso comunicativo o de intercambio (transaccional) en el que se posiciona a los comunicadores como remitentes y receptores indistintamente.

Los espacios lúdicos o el juego como medio de reforzamiento del conocimiento.

La expresión homo ludens señala la importancia del juego en el desarrollo de los seres humanos. Esta es una teoría acuñada por Johan Huizinga, profesor, historiador y teórico de la cultura neerlandesa, quien planteó la teoría de juegos y su importancia social y cultural. Dicha tesis destaca que el acto de jugar es consustancial a la cultura humana; es decir, el elemento de juego en la cultura.

La gamificación o ludificación es una técnica que consiste en usar elementos típicos del juego, como la puntuación, la competencia con otros usuarios, entre otros, y aplicarlo a otros contextos para aumentar la participación y la lealtad de los usuarios. El término gamificar (gamification) proviene del programador informático y periodista de investigación histórica, Nick Pelling, quien es un término relativamente nuevo todavía y que se trata de una práctica empresarial emergente que consiste en “el uso de elementos de juego y técnicas de game design (diseño del videojuego) en un contexto no lúdico”, utilizando los recursos de los juegos para trasladar experiencias a otros ámbitos, como la educación, y que puede servir como una herramienta de reforzamiento dentro de la planeación museística.

El emplear al juego como parte de la enseñanza permite motivar, generar concentración, fidelizar y generar otros valores positivos, así como fomentar el compromiso con el propio espacio expositivo, ya que romper las reglas de que los museos son lugares hieráticos o solemnes.

Sin embargo, es importante destacar que el uso de la mecánica del juego y el diseño de experiencias para motivar e involucrar a las personas deber ser concordante con la información que se pretende reforzar, para lo cual debe existir una planeación adecuada o un espacio idóneo (espacio lúdico) para lograr los objetivos que consisten en reforzar el conocimiento cultural.

En ese sentido hay que considerar lo mencionado por Anni Garza Lau al mencionar que:

“Cuando pensamos en estructuras pedagógicas que involucren al juego, encontramos que desde hace algunos años el término gamificación ha cobrado relevancia no solo en la industria publicitaria o educativa, sino que se ha involucrado en aplicaciones científicas, ecológicas y en general de ayuda social en espacios de la red. La idea principal es implementar

elementos de juegos o de videojuegos en tareas cuyos contextos no son comúnmente lúdicos”⁹.

⁹Eduardo Andi3n Gamboa (coordinador), Dispositivos en tr3nsito. Disposiciones y potencialidades en comunidades de creaci3n, (M3xico: Editorial Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Centro Nacional de las Artes, 2014), 71.

Objetivos de la acción educativa o de la mediación.

Los museos son entendidos por algunos como espacios estáticos o inertes, donde la cultura y el arte se exhiben a través de los objetos museales que conforman sus colecciones, y los discursos se establecen como verdades absolutas, a veces incompresibles para el público. Sin embargo, en el museo actual, la función del mediador es fundamental, ya que si entendemos los museos, como un lugar de consumo cultural dirigido a la comunidad (diversa), donde el conocimiento es dinámico, y en los que se dinamiza un servicio público destinado a la accesibilidad como un derecho humano proporcionado a través de un gran entramado de labores desarrollados al interior de la institución, como señala Nigel Pitman, responsable de museos en Inglaterra en los años noventa: “la educación de un museo era un elemento demasiado importante como para dejarlo solo en manos de los responsables del área educativa”¹⁰.

Por lo cual, independientemente de la coordinación con las otras áreas (una labor interdisciplinaria) dentro de la institución que se vinculan a la formación de los guiones y curaduría, el área específica que realice la atención directa a los visitantes, área o departamento encargado de él (pedagógico, educativo, atención a público, enseñanza, mediación, etc.) debe tener claras las siguientes funciones:

- **Contar con una serie de recursos, actividades y estrategias con valor por sí mismas y como desarrollo del proyecto museográfico, no como sustitución o complemento de este.**
- **Facilitar un aprendizaje activo en el que él o la visitante participe de la construcción de conocimiento y vivencias en el museo.**
- **El museo es un espacio de identidad, así que está entre en nuestros objetivos fomentar un sistema de valores basado en la estimación de lo propio, pero desde la reflexión crítica sobre los trazos de la identidad cultural y conllevando el respeto por lo ajeno.**
- **Crear lazos de conocimiento, comprensión e interpretación del contexto del contexto socio cultural en el que estamos.**
- **Promover la igualdad y el respeto a la dignidad de la persona, haciendo del museo un espacio de y para el ejercicio de la ciudadanía.**
- **Generar discusión sobre educación, comunicación, cuestiones interculturales o de género.**

¹⁰Remitimos a la nota 3, 25.

Cuadro 2: Sistemas de comunicación para el diseño de exposiciones sugeridos

Tipo de visitantes o público de atención.	Recursos sugeridos para apoyo a la experiencia o visita.	Nivel de profundidad de la información
Niños (educación preescolar y primaria)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información básica
Adolescentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Recursos digitales (QR, Barras, etc.) 	Información media
Grupo familiar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información mixta (de conformidad con el grupo de atención a la visita)
Adultos mayores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información mixta (de conformidad con el grupo de atención a la visita)
Visitantes con dificultades auditivas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información mixta
Invidentes y débiles visuales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información básica
Con discapacidad cognoscitiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visuales (gráficos e imágenes) ▪ Auditivos (música y sonido) ▪ Táctiles (texturas, volúmenes y formas) ▪ Gustativo y olfativo (aromas y sabores) 	Información básica y específica al público de atención.

- Aproximar la función del museo y sus objetos artísticos a los públicos.
- Provocar el estudio y conocimiento del arte y la cultura.
- Vincular a los jóvenes a la creación artística a través de experiencias significativas.

Evaluando las prácticas de mediación en el museo.

Es importante desarrollar un sistema de evaluación y autoevaluación, como un recurso de observación externa e interna, que puede ser aplicado en colaboración con otros agentes (universidades, profesionales, educadores, museólogos, etc.) y el personal implicado; éste se trata de un instrumento que completa las múltiples encuestas que se elaboran al público, las cuales no siempre explican la totalidad del proceso de “mediación”, su eficiencia cualitativa, la innovación y el aprovechamiento de los recursos museales y la capacidad del individuo que es la ventana de atención directa con el público como mediador:

Si bien, toda institución debe tener dos momentos para la evaluación de sus proyectos, uno de forma permanente para las actividades sustanciales, y otro al final, especialmente para aquellos proyectos cuya vigencia puede ser temporal (exposición); se debe tener en cuenta que la revisión continua de la actuación y nuestros planes educativos debe estar siempre en revisión constante sin temor alguno, ya que ello nos permitirá la mejora de las labores o la adquisición de “buenas prácticas”.

Fortalezas

- Singularidad de las propuestas.
- Colaboración para formulación y resolución de conflictos.
- Aptitudes para potenciar en los alumnos la escucha activa.
- Habilidades para potenciar en los visitantes la participación y el rol dentro del museo.
- Capacidades para potenciar la empatía en el visitante.

Debilidades

- Falta de rigor metodológico en el personal.
- Falta de recursos autoevaluativos en el departamento de mediación.
- Falta de procesos de difusión de las prácticas.
- Exceso de improvisación en las prácticas educativas.
- Existencia de una infraestructura deficiente.

Otro de los aspectos a evaluar es la seguridad y la existencia de protocolos de riesgo, ya que la seguridad en los museos es de suma importancia; esta se trata del conjunto de medidas destinadas a la protección tanto de las colecciones y la documentación, así como del público visitante y del personal que labora en nuestras instituciones. Dichos planes de seguridad deben ser individualizarse para cada institución, ya que cada museo posee sus particularidades tanto internas como externas y las medidas deben recaer en un protocolo de seguridad y riesgo; es de suma importancia que quienes realicen el trabajo de mediación lo conozcan previamente como parte de la atención a los públicos, e independientemente que se trate de una acción solidaria y participativa en la cual todo el personal debe estar involucrado, el personal del área debe ser proactivo en la creación, actualización y revisión del documento; dicho plan de contingencia persigue mitigar los riesgos previamente identificados, así como definir acciones preventivas y de respuesta, para estar en condiciones de atender alguna eventualidad, emergencia o desastre.

Las funciones de los departamentos de mediación.

Los departamentos de servicios educativos (mediación) son parte fundamental en la coordinación de los programas de atención al público, ya que desde ellos se coordina y planea la formación de los contenidos que se exteriorizarán y el trabajo del personal que tendrá a bajo su responsabilidad el contacto directo con los visitantes, por lo cual se trata de un área que por su labor debe o puede ser interdisciplinaria.

Y es precisamente en este, que se planeará o construirá el significado o interpretación de los contenidos que dan cabida a la política educativa de un espacio museal; y cuyas funciones están vinculadas a la atención externa (públicos). Finalmente es importante destacar que, para que un departamento de mediación realice una adecuada planeación, deben tener una serie de actividades o funciones inherentes a su labor dentro del trabajo museal como:

- **Elaborar los guiones didácticos, centrando sus contenidos en las necesidades de cada nivel educativo para obtener aprendizajes significativos por parte de los visitantes atendidos con visita guiada, y diseñar y desarrollar actividades lúdicas– didácticas para reforzar la experiencia cognoscitiva y estética de los visitantes al museo.**
- **Realizar la investigación que fundamente los contenidos académicos de las publicaciones derivadas de las propuestas museográficas y del acervo constitutivo del museo, para diseñar y desarrollar los materiales pedagógicos, didácticos o alternativos (de auto– conducción), que faciliten al público visitante la apreciación de los bienes culturales exhibidos.**
- **Promover la participación de los grupos sociales en el rescate y a la preservación del patrimonio cultural. Así como realizar los estudios de visitantes que permita evaluar, de forma objetiva, la eficacia de los productos y servicios culturales que el museo ofrece al público.**
- **Programar un sistema de capacitación continua y que prepare al personal de seguridad en el conocimiento, custodia y protección del patrimonio cultural exhibido y resguardado en el Museo, así como en el trato a los visitantes.**
- **Estimular las relaciones interinstitucionales con las áreas educativas de otros museos o instituciones culturales para el intercambio de modelos, técnicas y experiencias, que apoyen la continuidad de los proyectos educativos.**
- **Atender las necesidades de información y de servicios solicitados por el público que visita el museo, así como difundir a través de visitas guiadas y folletos informativos, la información obtenida por la investigación del edificio del museo.**

Las funciones propuestas son solo un ejemplo de la diversidad de acción que involucran al departamento de mediación, y deben servir como una guía para adecuarlas a nuestros propios espacios.

A manera de colofón.

Los paradigmas de educación al interior del museo deben romper la visión individual de que los departamentos (curaduría, museografía, conservación, mediación, diseño, administración, etc.) están en conflicto y tensión constante por las finalidades que justifican su existencia. Se trata de abrir un espacio de diálogo constante entre sus actores para el trabajo con los públicos, pues el producto final es un bien cultural, cuya existencia se justifica a través del servicio que prestan estas instituciones, haciendo visible el trabajo de cada uno de los implicados en el trabajo al interior de la misma, ya que en su conjunto podemos definirlos como “trabajadores culturales”.

Es así como la construcción de experiencia y relatos que posibilitan al museo (centro cultural, biblioteca, jardín botánico, etc.) facilita el intercambio y crea comunidad en torno a nuestras instituciones, facilitando la participación y el diálogo del público a través de contenidos e interpretaciones que legitiman nuestras colecciones o bienes museales.

Por lo cual, la profesionalización de la educación (mediación) debe ser abordada con responsabilidad dentro de los planes de política cultural y redimensionando el sentido sociocultural de las prácticas de ocio y educación no formal, la cual debe ser considerada en los planes estratégicos.



PROYECTO

ERASMUS+ KA2 CBHE. Establishment of a Yucatan-Cuba network of MA programme in Contemporary Art and Cultural Management YUCUNET-617486-EPP-1-2020-1-ES-EPPKA2-CBHE-JP

Erasmus+
Enriching lives, opening minds.

"El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma."



Cofinanciado por
la Unión Europea