



MENÚ PARA

APREHENDER, CONSTRUIR, HABITAR EL MUSEO
desde la propia experiencia y en el ejercicio compartido

visitar
MUSEOS



Este Menú contiene una serie de puntos de acceso en los que los públicos y lxs profesionales de museos son gestorxs y creadorxs de su sentido. Es un espacio para planear, discutir, conversar, jugar, intercambiar, dudar, repensar, establecer límites y la infinidad de formas de vivir el museo.

Que nuestra práctica deje de estar aislada de la comunidad para convertir el museo en un punto de red, ejes transversales, nodos que juegan y trabajan dentro y fuera de los espacios museísticos, que extienden y generan nuevas miradas, que integran principiantes y expertxs que aprenden juntxs, visitantes cautivxs y potenciales, arquitectxs de conocimientos, narradorxs de experiencias y constructorxs de transformaciones sociales.

MENÚ PARA visitantes MUSEOS

Nayeli Zepeda

Versión descargable del Menú para visitar museos (publicada en 2020)

[desatada.studio \[en\] gmail.com](mailto:desatada.studio@gmail.com)

CC BY-NC-SA 4.0

Atribución/Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

CARTA

ACERCA 4

CÓMO USAR EL MENÚ 5

PLATILLOS A LA CARTA 6

Entradas 7

Platos Fuertes 24

Postres 41

Acompañamientos 50

Refrescantes 61

MENÚ DE DEGUSTACIÓN 65

Estrategias de Pensamiento Visual 66

Interpretación de objetos 68

Quests: Preguntas para entender... 70

Piensa en Arte 72

Tabula Rasa. Cómo explorar arte... 74

RECOMENDACIONES DESDE LA COCINA 76

Familias 77

Maestrxs y estudiantes 80

Profesionales de museos 83

PARA LLEVAR 86

Ingredientes 89

Bibliografía recomendada 92

CRÉDITOS 100

ACERCA

Visitantes y profesionales de los museos -ambos usuarios- ejercen las posibilidades de construcción de sentido personal y social que se despliegan en estos espacios. La experiencia que propone el Menú implica recuperar los sentipensares a partir de una serie de herramientas que reconocen las subjetividades que perciben, sienten, crean, reflexionan, aprehenden y habitan las narrativas museísticas.

El **Menú para visitar museos** es el resultado de la recopilación de investigaciones educativas, recursos, herramientas, estrategias y procesos diseñados a lo largo de las últimas décadas por diversxs expertxs en pedagogía, educación en museos, diseño, innovación y creatividad. Para esta versión, se integró la retroalimentación de asesorxs en museos, educación, diseño y gastronomía para redondear aún más la complejidad de experimentar y vivir el museo.

Lo que había empezado en 2015 en NodoCultura* (ahora [desatada](#)) como una colección de estrategias educativas para visitar museos, se condensó en un documento descargable un año después y, en 2020 como un sitio de Internet construido específicamente para una nueva versión profundamente revisada y rectificada. En este proceso, se contempló la revisión de las estrategias planteadas originalmente, la verificación de las fuentes bibliográficas y la integración de los otros tantos acompañamientos que se ofrecen en los museos y de la experiencia de cocinexs y comensales del Menú.

En el tiempo que corre, necesitamos otro tipo de recursos que no solamente transformen la experiencia en los museos, sino que tambaleen la misma institución. Por ello, en espera (y trabajando) de una nueva versión, he recopilado el material que había publicado en web en este documento.

* La idea de trabajar este material a manera de menú surgió del "[Menú de la Vida](#)", de Elsa Punset. En la primera versión (2016), *Menú para visitar museos de una manera emotiva, lúdica, creativa y participativa*, elaborada por Patricia Torres, Daniela Ekdesman y por mí, identifiqué citas no especificadas; por ello, me di a la tarea de rehacer el Menú en esta versión (2020), de reestructurarlo, rastrear toda referencia no nombrada, y corregir esos errores. Este proceso tomó alrededor de un año.

CÓMO USAR EL MENÚ

Proponemos este material para planear, discutir, conversar, jugar, intercambiar, dudar, repensar, cuestionar, establecer límites y la infinidad de formas de vivir el museo. Como público, profesional de museos y como ambxs, el Menú trata de dar sentido a los espacios a los que acudimos o en los que trabajamos, a los objetos que se albergan ahí (o que no deberían estar), y a los relatos que se transmiten (y que muchas veces son impuestos). Aprender en el contexto del museo no solamente implica el ejercicio de la interpretación, sino procesos críticos que cuestionan, contradicen y desordenan lo que se presenta, y que imaginan otras formas de ser y hacer incluso fuera de la institución.

A través de los puntos de acceso que planteamos en el Menú, proponemos que, así como una comida en un restaurante, quien revise estas páginas seleccione lo que más le apetezca: uno o más ejercicios sueltos, métodos específicos, recursos para extender la experiencia, hojas de ruta propias, entre otros complementos.

PLATILLOS A LA CARTA

Vías sencillas para conectar experiencia, sensibilidad y conocimiento en el descubrimiento por el museo.

MENÚ DE DEGUSTACIÓN

Metodologías y técnicas desarrolladas desde el ámbito educativo y psicológico que conjuntan diversos platillos.

RECOMENDACIONES DESDE LA COCINA

Tips para familias, maestros y estudiantes, y profesionales de los museos.

PARA LLEVAR

Recursos para enriquecer y extender el sentido del Menú fuera del espacio y el tiempo del museo.



PLATILLOS A LA CARTA

Esta sección integra diferentes estrategias y recursos que, no necesariamente pertenecen a una metodología educativa específica ([menú de degustación](#)), pero que pueden ser empleados como ejercicios concretos o como parte de una serie en materiales, módulos interactivos o actividades.

Los platillos se presentan en el orden de una carta ([entradas](#), [platos fuertes](#), [postres](#), [acompañamientos](#), [refrescantes](#)), sin embargo, en la práctica no tienen que seguir una secuencia, y pueden ser repetidos o combinados. También desde la estructura propuesta, puedes inspirarte para [crear tus propias técnicas y recursos](#).

Cada uno de los platillos contiene:

DESCRIPCIÓN

Partiendo de una cita o frase que inspire las posibilidades de la estrategia o recurso, se incluye una explicación de cómo se aborda y su relación con la experiencia en el museo.

EXPERIMENTA

Propuestas de implementación para lxs profesionales de museos e ideas para que lxs visitantes empleen las estrategias en su experiencia.

CARACTERÍSTICAS

Cualidades de la estrategia: acción específica requerida, tipo y grado de interacción, tipo de conocimiento e, intereses y preferencias (Modelo IPOP).

REFERENCIAS

Dónde encontrar más información y relación con textos, videos o reflexiones de otrxs.

En las páginas que siguen, podrás elegir las estrategias que más te apetezcan para:

- construir tu experiencia de visita en el museo
- facilitar y diseñar recursos abiertos y sensibles a la diversidad y particulares de los procesos de aprendizaje
- experimentar estrategias que conectan sensibilidad y conocimiento



MENÚ PARA

DESPERTAR LOS SENTIDOS
y hacer conscientes nuestras primeras impresiones

entradas
MUSEOS

Autonomía e iniciativa propia

La autodeterminación es constitutiva de nuestro ser; lo que hagamos con ella es lo que definirá nuestra experiencia en el mundo.

Se le llama autonomía a la capacidad de tomar decisiones o de establecer reglas de forma informada, sin coerción externa. En la concepción de los procesos de aprendizaje, Julio Seoane explica que se trata de “atreverse a saber, a incrementar el conocimiento, a no parar nunca, a experimentar, a tomar, en suma, la vida como un proyecto que continuamente adquiere nuevos significados” (Arenas, L., del Castillo, R., y Faerna, Á.M., 2018).

El museo actual busca y vierte posibilidades para que los individuos, bajo iniciativa propia, crítica y fundamentada, tomen decisiones y riesgos, elijan conscientemente, cometan errores, construyan caminos para la puesta en valor del patrimonio y de sí mismos.

Lo que este Menú propone es crear experiencias de visita, de aprendizaje, de disfrute, propias y libres, desde un tipo de juego en el que sin determinar lo que debe suceder, nos pongamos reglas a nosotrxs mismos y reflexionemos sobre nuestros sentipensares.

REFERENCIAS

Seoane, Julio (2018). La experiencia estética como fundamento de la democracia Deweyana. En Arenas, L., del Castillo, R., y Faerna, Á. M. (eds.). John Dewey: una estética de este mundo. (pp. 237-261). Zaragoza, España: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Castro, M. (2001, julio-diciembre). Los libros de arena. Antecedentes literarios latinoamericanos de la narrativa hipertextual. Universitas Humanística. Revista de Antropología y Sociología (52).

ACCIÓN: Establecer metas y tomar decisiones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, personas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- El espacio museográfico opera la construcción de relaciones sociales; por tanto, es necesaria la posibilidad de que el personal del museo y los visitantes lo recorran y se encuentren de una manera libre y autónoma.
- Circulación aleatoria, y desarrollo de rizomas conceptuales que permitan al visitante definir su propio recorrido.
- Espacios participativos y de experimentación: el museo como laboratorio en el que se integran diferentes actores sociales, ideologías, contextos y razones.
- Espacios para el desplazamiento y el juego libre.
- Mediación cuya base es la autonomía y libertad para ser, sentir, hacer y pensar.

Como visitante

- Explora el museo de forma autónoma, sin prejuicios ni estereotipos. Intenta descubrir nuevas formas de ver, sentir y pensar.
- Evalúa las reglas del museo, si tienes dudas o estás en desacuerdo, acércate al personal y conversa con ellos.
- Identifica las expectativas con las que inicias tu recorrido; al final podrás regresar a ellas y evaluar si se cumplieron.
- Entabla conversaciones con otros sobre su experiencia y aprendizajes en el museo.
- ¿Cómo ejerces tu libertad y autonomía en otros lugares y situaciones?
- Anímate a explorar de manera autónoma otros museos, para sorprenderte, emocionarte, conocer y transferir tus conocimientos previos y tus nuevos descubrimientos a los que te rodean.

NOTAS:

Curiosidad

Si la curiosidad es el sentimiento de querer saber más, el museo es el escenario ideal para aprender, indagar y encontrar.

Para científicos, historiadores, artistas e investigadores, la curiosidad es el punto de partida para cada trabajo. Es la motivación por la que probamos y conocemos el mundo, pero implica aventura y riesgo, salir de los límites conocidos para explorar nuevas formas de hacer las cosas y la diversidad de contextos y personas que forman parte de nuestro entorno.

Precisamente, el museo es una posibilidad para retar las normas establecidas y nuestras predisposiciones, abrazar la incertidumbre e ir más allá de lo evidente. Y es así como promueve este sentido de búsqueda y descubrimiento.

Recorrer el museo con curiosidad implica indagar sobre los objetos que se presentan desde el cuestionamiento de por qué están ahí, quién dice que son importantes, qué representan de nuestra historia y cultura, y cómo se relacionan con la propia experiencia.

REFERENCIAS

García, Á. (1994). Didáctica del museo, el descubrimiento de los objetos. Proyecto Didáctico Quirón. Madrid: Ediciones de la Torre.

Gardner, H. (2005). Inteligencias Múltiples: la teoría en la práctica. Barcelona: Paidós Ibérica.

FitzGibbon, L. (2018, septiembre 3). Understanding Curiosity, Science Museum:
<https://blog.sciencemuseum.org.uk/understanding-curiosity/>

Melgar, M. F., & Donolo, D. S. (2011). Salir del aula... Aprender de otros contextos: Patrimonio natural, museos e Internet. Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias, 8(3), 323-333.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, objetos

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- No perder la curiosidad por nuestro espacio, nuestro trabajo y nuestros visitantes. Indagar, investigar y reflexionar sobre nuestra labor debe ser una constante sistemática para enriquecer nuestro trabajo y la experiencia de visita de nuestros públicos.
- Diseñar un gabinete de curiosidades.
- Recorridos diseñados a partir de pistas para que los visitantes encuentren un objeto hipotéticamente desaparecido o robado.
- Mediación en la que el visitante participa como investigador.
- Reflexiones, en talleres o pláticas, sobre la pertenencia de objetos exóticos, curiosos o valiosos al museo.

Como visitante

- ¿Qué te lleva a buscar nueva información?
- ¿En qué se parece el patrimonio del museo al que tienes en tu casa o el que encuentras en la calle?
- Investiga sobre las palabras que encuentres en los textos en muro y que no conozcas.
- Indaga en una guía o libro sobre los objetos o piezas que más te han interesado.
- Si la información que hay sobre el objeto fuera falsa ¿qué harías para descubrir la verdad?
- ¿Qué respuestas obtendrías si los objetos expuestos fueran pistas de un acertijo?
- ¿Te da curiosidad saber que sucede detrás de salas? ¡Pregunta e investiga!

NOTAS:

Evocación

Evocar es un proceso complejo en el que recordar nos ayuda a comprender.

En la evocación, los sentidos tienen un rol fundamental: Recordamos olores, sabores, sonidos y sensaciones que experimentamos de pequeños o rememoramos pensamientos frente alguna situación positiva o negativa. Y es así como nuestras emociones y afectos construyen conocimiento.

En los museos y sitios patrimoniales, la evocación no solamente se da a partir de las imágenes y los objetos que nos conmueven, sino de las palabras, los discursos y la manera en la que se disponen.

Kate Gregory y Andrea Witcomb apuntan que, al mediar entre el pasado y el presente, estos espacios promueven el diálogo entre los objetos, sus creadores y el visitante, quien continúa la construcción de sentido y memoria. De ahí que sea imprescindible integrar las narrativas de los visitantes, pues interpretan, comprenden y disputan la linealidad y parcialidad de la historia.

ACCIÓN: Pensar creativamente y representar

TIPO DE INTERACCIÓN: Emocional

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Personas, sentidos

REFERENCIAS

Alderoqui, S., y Linares, M. C. (2016). Participación y representación de los visitantes en el Museo de las Escuelas. En C. Dufresne-Tassé, y S. Wintzerith, Número Especial dedicado a la investigación (Vol. 1, pp. 155-180). Roma: Edizioni Nuova Cultura.

Gregory, K., y Witcomb, A. (2007). Beyond nostalgia: the role of affect in generating historical understanding at heritage sites. En Museum revolutions: how museums change and are changed (pp. 263-275). Londres: Routledge.

ICOM España. (2011). Kit Didáctico Monitor. Museos y memoria. Imaginar y crear, ICOM España: http://icom-ce.org/recursos/File/DIM/2011/DIM2011_Actividad_monitor.pdf

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Evaluación diagnóstica para conocer a los visitantes, su perfil, sus expectativas e intereses.
- Replanteamiento de narrativas: ¿Qué es lo que ha quedado fuera de la historia?
- Desarrollo de textos que promuevan las conexiones entre el contenido expositivo y los visitantes.
- Recorridos teatralizados y recreaciones históricas.
- Espacios de evocación y reflexión para rememorar y conectar los contenidos del museo con otras áreas de conocimiento: libros, fotos, grabaciones, reproducciones, videos, revistas, etcétera.

Como visitante

- ¿El objeto u obra se parece a algo en el presente?, ¿te recuerda algo que te haya sucedido en el pasado?
- ¿Qué tiene que ver contigo lo que se dice del objeto, del artista o de la exposición? , ¿qué sabes sobre él / ella?, ¿qué es lo que desconoces sobre este tema, objeto, artista, obra o cultura?
- ¿Qué es lo que desconoces sobre este tema, objeto, artista, obra o cultura?
- ¿Qué conocimientos previos se ampliaron?, ¿cuáles se modificaron?
- Haz un rápido ejercicio crítico ¿has dejado a un lado alguna idea o evadido alguna memoria?

NOTAS:

Motivación

La motivación implica, además de voluntad, acción: ¿Qué hacemos para lograr lo que queremos?

Los seres humanos nacemos con la motivación intrínseca de explorar el mundo. Es una característica innata con la que todos contamos. Sin embargo, la motivación extrínseca es necesaria para promover la capacidad de descubrimiento.

En el diseño museográfico se emplean motivadores con el fin de atraer, concentrar y provocar al visitante -no solo emocional, sino intelectualmente- dando valor a una versión de la historia, a un objeto específico, a determinadas sensaciones, etcétera.

Cuando visitamos un museo, ya contamos con estímulos que nos motivaron a llegar a un espacio, exposición u objeto determinado. Los platillos de entrada que hemos propuesto en este Menú aportan herramientas que ayudan a iniciar la experiencia en el museo, pero continuarla, ya es una decisión individual. Definir los puntos que más nos motivan del museo o de las exposiciones es una forma de animarnos internamente, y de distinguir nuestros intereses. Habrá entonces que cuestionar si éstos empatan con los del museo que visitamos.

ACCIÓN: Establecer metas y tomar decisiones

TIPO DE INTERACCIÓN: Emocional

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Procedimental, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, sentidos

REFERENCIAS

Falk, J. (2009). Identity and the Museum Visitor Experience. Walnut Creek: Left Coast Press.

Gardner, H. (2002). Mentes creativas. Una anatomía de la creatividad. Barcelona: Paidós.

Rogers, S., Ludington, J., y Graham, S. (1999). Motivation & Learning: A Teacher's Guide to Building Excitement for Learning & Igniting the Drive for Quality. Evergreen: Peak Learning Systems.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Circulaciones aleatorias que permitan el recorrido libre de los visitantes.
- Diseño de recorridos basados en la indagación y la búsqueda.
- Espacios museográficos que incluyan estímulos externos como sonidos ambientales, audio de personajes, música, materiales, etcétera, para motivar a los visitantes a descubrir tanto contextos como detalles de lo expuesto.
- Equipos de mediación con amplitud de estrategias, habilidades y actitudes para motivar a los visitantes en su búsqueda de información, contemplación, calma o cualquier otra actividad que se ha de desarrollar en el museo.

Como visitante

- Comenta con otras personas lo que te motiva del museo: la curiosidad por lo desconocido; poder elegir libremente lo que quieres ver; buscar la información que te parece interesante; porqué quieres saber más sobre el tema que trata; quieres descubrir lo que no se dice; te emocionan las actividades que ofrece; etcétera.
- ¿Puedes inferir cuál fue la motivación intrínseca (la que muestra el objeto) y extrínseca (la contextual del objeto) que sirvió para su creación y su uso?
- Realiza un dibujo de tus piezas u obras favoritas (puntos motivadores o detonadores), incluye palabras clave que digan por qué te motivaron y une con una línea tu camino de un punto a otro punto del museo o de la exposición.
- Descubre las motivaciones de lxs curadorxs y museógrafxs para presentar la exposición que visitas: Indaga, investiga y pregunta.

NOTAS:

Observación

¿Será que la vista es la que establece nuestro lugar en el mundo como instaba John Berger?

Cuando observamos, nuestros ojos no se mueven lentamente hacia un foco, sino que se desplazan en movimientos rápidos y desiguales; en algunos puntos, se detienen por un cuarto de segundo y reconocen cierta información. Y es ahí donde empieza una acción intencionada por percibir nuestro entorno, es decir, la observación.

John Berger ubica la observación como un acto político e históricamente construido: el lugar y el momento desde el que vemos define lo que elegimos ver (Gunaratnam & Bell, 2017). Y, por ello es tan importante la observación en el museo como parte de un proceso crítico y metacognitivo.

Para aprender a observar en el museo, necesitamos tener paciencia, darnos tiempo para despejar la mente y ver general y detalladamente, y cuestionar desde qué posición estamos viendo lo que vemos. Esta práctica no es solamente una propuesta para el visitante, sino para los profesionales de museos: hacer el ejercicio consciente de percibir el espacio, los objetos y las interacciones que se dan en él.

ACCIÓN: Percibir deliberada y cuidadosamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Física

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual

PREFERENCIA POR: Objetos, sentidos

REFERENCIAS

Aldana, A. (2017, mayo 1). El privilegio de la vista en el museo, NodoCultura: <https://nodocultura.com/2017/05/01/el-privilegio-de-la-vista-en-el-museo/>

Alderoqui, S. (2006). Saber ver. Acerca de la educación en los museos. Revista Aula, Grao, 35-39.
Berger, J. (2016). Modos de ver (3a. edición). Barcelona: Gustavo Gili.

Gunaratnam, Y., & Bell, V. (2017, enero 5). How John Berger changed our way of seeing art, The Conversation: <https://theconversation.com/how-john-berger-changed-our-way-of-seeing-art-70831>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Evaluaciones por observación directa y bajo el Modelo AEIOU.
- Desarrollo de guías de observación para los visitantes: Identificación de obras, objetos, colores, formas, detalles, símbolos.
- La mayoría de las veces, el primer acercamiento que tenemos con las obras o los objetos es a través de la observación; por lo que es importante integrar en la mediación el aprender a mirar.
- Recorridos mediados de una hora que se concentren en la observación e indagación de tres objetos expuestos.
- Recorridos en línea, en plataformas sociales, por medio de detalles visuales del contenido expositivo.
- Recursos didácticos que promuevan la observación: lupas, lentes de cámaras, encuadres.

Como visitante

Haz este ejercicio enfocándote en un solo objeto o pieza:

- ¿Qué tipo de objeto es? ¿Cuál es su forma, color, material, dimensión, peso?
- ¿Qué elementos te llaman más la atención de este objeto?
- ¿En qué lugar de la sala se encuentra ubicado? ¿Qué lo rodea?
- ¿Crees que la pieza destaca o pasa desapercibida? ¿Por qué?
- ¿Puedes descubrir la historia detrás de él? ¿Cuál crees que sea? ¿Coincide con lo explicado en la cédula? ¿Las cédulas te ayudan a comprender lo que observas?
- ¿Cómo se comportan los otros visitantes? ¿Qué acciones realizan? ¿A qué obras o piezas se dirigen?

NOTAS:

Preguntas sinceras

Todo inicia con una pregunta.

Los procesos investigativos y creativos inician cuando tenemos la confianza y la valentía para preguntar lo que desconocemos. Raquel Ribeiro (2012) mencionaba que es necesario hacer preguntas sinceras para encontrar las respuestas, no que deseamos, sino que necesitamos.

En el museo, hablar, cuestionar, debatir es una vía para construir significados sobre los objetos, ideas y procesos que queremos aprehender, pero también lo es dar tiempo a la respuesta, al silencio y a la reflexión.

La apertura, la sinceridad y la confianza en la comunicación entre los profesionales y los visitantes es un deber que reconoce las contribuciones de cada actor y favorece la experiencia, a su vez, el sentido del museo en relación con su comunidad.

ACCIÓN: Pensar crítica y creativamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Conceptual

PREFERENCIA POR: Ideas

REFERENCIAS

Burnham, R., y Kai-Kee, E. (2011). El arte de enseñar en el Museo. Pedagogía en el campo expandido (pp. 212-220). Porto Alegre: Fundação Bienal de Artes Visuais do Mercosul.

Ribeiro dos Santos, R. (2012). De la acción a la reflexión. Nuevos infiernos artificiales o cómo la mediación cultural podrá representar el final de los servicios educativos tal y como los conocemos [Archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=gsugKE05ZFc>

Sharp, A. M. (1991). The Community of inquiry. Thinking: The Journal of Philosophy for Children, 9(2), 31-37.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Dentro del plan estratégico del museo, es fundamental la identificación de problemas y limitaciones.
- Autoevaluación de nuestro rol y funciones para fortalecer nuestro propósito y relación con nuestros colegas.
- Dinámicas de reuniones de trabajo que incluyan: la conversación sobre los intersticios de la práctica del museo, la misión del mismo, y las aportaciones reales e ideales a los visitantes y la comunidad.
- Mediación a partir de estrategias de preguntas abiertas para realizar visitas participativas.
- Generar foros y espacios de reflexión para las preguntas de los públicos, aportando respuestas e implementando seguimiento.

Como visitante

Haz todas las preguntas que te vengan a la mente en tu visita al museo. Reflexiona de forma sincera y encuentra respuestas que quizá no sabías que tenías. Algunos ejemplos para cuestionar lo que ves y lo que te dicen:

- ¿Qué es lo que quiere decir el museo?, ¿es importante para mí?, sino ¿para quién puede ser relevante?
- ¿Todo lo que está en el museo es arte, ciencia o historia? ¿Qué tipo de respuestas da un museo de ciencia y qué tipo de respuestas da un museo de arte? ¿Pueden ser similares?
- ¿Te sientes bienvenido en el museo? ¿Los museos son realmente para todos?
- ¿Cómo crees que como visitante puedes transformar el museo?, ¿qué cambiarías?

NOTAS:

Relaciones forzadas

Combinar lo conocido con lo desconocido para dar paso a una nueva situación.

Técnica desarrollada en 1958 por el historiador militar, Charles S. Whiting, conocida también, como “Aportación del azar”.

De forma y fondo similar a una lluvia de ideas, se utiliza en las fases de ideación de los procesos creativos y consiste en: descomponer un concepto o problema en sus elementos constitutivos, generar u obtener palabras o imágenes al azar y establecer asociaciones libres entre ambos para llegar a una solución (Guilera, 2011).

Este proceso abrirá nuevas líneas de pensamiento que quizá no se habían considerado, y éste es precisamente uno de los detonantes del aprendizaje significativo. El espacio museístico es un campo de encuentros emocionales y cognitivos, en éstos, el visitante toma el rol de conector entre lo que ya conoce y lo que va construyendo (cuestionando, descartando, enfatizando) a su paso.

El museo puede conseguir algo muy valioso de esto: Conocerse y reconocerse en la mirada y voz de sus públicos, pues para ellos “el museo puede ser muchas cosas que el propio recinto no se ha dado cuenta” (Zepeda, 2016). Por ello, proponemos este platillo para un primer momento en el que no se ejerce ningún juicio, sino que se van extrayendo las primeras ideas y formando los primeros nexos.

REFERENCIAS

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

Zepeda, N. (2016, septiembre 5). Hacer y practicar museología. “Públicos y museos: ¿qué hemos aprendido?”, NodoCultura: <https://nodicultura.com/2016/09/05/museologia-publicos-y-museos-que-hemos-aprendido/>

ACCIÓN: Pensar creativamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Conceptual

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Lluvia de ideas en los procesos de planeación estratégica y educativa.
- Ejercicio de inter y transdisciplina en la labor museística: desde la colaboración con otras instituciones hasta el contenido expositivo.
- Diseño de experiencias (recorridos, talleres, programas educativos) a partir de los conceptos expuestos en el museo, por ejemplo: autoridad, emancipación, publicidad, revolución, etcétera.
- Recursos didácticos que utilicen la palabra para establecer vínculos con los objetos expositivos.
- Concepción del museo como un espacio de autoridad compartida, confianza y colaboración.

Como visitante

- Plantea relaciones forzadas con los objetos y obras que has observado o con las que has interactuado en tu recorrido por el museo. ¿Con qué objetos de tu presente podrías vincularlos?, ¿de qué manera se relacionan, en qué se parecen, en qué son diferentes?
- Genera una lluvia de ideas que te sugiera el objeto. Elige al azar una de esas ideas, descomponla en los elementos que la forman o le dan sentido, y asóciala con otros conceptos. Plantea nuevas conexiones.
- Relaciona diferentes expresiones artísticas: utiliza la poesía para vincular conceptos a través de metáforas y comparaciones; tu cuerpo para hacer esculturas poco convencionales; un sonido y texturas para crear una obra sensorial o realiza un dibujo cubista para representar una relación forzada entre dos o más objetos.

NOTAS:

Sensibilidad perceptiva

“Una visita al museo no solo concierne a lo que es susceptible de verse, sino también a un cuerpo que además siente, huele, escucha e, incluso, se cansa.” (Aldana, 2017)

La sensibilidad perceptiva es la capacidad de captar, de una forma única y propia a cada persona, por medio de los sentidos el mundo que nos rodea, y por tanto es una condición necesaria para la creatividad (Guilera, 2011) y el aprendizaje (Dierking, 1991).

Tanto los museos de ciencia como de arte trabajan la percepción desde la acción y la interacción física, a veces parten de distintas preguntas y otras tantas descubriendo respuestas similares, como es la atención y conciencia de aspectos específicos del entorno que comúnmente ignoramos.

Antonio Aldana (2017) advierte que una experiencia holística y significativa en el museo debe abarcar un espectro multisensorial amplio que incluya las posibilidades de aprendizaje a partir del cuerpo.

REFERENCIAS

Aldana, A. (2017, mayo 1). El privilegio de la vista en el museo, NodoCultura: <https://nodocultura.com/2017/05/01/el-privilegio-de-la-vista-en-el-museo/>

Dierking, L. (1991). Learning Theory and Learning Styles: An Overview. Journal of Museum Education, 16(1), 4-6.

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

Oppenheimer, F. (julio de 1972). The Exploratorium: A Playful Museum Combines Perception and Art in Science Education. American Journal of Physics, 40(7), 978-984.

ACCIÓN: Percibir deliberada y cuidadosamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Física

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Procedimental

PREFERENCIA POR: Sentidos

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Ambientes inmersivos, espacios y módulos interactivos basados en los sentidos: sonidos ambientales, diálogos, aromas, materiales, texturas, formas, etcétera.
- Cajas o maletas didácticas móviles.
- Esquemas táctiles e impresiones de obras y objetos en 3D.
- Talleres sensoriales vinculados al contenido expositivo, como degustación, conciertos, recorridos táctiles, etcétera.
- Actividades que estimulen diversos sentidos, incluyendo propiocepción.
- Programas accesibles e inclusivos.

Como visitante

- ¿Qué sonidos escuchas al entrar al museo?, ¿cuáles percibes cerca y cuáles lejos? ¿Qué aromas percibes? ¿Te recuerda algo el ambiente?
- Observa y percibe todo lo que hay a tu alrededor. Identifica formas, texturas, colores, tamaños y objetos conocidos. Aunque no puedas tocar, tu mirada e imaginación pueden ayudarte ¿qué sabores y aromas le darías a las obras o piezas que percibes?
- Además de observar ¿qué más se puede hacer en el museo?
- ¿Con cuál de tus sentidos te gustaría que se experimentara más en el museo?

NOTAS:



MENÚ PARA

IR MÁS ALLÁ DEL ACOPIO DE INFORMACIÓN
hacia la acción y la reflexión

platos fuertes

MUSEOS

Dialogar con otrxs

La conversación incluye momentos de silencio, de escucha, de intercambio, movimientos, gestos y coreografías.

La comprensión y la construcción del mundo está ligada al lenguaje y las formas en las que interactuamos (comunicación gestual, no verbal, escrita, plástica, gráfica).

La conversación es un proceso natural que se da como parte de una experiencia compartida que incluye cuatro elementos básicos: enlistar, analizar, sintetizar, explicar. En el museo, implica el diálogo emotivo, el desarrollo de roles, la polémica, el desacuerdo, la coreografía de gestos y movimientos (Leinhardt & Crowley, 1998).

¿Qué preguntas nos hacemos en nuestra experiencia museística? ¿Qué es importante compartir de lo que sentimos y pensamos en el museo? ¿Qué descubrimos de nosotros mismos en la conversación con otros? El diálogo contribuye y sirve como evidencia de aprendizaje; y cuando es en grupo, éste es social. Es fundamental que en el museo se facilite la escucha y el diálogo con otros, ya sea a partir de la mediación o en los materiales comunicativos y educativos.

REFERENCIAS

Burnham, R., y Kai-Kee, E. (2011). Teaching in the Art Museum: Interpretation as Experience. Los Angeles: Getty Publications.

De Puig, I., y Sático, A. (2006). Jugar a pensar. Recurso para aprender a pensar en educación infantil. Ciudad de México: Editorial Octaedro/SEP.

Hohenstein, J., y Tran, L. (2007). The Use of Questions in Exhibit Labels to Generate Explanatory Conversations in Visitors. International Journal of Science Education, 1557-1580.

Leinhardt, G., y Crowley, K. (1998). Museum Learning As Conversational Elaboration: A Proposal to Capture, Code, and Analyze Talk in Museums. Pittsburgh: University of Pittsburgh.

ACCIÓN: Comunicar y compartir

TIPO DE INTERACCIÓN: Física, cognitiva, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Personas

ACCIÓN: Establecer metas y tomar decisiones

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- El diálogo es una herramienta para conocer y aprender de los visitantes. Mientras más sepamos qué esperan, buscan, saben y quieren, podremos diseñar experiencias centradas en ellos.
- Cédulas de objeto con preguntas.
- Opciones y espacios en línea para interactuar con el personal del museo, dialogar sobre experiencias, aprendizajes, dudas y opiniones.
- Muros colaborativos para que los visitantes compartan preguntas y respuestas entre ellos.
- Entornos de libertad, confianza y respeto para una mediación abierta, diversa, dinámica.
- Foros abiertos para promover el diálogo entre y con el personal del museo.

Como visitante

- Participa en el museo con todas tus ideas, sensaciones, emociones, saberes y experiencias, todas son válidas, igual que tus dudas.
- Escucha las respuestas de otros, quizá en ellas encuentres algo que tú también estabas buscando.
- Narra a otros sobre lo que conoces, ves, piensas y sientes con respecto a un cuadro, objeto o pieza.
- Elige palabras clave para describir lo que te sorprendió o emocionó de la exposición.
- ¿Qué preguntas le harías al artista que creó el objeto?, y ¿si es un científico quien realiza el proceso?
- ¿Cómo podrías dialogar con un objeto? ¿qué le preguntarías? Descubre su lenguaje y escucha los mensajes que quiere comunicarte.

NOTAS:

Empatía

Más que una capacidad emocional, la empatía involucra el entendimiento de lo que ve, dice, siente y piensa el otro.

El museo expone tanto lo propio como lo ajeno, lo que consideramos nuestro o del otro, personas, culturas, soluciones, geografías, momentos diversos en los que nos identificamos o nos diferenciamos.

Si el museo se considera a sí mismo un espacio de empatía, entonces su labor es promover respuestas sensibles en sus visitantes, no solamente como un juego de roles, sino como el respeto a la diversidad, y el actuar en consecuencia.

Esta habilidad requiere de un ejercicio deliberado para: comprender los procesos socioafectivos, cognitivos y transformativos; entender al otro como individuo, grupo o contexto; reconocernos en la heterogeneidad y multidimensionalidad de las manifestaciones humanas y naturales.

ACCIÓN: Pensar críticamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Emocional, cognitiva, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Personas

REFERENCIAS

American Alliance of Museums. (2017). TrendsWatch 2017, Alliance Labs: <http://labs.aam-us.org/trendswatch2017/>

Konnikova, M. (2012, noviembre 14). The empathy machine, AEON Magazine: <https://aeon.co/essays/empathy-depends-on-a-cool-head-as-much-as-a-warm-heart>

Zepeda, N. (2017, noviembre 8). La empatía como hábito en el museo, NodoCultura: <https://nodocultura.com/2017/11/08/empatia-como-habito-en-el-museo/>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Evaluación del propio quehacer desde el Modelo de Madurez de Empatía.
- Información contextual, a través de cédulas, imágenes o materiales de apoyo.
- Preguntas, que inviten al público a percibir el punto de vista del curador o del museógrafo, por ejemplo: ¿Quién está detrás de los objetos expuestos? ¿Qué nos dice la distribución de la historia que nos quieren contar?
- Mediación a través de visitas teatralizadas, en las que la narración, los juegos de roles y otras actividades en sala, permitan exponer distintas perspectivas del pasado y del presente.
- Espacios de conversación donde todxs lxs participantes sean consideradxs pares, con el fin de encontrar nuevos puntos de encuentro.
- Implementación de mapa de empatía para evaluación de experiencias.

Como visitante

- ¿Existe algo en lo expuesto que puedas conectar contigo, tus recuerdos, deseos, conocimientos o experiencias? ¿Cómo te identificas con esta obra? (Emocionalmente, ideológicamente, éticamente, vivencialmente, etcétera).
- Ponte en el lugar de las personas que exponen en el museo, ya sean artistas, historiadorxs, curadorxs, líderes sociales, científicxs: ¿Puedes identificar su punto de vista o cómo pensaban?, ¿por qué crees que es importante comunicar sus ideas al mundo? ¿Qué modificarías si estuvieras en su lugar y realizaras sus acciones?
- Viaja en el tiempo o al contexto en el que sucede lo que se expone: ¿Cuál crees que es la forma de pensar?, ¿cuáles las costumbres? ¿Qué necesidades y problemas pueden existir en esa coyuntura? ¿Cómo podrías solucionarlos?
- ¿Qué puedes conocer de otros a partir de lo que ves, sientes y piensas?

NOTAS:

Flexibilidad mental. Pensamiento divergente

El proceso creativo y crítico requiere abrir el pensamiento, aprovechar la ambigüedad y tomar riesgos.

Joy Paul Guilford acuñó el término pensamiento divergente en 1956 para referirse al proceso de generación de numerosas ideas, inesperadas asociaciones y múltiples perspectivas.

En el proceso creativo, el pensamiento divergente es ineludible para generar ideas alternativas y soluciones controversiales con respecto a la norma. Para lograrlo, se requiere flexibilidad para superar el conocimiento dictado y los patrones preestablecidos, cambiar de enfoques y replantear los conceptos convencionales (Guilera, 2011).

Este tipo de pensamiento se aplica a todos los campos de experiencia, y el museo no es la excepción. Precisamente, estos espacios son necesarios para el cuestionamiento de lo ya sabido, ya conocido y ya probado. Es responsabilidad del museo actual facilitar la exposición del conocimiento compartido con su comunidad, y esto incluye todo aquello que no se ha dicho. Así, de manera libre y autónoma, los públicos y no públicos, con toda su sensibilidad y conocimiento, son parte del intercambio de percepciones, conceptos, experiencias, visiones y formas de sentir, pensar, hacer por, para y alrededor del patrimonio.

REFERENCIAS

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

Guilford, J. P., y Strom, R. (1994). Creatividad y educación. Barcelona: Paidós Ibérica.

Norris, L., y Tisdale, R. (2016). Creativity in museum practice. New York: Routledge.

ACCIÓN: Pensar creativamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Conceptual, procedimental

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Descentralización: Al interior del equipo, cuestionar los discursos hegemónicos para dar lugar a la necesaria comunicación de narrativas alternativas y subrepresentadas.
- Entre colegas, contar con tiempo para conversar, reflexionar y replantear los programas museísticos desde una posición de apertura y reto.
- Integración de distintas miradas, enfoques, contenidos y objetos, en la planeación museológica.
- Reflexionar la representación que hacemos del museo ¿puede plantearse de otra forma?
- Recursos museográficos para realizar distintas lecturas al discurso museológico y curatorial, por ejemplo: textos críticos, notas de prensa, testimonios, narrativas, recorridos.
- Autoridad compartida entre museo y comunidad.
- Mediación como desaprendizaje, desacuerdo, desobediencia y contradicción.

Como visitante

- Ya sea que realices tu visita al museo solo, con amigxs, familia o compañerxs de clase, pensar de manera divergente implica explorar más opciones temáticas, estéticas, narrativas o filosóficas sobre los objetos expuestos, tus ideas y experiencias.
- Escribe en una hoja todas las ideas que surjan, no te limites. Recuerda que no existe una respuesta única: ¿De qué otra manera se podría contar esta exposición?
- Si la exposición fuera una obra de teatro ¿cómo sería?, si fuera una pieza musical, ¿cómo sonaría?, ¿cómo se representaría a través de una coreografía? ¿Qué otros tipos de museos albergarían esta muestra?
- De todos los objetos e ideas expuestas ¿se podría desarrollar otra lectura o interpretación?
- Si consideras que hay muchas ideas sueltas, utiliza el pensamiento convergente para aterrizarlas.

NOTAS:

Imaginación

“Fingir, crear, idear, fantasear son maneras de liberarnos...” (De Puig y Sátiro, 2006).

Imaginar implica la representación de escenarios mentales que no se han experimentado, pero que se basan en la observación, el conocimiento y la experiencia previa propia. Es así como en el museo, surge no solamente del bagaje del visitante, sino que incluye las características del espacio, la disposición y naturaleza de los objetos, el contexto de visita, entre otros tantos elementos circunstanciales, discursivos y personales.

La imaginación permite: rebasar nuestra propia experiencia, entrar al universo del otro, ver y pensar de nuevas maneras, crear situaciones y posibilidades ficticias, reagrupar y reconstruir, inventar, crear, resolver problemas y proyectar un mundo empático, democrático y coherente (Achiam, 2016; De Puig y Sátiro, 2006; Greene, 1995).

Detonar esta habilidad en el contexto del museo amplía el campo perceptivo de las personas con respecto a sí mismas y su entorno. Sin embargo, Marianne Achiam señala que lo que hace falta es un modelo que permita vincular el conocimiento científico y curatorial a la imaginación y la interpretación personal para consolidar ambas aportaciones a la construcción de sentido.

REFERENCIAS

Achiam, M. (2016). The role of the imagination in museum visits. *Nordisk Museologi* (1), 89–100.

De Puig, I., y Sátiro, A. (2006). *Jugar a pensar. Recurso para aprender a pensar en educación infantil*. Ciudad de México: Editorial Octaedro/SEP.

Greene, M. (1995). *Releasing the imagination. Essays on Education, the Arts, and Social Change*. San Francisco: Jossey-Bass.

ACCIÓN: Pensar creativamente
TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva
GRADO DE INTERACCIÓN: Medio
TIPO DE CONOCIMIENTO: Conceptual, metacognitivo
PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Como parte del trabajo diario, dar tiempo al ocio, a la imaginación y a la creación de proyectos que estén fuera de la rutina laboral del museo.
- Dentro de la planeación y diseño de programas, imaginar escenarios alternativos a la rutina, anticipar situaciones, identificar posibles problemas y proyectar posibilidades para la labor museológica.
- Espacios que promuevan el diseño, la construcción y la imaginación de los contextos del contenido expositivo, en vinculación a escenarios mejores o futuros.
- Experiencias inmersivas.
- Mediar desde la narración, el juego de roles y el descubrimiento.

Como visitante

- Imagina que la obra u objeto que observas es parte de una historia. Dibuja, escribe o comenta con otros qué pasaría después de la escena que representa.
- Reflexiona en el contexto en el que el objeto fue creado: ¿En qué situación se produjo? ¿Cómo era la vida en aquel momento o cómo es la vida en el lugar dónde se hizo? ¿Bajo qué proceso se pudo haber llevado a cabo? ¿Cómo se modificaría tu vida si no hubiera existido ese personaje, cultura u objeto?
- Imagina que eres parte de la obra de arte, el objeto o proceso que observas: ¿qué imaginas que no es evidente a simple vista?
- La imaginación es una forma de construir mundos. Si tú vivieras el contexto que se presenta en la exposición –no importa si es hace siglos o la época actual, si es sobre arte, historia o ciencia– ¿Qué historia contarías? ¿Qué objetos expondrías? ¿Qué ideas querrías transmitir?

NOTAS:

Intuición

Intuir, no es tener un presentimiento, es saber qué es.

La intuición es la comprensión de forma inmediata (Bergson, 1966) y general (Arnheim, 1993), sin necesidad de pasar por un proceso lógico.

El pensamiento intuitivo es guiado por nuestras experiencias y conocimientos acumulados, y resulta de los estímulos sensoriales, las emociones y asociaciones que se dan en una situación o momento determinado. La intuición y el razonamiento no son opuestos, sino que se complementan y trabajan juntos, ambos proveen información, la primera como un todo y el segundo enfocado a las partes. Es precisamente en esa reciprocidad que se dan los procesos investigativos y creativos.

En el museo, entonces, se vuelve esencial como parte de la interpretación, desde cómo detectamos que habremos de llevar a cabo nuestro recorrido hasta las deducciones que hacemos a partir de lo que observamos: ¿Seguimos un camino predeterminado por otros o seguimos nuestras “corazonadas”? ¿Lo que percibimos y sentimos es igual a lo que se dice que percibimos y sentimos? ¿Lo que se dice de un objeto es lo mismo que observamos? ¿Nuestras observaciones generales se confirman con el análisis de las partes?

REFERENCIAS

Arnheim, R. (1993). Consideraciones sobre la educación artística. Barcelona: Paidós.

Bergson, H. (1966). Introducción a la metafísica y la intuición filosófica. Buenos Aires: Ediciones Siglo Veinte.

Galindo, S. (julio-septiembre de 1997). La intuición en la investigación científica. Revista Ciencias, 47, 58-61, Revista Ciencias: <https://www.revistaciencias.unam.mx/es/196-revistas/revista-ciencias-47/1868-la-intuici%C3%B3n-en-la-investigaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica.html>

ACCIÓN: Establecer metas y tomar decisiones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Procedimental

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- En el liderazgo del museo, se recomienda el uso de la imaginación y la intuición para configurar procesos y colaboraciones alternativas que duden y cuestionen las condiciones convencionales de las instituciones.
- Reflexión al interior del equipo de trabajo: ¿El museo es percibido de la misma manera en la que se enuncia?
- Narrativa como herramienta para identificar significados tanto de los contenidos como de las experiencias de los visitantes.
- Diseño intuitivo de los espacios y experiencias.
- Diseño intuitivo (fácil de usar) de materiales, apps, equipamientos, etcétera.
- Fortalecimiento de la confianza y la autorreflexión en la mediación y el proceso interpretativo.

Como visitante

- Recorre el espacio siguiendo solamente tu intuición: ¿Hacia dónde te diriges? ¿Qué es lo que más llama tu atención?
- Realiza un primer recorrido sin leer cédulas o textos. Identifica lo que percibes y sientes, anótalos en una hoja. Regresa al texto introductorio de la exposición e identifica similitudes y diferencias: ¿Te dan una idea más completa del tema? ¿Las relaciones que se establecen cobran sentido? ¿Qué otras indagaciones podrías llevar a cabo? ¿Encuentras problemas o faltas entre lo que percibiste y lo que leíste?
- Toma en cuenta tu primera impresión sobre cada objeto: ¿Qué ideas, imágenes o sensaciones tienes sobre él?, ¿qué información te aporta esa primera impresión?, ¿qué te dicen tus corazonadas sobre este objeto?, ¿sabes cuál es su uso, función o razón?, ¿qué te hace falta para saberlo?

NOTAS:

Narración

“...una cultura está en constante proceso de ser tanto recreada como interpretada y renegociada por sus miembros.” (Bruner, 1986)

Narrar es una acción constructiva que implica explicar experiencias o eventos de manera coherente, a través de la organización y relación de contenidos.

El modelo narrativo en el museo reside en que tanto el museo como los visitantes, en una relación de autoridad compartida, participan –y negocian– la construcción de sentido (Roberts, 1997); entonces el narrar es una acción co-creativa en la que se presentan alternativas al contenido expositivo. Esta cualidad comunicacional es comúnmente empleada en museos de historia y arte pues son idóneos para detonar memorias, integrar perspectivas personales y activar emociones; respecto a los museos de ciencias, la narración se trata de incorporar las historias de los humanos, y no la descripción factual o análisis del mundo (Rounds, 2002).

En los platos fuertes de este Menú proponemos la narración como una forma de construir el museo desde sus relatos (versiones) y representaciones; posteriormente, como postre, sugerimos algunas estrategias narrativas como herramientas para sintetizar y divulgar lo construido.

REFERENCIAS

Bruner, J. (1986). *Actual Minds, Possible Worlds*. Cambridge: Harvard University Press.

De Puig, I., y Sátiro, A. (2006). *Jugar a pensar. Recurso para aprender a pensar en educación infantil*. Ciudad de México: Editorial Octaedro/SEP.

Roberts, L. (1997). *From Knowledge to Narrative: Educators and the Changing Museum*. Washington, D.C.: Smithsonian Institution.

Rounds, J. (2002, otoño). *Storytelling in Science Exhibits*. *Exhibitionist*, 21(2), 40-43.

ACCIÓN: Investigar, buscar otras informaciones y representar

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Personas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Reflexión: ¿Cómo promueve el museo la participación de los visitantes en la narración y configuración del contenido expositivo?
- La museografía es una forma de narrar: inclusión de múltiples voces y alternativas de recorrido.
- El juego es otra forma de narrar nuestro entorno y nuestras acciones; en la mediación, éste puede ser un recurso clave para llevar a cabo procesos interpretativos de forma lúdica y significativa.
- Mediación a partir de modos alternativos de explicación y narración como la historia oral, la mitología, la tradición familiar, los gestos y el movimiento.
- Reconocimiento y exposición de los puntos de vista del visitante.
- Desarrollo de narraciones sobre piezas concretas del museo en redes sociales.
- Espacios de conclusión para que los visitantes puedan retomar y compartir los aspectos narrativos clave en un recorrido.

Como visitante

- Elige una obra u objeto expositivo, imagina que fuera un fragmento de una narración: ¿qué habría sucedido antes? y ¿qué pasaría después?
- Responde sobre otro objeto u obra que haya llamado tu atención (también puedes hacerlo de tu experiencia general en el museo): ¿De quién se habla? ¿Quién más participa? ¿Qué sucedió y cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿para qué? ¿Por qué es importante decirlo?
- En el museo se presentan distintas narraciones y significados. Crea una historia alternativa, en la que describas lo que has visto o aprendido en tu visita.
- Corrobora la historia que se expone en el museo: ¿Identificas huecos o faltas?, ¿crees que existan otras versiones sobre el mismo tema?

NOTAS:

Profundizar la experiencia

Registrar los procesos que ponemos en práctica es una manera de autoconocimiento sobre nuestro aprender, vivir y convivir.

Uno de los preceptos de la obra de John Dewey es que no aprendemos de la experiencia, sino de la reflexión que hacemos sobre ella. Para él, esta acción requiere regresar a lo que se ha llevado a cabo, analizar nuestras actitudes y el objetivo de nuestros comportamientos, las conclusiones obtenidas serán entonces los significados que servirán para futuras experiencias (Dewey, 1933, 1997).

El pensamiento reflexivo implica evaluar de forma crítica, consistente y cuidadosa las “verdades”, nuestras percepciones y nuestra propia experiencia. En este platillo, se sugiere profundizar en lo que vivimos en el museo desde la duda y la indagación para confirmar o contradecir lo que se nos dice, lo que leemos y lo que creemos.

La autoreflexión y el autoconocimiento es indispensable desde el interior del museo como herramienta de evaluación y en los procesos de aprendizaje y descubrimiento que llevan a cabo los visitantes en su propio recorrido. La labor del museo es fortalecer formas de acercamiento que promuevan en los visitantes posibilidades emotivas, creativas, interpretativas y colaborativas para no solamente enriquecer su experiencia museística, sino su experiencia de vida.

ACCIÓN: Evaluar importancia

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas

REFERENCIAS

Dewey, J. (1933). How We Think. Boston: D. C. Heath.

— . (1997). Experience and Education. New York: Touchstone.

León, F. (2014, enero-junio). Sobre el pensamiento reflexivo, también llamado pensamiento crítico. Propósitos y Representaciones, 2(1), 161-214.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Al interior del equipo, reflexionar:
 - ¿Qué rol y labor toma el museo en los procesos cognitivos, metacognitivos, emotivos y creativos de sus visitantes? ¿Cómo motivar al visitante a extender su experiencia de visita fuera del museo?
 - ¿Cuál es la misión del museo con respecto a su dimensión humana y comunitaria? ¿Cuál es la trascendencia de las acciones del museo en el presente?
- Ejercicios y registros de autoreflexión sobre las experiencias del personal del museo en relación con su rol y misiones.
- Salas de dudas: espacio de reflexión y de diálogo para formular preguntas, conceptos, contenidos significativos para los visitantes y sus experiencias.
- Mediación hacia el intercambio de conocimiento, el diálogo, la comprensión, y la reconciliación.

Como visitante

- Registra los puntos indispensables de tu experiencia de visita al museo: ¿qué es lo que más ha llamado tu atención? ¿Qué herramientas o recursos has utilizado para conocer más de los objetos, obras o ideas expuestas? ¿Qué es lo que quieres recordar?, ¿cómo se vinculan esos aspectos contigo?
- Comenta con otros: ¿qué preconcepciones tenían sobre el museo? ¿Qué ha cambiado de lo que saben, sienten o piensan?
- ¿Qué has descubierto en tu propia experiencia? ¿Qué has descubierto de ti en tu manera de mirar, sentir, cuestionar y pensar?
- Deja en el buzón de comentarios o en el libro de visitas, tus dudas o preguntas sin resolver, así como los comentarios que consideres adecuados sobre las faltas o aspectos a mejorar que puede llevar a cabo el museo.

NOTAS:

Razonamiento. Pensamiento convergente

Análisis, síntesis, selección, exactitud, información validada y técnicas probadas para hacer realidad lo que pensamos “fuera de la caja”.

El pensamiento convergente es un término que inicialmente utilizó Joy Paul Guilford en 1956 para referirse a la deducción, a partir de información previa y pautas específicas, de la mejor y única solución a un problema.

En el proceso creativo, después de generar numerosas ideas y soluciones (pensamiento divergente), se emplea el pensamiento convergente para refinar, evaluar y consolidar las soluciones factibles y viables. Así es como se requieren ambas habilidades para integrar diversas perspectivas y narrativas, y desarrollar resultados fundamentados.

El museo tradicional que se representa como autoridad incurre en la representación de una versión de la historia o el conocimiento inamovible; sin embargo, la institución del siglo XXI tiene el compromiso de aportar las herramientas para que los visitantes en sus propios procesos interpretativos –usando pensamiento divergente y convergente– revelen rutas alternativas y posibles sobre el entendimiento del mundo.

REFERENCIAS

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

Guilford, J. P., y Strom, R. (1994). Creatividad y educación. Barcelona: Paidós Ibérica.

Norris, L., y Tisdale, R. (2016). Creativity in museum practice. New York: Routledge.

ACCIÓN: Pensar críticamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Conceptual, procedimental

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Reflexionar al interior del equipo: ¿Qué datos o información consideramos indispensable comunicar sobre el museo y el contenido expositivo?
- Espacios de consulta o recursos didácticos que presenten varios tipos de fuentes documentales que ayuden a los visitantes a indagar sobre lo que ven.
- Cédulas portátiles o aplicaciones móviles que, a manera de hipertextos, contengan varios niveles de información.
- Actividades paralelas que incluyan charlas con investigadorxs y expertxs.
- Mediación desde la conversación contextualizada.
- Problemas de investigación expuestos en línea y en redes sociales para motivar a la participación de los visitantes cautivos, potenciales y virtuales.

Como visitante

- Utiliza el pensamiento convergente en combinación con el divergente: no limites tu imaginación ni tus ideas, pero intenta destacar las más significativas para ti.
- Busca información concreta sobre la obra u objeto. Pregúntate: ¿Cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿de qué manera?, ¿a quién beneficia?, ¿qué se dice?, ¿qué no se dice sobre él?
- Describe las características físicas del objeto. ¿Será que todxs vemos lo mismo? ¿Alguna nueva información difiere de tu investigación, tus percepciones y lo que imaginaste sobre él?
- Dialoga con otras personas sobre tus descubrimientos y compara tus observaciones ¿En qué coinciden y en qué difieren?

NOTAS:

MENÚ PARA

TRANSFERIR LA EXPERIENCIA

fuera de los límites del museo y hacia la vida diaria

postres
MUSEOS



Mapas mentales

Diagramas radiales que representan la relación de nuestros pensamientos.

Los mapas mentales son un método de análisis (Buzan, 2004) que consiste en la organización de conceptos e imágenes en relación con un tema particular: De forma análoga o digital, se ubica al centro la palabra o imagen principal, y a ella se conectan las ideas derivadas. El resultado contiene componentes simbólicos que se han fijado en la mente después de una experiencia y que identifican, estructuran, visualizan y clarifican relaciones conceptuales relevantes para quien lo realiza.

Este proceso asociativo es una estrategia metacognitiva para la construcción de sentido (Girija, 2015), y de ahí su valor para los procesos de aprendizaje y el museo. Vista la institución museal como objeto de estudio, ésta integra esquemas y patrones que determinan un punto de vista del que parten las narrativas y sesgos que constituyen la concepción de sí misma y que se transmite a los visitantes.

Una manera de evaluar lo anterior es a través del mapeo de significado personal (Personal Meaning Mapping – PMM), desarrollado por John Falk, que retoma la organización visual de los mapas mentales para que los visitantes se expresen libremente con respecto a un concepto predeterminado del contenido expositivo.

ACCIÓN: Pensar críticamente y sintetizar la información

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas

REFERENCIAS

Buzan, T. (2004). Cómo crear mapas mentales. Madrid: URANO.

Girija, C. (2015). Learning Techniques And Information Processing Ability. Gujarat: Sara Book Publication.

Juárez Gómez, M. L., & Maldonado Méndez, F. J. (2017). El mapeo de significado personal. Metodología cualitativa para el estudio de públicos, primeros ensayos, Estudios sobre públicos y museos. Volumen II. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica, Publicaciones Digitales ENCRyM: <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/11175>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Mapas mentales en la planeación estratégica global y en el desarrollo de proyectos específicos y programas educativos.
- Empleo del mapeo de significado personal en la evaluación de los aprendizajes obtenidos.
- Ejercicios de mediación basados en esta técnica.
- Mapa mental colaborativo entre visitantes en espacios de interpretación, como un recurso para evaluar la experiencia de visita.
- Recorridos virtuales a partir de mapas basados en conceptos específicos.

Como visitante

- Realiza el mapa de tu visita para compartirlo con otras personas que han visitado contigo el museo o que tal vez lo visitarán. Inicia anotando el concepto que consideras más importante en el centro de la hoja.
- ¿Cuáles fueron los detalles que más llamaron tu atención y que quisieras que otras personas también identificarán? Escríbelos alrededor del concepto principal con un color diferente. Puedes incluir las obras de arte, los temas de la exposición o las herramientas museográficas (ambientación, iluminación, colores, recursos didácticos, etcétera)
- Al lado de estos detalles enlista las características que los distingan (en palabras o en dibujo).
- Completa hasta que termines tu recorrido y tengas tu mapa mental terminado.
- Compártelo con otras personas; analízalo y descubre distintas formas de interpretar una situación, tema o exposición.

NOTAS:

Reinterpretación. Hallazgos y descubrimientos

“La interpretación enriquece la vida a través del involucramiento de las emociones, mejorando experiencias y profundizando el entendimiento sobre las personas, los lugares, eventos y objetos del pasado y presente.”
(Association for Heritage Interpretation, s/f)

Los procesos interpretativos suceden a partir del individuo, pero también aspectos sociales, como el contexto físico y otras personas, participan en su configuración: ¿Qué percibimos, pensamos, sentimos, decimos?, pero también ¿quién nos lo dice?, ¿cómo lo enuncia? Todo ello –el qué, quién y cómo– establece el marco a partir del cual explicamos y representamos el mundo y nuestra experiencia en él.

El rol de la educación consiste en descifrar, anticipar y negociar los significados construidos tanto por el museo como por los visitantes (Roberts, 1997); en este sentido, la función de la institución será provocar el diálogo activo y la participación cotidiana para exponer, debatir y repensar esas interpretaciones.

El Menú para visitar museos ofrece técnicas y estrategias para emplear en los procesos de interpretación que invariablemente suceden en la experiencia. En esta etapa final, proponemos repasar los elementos más significativos de la visita, regresar a los descubrimientos y hallazgos que se encontraron y revelaron al propio paso.

REFERENCIAS

Association for Heritage Interpretation. (s/f). <https://ahi.org.uk/>

Burnham, R., & Kai-Kee, E. (2011). Teaching in the Art Museum: Interpretation as Experience. Los Angeles: Getty Publications.

Roberts, L. (1997). From Knowledge to Narrative: Educators and the Changing Museum. Washington, D.C.: Smithsonian Institution.

ACCIÓN: Analizar lo aprendido y aplicarlo en nuevas situaciones
TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva
GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo
TIPO DE CONOCIMIENTO: Metacognitivo
PREFERENCIA POR: Ideas, personas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Reflexión y replanteamiento sistemático del rol y labor del museo en los procesos individuales y sociales.
- Ejercicios en los que educadores, profesionales del museo y otros expertos desarrollen nuevas propuestas de lectura de las obras u objetos del museo.
- Mediación desde la contextualización y conversación, para que en conjunto mediadores y visitantes emprendan la búsqueda de sentido.
- Espacios de confianza y libertad que promuevan el diálogo y el valor a lo que cada visitante tiene que decir.

Como visitante

- ¿Cómo fue tu experiencia de visita en el museo? ¿Qué fue lo que más llamó tu atención? ¿Qué respuestas emocionales e intelectuales tuviste ante lo que observaste y viviste? ¿Qué es lo que consideras que se relaciona a quién eres, lo que haces, sientes y sabes?
- Transforma los hallazgos que has descubierto en el museo en un lenguaje cercano a tus intereses, habilidades y gustos. Por ejemplo, realiza memes, collages, bocetos, música, representaciones gestuales y corporales, poesía, para comunicar el valor que le pones a tus descubrimientos.
- ¿Descubriste algo nuevo de ti y de tu manera de mirar, sentir, pensar y hacer en tu recorrido por el museo?

NOTAS:

Seis sombreros para pensar

“No sólo se trata [...] de ponerse un sombrero para pensar, sino también de escoger de qué color será el sombrero que se va a utilizar.” (De Bono, 1988).

Esta técnica se basa en la metáfora de seis sombreros que representan diversas formas de analizar una situación. La elección de un color define un rol y, por consiguiente, una dirección específica de indagación (Guilera, 2011):

- Blanco: Datos e información objetiva.
- Rojo: Emociones, sentimientos y presentimientos.
- Negro: Crítica, precaución, lógica negativa y juicio.
- Amarillo: Optimismo, lógica positiva, factibilidad y beneficios.
- Verde: Intuición, nuevas ideas y alternativas
- Azul: Planeación, procesos y acciones concretas.

Los seis sombreros para pensar son empleados en ejercicios creativos, pues promueven el pensamiento crítico individual, la comunicación y la colaboración en la resolución de problemas. De una manera estructurada y deliberada, proporcionan puntos de vista alternativos a los habituales.

En este Menú proponemos esta herramienta para valorar la experiencia de visita al museo y descubrir –y analizar– el abanico de pensamientos, intereses, procesos y emociones que suceden en el espacio museográfico; sin embargo, su práctica también es recomendable como plato fuerte en la indagación específica de los objetos y contenidos expositivos.

REFERENCIAS

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

De Bono, E. (1988). Seis sombreros para pensar. Barcelona: Editorial Granica.

ACCIÓN: Pensar críticamente

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Planeación estratégica particular y resolución de problemas a partir de los “Seis sombreros para pensar”.
- Aplicación de esta técnica en la evaluación previa, formativa, remedial y sumativa de los procesos de diseño de programas y recursos museográficos y educativos.
- Mediación a partir de esta herramienta en la conversación sobre un tema, objeto u obra.
- Integración de distintas voces en el discursos curatorial: artistas, historiadores, curadores y comunidad.
- Interdisciplina como base del trabajo museológico y transdisciplina como su propósito.

Como visitante

Describe tu experiencia en el museo, desde la perspectiva de los diferentes sombreros:

- Blanco. Desde una perspectiva lógica y cuantitativa, explica los hechos: ¿qué fue lo que viste, escuchaste y aprendiste?
- Rojo. Expresa emociones: ¿Qué fue lo que más te gustó y emocionó?, ¿qué no te gustó o incomodó?
- Negro. Habla desde la crítica y la duda: ¿Cuáles fueron los problemas?, ¿qué salió mal?, ¿qué peros le pones a tu experiencia?
- Amarillo. Da perspectivas o juicios positivos: ¿cómo puedes sacar mayor provecho a tu visita? ¿Qué ha sido lo más valioso?
- Verde. Plantea ir más allá de lo conocido y lo obvio: ¿De qué otras maneras puedes realizar un recorrido o explorar un objeto? ¿Cómo representarías tu visita en otros lenguajes además del oral, escrito y visual?
- Azul. Conviértete en moderador y organiza una conversación con otras personas. Pregunta, responde, sintetiza, concluye.

NOTAS:

Transferencia de la experiencia

La experiencia de visitar, usar, habitar el museo extendida a otros momentos y lugares.

El aprendizaje significativo es el proceso a través del cual se relaciona un nuevo conocimiento con lo que ya se sabe; de tal manera que se desarrollan vínculos personales con lo observado, percibido, sentido, aprendido y vivido en un entorno. Éste involucra tanto la estructura cognitiva de la persona que aprende como los intercambios de sentimientos y las interacciones sociales a partir de las que se adquiere la información (Moreira, 1997).

En la educación patrimonial y en el contexto museístico, es esa experiencia la que permite seguir extendiendo la emoción, el pensamiento y los significados fuera de ese espacio, más allá de las colecciones y los contenidos expositivos, y hacia la vida diaria. De ahí la importancia de que se faciliten posibilidades significativas para las personas que construyen el museo –personal, comunidad, públicos– promoviendo y agitando el pensamiento, los diálogos, las narrativas y las formas de vivirlo.

Lo que este platillo propone es considerar el museo, no como un lugar físico, sino como un espacio abierto a conversaciones y experiencias que lo pueden rodear, atravesar, perforar, y consecuentemente, transformar.

REFERENCIAS

Caine, R. N., & Caine, G. (1994). Making Connections: Teaching and the Human Brain. New York: Addison-Wesley.

Moreira, M. A. (1997). Aprendizaje significativo: un concepto subyacente. Actas del Encuentro Internacional sobre el Aprendizaje Significativo (pp. 19-44). Burgos: Universidad de Burgos.

Silverman, L. H. (1995, septiembre). Visitor meaning-making in museums for a new age. Curator. The Museum Journal,, 38(3), 161-170.

ACCIÓN: Analizar lo aprendido y aplicarlo en nuevas situaciones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio

TIPO DE CONOCIMIENTO:

Conceptual, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Museografía como escenario de experiencias.
- Mediación significativa y transdisciplinaria.
- Vinculación con escuelas en redes de trabajo para el diseño de programas integrales.
- Colaboración con la comunidad: reconocer sus necesidades, capacidades, referencias, reacciones y contribuciones a las narrativas del museo.
- Evaluación de experiencias, interacciones e intercambios.
- Prácticas y procesos centrados en los visitantes.
- Extender la presencia y visibilidad del museo a distintos entornos.

Como visitante

- Implementa tus aprendizajes en otros ámbitos: ¿Cómo vinculas lo que has aprendido en la escuela con lo que has visto en el museo? ¿En qué otras áreas de la vida puedes utilizar lo que viviste en tu visita al museo?
- ¿Cómo cambió tu experiencia con los platillos del Menú?, ¿qué platillos te gustaría emplear en tu visita a otro museo?
- ¿Qué has aprendido que no sabías antes? ¿Crees que esta forma de ver el museo aportó algo nuevo a tus sentidos y saberes?
- ¿Qué otras herramientas o formas creativas de experimentar el museo pueden potenciar tu visita?
- Comparte con otros tu experiencia.

NOTAS:



MENÚ PARA

COMPLEMENTAR, APOYAR Y FORTALECER
el disfrute y construcción de la experiencia

acompañamientos
MUSEOS

Socialización

“Lxs visitantes personalizan cada exposición, frecuentemente como un vehículo para facilitar el vínculo social.” (Dierking & Falk, 1992)

El museo es una experiencia social, aun cuando lo visitemos solxs. En nuestro recorrido, no solamente vamos acompañadxs de nuestros recuerdos, motivaciones y saberes (Hooper-Greenhill, 1995), sino que establecemos interacciones y relaciones, y por ende posibles aprendizajes.

El modelo contextual de aprendizaje en el museo (Dierking & Falk, 1992) comprende la complejidad de la visita desde tres contextos interrelacionados: el personal, el social y el físico. Este platillo enfatiza la compañía —constante o momentánea— como una dimensión fundamental que incide a lo largo de toda la experiencia de visita, desde el antes hasta el después.

Quien nos acompañan, con quien nos encontramos, de quien suponemos, a quien leemos, a quien le preguntamos (familia, amigxs, compañerxs, guardias, personal de atención, guías) median la visita como cocinerxs o comensales: desde el compartir, inciden en nuestras decisiones, en dónde nos detenemos, qué interpretamos y cómo recordamos el recorrido.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones, comunicar y compartir

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva, física, emocional, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio, alto

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual, conceptual, procedimental, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, personas

REFERENCIAS

Dierking, L. & Falk, J. (1992). *The Museum Experience*. Michigan: Whalesback.

Hooper-Greenhill, E. (1995). *Museum, Media, Message*. London / New York: Routledge.

Mena G., M. (2018, mayo 20). Porqué visitar un museo, con quién visitar un museo, Un viaje por los museos: <https://mgabrielamenag.wixsite.com/unviajeporlosmuseos/single-post/2018/05/20/por-qu%C3%A9-visitar-un-museo-con-quien-visitar-un-museo>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Conversación empática en equipo.
- Integración del modelo contextual de aprendizaje en los procesos de diseño de espacios y actividades.
- Reflexión y acción sobre las historias ausentes en los procesos curatoriales.
- Espacios de escucha en los procesos de trabajo.
- Mediadorxs, guardias y personal de sala como parte activa de la experiencia.
- Espacios y recorridos que inviten a la escucha y diálogo entre visitantes.
- Políticas y acciones que valoren los saberes que lxs visitantes.
- Reglas de convivencia para el personal y públicos basadas en la diversidad, equidad e inclusión.

Como visitante

- Si asistes solx al museo, aprovecha los diferentes platillos para sentirte en compañía. Si vas en grupo, usa las recomendaciones desde la cocina para enriquecerla.
- Solx o acompañadx, reflexiona sobre lo que comunica el espacio, desde qué postura y tono lo hace (autoridad, amigable, etcétera).
- Observa a otras personas: ¿en dónde se detienen?, ¿a quién escuchan?, ¿con quién interactúan?
- Haz consciente tu propio recorrido, identifica los puntos en los que socializaste con alguien, ¿cambió tu dirección o tu atención?
- Comparte con las personas que te acompañan, decidan juntxs.
- No tengas miedo de preguntar al personal del museo tus dudas.
- Pregúntate si te sientes segurx en el museo y cómo cambia tu experiencia a partir de ello. Hazle al museo saber si no fue una buena experiencia.

NOTAS:

Audioguía y guía hipermedia

“...la audioguía debería verse como un servicio que es parte crucial de la experiencia en el museo...” (Mann, Tung, Green + Webb USA, y The Metropolitan Museum of Art, 2015)

Consideradas como un “elemento de educación positivista donde el conocimiento ya está dado, elaborado y terminado” (de Pascual, 2011), los sistemas tradicionales de audioguías no requieren de mucha interacción.

La versatilidad de los dispositivos móviles ha hecho posible que al audio base se le agreguen imágenes, videos y transcripciones; las llamadas “guías hipermedia” (Bellido, 2013).

Si bien los contenidos siguen siendo definidos y unilaterales, desde sus primeros usos en el Stedelijk Museum (1953), esta herramienta ha sido uno de los medios imprescindibles en los museos pues permite acercarse a los contenidos expositivos y al espacio museístico desde la escucha.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Medio

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual, conceptual, procedimental

PREFERENCIA POR: Ideas, personas

REFERENCIAS

De Pascual, A. (2011). ¿Dónde empieza la educación de adultos?. En M. Acaso, Perspectivas: Situación actual de la educación en los museos de artes visuales (pp. 100-103). Madrid: Ariel.

Mann, L., Tung, G., Green + Webb USA, & The Metropolitan Museum of Art. (2015, febrero 1). A new look at an old friend: Reevaluating the Met's audio-guide service, MW2015: Museums and the Web: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/a-new-look-at-an-old-friend-re-evaluating-the-mets-audio-guide-service/>

Wallace, M. (2014). Writing for Museums. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Capacitación para la producción en el museo.
- Trabajo en equipo entre las diferentes áreas del museo y las productoras externas.
- Estudio de públicos oyentes.
- Diseño de servicios como método para construir la experiencia de visita al museo y de uso de las audioguías y guías hipermedia.
- Construcción de narrativas alternativas.
- Posibilidades para mejorar y enriquecer la experiencia del uso de la audioguía, desde el diálogo y la participación.
- Evaluación de accesibilidad y usabilidad.

Como visitante

- Antes de visitar el museo, revisa en su sitio de Internet si cuentan con este servicio; también puedes preguntar llegando al museo.
- Si las guías son aplicaciones, descárgala con anticipación.
- Si el museo presta los dispositivos para escuchar las guías, cuida de ellos.
- Recuerda que las guías son una sugerencia de recorrido que no necesariamente debes seguir.
- Acércate a los objetos que te interesan y revisa si cuentan con información en audio.
- Evalúa tu experiencia: ¿Fue útil contar con este tipo de acompañamiento?

NOTAS:

Hoja de sala

Llevar la exposición en el bolsillo.

Las hojas de sala son documentos que, generalmente, hacen las veces de cédula portátil (puede ser de uso exclusivo dentro de salas o tipo folletos para llevar), aportando información sobre lo que se ve.

Estas herramientas son tan variadas como sus intenciones: Están las que se mantienen en un **nivel informativo** aportando datos y fechas y definiendo términos; otras, en un **nivel interpretativo**, que presentan versiones de los textos curatoriales y dan mayores pistas sobre las razones de lo que se expone; otras se dirigen a un **nivel crítico** en el que se enfatizan conceptos específicos y se promueve la reflexión y la familiarización del museo y su contenido; y están aquellas que indican acciones específicas en un **nivel experiencial**.

Las hojas de sala son un apoyo para lxs visitantes cuyo valor, muchas veces, se pasa por alto. Además de ser una posibilidad más para motivar la indagación y la reflexión en torno a las piezas y narrativas de una exposición, pueden ser el soporte de medios más accesibles (letra de mayor tamaño, textos en Braille, etcétera) para la comprensión.

REFERENCIAS

Screven, C. (1995). Motivating Visitors to Read Labels. En A. Blais, Text in the exhibition medium (pp. 97-132). Québec: Musée de la Civilisation & La Société des Musées Québécois.

Serrell, B. (2015). Exhibit labels. An interpretive approach. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Wallace, M. (2014). Writing for Museums. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual, conceptual, procedimental, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, personas, objetos

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Las hojas de sala implican un ejercicio de síntesis: ¿Cómo intervenir lo menos posible en los procesos interpretativos, al mismo tiempo que se aporta suficiente información?
- Trabajo en equipo entre área curatorial y educativa, y equipos de diseño y comunicación.
- Soportes alternativos.
- Evaluación de pertinencia de hojas de sala a la especificidad de cada exposición.
- Planteamiento de estos recursos a partir de la colaboración de los públicos.
- Aportación de distintos niveles de lectura, y también de diferentes perspectivas.
- Espacios que abrazan la duda y la posibilidad de investigaciones inconclusas.

Como visitante

- Si el museo cuenta con folletos y hojas de sala, apóyate en ellos para realizar tus recorridos. Muchas veces éstos contienen versiones breves de lo que se expone, además de anticipar las posibilidades de la visita.
- Si el museo no cuenta con hojas de sala, tómallo como un reto: ¿Qué te gustaría conocer sobre esta exposición y que solamente pudiera estar escrito en una cuartilla?, ¿qué información agregarías?, ¿qué conceptos resaltarías?
- De cualquiera de las dos formas, comenta en el buzón de sugerencias o libro de visitas si te parece relevante contar con ese recurso o no. Para el museo y su personal, ésta puede ser información muy valiosa.

NOTAS:

Redes sociales

“...la energía más importante que recorren [las redes sociales] es la recreativa [...] que va desde la re-creación artística (la apropiación, el desvío, el remake) hasta la mera diversión...” (Carrión, 2012)

Una de las razones fundamentales de la existencia del museo es la divulgación del patrimonio (cultural, científico, natural). Aunque la solución a los problemas de interacción y comunicación con los públicos no se encuentra únicamente en redes, éstas sí han favorecido la labor divulgativa, además de la formación de otro tipo de comunidad y la co-creación de contenidos y experiencias.

Las redes sociales han favorecido el encuentro entre museos y personas, en un espacio que no necesariamente es el de la autoridad institucional, pero que aún implica compromisos y responsabilidades (Bastarrechea, 2012).

Soledad Gómez (2012) señala que construir un museo social no es nada más el que se proyecta desde las redes sociales, sino aquél que conoce y entiende a sus públicos como pares, que reconoce sus aportaciones, que conversa con ellos, que promueve su participación en la construcción de sentido y valor.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones, comunicar y compartir

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva, social

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual, conceptual, procedimental, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, personas

REFERENCIAS

Bastarrechea, N. (2017). Jóvenes, TIC y entornos educativos. Nuevas formas de interactuar, nuevas responsabilidades. TELOS(107), 93-94.

Carrión, J. (2012, mayo 7). Las redes recreativas. CCCB LAB: <http://lab.cccb.org/es/las-redes-recreativas/>

Fernández Paradas, A. (2014). Interactividad y redes sociales. Madrid: Asociación Cultural y Científica Iberoamericana.

Gómez Vílchez, S. (2012, enero-marzo). Evaluación de preferencia y participación. Museos españoles y redes sociales. TELOS(90), 79-86.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Formalización de área dedicada a la comunicación digital y capacitación a las distintas áreas sobre la estrategia digital institucional.
- Valoración de usos, posibilidades y compromisos que requieren las redes sociales desde las diferentes funciones del museo.
- Planear una estrategia digital coherente con las políticas institucionales, los planteamientos museológicos, el contexto y condiciones propias del museo, y de sus públicos.
- Catalogación y digitalización para divulgar y socializar las colecciones e investigaciones.
- Experimentación en diferentes plataformas y con diversos recursos: podcasts, video, música, blogs.
- Dinámicas específicas a los medios.
- Énfasis en los contenidos y la participación de la comunidad digital.
- Apertura a la retroalimentación y a la colaboración de la comunidad digital.
- Captura de datos y evaluación de estrategias.
- Red inalámbrica para lxs visitantes.

Como visitante

Si te encuentras fuera del museo:

- Aprovecha las redes sociales del museo para aprender sobre historias y objetos que no conocías. Conecta con otras personas con tus mismos intereses.
- Usa este medio para resolver tus dudas sobre temas específicos.
- Sugiere lo que quisieras ver en el museo.
- Contribuye con información con la que no cuenta el museo.
- Comenta, pregunta, sugiere, examina, diviértete.

Si te encuentras dentro del museo:

- Si no es evidente, pregunta la política de fotografías.
- Comparte tu recorrido en línea.
- Comparte tus dudas y preguntas. Quizá no sepan todo en el museo, pero seguramente en línea habrá alguien con esa información.
- Utiliza las redes sociales como el libro de visitas o el buzón de comentarios: comparte qué te gustó y qué podría mejorar de tu recorrido.

NOTAS:

Sistema cedulaario

“Una excelente cédula debería ser fácil de leer; las palabras son familiares, los conceptos son claros, y las oraciones fluyen naturalmente de una a otra. Apela tanto al corazón como a la mente.” (Bray, 2013)

Las cédulas son uno de los componentes básicos que intervienen en el recorrido de una exposición. Títulos, paneles, textos, gráficos e instrucciones son parte del sistema cedulaario: recurso comunicativo e interpretativo que organiza, forma, conecta y posibilita la reflexión y el diálogo con los que se presenta en un museo.

Según Chandler Screven (1995), las cédulas responden al menos a cinco funciones:

1. Contextualizar y proveer información: nombres, datos, usos, razones, detalles.
2. Dirigir la atención hacia determinados objetos y elementos.
3. Personalizar los temas: conectar lo familiar con lo nuevo.
4. Interpretar el contenido de la exposición y revelar desde dónde se construye.
5. Orientar sobre la organización, establecer expectativas, apuntar posibles relaciones.

Los textos y gráficos en las salas de los museos aportan a la comprensión y a la construcción del sentido de una exposición –y del propio museo– desde dos perspectivas igual de valiosas: desde quién escribe y desde quién lee. Por ello tanto el proceso de escritura como el de lectura debe ser disfrutable y dinámico.

REFERENCIAS

Bray, S. (2013). Excellence in Exhibition. Label Writing Competition 2013, American Alliance of Museums: <https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2017/11/view-the-2013-winners.pdf>

Screven, C. (1995). Motivating Visitors to Read Labels. En A. Blais, Text in the exhibition medium (pp. 97-132). Québec: Musée de la Civilisation & La Société des Musées Québécois.

Serrell, B. (2015). Exhibit labels. An interpretive approach. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

ACCIÓN: Investigar y buscar otras informaciones

TIPO DE INTERACCIÓN: Cognitiva

GRADO DE INTERACCIÓN: Bajo

TIPO DE CONOCIMIENTO: Factual, conceptual, procedimental, metacognitivo

PREFERENCIA POR: Ideas, personas, objetos

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Definición clara de objetivos de comunicación.
- Coherencia entre guiones: científico, curatorial y museográfico.
- Colaboración entre equipo curatorial y educativo en la planeación editorial y gráfica.
- Alternativas de lectura: textos en muro, catálogos, folletos, hojas de sala y otros recursos de apoyo que no requieren de la vista: audio, textos en Braille, etcétera.
- Conocimiento de quién es el público lector y quién es el no-lector.
- Integración de visitantes en la validación de los textos y gráficos expuestos.
- Espacios para que lxs visitantes contribuyan, desde su experiencia y conocimiento, a la elaboración de textos.
- Evaluación de legibilidad tipográfica y lingüística.

Como visitante

Te proponemos diferentes tipos de recorridos según la forma de relacionarse con los textos:

- Recorre la exposición sin leer, acércate a los objetos que llamen tu atención e intenta descifrarlos sin el apoyo escrito: ¿Con qué preguntas te has quedado?, ¿puede la exposición sostenerse sin las cédulas? Regresa a leer lo que pueda ayudarte a resolver tus dudas.
- Lee todos los textos que sean posibles, relega la observación de las piezas: ¿Cuánto tiempo le has dedicado a la lectura?, ¿te hizo falta observar detenidamente algún objeto o experimentar con algún proceso? Regresa a ello.
- Se dice que dedicamos el 70% del tiempo frente a un objeto a leer la cédula y el otro 30% a realmente percibirlo. Intenta hacerlo al revés: Observa y experimenta, más que leer.
- Analiza y critica los textos: ¿Comunican suficiente información sobre la pieza?, ¿identificas algún error?, ¿da margen para la duda y la reflexión?

NOTAS:

MENÚ PARA

DESCANSAR, RECUPERAR ENERGÍA
y revitalizar la experiencia

refrescantes

MUSEOS



Las pausas son también formas de conocimiento en las que el cuerpo sigue aprendiendo.

Los refrescantes son todo aquello que permite una interrupción física, sensorial, emocional o mental para revitalizar la experiencia en el museo.

Parece que el aburrimiento, el cansancio, la saciedad o hartazgo, son parte de la rutina que implica visitar un museo; por ello, la posibilidad de tomar descansos y cambiar de escenarios es una propuesta para recomponerse y continuar un recorrido o para dar espacio a la reflexión de lo vivido.

Gestos y espacios del museo que se han entendido como utilitarios o periféricos como el mobiliario en salas, el restaurante o la cafetería, los baños accesibles y limpios, los jardines o las perspectivas al exterior, son formas de cuidado y hospitalidad que hacen que la experiencia no solamente sea disfrutable, sino que se sostenga.

El diseño de espacios y experiencias no solamente tienen que ver con el contexto físico de la visita, sino con la visión de que todas las personas sean bienvenidas y acogidas en el museo como espacio de reunión y encuentro.

REFERENCIAS

Bitgood, S. (2009), When Is “Museum Fatigue” Not Fatigue?. Curator: The Museum Journal, 52: 193-202.

Gilman, B. I. (1916). Museum Fatigue. *The Scientific Monthly*, 2(1), 62-74.

Puig de la Bellacasa, M. (2017). *Matters of Care. Speculative Ethics in More Than Human Worlds*. Minneapolis: The University of Minnesota.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Accesibilidad física, sensorial, cognitiva y afectiva y hospitalidad radical tanto al interior del museo y hacia el personal, como hacia lxs visitantes.
- Diagnóstico de fatiga en el museo.
- Diseño de espacios y experiencias que alternen tiempos de accionar y tiempos de pausar.
- Considerar distintas capacidades en el diseño museográfico.
- Promover el descanso como un derecho cultural.
- Designar zonas de descanso o de silencios programados.
- Ofrecer recursos gratuitos para estar sin preocupaciones y elevar las experiencias como baños familiares, bebederos y Wi-Fi abierto.
- Atención al público capacitada, sensible, empática y amable.
- Otros formatos más ligeros a los que expone la disciplina del museo.

Como visitante

- Usa unos minutos de tu visita para solamente deambular por el museo, sin dirección ni objetivo determinado.
- En tu recorrido, intenta encontrar tu propio espacio de desconexión en el que puedas escuchar y sentir a tu tiempo y en tus términos.
- Haz pausas en tu recorrido por las exposiciones, recuerda que no tienes que ver todos los objetos ni vivir todas las experiencias.
- ¿Qué necesitas para disfrutar el museo a tu ritmo?, ¿qué te lo impide?
- Conversa con las personas que trabajan en el museo, con lxs guardias, con las personas de atención, y encuentra otras formas en las que el espacio es habitado por ellas.
- Aprovecha los refrescantes que el museo ofrece y hazle saber si aún le hace falta trabajar en ello.

NOTAS:

Comparte la mesa

y extiende las posibilidades de la experiencia en y con el museo.

Este Menú se enriquece mientras más se saborea. ¿Has disfrutado de otros platillos que no aparecen aquí?, ¿hay otras mezclas y experimentos que se te ocurran?, ¿has compartido el Menú con más comensales?, ¿quieres saber más de cómo lo preparamos? Escribe a [desatada.studio \[en\] gmail.com](mailto:desatada.studio[en]gmail.com).

Por un museo abierto en el que múltiples voces y diversas miradas convivan y construyan.

This image shows a full page of white paper with horizontal orange dashed lines. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

MENÚ DE DEGUSTACIÓN

A partir de la investigación y análisis de estos procesos cognitivos, emocionales y sociales que suceden en el contexto museístico, pedagogs, educadores, psicólogos y profesionales de los museos han desarrollado *metodologías que integran ejercicios de percepción, creatividad, pensamiento y experiencia*.

En esta degustación, presentamos algunas de estas propuestas que, conjuntando Entradas, Platos Fuertes y Postres, proveen una gama de platillos ya estructurados y seleccionados.

Elige el método que más se ajuste a tu propósito –como visitante, mediadorx, educadorx, diseñadorx– y contexto de la experiencia (personal, social y físico).



Estrategias de Pensamiento Visual

"Creemos que las discusiones sobre arte facilitadas cuidadosamente hacen que la educación sea más participativa, inclusiva y equitativa."
(VTS, 2019)

En la visita al museo ponemos en práctica nuestras habilidades sensoriales, motoras y cognitivas: no solamente percibimos elementos conocidos y por conocer, sino que nos movemos y comportamos de determinada manera, e incluso, muchas veces, nuestro acercamiento a los temas y conceptos no es nuevo, sino que forma parte de nuestros recuerdos. ¿Alguna vez has pensado que lo que sabes puede ayudarte a descubrir los objetos y mensajes que desconoces? Tus conocimientos sobre historia y geografía sirven para deducir el contexto de un artista, así como tus clases de ciencias naturales para identificar los materiales con los que está hecho un objeto.

Las Estrategias de Pensamiento Visual (Visual Thinking Strategies), desarrolladas por la psicóloga Abigail Housen y el educador Philip Yenawine, son un método que facilita el acercamiento a las imágenes y obras de arte, a través del diálogo y de la observación, con el fin de interpretar, construir significados y descubrir nuevos conocimientos. Puede emplearse en el museo o en el salón de clases como una herramienta para que las personas, estudiantes o visitantes, usen la conversación para aumentar la participación y el desarrollo personal.

Este método plantea tres preguntas abiertas y concretas para facilitar la charla sobre una imagen: ¿Qué está sucediendo en ella?, ¿qué ves que te hace pensar o decir eso?, ¿qué más puedes o podemos encontrar?

REFERENCIAS

Visual Thinking Strategies. Recuperado el 2 de junio de 2019, de <http://www.vtshome.org/>

Zepeda, N. (2015, marzo 10). Visual Thinking Strategies (VTS) – Estrategias de Pensamiento Visual. desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/visual-thinking-strategies-vts/>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Contextualización a partir de líneas del tiempo, esquemas, información escrita y/o visual.
- Capacitación de mediadores para facilitar la conversación y estimular la interpretación.
- Colaboración entre mediadores y maestros para promover la observación cuidadosa, la escucha y la consideración de las demás opiniones.

Como visitante

- ¿Con qué información cuentas antes de visitar el museo? Investiga en internet y en las redes sociales de qué trata la exposición que visitarás.
- En tu visita, identifica los conocimientos con los que cuentas sobre el tema, ya sea que los hayas adquirido en la escuela, visto en algún medio o investigado por cuenta propia.
- En cada objeto que llame tu atención, responde las tres preguntas de las Estrategias de Pensamiento Visual: intenta vincular lo que ya sabías con lo que estás viendo y aprendiendo. Utiliza paráfrasis, metáforas y comparaciones.

NOTAS:

Interpretación de objetos

“Aprender de la realidad, aprender de los objetos.” (Pastor Homs, 2004)

M^a Inmaculada Pastor Homs en su imprescindible libro *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales* plantea la observación y el análisis de objetos expositivos como un ejercicio que facilita la comprensión (entendimiento, valor y crítica) del mundo. A partir de ello, la autora sugiere que no es necesario contar con conocimientos especializados sobre una exposición y sus piezas para establecer conexiones y obtener respuestas.

Aunque enfocado en la interpretación de objetos históricos y artísticos, las fases de interpretación que plantea bien pueden emplearse en la indagación de otros elementos científicos, siempre y que la información sea contextualizada a la disciplina y ciencia con la que se trabaja.

En este proceso interpretativo se contemplan 4 fases:

1. **Exploración sensorial**, que incluye la observación de las características físicas de los objetos, como tamaño, color, materiales, textura, peso, antigüedad, estado de conservación, etcétera.
2. **Búsqueda de otras informaciones** en otros objetos, lugares y fuentes, las cuales darán respuesta a las dudas generadas en la fase anterior.
3. **Análisis y discusión de la información obtenida**, para profundizar y discutir en aspectos más específicos.
4. **Recordar** objetos conocidos y similares, y **compararlos**, **relacionar** y contextualizar y **sintetizar** los descubrimientos y comunicar el sentido que se ha construido alrededor del objeto.

REFERENCIAS

Pastor Homs, M. I. (2004). *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel Patrimonio.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- El museo y su contenido como herramienta educativa.
- Educación constructivista.
- Programas educativos basados en la observación y el análisis.
- Mediación que facilite las cuatro fases, y sus acciones, del proceso interpretativo.
- Alternativas de recorridos que fortalezcan la construcción de sentido propia y fundamentada.
- Espacios para compartir los significados personales sobre una exposición.

Como visitante

Utiliza las fases de esta propuesta para indagar sobre los objetos que más llaman tu atención:

- Observa el objeto e identifica sus elementos más evidentes del objeto. ¿Te has quedado con alguna duda a partir de tus observaciones?
- Busca la respuesta en los textos y cédulas de la exposición. Pregunta a las personas que van contigo, al personal del museo o consultar libros o Internet.
- Con esta nueva información, intenta descubrir cuál es el uso del objeto, cómo fue elaborado y qué significado tiene para la época que fue hecho.
- Identifica si se parece a un objeto (o contiene objetos) que conozcas, que hayas visto o usado en tu vida diaria, compáralos e intenta relacionar lo que ves en el museo con información (histórica, científica, económica) que te han dado en la escuela o que tú has investigado.
- Después de este análisis, reflexiona ¿qué sentido tiene para tí lo que has observado y descubierto?

NOTAS:

Quests: Preguntas para entender, explorar, ver y pensar

La propuesta del proyecto MUSE es que explorar y entender una obra de arte sea más parecido a un juego que a un examen.

En la década de 1990, el proyecto MUSE (Museums Uniting with Schools in Education – Museos uniéndose con escuelas en la educación) de la Escuela de Educación de la Universidad de Harvard, se dedicó a investigar y a aplicar el potencial de los museos de arte como espacios fundamentales para la educación integral. Dirigido por Jessica Davis, el equipo de investigadores, educadores de museos, maestros y directores de escuelas de Estados Unidos y otros países, desarrolló recursos educativos que se centraron en el proceso de aprendizaje que realiza el estudiante al observar, cuestionar y comparar lo que está frente a él.

Este conjunto de pasos se denomina QUESTs (Questions for Understanding, Exploring, Seeing and Thinking – Preguntas para entender, explorar, ver y pensar) y es uno de los recursos de preguntas más utilizados en la mediación en museos de arte. Consiste en cinco grupos de preguntas, (puntos de acceso estético, experiencial, lógico-cuantitativo, filosófico y narrativo) abiertas, accesibles para diferentes estilos de aprendizaje y que inician con la observación de la obra para concluir con la reflexión sobre el proceso de pensamiento que se llevó a cabo. No requiere de formación artística ni de información específica para responder, sino de disposición a la conversación entre iguales.

REFERENCIAS

Davis, Jessica. The MUSE BOOK (Museums Uniting with Schools in Education: Building On Our Knowledge), Cambridge, MA: Project Zero, Harvard Graduate School of Education, 1996.

Project Zero, Harvard Graduate School of Education. <http://www.pz.harvard.edu/>

Zepeda, N. (2015, febrero 23). QUESTs, preguntas para entender, explorar, ver y pensar. desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/quests-preguntas-para-entender-explorar-ver-y-pensar/>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Cuestionarios como base en el diseño museográfico y en el planteamiento de experiencias.
- Colaboración con maestrxs, estudiantes y visitantes en la implementación de estas herramientas.
- Descargar en: https://bit.ly/textos_de_museos_cuaderno.

Como visitante

Encuentra los cuestionarios en https://bit.ly/textos_de_museos_cuaderno y elige cuál usar en tu recorrido por el museo:

- Estético, si quieres descubrir las cualidades visuales y táctiles de los objetos.
- Experiencial, si además de cantar y jugar con la memoria, disfrutas los movimientos que realizas dentro de cada espacio.
- Lógico-cuantitativo, si te interesan los materiales y los procesos de construcción de las obras.
- Filosófico, para descubrir los porqués de las piezas expuestas.
- Narrativo, si quieres construir historias y descubrir las que están detrás de cada cuadro.
- También puedes mezclarlos como el Menú o ¡puedes responderlos todos!

NOTAS:

Piensa en Arte

"Colaborar de este modo significa prescindir del ego, estar dispuesto a aprender unos de otros y recordar que todos somos de cierto modo educandos y educadores..." (González, 2011)

El arte es una herramienta de aprendizaje y transformación, es un argumento para razonar, analizar, dialogar y reflexionar sobre nosotros mismos y con los demás. ¿Cómo podemos contextualizar y fundamentar lo que vemos o, incluso, sentimos frente a una obra? ¿Es posible que construyamos nuestro propio significado sobre un objeto? Piensa en arte/Think art es un programa educativo, de la Fundación Cisneros y de la Colección Patricia Phelps de Cisneros, en alianza con diferentes instituciones culturales internacionales.

Puede ser implementado en aulas escolares y en el museo; y también pueden ser integradas otras disciplinas. A través de distintas estrategias y recursos pedagógicos, lxs educadores son mediadorxs de las conversaciones que suceden entre sus alumnos y las obras de arte.

En Piensa en Arte, las fases del proceso de interpretación se organizan en categorías:

1. Observación inicial.
2. Definición de evidencias visuales para fundamentar la interpretación de lo observado.
3. Exploración por áreas para profundizar y sustentar lo anterior.
4. Intercambio de observaciones, interpretaciones y opiniones.
5. Aporte de información contextual que sustente la interpretación.

REFERENCIAS

González, María del Carmen. (2011). El arte en las escuelas no es un juego de niños. Revista ERRATA #4: <http://revistaerrata.com/ediciones/errata-4-pedagogia-y-educacion-artistica/>

Zepeda, N. (2015, mayo 21). Piensa en Arte. desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/piensa-en-arte-think-art/>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Entornos adecuados para el diálogo e intercambio entre visitantes, que se sientan cómodos, escuchados y respetados.
- Capacitación de maestros, voluntarios y mediadores dentro de esta metodología. Revisar preguntas de Piensa en Arte en: https://bit.ly/textos_de_museos_cuaderno.

Como visitante

- ¿En qué otros lugares o situaciones has observado elementos, objetos o historias similares a las que ves en el museo?, ¿en qué son iguales, en qué son diferentes?
- Observa un solo objeto ¿Qué crees que está pasando?, ¿qué te hace decir/pensar eso?, ¿existe algún otro elemento que apoye lo que piensas?
- ¿Puedes aplicar lo que has observado y aprendido en el museo a otros ámbitos?
- ¿De qué otra forma puedes argumentar lo que piensas o ves en el museo? ¿Crees que los mensajes expuestos son únicos y verdaderos?
- Revisa las categorías y preguntas de Piensa en Arte en Revisar preguntas de Piensa en Arte en: https://bit.ly/textos_de_museos_cuaderno.

NOTAS:

Tabula Rasa. Cómo explorar arte contemporáneo

“...se puede esperar que actúes, interactúes con, o completes la pieza frente a ti.” (Ward, 2014)

El crítico de arte Ossian Ward propone la Tabula Rasa, una estrategia basada en la observación y la experiencia sensorial, para explorar –sin reglas, ni condiciones– obras de arte realizadas a partir del año 2000, aunque puede aplicarse a la experiencia frente, en y con otros objetos.

El término “Tabula Rasa” se origina del latín que designaba las tablas enceradas, blancas y alisadas que en la Antigua Roma usaban para tomar notas. Implica estar exentx o no tomar en cuenta asuntos pasados; en la actualidad, se expresaría como “página en blanco”. ¿Te imaginas visitar un museo como si fuera la primera vez que conoces un lugar como tal? Intenta recorrer una exposición u observar una obra de arte como si tu mente fuera un lienzo en blanco o una galería vacía, permite que tus sentidos completen ese espacio. Ward propone algunos pasos:

T – time (tiempo): Da tiempo a la contemplación.

A – association (asociación): Descubre formas de relacionarte con lo que percibes.

B – background (contexto): Presta atención a la historia, concepto o antecedentes del objeto.

U – understand (entender): Descubre vínculos personales con los objetos y la información.

L – look again (ver de nuevo): Regresa al objeto, repasa sus características y percepciones sensoriales para confirmar aseveraciones o desmitificar ideas preconcebidas.

A – assessment (valoración): Da respuesta, opina.

REFERENCIAS

Burnham, Rika y Elliot Kai-Kee. Teaching in the Art Museum: Interpretation as Experience. USA: Getty Publications, 2011.

Ward, Ossian. Ways of looking. How to experience contemporary art. UK: Laurence King Publishing, 2014.

Zepeda, N. (2015, agosto 18). TABULA RASA o cómo explorar el arte contemporáneo sin prejuicios. desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/tabula-rasa/>

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

- Reflexión: ¿Qué preconcepciones o prejuicios se enraízan en nuestra labor?, ¿cómo comunicamos esas ideas a nuestros visitantes? ¿Desde qué posición o rol el museo enuncia sus mensajes? ¿Será que predispone al público a lo que vivirá dentro o en relación con el museo?
- Diseño museográfico abierto, transparente y accesible.
- Desarrollar indicadores lingüísticos y visuales que no invadan la observación e interacción con los objetos museales, pero que en su contenido aporten contexto.

Como visitante

- Recorre el espacio y observa tu entorno, distingue los objetos, colores y formas que te rodean ¿Qué elementos llaman tu atención? ¿Qué sensaciones experimentas al caminar por el museo?, ¿es frío o cálido, silencioso o ruidoso?, ¿qué información obtienes de tus sentidos
- Dirígete al objeto u obra que más llame tu atención, obsérvalo desde todos los ángulos posibles ¿Qué te atrae de él? , ¿te recuerda algo?, ¿te interesa el mensaje que te transmite? ¿Qué puede engancharte a él: humor, tamaño, diversión, tranquilidad, etcétera?
- Identifica la información que acompaña los objetos ¿cómo se relaciona con tus observaciones
- Siempre que visites una exposición o un museo, pregúntate qué fue lo que más te gustó o interesó, qué fue lo que te dejó insatisfecho. Reflexiona las razones y comparte tu opinión con el personal del espacio cultural.

NOTAS:

RECOMENDACIONES DESDE LA COCINA

Lo más importante de este Menú es la posibilidad de saborear y transferir la experiencia hacia otros aspectos de la vida; por ello, compartimos algunas *recomendaciones para el antes, durante y después de la visita al museo*. Así, tanto las familias como lxs maestrxs, educadorxs y más diseñadorxs de experiencias podrán tomar algunas sugerencias para planear, desarrollar y retomar lo vivido.

No es posible preestablecer las respuestas a las experiencias, sin embargo, es posible anticipar las acciones que se propondrán y las formas en las que se aterrizarán esas ideas; a ello se dedican estas recomendaciones.

Aunque cada sección responde a un contexto social y a intereses específicos ([familias](#), [maestrxs y estudiantes](#), [profesionales de museos](#)), prueba a combinar y experimentar el museo desde distintos roles.



Familias

Las familias en conjunto –por su diversidad de edades y roles– presentan un reto para lxs educadorxs. ¿Qué mejor que desarrollar visitas que se adapten a las interacciones de cada integrante de la familia?

Divertirse y aprender es mejor si se hace en equipo y en un entorno de respeto y confianza. Los museos son lugares maravillosos para llevar a lxs niñxs y disfrutar en familia porque en ellos es posible observar, explorar, jugar, descubrir, conversar, compartir y participar juntxs.

Dentro de un plan que también contempla aspectos económicos y logísticos, las familias acuden a los museos con fines de entretenimiento y educación, decisión cuya raíz se encuentra en el acuerdo y el consenso.

¿Cómo es que las familias pueden encontrar experiencias sociales valiosas? El museo del siglo XXI busca dejar atrás la preconcepción del lugar silencioso y ritual, para dar cabida a un espacio donde emocionarse, jugar, crear, participar, interactuar y reflexionar tiene una recompensa personal, intelectual, comunicativa y social raramente muda.

El museo debe aportar las herramientas para que estos grupos se encuentren en un entorno de confianza y respeto que incentive el aprecio por lxs otrxs; y les permita encontrar estrategias para entablar procesos de descubrimiento y aprendizaje. Eliminar la sacralidad de estos espacios permite acortar la distancia entre los espectadores, visitantes, usuarios, contenido y colecciones; por eso es importante que el mismo espacio museístico sea una invitación al juego. Esto no significa dejar a un lado las reglas ya establecidas, sino que el jugadorx que **observa, duda, reflexiona y cuestiona** las conozca e interiorice transformando su experiencia de visita y al museo mismo.

Compartimos algunos tips para que cada familia planee, viva y disfrute su visita al museo, aún ya estando en casa:

Antes de la visita

- Define qué tipo de exposición o tema te gusta más: arte, historia, ciencia, arqueología, etnografía, objetos interesantes, etcétera; haz un consenso con tu familia sobre las coincidencias y define el museo o exposición que quieren visitar.
- Investiga en la página de internet del museo (o por teléfono) los horarios de apertura, los días de entrada gratis o el tipo de descuentos que ofrece, las exposiciones vigentes, si cuenta con instalaciones accesibles, qué oferta familiar aporta y las recomendaciones que desde el museo se proponen para la visita.
- Informa a la familia los temas o contenidos que verán en la exposición, así podrán prever intereses, dudas o conflictos y crear un mapa o una lista de lo que quieren hacer y ver. Con anticipación, pueden acordar los platillos que quieren emplear.
- Planea con anticipación y considera las necesidades de cada unx de lxs miembrxs de la familia.
- Consideren el día como un evento familiar: Intenten que todxs disfruten la salida, desde que ponen un pie fuera de casa hasta el regreso.
- Establezcan en conjunto las reglas de visita para que todxs comprendan el comportamiento del lugar. No olviden que el museo es un espacio de diálogo, pero también de respeto a lxs demás.
- Prepárense con ropa cómoda: Además de que caminarán y estarán de pie mucho tiempo, en algunos museos, por conservación de las obras, la temperatura tiende al frío.

Durante la visita

- Pregunta en la recepción, módulo de información o a lxs mediadorxs, con qué recursos puedes realizar la visita y qué otros programas (recorridos dialogados, cuentacuentos y talleres) ofrece el museo.
- Vean en la visita al museo una aventura para descubrir, emocionarse y conocerse.
- Considera que no es necesario ver todo el museo en un solo día. En familia, pueden elegir las obras u objetos que más llamen su atención y dirigirse a ellos.
- Observen, indaguen, jueguen y descubran juntos, tanto niñxs como adultxs pueden aprender, lxs unxs de lxs otrxs.

- Como adultx de la familia, promueve el pensamiento divergente, la curiosidad, la conversación y la escucha, sin intentar imponer tus ideas e interpretaciones.
- Lxs niños son expertxs en preguntar e indagar: déjalos que tomen el rol de guía y descubran juntos nuevas formas de acercarse al conocimiento y a los objetos.
- Utiliza el Menú a manera de juego: empieza eligiendo una [entrada](#) y un [plato fuerte](#). Si tienen tiempo pueden elegir más platillos e, incluso, darse espacio para seleccionar uno o ¡más [postres](#)!
- Revisen las cédulas y los [acompañamientos](#) que el museo ofrece para conocer más detalles e información sobre las obras u objetos expuestos.
- Tomen descansos y [refrescantes](#): la visita se disfruta más cuando todos tienen energía.
- Recuerda seguir las indicaciones del personal del museo, ellxs están ahí para ayudarte.
- Además de las salas, visiten los demás espacios del edificio: jardines, restaurante/café, tienda; en ellos, también pueden descubrir otros servicios, programas y sorpresas que ofrece el museo.

Después de la visita

- Muchos museos cuentan con libros de visitas, buzón de sugerencias o direcciones electrónicas para recibir los comentarios de lxs visitantes. Aprovechen ese recurso y cuéntenle al museo su experiencia, buena, mala o regular.
- De camino o en la comodidad de tu casa, comenten sus observaciones y descubrimientos. Retomen la parte que más les gusto de la visita al museo y ¿por qué no? también lo que cambiarían o mejorarían.
- Utiliza cualquiera de los Postres propuestos en el Menú para retomar, de forma divertida, su visita al museo.
- Comparte con otras personas tu experiencia e incluso vayan juntxs la próxima vez.
- Inspírate en tu visita para seguir creando, conversando y reflexionando. ¡Regresa al museo con tu familia!

Maestrxs y estudiantes

Los escolares son los grupos que más visitan los museos y el museo puede ser un aliado de la escuela: aprovechando el potencial de este espacio en sus aspectos sociales, comunicativos, afectivos, cognitivos y relacionales para detonar la creatividad, la sensibilidad y el pensamiento crítico en lxs estudiantes.

El siglo XX marcó la transformación de la educación y, por tanto, de las propuestas museísticas educativas: de los modelos jerárquicos y conductistas se pasó a la búsqueda y desarrollo de estrategias y metodologías que promovieran la construcción individual del conocimiento, a partir del hacer, sentir y pensar de una forma crítica y en colaboración con pares.

El paradigma educativo actual de los museos implica la correlación de los contenidos expositivos, el currículo escolar y el entorno cotidiano: Al crear conexiones con y a partir de diferentes procesos creativos, modelos de pensamiento, historias, geografías, contextos, las experiencias educativas en los museos funcionan como otra posibilidad de acercarse al conocimiento y a campos formativos para construir identidades y realidades propias.

Los programas de vinculación escuela-museo posibilitan equipos de trabajo que dejan de estar aislados para convertirse en puntos de red, que juegan y trabajan dentro y fuera del museo, investigadores con nuevas miradas, maestrxs y expertxs que aprenden y estudiantes que educan, **juntxs construyendo conocimientos y narrando experiencias.**

La libertad y autonomía en el desarrollo de las habilidades cognitivas, sociales y emocionales, en diálogo constante con otrxs, habría de ser una constante en las prácticas de mediación vinculadas con el museo. Por ello, compartimos algunas recomendaciones para que –antes, durante y después de la visita al museo– maestrxs y alumnxs aprendan lxs unxs de lxs otrxs a través de la infinidad de formas de vivir el museo.

Antes de la visita

- Recuerda que el museo, su contenido y las acciones que establece con su comunidad son una herramienta para construir conocimiento y experiencias significativas que se extienden fuera de la institución museal y de la escuela hacia la vida diaria.
- En clase, trata los temas y conceptos que verán en el recorrido, para que puedan transferirlos a las demás asignaturas que cursan.
- Establece una relación estrecha con lxs educadorxs del museo para que juntxs diseñen la visita (objetos con los cuales trabajar, recorrido mediado sobre un tema o concepto, guía escrita, plática introductoria, etcétera), considerando la edad de tus alumnos y el objetivo a cumplir.
- Utiliza el Menú para definir las actividades que quieres que tus alumnxs desarrollen para potenciar sus habilidades. ¡Invítalos a diseñar su propia visita!
- Recuerda que ésta es una oportunidad de atender y aprender sobre actitudes y comportamiento. Antes de asistir, maestrxs y alumnxs, revisen cuáles son las normas del lugar y los porqués de la preservación del patrimonio.

Durante la visita

- Para las visitas escolares es ampliamente recomendable emplear una de las metodologías propuestas en el [Menú de degustación](#); varias de ellas han sido probadas tanto en el museo como en el salón de clases.
- Cada persona tiene distintas formas de percibir, aprender y comprender su entorno, utiliza el museo como un espacio para que tus estudiantes desarrollen sus diversas y particulares habilidades.
- El museo es un espacio de experimentación y reflexión donde no necesariamente se deben de realizar los procesos de aprendizaje y actividades como en clase.
- El museo es un espacio de aprendizaje colaborativo, organiza a tus estudiantes en grupos para resolver las tareas, actividades o proyectos que les has solicitado.
- En vez de copiar los textos y cédulas de la exposición, una de las mejores inversiones de tiempo que puede hacer un estudiante es conversar con el personal del museo: guardias y educadores pueden aportar información valiosa.

- Pide a tus alumnxs que lleven un registro (texto, fotografía, video) de su experiencia.
- Recuerda que la visita al museo es una oportunidad para potenciar la autonomía, así como el pensamiento creativo y crítico.

Después de la visita

- Maestrxs y alumnxs reflexionen ¿cómo se conecta lo vivido en el museo con lo que anteriormente habían visto en clase?, ¿cómo lo pueden vincular a otros contenidos curriculares?, ¿qué nuevos conceptos, temas o información obtuvieron? Y ¿cómo se diferenció el proceso de aprendizaje en el museo del llevado a cabo en el salón de clases?
- Utiliza cualquiera de los Postres propuestos en el Menú para recapitular, de forma divertida, su visita al museo en el salón de clases. También puedes utilizar el Menú para usarlo en otros temas y actividades en el salón de clases.
- Reinterpreten la visita al museo de forma creativa a través de herramientas que comúnmente no utilizan en el salón de clases (materiales artísticos, objetos cotidianos, activaciones, etcétera) para exponer las conclusiones de su experiencia.
- El conocimiento se construye en conjunto. Tanto maestrxs como estudiantes pueden aprender de forma creativa, lxs unxs de lxs otrxs para transformar y transformarse.

Profesionales de museos

¿Cuál es nuestro proceso de trabajo en el diseño de experiencias?, ¿cuál es nuestra responsabilidad como profesionales de los museos?

El biólogo Humberto Maturana describe las emociones como disposiciones corporales que denotan acciones en las que se desenvuelve una persona, siendo parte del sistema racional que nos permite conocer y entender. El espacio del museo es la posibilidad para vivir estas sensaciones de forma libre, estructurada y creativa, a través del juego asincrónico y atemporal. Así, tanto la emoción como el juego son formas de ver, habitar, transformar y construir nuestra experiencia en el mundo.

En la década de 1990, George E. Hein propuso un museo que facilitara oportunidades para que el visitante estableciera conexiones y construyera su propio conocimiento, un museo constructivista. El museo de hoy es abierto, dinámico, flexible y social, donde los visitantes contribuyen, comparten, interactúan y socializan con el contenido expositivo y entre otros.

El museo ya no solamente es un espacio donde suceden aprendizajes, sino una construcción de relaciones extendidas al entorno. Así la práctica museística educativa contemporánea busca crear contextos para el desarrollo de las diversas habilidades de los individuos, la participación e inclusión comunitaria y el establecimiento de redes.

Para lxs educadorxs y profesionales de museos proponemos el uso de este Menú como una herramienta para diseñar experiencias y que, junto con sus visitantes, den sentido al contenido expositivo. Compartimos algunas ideas y acciones para que, desde la planeación estratégica, el trabajo colaborativo, la comunicación entre pares y la práctica reflexiva y crítica, se plantee en una metodología educativa en la que lxs visitantes sean centrales en nuestra labor.

- Si bien la planeación estratégica es más utilizada en el ámbito empresarial y corporativo; al responder a la comunidad y sus necesidades, las instituciones culturales y educativas también requieren mapear sus acciones y recursos de forma sistemática.

- La misión, objetivos y visión del museo deben estar clara y firmemente enunciados y practicados.
- Las buenas prácticas refieren a las acciones y experiencias que se guían por principios, lineamientos y procedimientos éticos, eficaces y óptimos para el museo y su entorno; sirven de modelo para orientar, replicar, adaptar, pero especialmente, mejorar distintos espacios y programas. ¿Cómo emplea el museo las buenas prácticas para tomar decisiones informadas, éticas y coherentes en apoyo a sus objetivos y responsabilidades?
- ¿Cómo refleja el espacio físico los intereses educativos y comunicativos del museo?
- ¿Cómo se extiende la presencia y visibilidad del museo hacia sus distintos entornos (físico y virtual)?
- En la planeación museológica, particularmente en el área educativa, se requiere de la participación de lxs distintxs profesionales que laboran en éste. Por tanto, te aconsejamos integrar en la planeación de acciones pedagógicas distintos grupos profesionales y de visitantes.
- Toma en cuenta la mejora continua de los proyectos y el diseño de nuevas formas de acercamiento para lxs visitantes desde una postura creativa e innovadora.
- La capacitación y profesionalización del personal del museo debe ser una constante sistemática apoyada por lxs directivxs y coordinadores.
- ¿Cómo es el proceso de investigación, diseño e implementación de programas? ¿Con cuánto tiempo de anticipación planeas y preparas los proyectos?
- ¿Quiénes son tus visitantes?, ¿qué tanto los conoces?, ¿qué medios utilizas para hacerlo?
- ¿Cómo anticipar la experiencia que desarrollarán nustrxs visitantes en el museo?
- Analiza las ventajas que puedes obtener de usar estrategias de otras disciplinas, como entrevista etnográfica, design thinking, UX design, estudio de patrones y matrices, etcétera.
- ¿Cómo salir de la zona de confort como profesionales de los museos?
- La palabra “mediar” significa establecer puentes, resolver conflictos, es un ocurrir entre dos momentos, un suceder (o, incluso, un devenir) entre oportunidades. La mediación es teoría y es práctica, implica contextualización y conversación, su área de acción no se restringe al espacio físico del museo ni a la temporalidad de una visita al edificio (Zepeda, 2015), sino se extiende a relaciones significativas y colaboraciones entre curadorxs, educadorxs, comunidad, teóricxs o técnicxs. ¿Cómo ejerce la mediación el museo?

PARA LLEVAR

a casa, a la escuela, en el bolsillo

¡Haz tu propio Menú!

EXPERIMENTA y construye tu propia experiencia de visita en el museo:
Arma la ruta de actividades que más te apetezca: descarga y/o imprime los platillos que te ofrece el Menú, mézclalos, sigue tu propio orden e inventa nuevas formas de degustar y saborear tus descubrimientos.

En la siguiente lista, anota los platillos que quieres probar, haz ajustes en el orden según lo que se te antoje: atrévete a empezar por el postre o con un acompañamiento, termina con un refrescante, mezcla estrategias o arma tu propio platillo en la página siguiente.



ORDEN	PLATILLO	TIPO DE PLATILLO	NOTAS

Nombre y tipo de platillo

¿En qué consiste tu platillo?, ¿con qué ideas o experiencias se conecta?, ¿qué información esperas que te dé en tu visita al museo?

Incluye las referencias donde hayas encontrado más información o que tengan relación con tu platillo, pueden ser libros, artículos, canciones, cuentos, etcétera.

Anota sus características generales:

- qué acción es necesaria
- qué tipo de interacción promueve (cognitiva, emocional, física, social)
- qué tanto requiere de las personas para llevarla a cabo
- que tipos de conocimiento incluyen
- se concentra más en elementos abstractos como las ideas o concretos como los objetos

REFERENCIAS

Agrega las referencias donde hayas encontrado más información o que tengan relación con tu platillo, pueden ser libros, artículos, canciones, cuentos, etcétera.

EXPERIMENTA

Como profesional de museos

A partir de tu platillo y sus características, incluye todo aquello que esperarías que el museo realizara para promover que más personas del público o del personal disfruten el platillo.

-
-
-
-
-

Como visitante

Enlista las acciones que son necesarias para que puedas disfrutar el platillo ya sea en tu recorrido por el museo o frente a un objeto o experiencia específica.

-
-
-
-
-

NOTAS:

Ingredientes

Glosario de términos

Arte contemporáneo

Es el que se produce en nuestra época o nuestro presente; también se identifica como arte actual o posmoderno. En sentido estricto, se refiere a la producción artística realizada posterior a la Segunda Guerra Mundial, aunque también se considera la década de 1960 como un “parteaguas” en la producción artística.

Boceto

Apunte o borrador que se traza como primer acercamiento a una propuesta artística.

Capacidad cognitiva

Es aquella que incluye los procesos desarrollados por el pensamiento y que nos permiten aprender y resolver problemas, como las habilidades de pensamiento (Observar, comparar, analizar, imaginar, etcétera).

Cédula

Formato escrito que hace referencia a un tema expositivo, ya sea introductorio, temático o de objeto y aborda los aspectos principales que se quieren transmitir.

Cognoscitivo

Tiene que ver con el conocimiento que una persona tiene o sabe.

Constructivismo

Modelo pedagógico que propone que el individuo es el constructor de su propio conocimiento, el cual se puede adquirir a través de la experiencia.

Contenido expositivo

Son los temas y subtemas de los que hablará una exposición, sustentados a través de un guion expositivo que incluye las piezas u objetos de la colección y los recursos museográficos de apoyo.

Creatividad

Capacidad del pensamiento que permite que una persona establezca procesos racionales e intuitivos para dar respuestas diferentes a problemas planteados.

Curadorx

Responsable de la planeación, investigación y desarrollo de exposiciones tanto temporales como permanentes.

Curaduría

Práctica o ejercicio en la que se establecen categorías de análisis, se investigan temas, coyunturas y contextos, para documentarse y comunicarse a través de distintos canales.

Educación no formal

Incluye las actividades que se llevan a cabo fuera del ámbito escolar, en contextos tan diversos en los que se incluyen los museos, en donde la experiencia de aprendizaje es detonadora a partir del contacto con los objetos patrimoniales, las interacciones que desarrolle con ellos y con otros visitantes en la conformación de nuevos saberes.

Experiencia significativa

Término acuñado por el psicólogo David Ausbel, y que hace referencia al proceso de pensamiento, en el que un nuevo conocimiento se integra a la estructura cognitiva que se tiene previamente.

Guion científico

Escrito o ensayo que contiene una narración de lo que se pretende comunicar en una puesta expositiva. Es el lineamiento conceptual que sustenta un proyecto museográfico.

Guion curatorial

Documento que integra de manera más específica y detallada el contenido temático, el material expositivo y de apoyo, siguiendo las ideas planteadas en el guión científico

Guion museográfico

En éste se definen las especificaciones relativas a los requerimientos espaciales y de montaje; incluye descripciones gráficas, cedulario, planos, medidas, etc.

Habilidad

Capacidad o destreza sobre diversos tipos de experiencia (intelectual, social, digital, motriz, etcétera).

Habilidad de pensamiento

Capacidad del pensamiento de establecer procedimientos que tienen que ver con la investigación (observar, formular hipótesis e imaginar), la conceptualización, el análisis (definir, establecer semejanzas y diferencias), el razonamiento (relacionar el todo y sus partes) y la traducción y formulación (interpretar y traducir a otros lenguajes) de ideas o conceptos.

Innovación

Es la generación de nuevas ideas y propuestas que cambian la forma de ser y hacer determinada área de conocimiento o trabajo.

Inteligencias Múltiples

Planteadas por Howard Gardner en 1983, quien establece que la inteligencia es una capacidad biopsicológica a través de la cual se procesa la información de una manera autónoma e interrelacionada, para responder ante el contexto en el que se encuentra la persona.

Interpretación del patrimonio

Es un proceso de comunicación estratégica que se desarrolla entre los diversos tipos de visitantes y el recurso patrimonial, utilizando técnicas y medios adecuados para lograr con éxito dicha comunicación.

Material didáctico

“Recurso o conjunto de recursos que se utilizan para el desarrollo de determinadas acciones didácticas dentro o fuera del museo, dirigido tanto al público general como a usuarios específicos (especialmente, escolares y docentes), creado con el objetivo de complementar, ampliar o profundizar la propia exposición, concretando algunos de sus aspectos conceptuales, procedimentales o actitudinales.” (Serrat, 2007)

Material educativo

Recurso o conjunto de recursos que ha sido “integrado a una situación de enseñanza aprendizaje, aunque no haya sido diseñado para la enseñanza.” (Gutiérrez, 2000)

Mediación

Práctica educativa en la que se establecen espacios de conversación, colaboración y vinculación para desarrollar aprendizajes significativos. Lxs mediadorxs, desde la curaduría o desde la educación, organizan y facilitan oportunidades de comunicación sobre temas, conceptos y objetos.

Museo

Según los estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM) adoptados por la 22ª Asamblea general en Viena en 2007, “Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo”. Actualmente (2019) se está llevando a cabo una redefinición que responda a las necesidades contemporáneas.

Museo Constructivista

Propuesta de George E. Hein, desarrollada en 1995, que transfiere la teoría pedagógica constructivista al contexto museístico. El museo constructivista, centrado en el visitante, debe proveer oportunidades para que el visitante establezca conexiones y construya su propio conocimiento.

Museo Participativo

Nina Simon, en su libro *The Participatory Museum*, lo define como un lugar donde los visitantes crean (contribuir), comparten (discutir, redistribuir) e interactúan (socializar). Motivar la participación activa de los visitantes o “participantes culturales” permite que las instituciones se reconecten con el público y demuestren su valor y relevancia.

Museografía

Disciplina que se encarga de la presentación de una exposición en relación a un espacio particular que incluye: diseño industrial y gráfico, iluminación y el montaje de las obras o piezas de la colección.

Museología Científica Moderna

Jorge Wagensberg, profesor e investigador español, ha desarrollado una serie de principios museológicos donde el elemento principal de una exposición es la realidad; y el museo es un escenario creíble donde participan los visitantes, la comunidad científica, los sectores que usan la ciencia y aquellos que la administran.

Museología Crítica

Esta tendencia aborda el museo como una esfera pública donde existe intercambio, conflicto, duda; controversia sobre los propios objetivos de la institución, de la identidad y ciudadanía, y de los valores del patrimonio. Para esta tendencia, uno de los propósitos del museo es fomentar una ciudadanía más crítica que cuestiona incluso el rol del museo.

Objeto expositivo

Se refiere a cada una de las piezas que conforman una colección y se presentan en una exposición temporal o permanente.

Percepción

Es la forma a través de la cual el cerebro selecciona, codifica, ordena e interpreta la información externa que le llega a través de los sentidos.

Postmuseo

Eileen Hooper-Greenhill, teórica en estudios de museos, desarrolla este concepto que apunta a un museo abierto, dinámico, flexible y dialogante desligado de un edificio y vinculado a procesos y experiencias que suceden en la comunidad y en el espacio que habita. La función del postmuseo es social, educativa e interpretativa; y el visitante es partícipe en el proceso de construcción del conocimiento.

Proceso creativo

Hace referencia a las fases que experimentan los participantes durante las dinámicas que se plantean para la generación de nuevas ideas o acciones, para crear e innovar en cualquier área de conocimiento (arte, ciencia, tecnología y sociedad) y dar soluciones a un determinado problema o situación.

Propiocepción

Consciencia del propio cuerpo, su movimiento y posición.

Recurso

Medio de cualquier tipo que sirve para conseguir lo que se pretende.

Bibliografía recomendada

MUSEOS

Aldana, A. (1 de mayo de 2017). El privilegio de la vista en el museo. Recuperado el 14 de marzo de 2019, de NodoCultura:

<https://nodocultura.com/2017/05/01/el-privilegio-de-la-vista-en-el-museo/>

Gregory, K., & Witcomb, A. (2007). Beyond nostalgia: the role of affect in generating historical understanding at heritage sites. En *Museum revolutions: how museums change and are changed* (págs. 263-275). Londres: Routledge.

Dierking, L. & Falk, J. (1992). *The Museum Experience*. Michigan: Whalesback.

Nash, M. (2006). Questions of Practice. En P. Marincola, *What Makes a Great Exhibition?* Philadelphia: The Pew Center for Arts & Heritage.

Norris, L., & Tisdale, R. (2016). *Creativity in museum practice*. New York: Routledge.

Roberts, L. (1997). *From Knowledge to Narrative: Educators and the Changing Museum*. Washington, D.C.: Smithsonian Institution.

Zepeda, N. (5 de septiembre de 2016). Hacer y practicar museología. "Públicos y museos: ¿qué hemos aprendido?". Recuperado el 24 de noviembre de 2018, de [desatada: https://desatada.studio/2016/personas-redes/museologia-publicos-y-museos-que-hemos-aprendido/](https://desatada.studio/2016/personas-redes/museologia-publicos-y-museos-que-hemos-aprendido/)

PLANEACIÓN Y GESTIÓN

Beckett, C. (31 de mayo de 2016). La transformación digital en las organizaciones culturales. Recuperado el 21 de mayo de 2019, de CCCB LAB: <http://lab.cccb.org/es/la-transformacion-digital-en-las-organizaciones-culturales/>

Ramos, D. (26 de enero de 2016). ¿Cómo lograr concordancia entre redes sociales, espacio cultural y público?. Recuperado el 2 de mayo de 2019, de NodoCultura: <https://nodocultura.com/2016/01/26/concordancia-entre-redes-sociales-espacio-cultural-y-publico/>

EDUCACIÓN Y MEDIACIÓN EN MUSEOS

Alderoqui, S. (2006). Saber ver. Acerca de la educación en los museos. Revista Aula, Grao, 35-39.

Arenas, L., del Castillo, R., & Faerna, Á. M. (2018). John Dewey: una estética de este mundo. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Arnheim, R. (1993). Consideraciones sobre la educación artística. Barcelona: Paidós.

Association for Heritage Interpretation. (s/f). Recuperado el 17 de enero de 2017, de <https://ahi.org.uk/>

García, Á. (1994). Didáctica del museo, el descubrimiento de los objetos. Proyecto Didáctico Quirón. Madrid: Ediciones de la Torre.

Hooper-Greenhill, E. (1995). *Museum, Media, Message*. London / New York: Routledge.

Melgar, M. F., & Donolo, D. S. (2011). Salir del aula...Aprender de otros contextos: Patrimonio natural, museos e Internet. Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias, 8(3), 323-333.

Oppenheimer, F. (julio de 1972). The Exploratorium: A Playful Museum Combines Perception and Art in Science Education. American Journal of Physics, 40(7), 978-984.

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

Ribeiro, R. (2012). Nuevos infiernos artificiales o cómo la mediación cultural podrá representar el final de los servicios educativos tal y como los conocemos. II CONGRESO INTERNACIONAL EDUCATHYSSEN. LOS MUSEOS EN LA EDUCACIÓN "DE LA ACCIÓN A LA REFLEXIÓN" (págs. 37-38). Madrid: Educathyssen.

Santacana, J., & Llonch, N. (2012). Manual de didáctica del objeto en el museo. Gijón: Ediciones Trea.

Silverman, L. H. (septiembre de 1995). Visitor meaning-making in museums for a new age. Curator. The Museum Journal, 38(3), 161-170.

ESTRATEGIAS DE INTERPRETACIÓN

Burnham, R., & Kai-Kee, E. (2011). El arte de enseñar en el Museo. En Pedagogía en el campo expandido (págs. 212-220). Porto Alegre: Fundação Bienal de Artes Visuais do Mercosul.

Burnham, R., & Kai-Kee, E. (2011). Teaching in the Art Museum: Interpretation as Experience. Los Angeles: Getty Publications .

González, M. d. (2011). El arte en las escuelas no es un juego de niños. Recuperado el 18 de mayo de 2015, de Revista ERRATA #4: <http://revistaerrata.com/ediciones/errata-4-pedagogia-y-educacion-artistica/>

Leinhardt, G., & Crowley, K. (1998). Museum Learning As Conversational Elaboration: A Proposal to Capture, Code, and Analyze Talk in Museums. Pittsburgh: University of Pittsburgh.

Rounds, J. (otoño de 2002). Storytelling in Science Exhibits. Exhibitionist, 21(2), 40-43.

Zepeda, N. (10 de marzo de 2015). Visual Thinking Strategies (VTS) – Estrategias de Pensamiento Visual. Recuperado el 2 de junio de 2019, desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/visual-thinking-strategies-vts/>

Zepeda, N. (14 de abril de 2015). Interpretación como experiencia. Recuperado el 24 de abril de 2019, desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/interpretacion-como-experiencia/>

Zepeda, N. (18 de agosto de 2015). TABULA RASA o cómo explorar el arte contemporáneo sin prejuicios. Recuperado el 2 de junio de 2019, desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/tabula-rasa/>

Zepeda, N. (21 de mayo de 2015). Piensa en Arte. Recuperado el 3 de junio de 2019, desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/piensa-en-arte-think-art/>

Zepeda, N. (23 de febrero de 2015). QUESTs, preguntas para entender, explorar, ver y pensar. Recuperado el 2 de junio de 2019, desatada: <https://desatada.studio/2015/recursos/quests-preguntas-para-entender-explorar-ver-y-pensar/>

HABILIDADES

Achiam, M. (2016). The role of the imagination in museum visits. *Nordisk Museologi*(1), 89–100.

Berger, J. (2016). *Modos de ver* (3a. edición ed.). Barcelona: Gustavo Gili.

FitzGibbon, L. (3 de septiembre de 2018). Understanding Curiosity. Recuperado el 22 de abril de 2019, de Science Museum: <https://blog.sciencemuseum.org.uk/understanding-curiosity/>

Galindo, S. (julio-septiembre de 1997). La intuición en la investigación científica. *Revista Ciencias*, 47, 58–61. Obtenido de Revista Ciencias: <https://www.revistaciencias.unam.mx/es/196-revistas/revista-ciencias-47/1868-la-intuici%C3%B3n-en-la-investigaci%C3%B3n-cient%C3%ADfica.html>

Greene, M. (1995). *Releasing the imagination. Essays on Education, the Arts, and Social Change*. San Francisco: Jossey-Bass.

Gunaratnam, Y., & Bell, V. (5 de enero de 2017). How John Berger changed our way of seeing art. Recuperado el 18 de marzo de 2019, de The Conversation: <https://theconversation.com/how-john-berger-changed-our-way-of-seeing-art-70831>

Konnikova, M. (14 de noviembre de 2012). The empathy machine. Recuperado el 21 de junio de 2017, de AEON Magazine: <https://aeon.co/essays/empathy-depends-on-a-cool-head-as-much-as-a-warm-heart>

Zepeda, N. (8 de noviembre de 2017). La empatía como hábito en el museo. Recuperado el 22 de abril de 2019, de desatada: <https://desatada.studio/2017/empatia-institucional/empatia-como-habito-en-el-museo/>

DISEÑO DE RECURSOS

Bitgood, S. (2009). When Is “Museum Fatigue” Not Fatigue?. *Curator: The Museum Journal*, 52: 193–202.

Gutiérrez Martín, A. (2000). “Evaluación de la comunicación en las aplicaciones multimedia educativas”, *Evaluación de las Tecnologías*, Madrid: UNED.

Mann, L., Tung, G., Green + Webb USA, & The Metropolitan Museum of Art. (1 de febrero de 2015). A new look at an old friend: Reevaluating the Met’s audio-guide service. Recuperado el 17 de mayo de 2019, de MW2015: Museums and the Web: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/a-new-look-at-an-old-friend-re-evaluating-the-mets-audio-guide-service/>

Serrat Antolí, N. (2007). Materiales didácticos en entornos educativos no formales, Aula de Innovación Educativa, 165: 37-40.

Zepeda, N. (27 de octubre de 2017). Compartir la mesa. Diseño centrado en personas para recursos museográficos educativos. Centro Cultural España, Ciudad de México.

TEXTOS DE MUSEOS Y MATERIALES ESCRITOS

Bray, S. (2013). Excellence in Exhibition. Label Writing Competition 2013. Recuperado el 7 de marzo de 2017, de American Alliance of Museums: <https://www.aam-us.org/wp-content/uploads/2017/11/view-the-2013-winners.pdf>

Hohenstein, J., & Tran, L. (2007). The Use of Questions in Exhibit Labels to Generate Explanatory Conversations in Visitors. International Journal of Science Education, 1557-1580.

ICOM España. (2011). Kit Didáctico Monitor. Museos y memoria. Imaginar y crear. Recuperado el 20 de enero de 2019, de ICOM España: http://icom-ce.org/recursos/File/DIM/2011/DIM2011_Actividad_monitor.pdf

Screven, C. (1995). Motivating Visitors to Read Labels. En A. Blais, Text in the exhibition medium (págs. 97-132). Québec: Musée de la Civilisation & La Société des Musées Québécois.

Serrell, B. (2015). Exhibit labels. An interpretive approach. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Wallace, M. (2014). Writing for Museums. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

FILOSOFÍA Y LITERATURA

Bergson, H. (1966). Introducción a la metafísica y la intuición filosófica. Buenos Aires: Ediciones Siglo Veinte.

Castro, M. (julio-diciembre de 2001). Los libros de arena. Antecedentes literarios latinoamericanos de la narrativa hipertextual. Universitas Humanística. Revista de Antropología y Sociología(52).

Fernández-Cuesta, M. G. (2013). I Microrrelato: Origen, Características Y Evolución: Propuesta Didáctica En El Aula De L2. Aplicaciones Prácticas En L1. Recuperado el 3 de mayo de 2019, de Red Electrónica de Didáctica del Español como Lengua

Extranjera: <http://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:e095dd92-c092-4d9e-b44d-b8d6470140d6/2013-bv-14-21gracia-f-pdf.pdf>

PSICOLOGÍA Y APRENDIZAJE

Bruner, J. (1986). Actual Minds, Possible Worlds. Cambridge: Harvard University Press.

Buzan, T. (2004). Cómo crear mapas mentales. Madrid: URANO.

Caine, R. N., & Caine, G. (1994). Making Connections: Teaching and the Human Brain. New York: Addison-Wesley.

Csikszentmihalyi, M. (1998). Creatividad: El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención. Barcelona: Paidós Transiciones.

De Bono, E. (1988). Seis sombreros para pensar. Barcelona: Editorial Granica.

De Puig, I., & Sàtiro, A. (2006). Jugar a pensar. Recurso para aprender a pensar en educación infantil. Ciudad de México: Editorial Octaedro/SEP.

Dewey, J. (1933). How We think. Boston: D. C. Heath.

Dewey, J. (1997). Experience and Education. New York: Touchstone.

Dierking, L. (1991). Learning Theory and Learning Styles: An Overview. Journal of Museum Education, 16(1), 4-6.

Gardner, H. (2002). Mentes creativas. Una anatomía de la creatividad. Barcelona: Paidós.

Gardner, H. (2005). Inteligencias Múltiples: la teoría en la práctica. Barcelona: Paidós Ibérica.

Girija, C. (2015). Learning Techniques And Information Processing Ability. Gujarat: Sara Book Publication.

Guilera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. Sabadell: FUNDIT – Escola Superior de Disseny ESDi.

Guilford, J. P., & Strom, R. (1994). Creatividad y educación. Barcelona: Paidós Ibérica.

León, F. (enero-junio de 2014). Sobre el pensamiento reflexivo, también llamado pensamiento crítico. *Propósitos y Representaciones*, 2(1), 161-214.

Moreira, M. A. (1997). Aprendizaje significativo: un concepto subyacente. *Actas del Encuentro Internacional sobre el Aprendizaje Significativo* (págs. 19-44). Burgos: Universidad de Burgos.

Puig de la Bellacasa, M. (2017). *Matters of Care. Speculative Ethics in More Than Human Worlds*. Minneapolis: The University of Minnesota.

Rogers, S., Ludington, J., & Graham, S. (1999). *Motivation & Learning: A Teacher's Guide to Building Excitement for Learning & Igniting the Drive for Quality*. Evergreen: Peak Learning Systems.

Sharp, A. M. (1991). The Community of inquiry. *Thinking: The Journal of Philosophy for Children*, 9(2), 31-37.

VISITANTES, PÚBLICOS Y USUARIOS

Alderoqui, S., & Linares, M. C. (2016). Participación y representación de los visitantes en el Museo de las Escuelas. En C. Dufresne-Tassé, & S. Wintzerith, *Número Especial dedicado a la investigación* (Vol. 1, págs. 155-180). Roma: Edizioni Nuova Cultura.

Bastarrechea, N. (2017). Jóvenes, TIC y entornos educativos. Nuevas formas de interactuar, nuevas responsabilidades. *TELOS*(107), 93-94.

De Pascual, A. (2011). ¿Dónde empieza la educación de adultos? En M. Acaso, *Perspectivas: Situación actual de la educación en los museos de artes visuales* (págs. 100-103). Madrid: Ariel.

Falk, J. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.

Gilman, B. I. (1916). Museum Fatigue. *The Scientific Monthly*, 2(1), 62-74.

Juárez Gómez, M. L., & Maldonado Méndez, F. J. (2017). El mapeo de significado personal. Metodología cualitativa para el estudio de públicos, primeros ensayos. Recuperado el 8 de marzo de 2019, de *Estudios sobre públicos y museos. Volumen II. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica*, Publicaciones Digitales ENCRyM:

<https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/11175>

Mena G., M. (2018, mayo 20). Porqué visitar un museo, con quién visitar un museo, Un viaje por los museos: <https://mgabrielamenag.wixsite.com/unviajeporlosmuseos/single-post/2018/05/20/por-qu%C3%A9-visitar-un-museo-con-quien-visitar-un-museo>

TENDENCIAS Y EL MUSEO DEL FUTURO

American Alliance of Museums. (2017). TrendsWatch 2017. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de Alliance Labs: <http://labs.aam-us.org/trendswatch2017/>

Bellido Gant, M. L. (2013). Arte y museos del siglo XXI: Entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas. Barcelona: Editorial UOC.

Carrión, J. (7 de mayo de 2012). Las redes recreativas. Recuperado el 21 de mayo de 2019, de CCCB LAB: <http://lab.cccb.org/es/las-redes-recreativas/>

Fernández Paradas, A. (2014). Interactividad y redes sociales. Madrid: Asociación Cultural y Científica Iberoamericana.

Gómez Vílchez, S. (enero-marzo de 2012). Evaluación de preferencia y participación. Museos españoles y redes sociales. TELOS(90), 79-86.

MENÚ PARA visitan MUSEOS

Nayeli Zepeda

Versión descargable del Menú para visitar museos (2020)

desatada.studio [en] gmail.com

Gracias a quienes compartieron sus ideas y retroalimentación para que el Menú se construyera de esta manera: Leticia Caballero, Priscila Peralta, Ana Escutia, Johanna Antonio, Lizbeth García.

Gracias a lxs cocinerxs y comensales que han usado estos recursos en sus procesos de diseño; a aquellxs colegas que, en una búsqueda similar a la nuestra, generan reflexiones alrededor de la educación, la cultura, el arte y los museos; a lxs autorxs que aparecen en la bibliografía por su inspiración y por marcar rutas de investigación.

Menú para visitar museos (2020) es un proyecto de desatada (antes NodoCultura). Se distribuye bajo una Licencia Creative Commons 4.0 Internacional [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

¿Cómo citar el Menú?

Zepeda, N. (2020). Menú para visitar museos. desatada:

<https://desatada.studio/2020/recursos/menu-para-visitar-museos/>

Para aclaraciones de permisos para desarrollo e implementación: desatada.studio [en] gmail.com

SIGAMOS DEGUSTANDO

**y compartiendo el banquete para enriquecer
la experiencia en el museo.**