



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

“EL MUSEO COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO”

AUTORÍA RAQUEL PELÁEZ CANTERO
TEMÁTICA PEDAGOGÍA
ETAPA EDUCACIÓN PRIMARIA, SECUNDARIA, BACHILLERATO, ADULTOS

Resumen

Artículo que trata de reflexionar sobre el papel que tienen los museos en la sociedad, ya que esta institución permanente forma parte de los tres ámbitos en los que se pueden subdividir la Pedagogía Social, y por tanto pudiendo contribuir significativamente en el proceso de socialización. Por un lado como elemento complementario al sistema educativo, durante la educación formal y reglada, así como desempeñar un papel fundamental en lo que se ha dado en denominar la educación no formal.

Palabras clave

Museo pedagógico, animación sociocultural.

**“El museo no es una isla. Es parte de un sistema cultural”
(R. Arpin)**

1.- DEFINICIÓN Y EL CONTEXTO DEL MUSEO

El museo es “una institución permanente, sin fines de lucro y **al servicio de la sociedad** y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga, difunde y expone el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno para que sea estudiado y eduque y deleite al público” **(UNESCO)**

No podemos decir que haya una “esencia” que defina al museo, es decir, sus identidades, objetivos, funciones, conocimientos, materias, etc. son variables y están sujetos a las relaciones de poder, a constricciones sociales o políticas. No obstante, los museos han tenido desde siempre un papel activo en la modelación del conocimiento; esto implica que el conocimiento que cada museo genera y difunde no es neutral, tiene sesgos políticos y sociales derivados de los valores y premisas del contexto en el que se construye y afianza.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

Cada sociedad se refleja en sus museos, y los museos reflejan su sociedad. Es decir, cada museo está en estrecha relación con su contexto y sus exhibiciones son en sí mismas un “objeto cultural” en la medida en que seleccionan temas, expresan ciertos valores y creencias, suponen un diseño y códigos particulares y realizan ciertas actividades respondiendo a la cultura a la que están dirigidas o en la que se insertan. Todo ello tiene implicaciones pedagógicas para los museos: por ejemplo, en respuesta a las preferencias y tipos de interacción dentro de cada sociedad, se utilizan ciertos colores y no otros, cierta forma de lenguaje y de narrativa, se diseñan espacios y muebles para un gran número de participantes simultáneos o para pocos, se plantean actividades cooperativas para familias y grupos o para personas solas, etc. Además, la selección misma de los contenidos y objetos debe tener consideraciones contextuales: habrá sociedades en donde cierto tema social o científico pueda ser visto como de “alta sensibilidad” y ser evitado o tratado de forma especial, mientras que el mismo contenido puede no representar ningún carácter especial en otra sociedad.

El museo es también un instrumento cultural para la sociedad. Suele tener locales e infraestructura que se ofrecen a la población para diversos usos y que pueden servir como espacios de encuentro y de recreación, o de inspiración, o funcionar como “aulas” para cursos de formación y capacitación, o como foro para la realización de ferias o eventos culturales y académicos. También pueden servir como medio de difusión de ciertos mensajes a través de sus exposiciones, y para que su colección se pueda aprovechar para distintos proyectos culturales. Pero además, es importante asumir que los museos son un proceso, una práctica cultural donde distintos actores ponen en escena objetos para comunicar un mensaje (o varios mensajes que coexisten), y en este sentido, la creación misma de museos o exposiciones -o la participación en iniciativas museísticas institucionales- es parte de un proceso educativo y cultural.

El crecimiento, o incluso la masificación de la afluencia de visitantes a los museos y el surgimiento de pequeños y grandes museos en todo el mundo, constatan el reconocimiento social, político y también económico que se atribuye a los museos en diversas sociedades.

Se busca democratizar los museos haciéndolos más accesibles a distintos públicos, incluyendo la difusión de valores democráticos, y/o promoviendo la participación de diversos actores sociales en la formación de las colecciones, en la selección de los contenidos y en el diseño de las exposiciones museísticas. Asimismo está en proceso la experimentación de múltiples formas de interacción entre los museos y la sociedad, y se están buscando formas de colaboración más estrechas, así como la diversificación y extensión de la atención y servicios al público.

2.- ¿POR QUÉ ES EL MUSEO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO?

Podemos afirmar que el museo es un instrumento pedagógico porque está formado por todos aquellos procesos educativos que comparten como mínimo dos de las tres siguientes características: (Trilla, 2000, 37)



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

- a. Se dirigen prioritariamente al desarrollo de la sociabilidad de los sujetos. Gracias a las aportaciones que nos genera el museo las dimensiones personales del individuo (intelectual, moral, artística, afectiva..) pueden quedar cubiertas. También desde el museo se pueden hacer intervenciones para desarrollar la sociabilidad.
- b. Tienen como *destinatarios privilegiados* a individuos o colectivos en situación de conflicto social. El museo ofrece muchas y distintas posibilidades para atender a el público con necesidades especiales por razones sociales; así como a toda la población en general cuando se trata de prevenir y concienciar para prevenir, socializar, integrar, etc.
- c. Tienen lugar *prioritariamente* en contextos o por medios educativos no formales”. El museo se encuentra en un “contexto social”, entendiendo por esto aquellos que se dan en ámbitos no escolares.

A continuación, detallaremos más específicamente las aportaciones que hace el museo en cada ámbito de la Pedagogía Social:

Educación especializada: En algunos casos los museos se han convertido en instrumentos de “acción afirmativa” y de empoderamiento para ciertos grupos al convertirse en espacios de reunión de personas en situación marginal, como las mujeres en sociedades orientales, quienes difícilmente pueden reunirse en otro lugar público y hallan en el museo un espacio “neutro” y viable para el encuentro; otros ejemplos en los que el museo crea acciones afirmativas son: al visibilizar en las exposiciones puntos de vista, intereses y situaciones de grupos excluidos, como pueden ser los indios o grupos étnicos de distintas regiones; al investigar, documentar y difundir las contribuciones y perspectivas de varios grupos y expresar la realidad con sus contradicciones e inequidades, como puede ser la situación de personas con vih-Sida o presas, por citar dos casos; al promover actividades formativas, de capacitación o culturales y atender las necesidades de grupos subordinados o en condiciones de vulnerabilidad; al establecer vínculos con organizaciones de la sociedad civil y promover su participación en diversas actividades; e incluso al promover la difusión, valoración y comercialización de productos generados por ciertos grupos sociales, como pueden ser organizaciones cooperativas, grupos étnicos, o darles empleo.

Ser espacios de “acción afirmativa” significa que los museos ayudan a contrarrestar o corregir alguna situación de discriminación o inequidad, a través del empoderamiento y de la construcción de referencias, mecanismos y espacios materiales y/o simbólicos coadyuvan a construir la igualdad, que produzcan un cambio en la condición, la posición o estatus de esos grupos para que puedan establecer con el resto de la sociedad relaciones diferentes y más equitativas.

Atención a las personas mayores: Para los niños de educación básica se establecen vínculos entre los programas escolares oficiales y los contenidos de los museos, y se favorece la tarea docente



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

mediante las visitas al museo. Esto, en muchas ocasiones, ha hecho que se deje de lado a otros públicos, como el adulto y/o el no escolarizado, de ahí que no siempre existan tantas oportunidades y recursos complementarios para estas poblaciones. También se observa que aunque existen iniciativas para estos grupos, no es sencillo ofrecerles recursos pertinentes o diseñar actividades adecuadas, ni tampoco es fácil encontrar la respuesta esperada por parte de este sector.

El público adulto, y sobre todo, las reflexiones sobre sus formas de conocer, sobre las estrategias e intereses de aprendizaje, etc. han sido menos estudiadas en los contextos museológicos; además, a diferencia de los grupos escolarizados, no son una población cautiva ni relativamente homogénea. Estas situaciones plantean interesantes desafíos a las actividades educativas de los museos.

Animación sociocultural: El museo es un centro cultural de la comunidad y en el convergen numerosos miembros de instituciones de la comunidad en cuyo seno este se ubica, en tal sentido se convierte de esta manera en un vínculos de unión y extensión cultural para la comunidad, no sólo por la labor que realiza en si mismo sino porque en sus espacios también se pueden presentar conciertos, conferencias y actividades de toda índole que guardan relación con la divulgación cultura hacia la comunidad. De ahí que el museo sea considerado centro cultural de la comunidad.

Es principalmente su uso, la forma de interactuar de los visitantes con el museo, más que lo que exhibe y pretende decir, lo que los hace siempre potenciales recursos formativos.

De estos tres ámbitos anteriormente descritos en los que el museo es perfectamente un instrumento pedagógico nos centraremos, en el siguiente punto, en el museo como un espacio de animación sociocultural.

3.- EL MUSEO COMO UN ESPACIO DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL GESTIÓN CULTURAL

Hemos de considerar la Animación cultural como el hecho de procurar que las personas entren, por su propia voluntad en un proceso que tiende a convertirlas en elementos activos protagonistas de su evolución positiva, lo cual implica un crecimiento cultural y social basado en el desarrollo de la comunidad en que viven.

Intentando recoger los componentes que nos parecen más esenciales de la idea de animación sociocultural, entendemos por ella:

“El conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo tanto social como cultural”.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

De esta definición se deduce que el museo como espacio sociocultural es una metodología y un modo de proceder, dinámico y vitalizador, aplicable a diversos ámbitos de a educación no formal; íntimamente relacionado con la acción socioeducativa de la atención a la infancia, juventud, adultos, tercera edad, población reclusa, etc; es una forma de convertir en educativo el ocio y el tiempo libre.

El museo lo encajamos dentro del grupo de *Proyección sociocultural de otras instituciones sociales, culturales y recreativas* ya que aquí se incluyen todo el variopinto conjunto del asociacionismo de carácter abierto y no elitista que configura la trama del tejido social. Un asociacionismo que promueve la participación ciudadana y que, por ello, tiene una proyección sociocultural de primer orden.

Una vez conocida las funciones de la animación cultural también tenemos que tener en cuenta la gestión cultural, que se presenta como línea de intervención alternativa a la animación sociocultural. Ambas son intervenciones compatibles e, incluso, deseables en una intervención que quiera ser verdaderamente global en un territorio. La primera enfatiza la creatividad y la inteligencia social, y la segunda la creación, la difusión e intercambio de productos culturales. Ciertamente los dos tipos de intervenciones son diferentes. Pero la diferencia, no radica tanto en las metodologías y los objetivos, como en el “material” y en los “espacios” donde una y otra trabajan. Al centrarme en los materiales nos referimos al énfasis de la intervención, que en la animación sociocultural se pone básicamente sobre la cultura como producto humano (de creación, difusión e intercambio), y en la gestión cultural es fundamentalmente sobre las relaciones humanas (como intercambio y puesta en común de la cultura). Una y otra pretenden como finalidad el crecimiento de la humanidad, como colectivo consciente de sus límites y posibilidades.

Hablar de espacios resulta más claro, desde un punto de vista diferencial, entre la animación y la gestión. La animación sociocultural trabaja sobre todo en y con centros cívicos, las casas de cultura, los clubs de jóvenes, adultos y ancianos, los centros asociativos, las comunidades de vecinos, etc. La gestión cultural, por su parte, trabaja fundamentalmente en y con los museos, teatros auditorios, salas de exposiciones, etc.

En definitiva, la gestión cultural constituye una metodología de intervención que pretende coordinar de una manera equilibrada los proyectos creativos gestados en un territorio con las necesidades y exigencias que este territorio plantea. Como afirma Delgado:

“Gestionar las cultura es gestionar el conflicto entre proyectos surgidos de iniciativas creativas (y, como tales, frecuentemente particularistas, centrifugas e individualistas) y las exigencias del territorio, que obligan a una visión de conjunto de las necesidades de participación, cooperación y solidaridad”.

El animador sociocultural en los museos ha de ser una persona que tenga no sólo una gran capacidad de comunicación y de organización, sino, sobretodo, un sentido lúdico y gusto por la cultura y un gran entusiasmo. Que no se canse, que no se desanime, que siempre tenga nuevas posibilidades. Ha de interesarse por todo, especialmente por la cultura, en todas sus manifestaciones.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

4. SERVICIOS QUE PRESENTA EL MUSEO

La museología plantea entre sus elementos formativos los “servicios educativos”, es decir, programas y actividades que complementan la visita al museo y que buscan favorecer la comprensión y una mejor interpretación o asimilación de los temas de las exposiciones.

Tenemos que tener en cuenta que hay museos grandes y pequeños; que subsisten con recursos públicos, privados, universitarios, comunitarios o mixtos; que atienden a públicos de todo tipo: general, especializado, infantil. Los hay de carácter local, regional, nacional o incluso mundial. Hay muchas formas de clasificar a los museos. Aquí retomo una tipología de acuerdo a los temas y colecciones:

- 1) Museos de arte.
- 2) De antropología (incluye museos de historia, arqueología, etnografía).
- 3) De ciencias (se incluye la historia natural).
- 4) Generales (pueden ser temáticos y/o abarcar diversas esferas de la vida social que no corresponden a las otras clasificaciones, como museos sobre la industria, los textiles, los deportes, la brujería, oficios, los derechos humanos, etc.).

Ante tal diversidad es difícil hacer generalizaciones sobre la utilidad de los museos y sus aportes y retos respecto de la educación; no obstante, en las líneas que siguen presentaremos algunas ideas acerca de lo que, desde nuestro punto de vista, los museos podrían o deberían hacer en ese sentido.

4.1. LAS ACTIVIDADES

Más allá de la mirada, la exposición invita y detona formas de relación de los públicos con ésta que suelen ser participativas o activas. Aunque el museo suele pensarse como un espacio rígido y silencioso, en la práctica es utilizado y sentido de manera flexible; es un espacio que genera procesos participativos en tanto es un lugar para ser recorrido, visitado, andado, explorado y mirado-interpretado.

Las actividades para lograr estos propósitos son muy variadas; pueden ser visitas guiadas, conferencias, talleres, cursos, seminarios, proyección de películas, representaciones teatrales, actividades artísticas, la edición de materiales didácticos (audioguías, fichas de actividades en sala, historietas, juegos, videos, etc.) y de publicaciones, entre otras.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

Con menor frecuencia, estas áreas también hacen estudios de público, trabajan con el voluntariado, pueden –en menos ocasiones de las deseables- intervenir en el diseño, planeación o evaluación de las exposiciones; y realizar actividades fuera del museo como charlas en escuelas, eventos especiales, acciones de investigación participativa en comunidades y proyectos de intervención social.

Todo esto supone, generalmente, romper con prejuicios sobre el museo y su carácter elitista o cerrado, con el recuerdo de una experiencia negativa, con la timidez o la inexperiencia que obstaculizan la participación en cierto tipo de actividades o juegos.

A través del museo podemos (además de realizar las actividades anteriormente descritas):

- Producir emociones en el público a través de la evocación y de la experiencia estética que se generan mediante la museografía (luces, colores, “escenografías”, etc.). Plano emotivo
- Brindar información organizada y sintetizada para la interpretación o lectura de los temas de la exposición, haciendo más accesible la secuencia, la lógica y los niveles diversos de información a través de mapas, diagramas, fotografías, gráficos, cedularios, etc. Plano didáctico
- Participación directa de los públicos, y promueve su interacción con dispositivos manipulables o en actividades dentro de la exposición. Plano lúdico

4.2 EQUIPAMIENTOS SOCIOCULTURALES

Hemos de destacar la definición y los rasgos considerados como más característicos de los equipamientos socioculturales. Para ello aportamos una definición de rango europeo consensuada en el marco del Consejero de Europa (Ventosa, 1992, p.103):

Por equipamientos socioculturales se debe entender el conjunto de equipamientos y dispositivos cuya existencia y utilización sirven no sólo para realizaciones intelectuales o artísticas, sino también para actividades físicas de individuos, familias y grupos sociales.

Podemos establecer una serie de características que se deben llevar a cabo en todo museo ya que todos sus equipamientos estos deberán ser:

- Enraizados, cercanos a las necesidades e intereses de la comunidad.
- Abiertos, susceptibles de evolución.
- Polivalentes, integrando en el mismo espacio talleres, actividades sociales, comerciales...



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

- Generador de participación, concebidos para programas de animación sociocultural y no tanto para espectáculos o programas de difusión.
- Prestadores de recursos.
- Con márgenes de libertad de acción para los animadores que los gestionen.
- Congestionados con los propios usuarios.

En síntesis, el equipamiento de los museos vienen a ser un soporte básico desde donde poder llevar a la práctica los programas de animación sociocultural.

5. LA EXPOSICIÓN

El museo no es un lugar, sino una institución que a lo largo del tiempo ha desarrollado formas particulares de comunicación y ha generado diversos conocimientos y estrategias para divulgarlos.

Estos ofrecen una realidad propia y multifacética, y suelen ser concebidos como espacios para ser mirados y vividos; en ellos se valora la posibilidad de que el público sea el que interprete y se relacione de diversas maneras con las exposiciones, que construya de manera propia sus sentidos, convirtiendo al museo en una especie de proveedor de insumos y generador de estímulos diversos: evocaciones, emociones y experiencias a partir de las cuales cada persona puede aprender.

5.1- LAS FUNCIONES DEL MUSEO A TRAVÉS DE LA EXPOSICIÓN.

La importancia actual de los museos se debe a que se reconocen como potentes instrumentos para el diálogo entre sociedades, para la promoción cultural, para la formación y consolidación de identidades individuales y colectivas, para la expresión de situaciones y perspectivas, para favorecer el encuentro, la interacción y el diálogo entre distintas personas o grupos, para el esparcimiento y recreación, para abordar, informar, sensibilizar y educar sobre todos los aspectos de la vida a fin de comprender la realidad y su evolución.

El museo es un recurso útil para mostrar ideas, conocimientos, conceptos y situaciones que puedan ser escuchados o conocidos, comprendidos, confrontados, valorados, reivindicados, celebrados. Cualquier tipo de actividad o evento -científico, natural y social-, y objetos de toda índole pueden ser mostrados para transmitir contenidos que pueden ayudar a los públicos a examinar los supuestos o informaciones previas, a tener nuevos elementos de juicio y comprensión, a estimular ciertos intereses, lo cual puede traducirse en nuevas valoraciones, habilidades, actitudes y/o en acciones.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

La exposición permite incluir distintos elementos y expresiones culturales: orales, textuales, visuales, auditivas, sensoriales, rituales; recurre a códigos variados que pueden responder a las distintas necesidades de los públicos, ofrece muchos recursos para que la gente pueda establecer relaciones con la exhibición y sus contenidos, y entre sí. Esta variedad en los medios y en los mensajes que se ponen en juego permite que se establezca un proceso dinámico de construcción e intercambio de significados a partir de medios sensoriales, verbales y no verbales, racionales y no racionales, que funcionan conjuntamente y se combinan en un proceso activo en el que se usan todos los sentidos. Este proceso genera experiencias complejas y variadas que tocan la dimensión afectiva, cognitiva, racional, social, etc., y que resultan en nuevas informaciones, ideas o habilidades.

Otros objetivos pueden relacionarse con el desarrollo de diversas habilidades, que pueden ir desde la lectoescritura, la expresión oral o la capacidad de comprensión, análisis, observación y comparación, entre otras, hasta la capacidad crítica, la imaginación y creatividad, la adquisición de conceptos e ideas nuevos, la aplicación de conocimientos previos, el fortalecimiento de ciertos contenidos, etc.

La singularidad de los espacios y exhibiciones, su valor científico, social, simbólico y/o estético, rodean de un significado especial la visita al museo y del mirar en éste, convirtiendo el ver en una experiencia intensa que no se trata sólo de actos visuales, sino de presencia y de participación, de ser parte de un espectáculo o adentrarse en una representación o incluso una realidad distinta, material y/o simbólica.

Alguna de estas formas de interrelación entre los públicos y las exposiciones son diversos gestos, actuaciones, performances y juegos que la gente realiza de manera espontánea frente a la exposición, además de la fotografía, la lectura, la escritura y el dibujo. Estas interacciones involucran el uso de conocimientos previos, el pensamiento lógico, la fantasía, la imaginación, la creatividad, la relación con lo cotidiano, la comprensión, la comparación, la apreciación y las experiencias estéticas; también la valoración, el cuestionamiento y la activación del recuerdo, entre otros procesos.

5.2 FUNCIONES DEL PERSONAL DEL MUSEO

Son cinco los fines del Museo, y por lo tanto son cinco las principales profesiones que deberían estar representadas en un Museo, de modo unitario y sin que en principio ninguna prime sobre las demás. Estas cinco funciones son:

Conservar y defender

La primera y quizás mas específica función del Museo es la de acopiar, conservar lo acopiado y defenderlo. El Museo surge como una solución a este proceso, muy variado en sus detalles, por lo tanto debe tener una actividad fuera de sus muros para conseguir este fin. Por ello tradicionalmente se ligan



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

a los Museos una serie de funciones de defensa del Patrimonio cultural de la provincia o zona. El profesional de esta función sería el restaurador y el conservador del Museo.

Inventariar y catalogar

A partir del momento en que la pieza se conserva en el Museo, debe conocerse su historia reciente y su situación. Esta función es otra de las reservadas al conservador del Museo, el cual debe estar asesorado por el arqueólogo.

Investigar

No sólo es función del Museo la defensa de las piezas de cultura material, sino también de su estudio y conocimiento. Aquí estamos ante una función que requiere un profesional no específico.

Diseñar, exponer y comunicar.

Es la función normalmente asimilada a museografía. Se trata fundamentalmente de la exposición en las salas. Aquí aparece entre otras la función del diseñador.

Enseñar

El fin culminante del Museo es ciertamente divulgar unos conocimientos a la sociedad. Aquí ya no se trata de cómo se comunique, sino de que lo que se comunica sea entendible, que sea positivo a la sociedad. Aparecen así en el gabinete didáctico o en el gabinete pedagógico el animador cultural, el educador, el pedagogo o el sociólogo. Nuevas profesiones a añadir al museólogo o conservador de Museo.

El problema a que se orienta esta función es a aplicar debidamente el lenguaje del Museo, o sea, el de las piezas expuestas en el Museo, a desentrañar las claves de su lectura, o como gusto de decir a “enseñar a leer” con el abecedario propio del Museo.

De algún como este fin es el más noble del Museo y se contrapone al de acopio con el que iniciábamos la lista de funciones, tanto que se ha llegado a decir que el fin didáctico del Museo es una coartada buscada por los profesionales de Museos para ocultar nuestra verdadera misión, la de acopio o expolio de objetos de la cultura material. Existe sin duda un fondo de verdad en ello, pero aunque en ocasiones hayamos realizado actos que nos puedan haber dejado mala conciencia, no por ello hemos de negar que la pieza es uno de los lenguajes legados por nuestra antigüedad y que sólo ella nos puede informar directamente de aquella cultura desaparecida mejor que cualquier otro lenguaje.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

Otro problema es el de si la enseñanza, que es específica de la Escuela, puede efectuarse en el Museo de modo independiente (dado que la semántica y, diríamos, el abecedario del Museo le es sólo propio a él), o debe realizarse dependiendo de los planes y programas de las instituciones educativas.

Divulgar conocimientos a la sociedad.

La acción sin duda más importante de la exposición es la de comunicación divulgativa, ya que contiene siempre una intención pedagógica que debe ajustarse a los destinatarios, a los códigos comprometidos y a los medios disponibles. Pero el evidente problema es si lo fundamental, y por lo tanto lo que toma la primacía, es al mensaje comunicado, o la forma de comunicarlo. Por lo tanto el mensaje deberá ser bien comunicado para que tenga efectos positivos en aquellas personas que lo reciben y así lo puedan entender y asimilar.

Por lo tanto, no se podrá efectuar dignamente ninguna de las funciones sin que exista algo en común a todas ellas. Un Museo organizado de acuerdo con el esquema de funciones relacionado se convierte de hecho en un equipo interprofesional, que necesita más que una dirección, una coordinación, la cual debe apoyarse en un equipo, pues estas profesiones son muy distintas entre sí.

5.3. LOS VALORS ADQUIRIDOS A TRAVÉS DE LA EXPOSICIÓN.

Visitar el museo puede ser una experiencia de aprendizaje inserta dentro de diversos proyectos educativos y que responda a propósitos muy variados.

El museo es un espacio donde tiene lugar el asombro, la sorpresa, la espontaneidad, así como donde hay cabida para juicios estéticos, apreciaciones subjetivas o comentarios de diversa índole que no necesariamente tienen que ser verdaderos o correctos, donde la certeza sobre lo que se reconoce puede depender en gran medida de lo que se mira. En el museo cada quien puede asumirse como una fuente fidedigna o válida de interpretación o conocimiento.

La satisfacción personal, la autoconfianza, la autoestima, pueden desarrollarse en la experiencia estética, en el encontrar algo interesante, en el estímulo de la curiosidad, en el aprendizaje de algo concreto, en el reconocimiento de algún dato personal o científico que contribuya al enriquecimiento personal. La individuación, la autoconfianza, la autoestima, están ligados con el desarrollo de la autonomía, otra clave más en todo proceso educativo que puede trabajarse en el museo.

Otros propósitos pueden referirse a la sensibilización. En el museo se ofrecen posibilidades para la ampliación de horizontes a través del reconocimiento de la diversidad de la experiencia humana, del acceso a nuevos temas y perspectivas, de la comprensión y el diálogo entre grupos y sociedades, del encuentro con lo diferente y con lo propio, de la reflexión y el desarrollo de actitudes y valores como la empatía, el respeto y la tolerancia.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

Otro tipo de objetivos educativos que pueden cubrirse en las visitas al museo tiene que ver con la formación artística, la vivencia de experiencias estéticas y el desarrollo de habilidades creativas.

6.- LAS INSTITUCIONES CULTURALES Y EDUCATIVAS.

Derivado del origen etimológico de instituto (en latín educación), una **institución** es un establecimiento u organismo que realiza una labor social de tipo educativo y cultural, como los institutos de enseñanza, de investigación o de los museos.

Según Lucas Verdú, Pablo: *Principios de Ciencias Políticas*, Tomo II, página 125, una institución:

"Es la consolidación permanente, uniforme y sistemática de usos, conductas e ideas con medios instrumentos que aseguran su control y el cumplimiento de su función social"

Este concepto, que responde a criterios pedagógicos, desprende elementos que la caracterizan, entre ellos podemos destacar:

- Es Permanente, es decir perdura en el tiempo para conseguir los fines propuestos en su fundación.
- La Institución uniforma conductas, y para ello necesita de ideales, valores y normas que conduzcan a sus miembros.
- Persigue un Fin, este sería un Fin Social.
- Requiere *Instrumentos* para realizar sus fines, estos instrumentos pueden ser tangibles, personales o simplemente ideales.

De este modo las instituciones culturales y educativas dedicadas a la búsqueda de soluciones a problemas, así como dedicadas a la prevención y ayuda de los mismos y comprometerse de manera cooperativa con la sociedad pueden ser clasificados en:

Instituciones públicas y privadas.

- Las instituciones públicas son El Ministerio de Cultura, las Consejerías de Cultura de las Comunidades Autónomas, las Secciones de las Diputaciones Provinciales encargadas de los aspectos culturales y las concejalías de Cultura de los municipios.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

- Las privadas son todas las dedicadas a la mejor utilización del tiempo libre y cuantas promueven las asociaciones de vecinos, las asociaciones de padres, las obras sociales de las cajas de ahorro, y las iglesias. etc.

7.- EL MUSEO Y LA EDUCACIÓN

Los medios culturales han tenido siempre una importancia fundamental en el desarrollo de la educación, pero en el último siglo su papel se ha ido reforzando. No sólo intervienen en el ámbito simbólico amplio como agentes de socialización y educación, sino que son el principal canal que propone los modelos de los mismos de infancia y de humanidad, el modelo *ideal* de desarrollo del que hemos hablado más arriba. Estos medios proponen al niño y a la niña las representaciones que median su conocimiento (funciones cognitivas), como las que median su acción (funciones directivas).

Este punto analiza el empleo del museo de arte como espacio público y como herramienta educativa. La puesta en práctica del museo es necesaria para la apreciación estética y cultural del mundo por parte del ser humano.

Los museos son espacios educativos importantes. Cada vez más se piensa en estas instituciones como recurso didáctico, como apoyo para la formación y la promoción culturales, y como espacio que se suma sinérgicamente a una amplia red en la que tienen lugar los aprendizajes, entendiendo por aprendizaje *un proceso complejo y permanente, una experiencia acumulativa y de carácter individual*. Particularmente en el campo de la educación de personas jóvenes y adultas, los museos adquieren cada vez más relevancia como uno de los escenarios que favorecen la formación a lo largo de toda la vida, y como espacio que permite el “aprendizaje de libre elección”.

Los museos devienen un contexto de aprendizaje en muchos sentidos. Caston (1980) afirmaba que los museos podrían ofrecer a los estudiantes experiencias únicas porque en él podrían aprender viendo, tocando y explorando objetos reales en vez de limitarse a mirar los libros en un aula en la convencional posición de oyentes de los profesores. Aprenderían mediante una experiencia activa, no pasiva. Caston también pensaba, al igual que Taylor (1975), que los museos podrían ofrecer a los estudiantes una más visual de comparación y *comprensión* de las diversas culturas. Mayer (1974) desarrolló esta idea cuando escribió que la educación a través del museo podría llegar tan lejos como ser capaz de cambiar las actitudes de los estudiantes sobre su cultura y sobre la de los demás a través de una reafirmación, reconocimiento y apreciación positivos. Newson y Silver pensaban que el propósito de la educación en el museo de arte era capacitar al visitante *“para sentir placer con las creaciones realizadas por el hombre que dieron orden, belleza y claridad a la experiencia humana”*.

Willian (1985) previó un incremento en importancia de la educación del museo en los años ochenta basándose en dos importantes informes: *Una nación en peligro* (National Commission on



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

Excelence in Education, 19839 y la *Propuesta Paideia*. Willian afirmaba que los museos eran lugares para:

“la mejora de la mente a través de la adquisición de un conocimiento organizado empleando el modo didáctico de instrucción para el desarrollo de habilidades intelectuales. Además, los museos de arte son más apropiados para la comprensión de ideas y valores por medio del sistema socrático de preguntas”.

En los últimos años, la educación a través del museo como parte del curriculum de la enseñanza media ha crecido, una vez más, significativamente (Punske, 1992). Con la participación, y colaboración de los educadores de museos y de los profesores de enseñanzas medias, esta tendencia podrá continuar en aumento.

Hay actualmente disponibles diversos recursos y medios para los educadores que quiera. Lo primero supone, generalmente, romper con prejuicios sobre el museo y su carácter elitista o cerrado, con el recuerdo de una experiencia negativa, con la timidez o la inexperiencia que obstaculizan la participación en cierto tipo de actividades o juegos en planear o incluir la visita al museo y la educación a través de él en su curriculum escolar. Estas ayudas incluyen, aunque no se limitan a ellas, las publicaciones sobre arte y museos, las conferencias y los coloquios. No en vano una parte importante del desarrollo curricular en la educación a través del museo es el acercamiento a la teoría.

9.- BIBLOGRAFÍA

Libros consultados:

- Feroso, P. *Pedagogía Social. Fundamentación científica*. Herder. Barcelona. 1994
- Quintana Cabanas, J. M^a *Los ámbitos profesionales de la animación*. Madrid. Narcea.1993
- Ortega, J. (Coord) . *Educación Social Especializada*. Barcelona. Ariel. 1999
- Petrus, A.(Ed.) *Pedagogía Social*. Barcelona. Ariel 1997.
- Trilla, J. (Coord). *Animación sociocultural: teorías, programas y ámbitos*. Barcelona. Ariel. 1997
- Ucar, X. *La animación sociocultural*. Barcelona. Ceac.1992

Páginas webs:

- <http://www.eduso.net/res>



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 37– DICIEMBRE DE 2010

- <http://www.uned.es/pedagogiasocial.revistainteruniversitaria>

- <http://www.revistadepedagogia.org>:

- <http://www.dpm-cultura.org/>

Páginas webs de interés:

- www.yucolo.com

- www.nuevamuseología.com

- <http://www.mcu.es/museos/>

Autoría

- Nombre y Apellidos: Raquel Peláez Cantero
- Centro, localidad, provincia: Málaga
- E-mail: raquel_pc@hotmail.es