



ESPECIALIZACIÓN EN TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA PARA DESARROLLOS EDUCATIVOS

**ESCUELA PARA GRADUADOS
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA**

TRABAJO FINAL

**MUSEO HISTÓRICO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
SITIO WEB COMO ALTERNATIVA EDUCOMUNICATIVA**

Autora

Arq. ADRIANA MONDINI

Directora

Arq. Esp. JUANA BUSTAMANTE

Asesora

Mg. GLORIA PALACIO

2016

**ESPECIALIZACIÓN EN TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA PARA DESARROLLOS
EDUCATIVOS**

ESCUELA PARA GRADUADOS
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

TRABAJO FINAL

**MUSEO HISTÓRICO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
SITIO WEB COMO ALTERNATIVA EDUCOMUNICATIVA**

Autora

Arq. ADRIANA MONDINI

Directora

Arq. Esp. JUANA BUSTAMANTE

Asesora

Mg. GLORIA PALACIO

2016

AGRADECIMIENTOS

A Diana Manero por facilitarme inicialmente la participación en el Curso de Posgrado y desde entonces por el permanente soporte brindado.

A cada una de las personas que trabajan en el Museo Histórico de la UNC, por el incondicional apoyo y generosa amistad.

A todos los autores que leí y no registré. Están presentes en este trabajo, aunque haya perdido sus nombres.

RESUMEN

“No sé qué deparará el futuro.”

(1935) Fernando Pessoa.

El presente trabajo conjuga tres temáticas que están en permanente cambio, pero que se interrelacionan e influyen mutuamente. A partir de los cambios políticos, económicos y socio-culturales ocurridos en el siglo XX, el rol de los museos debió adaptarse a las nuevas sociedades emergentes. Así es como -en las últimas décadas- se produce un desplazamiento de sus finalidades y objetivos: el foco ya no está puesto en los objetos sino en las personas. Por otra parte la irrupción de nuevas herramientas informáticas, especialmente internet y la tecnología móvil, ha modificado sustancialmente la gestión del trabajo, el modo de socialización, la organización del tiempo de ocio y el acercamiento a la cultura de la comunidad y el mundo. Y el otro contexto revolucionado, deconstruido y en profunda transformación es el de la educación, que ya no se concibe como el aprendizaje realizado en un tiempo y lugar determinado para su posterior aplicación, sino que el aprendizaje es ahora continuo, ubicuo y dirigido a la creación de significados a partir de las diversas lecturas que de un mismo objeto hacen distintas personas.

Es entonces –a partir de estos tres escenarios en permanente dinámica- que el museo se transforma en un espacio esencialmente educativo, pues promueve la adquisición de nuevos saberes a partir de las diferentes miradas de los visitantes. El lugar y los métodos definirán este aprendizaje como no formal, aunque también pueda integrarse a los programas educativos de la educación formal. Asimismo, las nuevas tecnologías son el recurso mediador y vinculante entre el discurso del museo y los visitantes, ya sean estos físicos o virtuales.

Nace entonces, como resultante de estas tres interacciones, una comunicación naturalmente educativa, centrada en el visitante, a quien está dirigido un nuevo discurso museal cargado con una intencionalidad claramente formativa, y cuyo soporte coadyuvante es la adopción de herramientas digitales, como facilitadoras de la participación y el intercambio en las prácticas comunitarias.

Se propone para el Museo Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba, desde esta perspectiva, un conjunto de acciones posibles que puedan contribuir a la visibilidad del museo en la comunidad, como así también se sugieren algunas herramientas digitales que faciliten las visitas guiadas y autogestionadas. Se sugiere, además, la profundización de los estudios

sobre el público visitante y la utilización de internet en las etapas anterior, durante y después de las visitas, sean éstas presenciales o virtuales.

Se analizan distintos portales web correspondientes a museos, con variables relacionadas con las propuestas educativas y su concepción pedagógica subyacente; también la calidad del sitio web, considerando pertinencia de contenidos, navegabilidad, usabilidad, accesibilidad y otros aspectos distintivos.

Finalmente se proyecta un sitio web que responda -en lo posible- a efectivas premisas educomunicativas para que el Museo Histórico de la UNC se manifieste en el campo de la virtualidad, al mismo tiempo que complemente las actividades de extensión que desarrolla en modo presencial. De esta manera los bienes patrimoniales y memorias de la Universidad podrán conocerse mejor, articularse y conectarse con la comunidad, tanto cercana como distante. Un gran recurso para promover no sólo nuevos conocimientos y sentidos, sino la fundación y transmisión de aquellos valores que subyacen en la historia, identidad y espíritu de nuestra Universidad, institución que lo alberga.

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	06
2	DISEÑO METODOLÓGICO	07
2.1	Análisis de antecedentes de los museos, significación educativa	08
2.2	Evaluación de recursos TIC y su articulación con las estrategias educativas de los museos	08
2.3	Diseño del Sitio web educomunicativo	10
3	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	12
3.1	Análisis de sitios web de museos y tipos de aprendizajes	22
3.2	Nuevas tecnologías para nuevas actividades educativas en la web	30
3.3	Sitio Web: diseño y propuestas educomunicativas	35
4	CONCLUSIONES	47
5	BIBLIOGRAFÍA	49
6	ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	
	Tabla 1: Museos de la ciudad de Córdoba – Dependencia municipal	55
	Tabla 2: Museos de la ciudad de Córdoba – Dependencia provincial	56
	Tabla 3: Museos de la Universidad Nacional de Córdoba	57
	Fig. 01: Alumnos jugando en el Museo Histórico UNC	06
	Fig. 02: Sitio web del Metropolitan Museum of Art	08
	Fig. 03: Roger Schank sobre el aprendizaje	10
	Fig. 04: Audioguías y códigos QR en el Museo Histórico UNC	10
	Fig. 05: Portada del Museo Histórico UNC en Facebook	11
	Fig. 06: Gráficas conceptuales	12
	Fig. 07: El Edificio del Museo Histórico en 1887	16
	Fig. 08: Interior del Museo Histórico de la UNC	17
	Fig. 09: Traza patrimonio jesuítico a fines s. XVIII	18

Fig. 10: Dependencias del Museo Histórico de la UNC	20
Fig. 11: Fachada actual del Museo Histórico de la UNC sobre calle Ob. Trejo	21
Fig. 12: Placa Patrimonio Cultural de la Humanidad en el Patio del Museo	21
Fig. 13: Captura de pantalla sitio web de la UNESCO	21
Fig. 14: Captura de pantalla sitio web del MoMA	23
Fig. 15: Captura de pantalla menú del sitio web del MoMA	24
Fig. 16: Captura de pantalla de la App del MoMA	24
Fig. 17: Fachada del Museo Thyssen-Bornemisza	25
Fig. 18: Captura de pantalla diario LA RAZÓN.es	25
Fig. 19: Captura de pantalla del sitio educativo del Museo Thyssen	26
Fig. 20: Captura de pantalla de la App Museo Thyssen	26
Fig. 21: Pantalla inicio sitio web del Museo de Antropología FFH-UNC - 1	27
Fig. 22: Pantalla inicio sitio web del Museo de Antropología FFH-UNC - 2	28
Fig. 23: Proyecto Educativo del Museo de Antropología FFH-UNC	28
Fig. 24: Apps en un móvil	29
Fig. 25: ¿Chateando o buscando a Rembrandt?	31
Fig. 26: Incremento en el uso de smartphones	32
Fig. 27: Código QR de Audioguías del MH UNC	33
Fig. 28: Códigos QR en museos	34
Fig. 29: Visitantes del Museo Histórico UNC – Año 2013	35
Fig. 30: Visitantes del Museo Histórico UNC – Año 2015	35
Fig. 31: Dispositivos usados para navegación en internet	38
Fig. 32: Menús de navegación del sitio web del Museo Histórico de la UNC	38
Fig. 33: Editor Wix con página de inicio del sitio web	41
Fig. 34: Visualización vertical y horizontal del sitio web en un móvil	41
Fig. 35: Mapa de navegación del sitio web	42
Fig. 36: Propuesta “Rompecabezas”	44
Fig. 37: Silencio... niño creando.	45
Fig. 38: Detalle de puerta ingreso al MH-UNC	46
Fig. 39: Evento “Quilombo en el museo”	48
Fig. 40: Los muchachos del 18	50

(Nota: las fotografías que ilustran el trabajo fueron gentilmente facilitadas por el Museo Histórico de la UNC, poseen licencia CC o bien son de libre uso)

1 INTRODUCCIÓN

Considerando el cambio de paradigma en lo referente al rol comunicativo de los museos, las nuevas tendencias definen a estos como espacios de comunicación, dotados de proyectos educativos dirigidos a determinadas sociedades.

Cierto que la idea de "educación" que subyace en la pedagogía museística no responde al concepto clásico del siglo pasado, sino que se orienta hacia modalidades más participativas y abiertas. Desde esta perspectiva es menester aclarar que cuando se habla de educación se habla de un proceso de enseñanza-aprendizaje, el cual no se limita a la escolarización sólo, sino por el contrario, a contextos más extendidos. Desde el campo de la psicología de la educación es ya clásica la distinción entre **educación formal**, **educación no formal** y **educación informal**, "*...cuya importancia en la sociedad actual y para la instrucción de los ciudadanos, es cada vez más reconocida*" (Rivas, 1993; Trilla, 1993).

En toda situación educativa intervienen cinco elementos: a) un "contexto" socioeconómico y cultural inmediato, b) unos "contenidos", c) un "emisor", d) un "receptor" o aprendiz y e) un "espacio" en el que interactúan los elementos anteriores. En la "situación educativa formal" estos elementos suelen presentarse explícitamente separados. Un emisor –el profesor- transmite unos saberes a unos receptores clasificados por niveles –los alumnos-, en un espacio singular: la escuela.

La educación **formal** puede definirse como "*el aprendizaje proporcionado por una institución educativa o de formación, estructurado (en términos de objetivos, temporalización, y sistemas de apoyo al aprendizaje), implicando la presencia de un profesor... y dirigido a la obtención de una titulación, una certificación o acreditación.*" (Trinder et al., 2008)

En una "situación educativa no formal, emisor y contenidos -con objetivos instruccionales bien definidos pero no directamente explicitados- se funden en una única entidad, materializada en diferentes tipos de escenarios, para actuar sobre los receptores, o como ya puede llamárseles más precisamente: "públicos objetivo". Al mismo tiempo, el contexto y el espacio educativo propiamente dicho, aun siendo diferentes, se acercan.

Por otra parte, la Comisión Europea (European Commission, 2001) considera que el aprendizaje **no formal** tiene lugar en un contexto institucional... que es metódico, pero que no conduce a la obtención de un título o certificación oficial reconocido por el sistema

educativo formal. Para el estudiante, el aprendizaje no formal es intencional y orientado a la consecución de unos objetivos específicos.

En la "situación educativa informal", por fin, contexto, espacio educativo y emisor-receptor se aproximan hasta hacerse prácticamente indistinguibles.

El aprendizaje **informal** no es estructurado ni organizado (en términos de objetivos, temporalización y sistemas de apoyo al aprendizaje) y normalmente no procura ningún tipo de certificación. Conceptualmente mantiene, además, claras relaciones con los procesos de socialización, con los intereses personales y las ganas de cambiar por parte de quien aprende, con la exposición a nuevas condiciones y requerimientos sociales o laborales, etc. (Kahnwald, 2009)

Estos modos siempre estarán presentes en los proyectos educomunicativos de los museos, según a qué público estén dirigidos. Con respecto a este punto, y en el caso específico del Museo Histórico de la UNC, el público visitante puede categorizarse en tres grandes grupos: estudiantil (primario y secundario), especializado (docentes, investigadores, estudiantes universitarios, otros) y público en general (con nivel cultural medio y alto).

En la realidad de las experiencias de enseñanza-aprendizaje que se desarrollan en el museo, no siempre las fronteras entre la formalidad, la no formalidad y la informalidad están claramente definidas. Pueden coexistir y superponerse múltiples lecturas de las actividades que el museo puede proponer.



Cuando el museo provee recursos didácticos que ha creado con el fin de dar a conocer valores e información sobre determinados patrimonios, promueve actividades o comunica o intercambia con estamentos escolares institucionalizados, se puede inferir que dichos procesos se enmarcan en la educación formal.

Fig. 01: Alumnos jugando en el Museo Histórico UNC

Cuando el público hace uso de determinados servicios ofrecidos por el museo y participa en actividades organizadas con el objeto de difundir sus contenidos relacionados con sus colecciones, el museo se coloca en la esfera de la educación no formal.

Cuando un visitante -a la muestra o al sitio web- contempla, estudia, indaga, relaciona, interroga y es interrogado, en fin, cuando interactúa con los contenidos del museo libremente, puede hablarse que su aprendizaje es informal.

Un museo es así un "**espacio de comunicación**" porque tiene como objetivo explícito "comunicar", en su más amplio rol facilitante, integrador y conector de contenidos y sectores intervinientes.

Qué y cómo comunicar lo fija el tipo de proyecto de educación que se diseña para ello, como así también la línea argumental del mismo museo. Es su naturaleza esencialmente **no formal**, pero también formal e informal del proyecto educativo, sus objetivos asociados y los medios diseñados para alcanzarlos, la que transforma el espacio en un museo. En suma, vincular sus contenidos patrimoniales con los visitantes mediante el desarrollo de actividades participativas, creativas y lúdicas: un modo factible para generar aprendizajes significativos, pues los contenidos son vivenciados desde el disfrute y la construcción de ideas alternativas, más espontáneas y descontracturadas. Mario Kaplún expresa al respecto...

«Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. Nuestro destinatario tiene sus intereses, sus preocupaciones, sus necesidades, sus expectativas. Está esperando que le hablemos de las cosas que le interesan a él, no de las que nos interesan a nosotros. Y sólo si partimos de sus intereses, de sus percepciones, será posible entablar el diálogo con él. Tan importante como preguntarnos qué queremos nosotros decir, es preguntarnos qué esperan nuestros destinatarios escuchar. Y, a partir de ahí, buscar el punto de convergencia, de encuentro. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar.» (Kaplún, 2002)

Son estas palabras de Kaplún las que sitúan y conducen la propuesta de un sitio virtual en internet para la conexión entre el Museo Histórico de la UNC y su público. **Se propone –en suma- un “punto de encuentro” donde desarrollar comunicaciones educativas significativas para que el museo amplíe su articulación con la comunidad.**

2 DISEÑO METODOLÓGICO

Como primera aproximación al tema, se realizó el relevamiento de sitios web de diferentes museos y/o espacios culturales, a los fines de observar características generales, aspectos pedagógico-comunicacionales, criterios informativos, estéticos y técnicos.

2.1 Análisis de antecedentes de los museos, significación educativa

La elección de los sitios fue intuitiva, considerando los museos más representativos de la cultura universal, sabiendo también que estos tienen sus sitios web conformados a partir de exhaustivos diseños contextuales. Y todos ellos desarrollan apartados especiales destinados a la educación. Luego, otra variable que se consideró en el relevamiento fue la búsqueda de los museos con aplicaciones (apps) dedicadas a los smartphones.

También se puso el foco en la presencia en internet de los museos de la ciudad de Córdoba, bajo jurisdicción tanto municipal como provincial. (Ver Tablas 1 y 2)

Por último se cotejaron los museos de la Universidad Nacional de Córdoba. (Ver Tabla 3)

Es posible deducir -a modo apriorístico- que los sitios web de los museos son una auténtica y efectiva extensión de esos museos. Ya el límite entre “realidad” y “virtualidad” –en ciertos campos- se ha tornado muy difuso, especialmente si se observan instituciones de primer nivel.

Cuando se trata de los museos más reconocidos del mundo (Louvre, los Smithsonianos, Británico, Met y MoMA de Nueva York, Museo del Prado, etc.) el correlato entre los recursos ofrecidos para los públicos “reales” y “virtuales” poseen la misma calidad, cuidado e inversión. Todos tienen departamentos



Fig. 02: Sitio web del Metropolitan Museum of Art

dedicados a la promoción de acciones educativas, con contenidos gamificados para niños y jóvenes; departamentos para acciones sociales de extensión a la comunidad; todos son accesibles (con las certificaciones internacionales de rigor), multiculturales, abiertos, inclusivos, interactivos... Igualmente sus portales web y sus Apps: impecables.

2.2 Evaluación de recursos TIC y su articulación con las estrategias educativas de los museos

Las TIC forman parte hoy de los museos en un amplio y variado abanico de aplicaciones: desde computadoras fijas hasta interfaces táctiles, consolas interactivas, internet y telefonía móvil y sus aplicaciones. Estos recursos tecnológicos –algunos ya integrados a la cotidianeidad- deben ser considerados tanto como soporte alternativo de los contenidos de los museos, como también sostén de una experiencia más participativa y socializada de los discursos curatoriales y museográficos por parte de los visitantes. El uso generalizado de recursos de audio, imagen y videos para la información e interpretación, están provocando cambios sustanciales en las planificaciones propuestas por los museos y en la calidad de las experiencias y respuestas por parte de los visitantes.

Si bien casi todos estos espacios han ido paulatinamente incorporando procedimientos relacionados con las nuevas tecnologías, es en el eje educomunicativo de los museos donde se hace indispensable reforzar el uso de recursos digitales a la hora de implementar actividades conducentes a aprendizajes significativos. En este marco es innegable que la verdadera revolución comunicativa de nuestros días es Internet. Una vuelta de tuerca a la democratización y apertura de los museos a la comunidad, ya que desaparece la limitación de la visita física para acceder a los contenidos y a los aprendizajes propuestos por el museo.

La utilización de las TIC –y más específicamente una página web- en la inserción del museo en órbitas de la educación formal se materializa en mayor medida en los servicios de “Previsita” (que convoque y estimule la visita) y “Posvisita”. En esta instancia complementaria que cierra el ciclo se facilitan espacios para que los visitantes relaten sus experiencias, expresen sus opiniones, realicen consultas ampliatorias, etc. Es en este acto donde se verifica que la página es un verdadero canal para el aprendizaje compartido y distribuido.

Múltiples son las nuevas estrategias digitales que abordan los nuevos museos: desde apps dedicadas, contenidos gamificados, códigos QR con información de los objetos accesible desde los celulares, hasta la geolocalización para redes sociales de los visitantes.

Las personas aprenden de manera holística, por la acumulación de saberes a lo largo del tiempo, de variadas fuentes y de formas diferentes. El aprendizaje que ocurre en los museos es un ejemplo de ello.

- El aprendizaje es “situado” dentro de un contexto físico o virtual: está unido al entorno en el que se produce.

- Los contenidos son procesados y “significados” por los visitantes, pues es una necesidad inherente al ser humano.

Un enfoque muy pertinente a la hora de analizar los procesos de enseñanza y aprendizaje que ocurren en los museos es la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner. Esta mirada ha encontrado en los museos un espacio excepcional para su verificación, pues se trata de un modelo cognitivo plural que identifica ocho diferentes tipos de inteligencias, muchas de las cuales pueden ser desa-

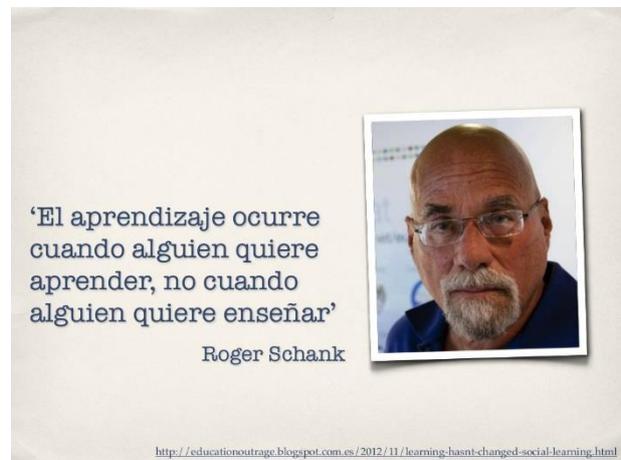


Fig. 03: Roger Schank sobre el aprendizaje

rolladas e incentivadas en las prácticas museales. Es entonces, desde esta perspectiva, que el museo propicia la creación de conocimientos a partir de las diversas combinaciones de inteligencias, convirtiéndose en un contexto idóneo para múltiples aprendizajes de los visitantes.

El Museo Histórico de la UNC ya está implementando el uso de nuevas tecnologías en las múltiples actividades que desarrolla. Esto a pesar de que los presupuestos económicos son limitados, como así también muchos los obstáculos burocráticos que suelen retrasar la utilización de nuevos recursos.



Fig. 04: Audioguías y códigos QR en el Museo Histórico UNC

Si bien el Museo Histórico de la UNC está presente en algunas redes sociales, no posee un sitio en internet que le permita una interacción más fluida con su público, a través de un canal comunicativo accesible, participativo y extendido a toda la comunidad.



Fig. 05: Portada del Museo Histórico UNC en Facebook

“Internet nos obligará a reinventar los museos...”

Phillipe de Montebello (exdirector del Metropolitan Museum de Nueva York)

2.3 Diseño del Sitio web educucomunicativo

Hoy es impensable gestionar la cultura sin tener presencia en internet. Tan omnipresente es la red que sobraría cualquier intento de justificación, por simple obviedad. Hoy la relevancia que tiene el acceso remoto a los patrimonios culturales hace que un museo sea impensable sin un espacio digital donde poder conectar con su público, propiciando la participación de los visitantes para la socialización de los conocimientos. Un museo con contenidos abiertos y disponibles en la web es un instrumento para la educación, el fortalecimiento de la memoria y la conciencia social.

El sitio web es una extensión del espacio físico del museo, amplía el concepto de lugar –con su *genius loci*- y posee un efecto multiplicador en la captación de nuevos públicos, indispensables para la supervivencia de cualquier entidad museística.

Distinguimos tres fases en las que los visitantes tienen contacto con el museo:

- Antes de la visita (fase del descubrimiento)
- Durante la visita (fase de la experiencia)
- Después de la visita (fase de socialización de la experiencia)

Dado que los públicos pueden no contar con la educación tecnológica necesaria para interactuar naturalmente con medios digitales, es elemental considerar aspectos relativos a la accesibilidad, la usabilidad y la funcionalidad, cualquiera sea la implementación tecnológica propuesta.

Se elaboró, consecuentemente, una página web como fachada virtual del Museo Histórico de la UNC con:

- Contenidos informativos
- Previsión de soporte para los momentos de pre visita, visita y post visita, tanto para visitantes presenciales como virtuales
- Actividades educativas organizadas por modalidad de aprendizaje y por segmentación de público visitante, pero sin explicitación de ninguno de los mencionados aspectos, a los fines de no condicionar las actuaciones posibles
- Accesibilidad a bienes patrimoniales del museo que no son expuestos al público
- Recursos de comunicación asincrónica

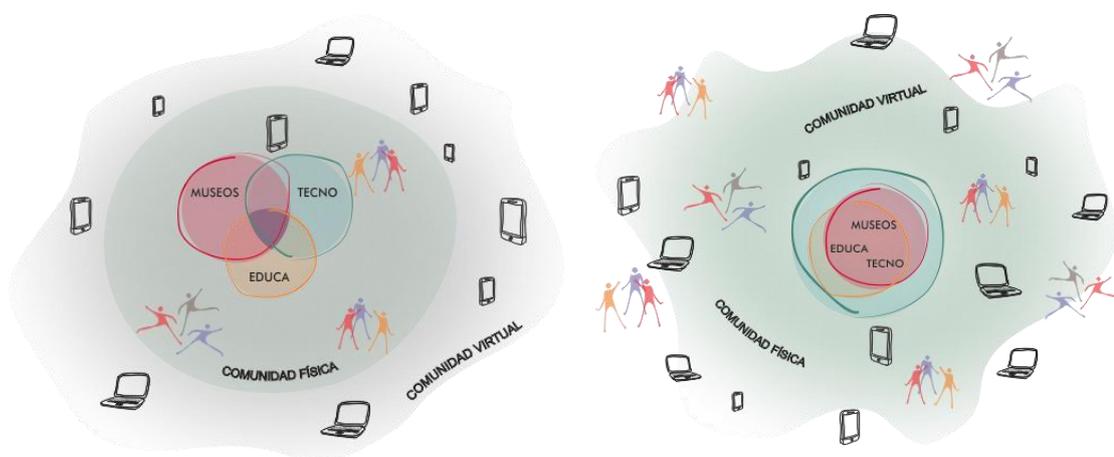


Fig. 06: Gráficas conceptuales

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La definición más difundida de "museo" quizás sea la del Consejo Internacional de Museos (ICOM), organización no gubernamental internacional, fundada en 1946, dependiente de la UNESCO. Allí se establece que:

“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.” (Consejo Internacional de Museos, ICOM, 2007)

Historia

En casi todas las culturas se dio importancia a ciertos objetos, y que, por lo tanto, se los utilizaba como ofrendas religiosas. También se sabe que en las guerras los vencedores se apropiaban de los objetos que eran valiosos para los vencidos, y que luego los exhibían en señal de triunfo. Y que los museos nacieron concretamente de las colecciones reunidas por particulares. Hubo afán de posesión de objetos, por ejemplo, por parte de coleccionistas en la Antigua Roma; fueron importantes los ‘tesoros’ de las iglesias y los ‘gabinetes de curiosidades’ de los nobles hacia fines de la Edad Media. (Dujovne et al., 2001)

Ya en el Renacimiento la idea de museo se asentaba en el depósito de diversos objetos (artísticos, naturales, tecnológicos, etc.). Estas colecciones privadas eran patrimonio tanto de los sectores más privilegiados que ostentaban el poder político y económico, como de las castas ilustradas afines al poder de turno. Consecuentemente, se las protegía de la sociedad (presuntos visitantes) por considerarlos –potencialmente– depredadores de los bienes patrimoniales y culturales.

Es a partir de la Revolución Francesa, que nacionaliza los bienes de la iglesia y la realeza, que comienzan a organizarse los museos como reservorios de bienes patrimoniales de orden nacional, abiertos al público. Igualmente se sigue manteniendo una actitud conservadora y rígida desde lo social, y preservadora y guardiana desde lo patrimonial.

Esta concepción encorsetada y elitista comienza a cambiar a partir de la “Nueva museología”, movimiento liderado por Henri Rivière, quien fue el primero en señalar que “los museos eran instituciones al servicio de una sociedad sometida constantemente al cambio y, como tal, el propio museo debía adaptarse y tratar de dialogar con la sociedad a la que servía.” (RIVIÈRE, G.H., 1993)

Es entonces que los objetivos del museo cambian, desde el concepto de conservación, luego de observación y estudio, a una nueva posición en la sociedad como articulador de nuevas funciones: la comunicación, la información, y la educación, es decir que se orienta ya a la formación. Se define ahora el museo “como un espacio de comunicación, más o menos permanente, dotado de un proyecto educativo dirigido a una determinada sociedad”. (Ten Ros, A. s/d)

Podemos decir que hoy la función de los museos es constituirse en lugares de expresión, comunicando, educando en valores, y al mismo tiempo sosteniendo –con mayores recursos técnicos- el acervo patrimonial y cultural de los pueblos.

Tipos

Uno de los cuidados que la nueva museología ha mantenido con interés en las pasadas décadas ha sido, precisamente, la clasificación científica de los museos, su codificación y fijación tipológicas. La museología, como ciencia rigurosa que es, ha impulsado esta actividad por medio de expertos e instituciones reconocidas, como el ICOM, con el fin de lograr una mayor especialización y funcionalidad de los museos en el ejercicio de sus cometidos.

Pero no sólo el ICOM ha indagado en la clasificación de los museos sino diversas instituciones, historiadores, estudios, investigadores, etc. Entonces, hay tantas clasificaciones cuanto miradas y sesgos presentes de acuerdo a las variables utilizadas para tal fin, de acuerdo con variados criterios y principios: atendiendo al contenido o disciplina, al carácter cuantitativo o específico, a la propiedad, etc.

Interesante es la clasificación propuesta por el **ILAM** (Instituto Latinoamericano de Museos, con sede en Costa Rica), cuando contextualiza a los museos dentro de los diversos tipos de patrimonio y tipologías derivadas de éste.

Así es como el ILAM considera a las Instituciones Patrimoniales como *“organizaciones sin fines de lucro (de carácter estatal o privado), abiertas al público, cuyo propósito es la **preservación, investigación y principalmente la comunicación del patrimonio a un público heterogéneo por medio de estrategias diversas**; si bien presentan variadas temáticas, las amalgama el hecho innegable que son custodias del patrimonio, trátase este del natural o cultural, en su manifestación tangible o intangible.”*

Son entonces, consideradas como integrantes de este patrimonio las instituciones museológicas que investigan, preservan y comunican los bienes culturales (tangibles e intangibles)

en el marco de disciplinas específicas o temáticas generales (arte, antropología, historia, entre otras).

Museos de Arte

Dedicados a la exposición de obras de bellas artes, artes gráficas, aplicadas y/o decorativas (presentando diversos períodos y estilos). Forman parte de este grupo los de escultura, galeías de pintura, museos de fotografía y de cinematografía, museos de arquitectura, museos de arte religioso y las galerías de exposición que dependen de las bibliotecas y archivos.

Museos de Antropología

Dedicados a la conservación y puesta en valor de las manifestaciones culturales que testimonian la existencia de sociedades pasadas y presentes. Incluyen a los museos de arqueología y los de etnología y etnografía que exponen materiales sobre la cultura, las estructuras sociales, las creencias, las costumbres y las artes tradicionales de los pueblos indígenas, grupos étnicos y campesinos.

Museos de Historia

Dedicados a presentar la evolución histórica de una región o país durante un período determinado o a través de los siglos. Incluye a aquellos de colecciones de objetos históricos y de vestigios, museos conmemorativos, museos de archivos, museos militares, museos de personajes o procesos históricos, museos de “la memoria”, entre otros.

Museos de Ciencia y Tecnología

Dedicados a una o varias ciencias exactas tales como astronomía, matemáticas, física, química, ciencias médicas, así como los diversos procesos productivos de materias primas o productos derivados. También se incluyen los planetarios y los centros científicos.

Museos Universitarios de la UNC

Un tipo especial de museo lo constituyen los museos universitarios. Estos se definen –en una primera aproximación- como aquellos cuya titularidad pertenece a una universidad, ya sea estatal o privada.

Al combinar la creación del conocimiento con su difusión, las universidades han generado una clase particular de museos en la que se articula el conocimiento con los objetos, como evidencia material de cómo llegamos a conocer lo que conocemos acerca de la naturaleza, el universo y nosotros mismos. (Bonnin, M. 2012)

La Universidad Nacional de Córdoba nació a inicios del siglo XVII, aunque la conformación intencional de colecciones que darían lugar a la creación de museos fue en la segunda mitad del siglo XIX, como ocurrió en la mayoría de las universidades antiguas del mundo. (Bonnin, M. 2012)

En el marco de la **Universidad Nacional de Córdoba** existen dos momentos marcados en la creación de sus museos: la primera generación se inicia durante la presidencia de Sarmiento y se extiende hasta las primeras décadas del siglo XX. Estos museos están más relacionados con las ciencias y vinculados con un modelo universitario centrado en el aprendizaje y la investigación, especialmente en las ciencias naturales, la medicina y la antropología. La segunda generación se origina a partir del año 1990. A este segundo período corresponden los “museos de corte histórico que conmemoran o relatan la historia de la Universidad. Ellos historian la enseñanza de las distintas disciplinas desde tiempos coloniales, de sus alumnos destacados, la lucha y los logros reformistas, los viejos instrumentos con los que se enseñaban las ciencias y las especialidades médicas y se observaban los cielos. En este marco es que se produce en el año 2000 la Declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de la Manzana Jesuítica por parte la UNESCO, integrando el conjunto jesuítico de la provincia, y en él se inscribe la recuperación de la antigua Librería Jesuítica. (Bonnin, M. 2012)



Fig. 07: El Edificio del Museo Histórico en 1887

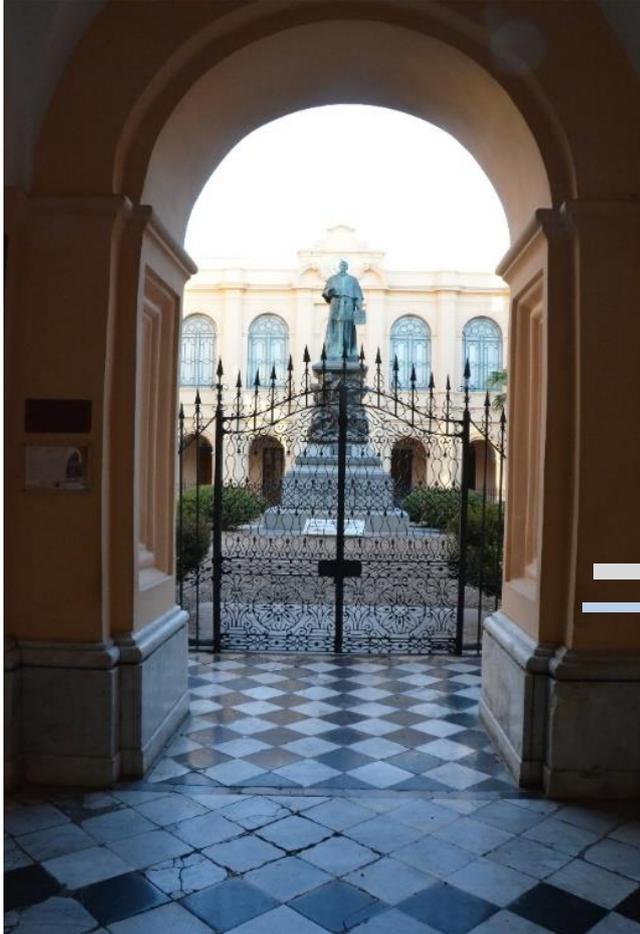


Fig. 08: Interior del Museo Histórico de la UNC



***Hay quienes imaginan el olvido
como un depósito desierto / una
cosecha de la nada y sin
embargo
el olvido está lleno de memoria***

Mario Benedetti (1995)

A doscientos metros de la Plaza Mayor se erige, imponente, la Manzana Jesuítica. Este conjunto arquitectónico, otrora perteneciente a la Orden de la Compañía de Jesús, abarcaba una doble manzana en el borde

sur de la traza fundacional que se fue ocupando a lo largo del siglo XVII. Actualmente la Manzana, integrada por la Iglesia y Residencia de la Orden de la Compañía de Jesús, el Colegio Nacional de Monserrat y el antiguo rectorado de la UNC, está limitada por las calles Obispo Trejo, Caseros, Av. Vélez Sarsfield y Duarte Quirós. La permanencia de sus valores históricos, arquitectónicos y artísticos, así como su extraordinario legado educativo, hacen de la Manzana Jesuítica de Córdoba un patrimonio reconocido internacionalmente. El 2 diciembre de 2000 el Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO inscribió al Conjunto y a las Estancias Jesuitas de Córdoba en la lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad. En coincidencia, un sector de la planta baja del antiguo rectorado fue puesto en valor para albergar la sede del Museo Histórico de la UNC. Inaugurado el 8 de diciembre de 2000 en uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad de Córdoba, se ha constituido, como se expresara en la resolución de su creación, en un punto referencial para la divulgación de la historia de la Universidad.

Jesuita en sus orígenes

La Orden de la Compañía de Jesús tomó posesión de esta Manzana hacia 1599. En 1604, al fundarse la Provincia Jesuítica del Paraguay, se designó a Córdoba como cabecera, y en 1610 se fundó el Colegio Máximo. La Provincia del Paraguay era muy extensa, ya que incorporaba territorios del sur del Brasil, el este y el sur de Bolivia, Paraguay, Uruguay, Argentina y Chile, que se escindió en 1622. Las misiones entre los guaraníes y las de Chiquitos –hoy también Patrimonio Mundial– pertenecían a esta misma provincia. La ciudad de Córdoba se enriqueció con los cientos de jesuitas arquitectos, pintores, escultores, músicos, médicos, naturalistas, matemáticos, cartógrafos, geógrafos, farmacéuticos, astrónomos y demás que pasaron por estas tierras en su camino misional.

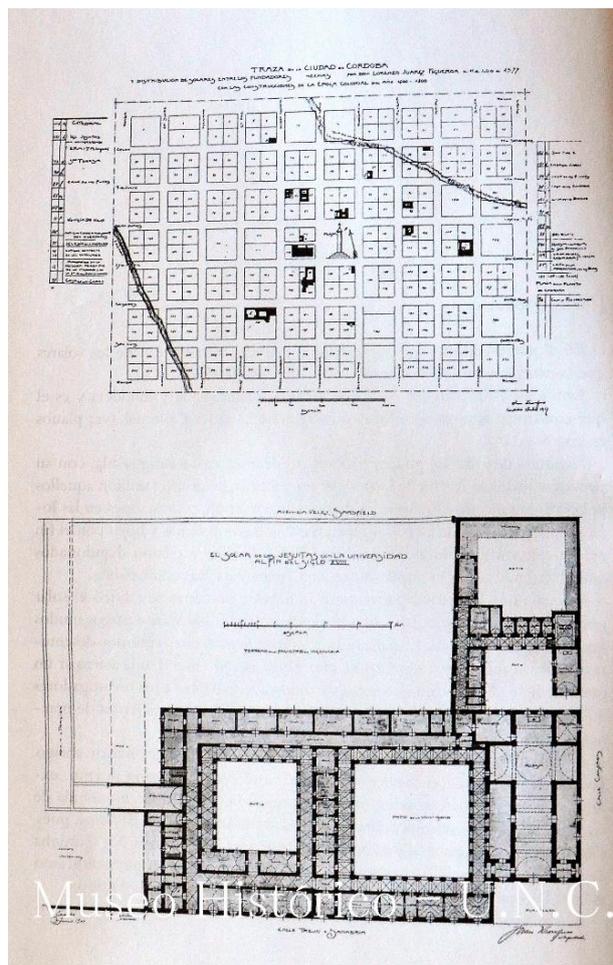


Fig. 09: Traza patrimonio jesuítico a fines s. XVIII

Las diferencias entre los jesuitas y los vecinos de Córdoba llevaron al padre provincial Diego de Torres a trasladar la cátedra de Teología a Santiago de Chile, ya que no contaba con el sustento económico para mantenerla en Córdoba. En 1613, el provincial solicita al obispo de Trejo y Sanabria que lo ayudase económicamente, y éste promete una dotación provisoria de mil quinientos pesos de los diezmos anuales.

Hubo varias donaciones que tuvieron el fin de mantener el Colegio Máximo, como la del jesuita Alberto Hurtado. Esta iniciativa del obispo Trejo devino en la consideración de esa fecha como año de fundación de la Universidad, aunque los verdaderos ideólogos y hacedores del proyecto fueron los jesuitas. La aprobación oficial para otorgar grados de validez universal a los colegios jesuitas en las islas de Filipinas, Reino de Nueva Granada, Chile, Tucumán y Río

de la Plata tuvo lugar en los años 1621 y 1622, cuando se redactaron la Breve Pontificio de Gregorio XV y la Cédula Real de Felipe III.

La Orden de la Compañía de Jesús fue expulsada por Carlos III en 1767, debiendo dejar atrás toda su obra y exiliarse, mayormente, en Italia. Sin embargo, la Universidad siguió funcionando. La Orden Franciscana se hizo cargo de la administración del Colegio Máximo.

En 1808 el Rey Carlos III crea la Universidad Mayor y Real de San Carlos y Nuestra Señora de Montserrat, siendo el primer rector un antiguo alumno de la casa, el deán Gregorio Funes. Entre 1820 y 1856 la administración de la Universidad recae en la provincia, pasando finalmente a la esfera nacional en 1856.

La Reforma Universitaria

El 15 de junio de 1918 estalló en Córdoba la Reforma Universitaria. Parte de los sucesos tuvo lugar en la Sala de Grados, donde los reformistas ingresaron, rasgaron la imagen de Trejo que presidía el salón y sacaron los sillones al patio, donde fueron quemados. Los reformistas también intentaron tirar abajo la estatua del obispo, erigida en 1903, pero a pesar de los múltiples intentos ésta se mantuvo en pie. Esto derivó en una sucesión de hechos y documentos que implicó una modificación de diversos aspectos de la universidad, convirtiéndola con el tiempo en la actual.

El Museo Histórico de la Universidad hoy

Este museo universitario forma parte de la Manzana Jesuítica de Córdoba, conformada por la Iglesia de la Compañía de Jesús, el Antiguo Rectorado y el Colegio Nacional de Monserrat, todo ello representativo del quehacer de la Orden de la Compañía de Jesús entre 1599 y 1767, año de la expulsión de la misma.

En el año 1999, y como parte del proyecto de Declaratoria de Patrimonio mundial, la UNC creó el Museo Histórico, en el edificio del antiguo Rectorado, que se inauguró formalmente el 8 de diciembre del año 2000, a pocos días de incluirse en la lista de Patrimonio Mundial a la Manzana Jesuítica de Córdoba y cinco estancias jesuíticas del interior provincial.

El edificio que alberga el Museo Histórico fue modificado a lo largo de los siglos, pero preserva su tipología casi intacta.

El Museo exhibe la **Sala de Grados**, la **Biblioteca Jesuítica**, el **Fondo Bibliográfico Enrique Ferrer Vieyra** (ambos pertenecientes a la Biblioteca Mayor) y la **Colección de Cartografía Americana C. y H. Juri**.

El Salón de Grados es la antigua Capilla de los Españoles, que en 1844 fue tomada por la Universidad y acondicionada como espacio de defensa de tesis. Inspirado en el Paraninfo de Salamanca, el Salón de Grados representa la estética vigente en el siglo XIX.

La Biblioteca Jesuítica consta de aproximadamente 2.500 volúmenes impresos de los siglos XVI, XVII y XVIII, que abarcan todos los campos del conocimiento de su época y corresponden a ediciones europeas y americanas.

La Colección Ferrer Vieyra está conformada por unos 40 incunables, cuasi incunables, manuscritos y textos impresos antiguos.

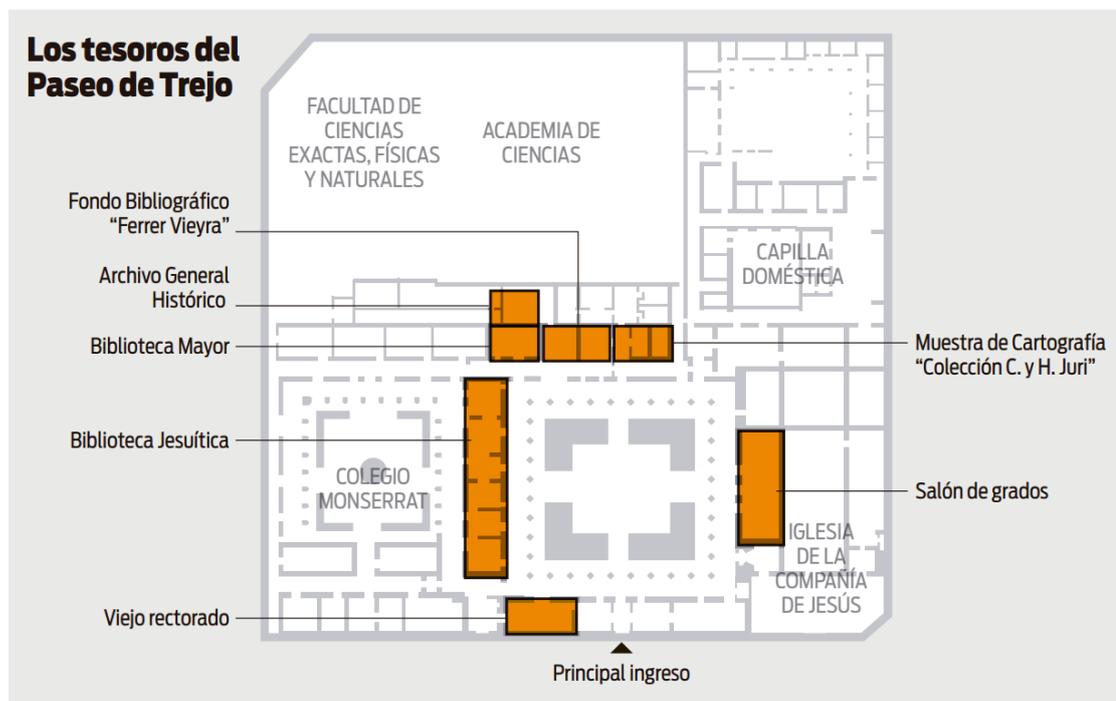


Fig. 10: Dependencias del Museo Histórico de la UNC

La Colección C. y H. Juri presenta el eje temático de la cartografía americana, producida desde el siglo XVI hasta el siglo XX, por autores de múltiples procedencias. Cada una de las etapas de dichos contextos históricos se complementa con material de cada época. (Bustamante, J., 2012)



Fig. 11: Fachada actual del Museo Histórico de la UNC sobre calle Ob. Trejo



Fig. 12: Placa Patrimonio Cultural de la Humanidad en el Patio del Museo

El Museo Histórico de la UNC se encuentra presente en varios sitios web que reconocen su significación cultural:

En <http://whc.unesco.org/en/list/995/> como patrimonio mundial de Argentina y formando parte del Conjunto Jesuítico de Córdoba.



Fig. 13: Captura de pantalla sitio web de la UNESCO

Entre los museos de la UNC, conformado la red PROMU creada para promoción de los mismos (cuyo sitio está en reconstrucción).

En la web de la Ciudad de Córdoba como legado jesuítico.

<http://www2.cordoba.gov.ar/turismo/legado-jesuítico/>

En el sitio de nuestra provincia, en el marco de la Agencia Córdoba Turismo, como Córdoba Cultural y su Camino de las Estancias. <http://www2.cordoba.gov.ar/turismo/legado-jesuítico/>

Entre los lugares históricos de Argentina en Argentina Virtual, un sitio creado por el Ministerio de Educación de la Nación en el que se presenta la Manzana Jesuítica.

http://www.argentinavirtual.educ.ar/localhost/index2291.html?option=com_content&view=article&id=1349&Itemid=255

A excepción del sitio perteneciente al **PROMU**, que además nos acerca a los objetivos institucionales, cada uno de estos espacios hace visible el MH de la UNC. Sin embargo, ninguno de ellos constituye una herramienta que pueda facilitar las visitas guiadas y autogestionadas como es una de las intenciones del presente trabajo.

3.1 Análisis de sitios web de museos y tipos de aprendizajes

Se analizaron dos ejemplos de museos de primera línea y el museo universitario de la Universidad Nacional de Córdoba con mayor presencia en internet: el Museo de Antropología de la UNC.

Se consideraron las siguientes variables:

- Importancia cultural, patrimonial y social del museo
- Contenidos
- Recursos multimedia ofrecidos
- Usabilidad, interactividad y accesibilidad
- Propuesta educativa
- App para móviles

Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA)

<http://www.moma.org/>

Si bien las primeras experiencias educativas comenzaron en Europa, es en Estados Unidos donde – desde mediados del siglo XX- se priorizó la función educativa de los Museos, enfocando especialmente a los niños.

“Hacia 1920 el rol educativo del museo había sido ya completamente aceptado (...) En Europa, las más antiguas de estas experiencias infantiles tuvo lugar en el Museo del Louvre de París, a cuyas salas acudían desde el

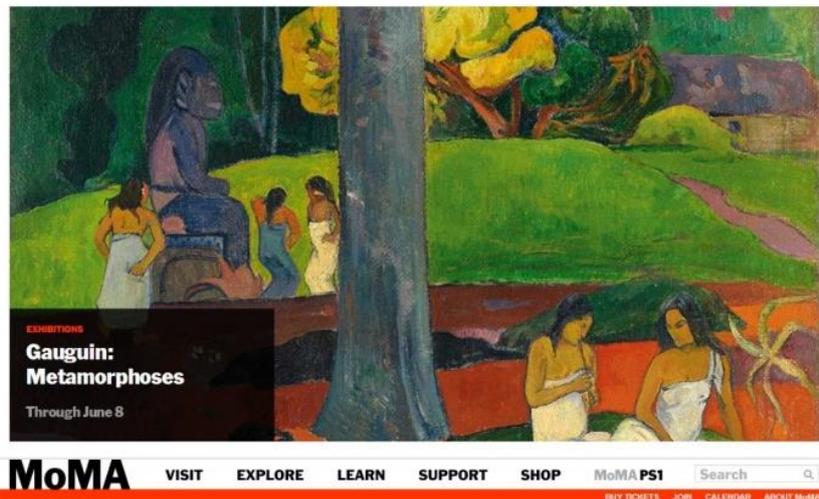


Fig. 14: Captura de pantalla sitio web del MoMA

año 1880, los escolares para quienes previamente, se había organizado un servicio didáctico con un personal tan especializado como permitía la temprana fecha de realización de esta visita” (Fernández, L., 1986: 438 y ss.)

El Portal de ingreso al sitio web del MoMA es atractivo, con imágenes en roll, y con un menú inferior, que presenta un adelanto del contenido (submenús) con sólo deslizar el mouse sobre las palabras. También informa sobre los eventos de realización próxima.

Los apartados a los cuales se accede desde el menú son:



Fig. 15: Captura de pantalla menú del sitio web del MoMA

Cada uno de estos lugares se identifica con un

color distinto. Los enlaces a la Tienda y al MoMA PS1 pierden la conexión con el portal de inicio: se conforman como sub-sitios en sí mismos. Los contenidos del sitio (amplísimos) como su presentación digital están organizados y cuidados desde un esquema de diseño conceptualmente interesante.

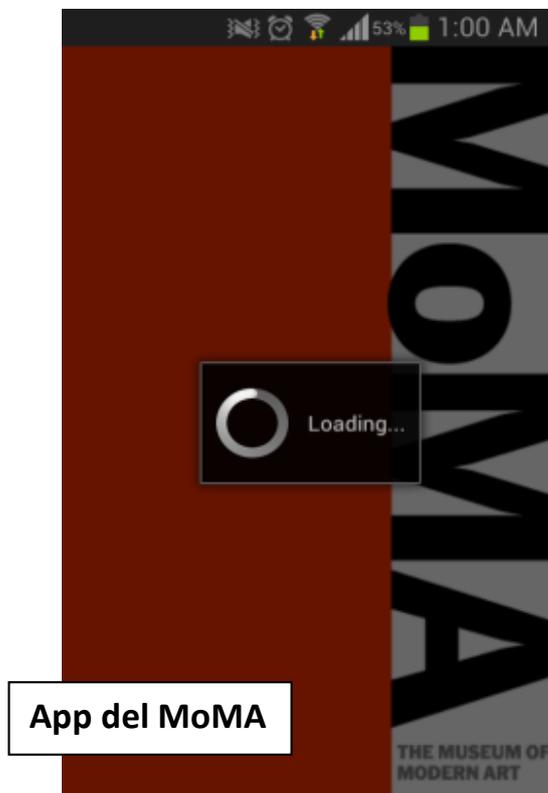
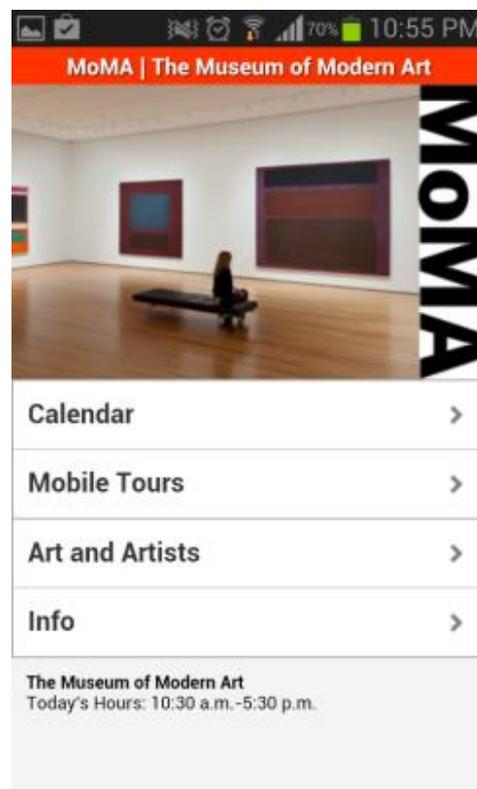


Fig. 16: Captura de pantalla de la App del MoMA



Las actividades educativas se diversifican en función de distintas categorizaciones de visitantes. El sector **MoMA Learning** desarrolla distintos ejes temáticos y propone actividades de investigación y reflexión. La propuesta educativa es excelente, libre, con material multimedia variado (video, audio e imágenes). Provee fichas descargables para realizar las tareas propuestas; siempre subyace una fuerte orientación hacia el aprendizaje informal.

MUSEO THYSSEN - BORNEMISZA

<http://www.museothyssen.org/>

Situado en Madrid, casi enfrente del Museo del Prado y muy cerca del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, este nuevo Museo completa el triángulo del arte.



Fig. 17: Fachada del Museo Thyssen-Bornemisza

Una de las características más destacadas del Museo es su carácter complementario con respecto a las colecciones del Museo del Prado en lo que a pintura antigua concierne, y del Museo Nacional Reina Sofía en pintura moderna, aportando movimientos y estilos como los primitivos italianos y neerlandeses, Renacimiento alemán, pintura holandesa del siglo XVII, Impresionismo, Expresionismo alemán, Constructivismo ruso, la Abstracción geométrica y el Pop. <http://www.museothyssen.org/thyssen/historia>



El sitio web del Museo Thyssen posee una característica inapreciable: la **simplicidad**... que es la piedra angular de un diseño de excelencia: una expresión conceptual evidente, obvia, que habla por sí sola.

Fig. 18: Captura de pantalla diario LA RAZÓN.es

http://www.larazon.es/detalle_hemeroteca/noticias/LA_RAZON_416093/7512-el-museo-thyssen-supera-por-primera-vez-en-un-ano-el-millon-de-visitantes#.U2w5g_l5M0p

Más allá de la calidad de los recursos multimedia con que son expuestos los contenidos, vale otra característica del portal para destacar: el desarrollo de todos sus apartados con especial atención puesta en la **accesibilidad** (entendiendo ésta como el grado en que un sitio web puede ser comprendido y operado por la mayor cantidad de gente posible).

http://www.museothyssen.org/thyssen/web_accesible

Importante de destacar es la intención del museo de conectar las colecciones con el público vía móvil: un ejemplo excelente lo constituye la app *Miradas cruzadas del Museo Thyssen*, la cual permite vincular de manera curiosa obras de distintos artistas y movimientos.

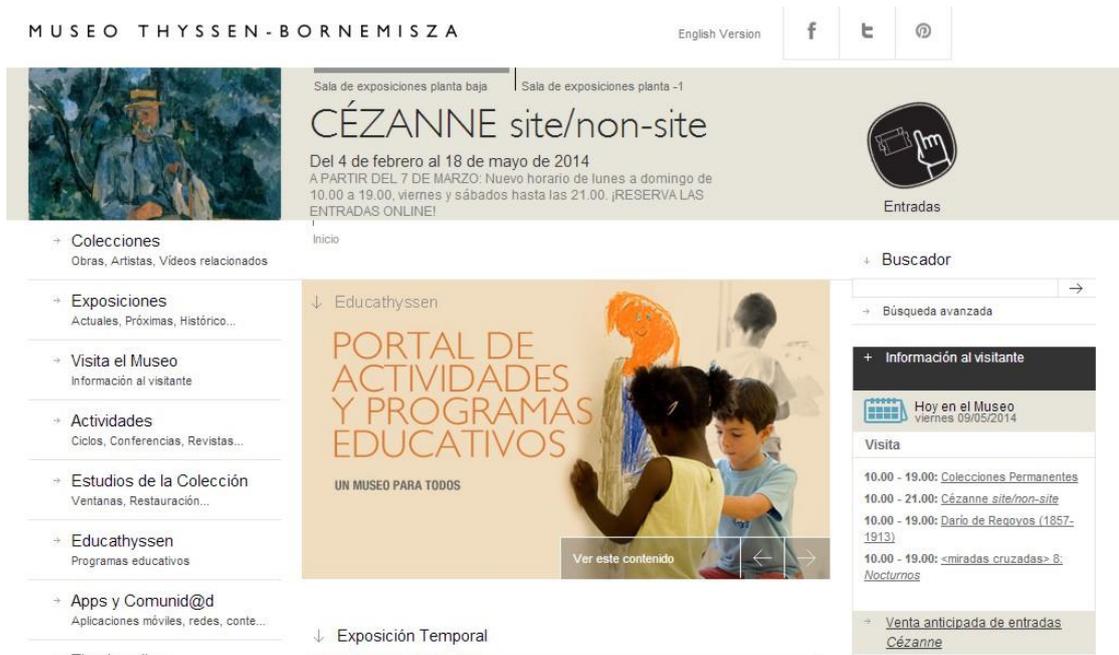
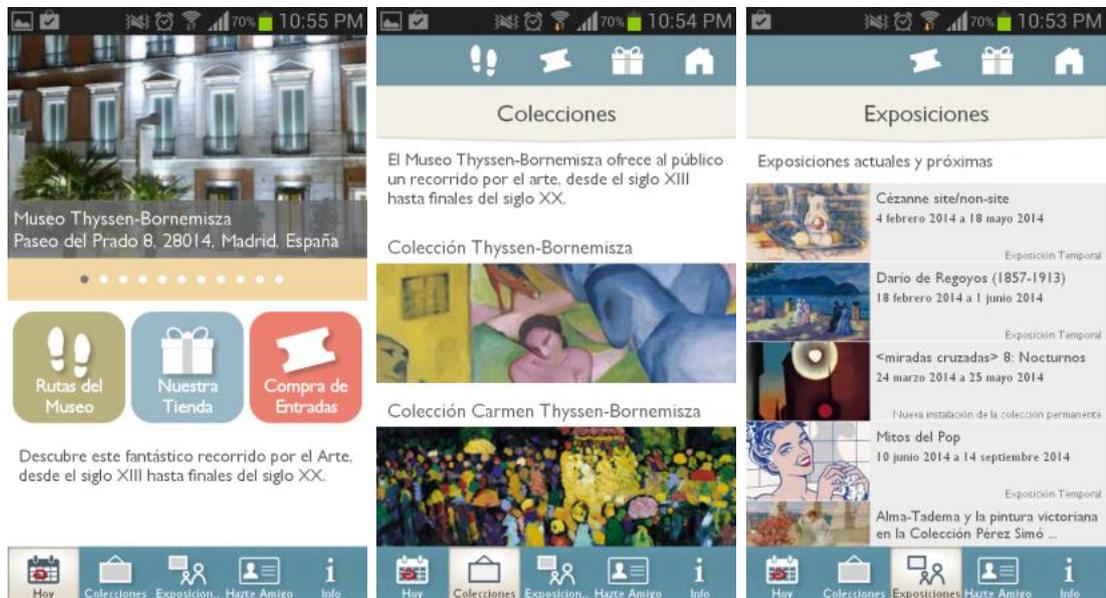


Fig. 19: Captura de pantalla del sitio educativo del Museo Thyssen

El espacio dedicado a la educación es **EducaThyssen**... un portal educativo a cargo de un staff especializado, con gran variedad de propuestas de actividades, publicaciones, cursos, etc. <http://www.educathyssen.org/>



App del Thyssen

Fig. 20: Captura de pantalla de la App Museo Thyssen

- **App Museo Thyssen:** gratuita
- **Quiosco Thyssen:** gratuita
- **Miradas Cruzadas:** gratuita
- **Giovanna:** aplicación para tabletas
- **Obras Escogidas:** aplicación para tabletas

Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba



Fig. 21: Captura de pantalla de inicio sitio web del Museo de Antropología FFH – UNC - 1

Este museo se define como una institución de carácter técnico-científico, con objetivos educativos y culturales, tendientes a preservar y revalorizar el patrimonio cultural de la región. La misión del Museo de Antropología es reunir, conservar, investigar y exhibir la cultura de las sociedades indígenas pasadas y contemporáneas, dentro de un marco científico actualizado y crítico, como una manera de fomentar el respeto hacia otros modos de vida y de crear actitudes de preservación del patrimonio cultural en la sociedad.

En el contexto de los museos universitarios, es el que mayormente se destaca, por la cantidad de contenidos informativos, propuesta educativa, y variadas propuestas de extensión a la comunidad.



Fig. 22: Captura de pantalla de inicio sitio web del Museo de Antropología FFH – UNC - 2

Su interfaz está organizada de manera sencilla, estructurada con menús horizontal y vertical que dan acceso a distintas temáticas que presenta el sitio.

Este museo posee en su organigrama un departamento dedicado a desarrollar programas educativos, con presencia también en la web. La propuesta pedagógica es muy completa, ofreciendo material en múltiples formatos para el trabajo con los alumnos.

No posee App para móviles.

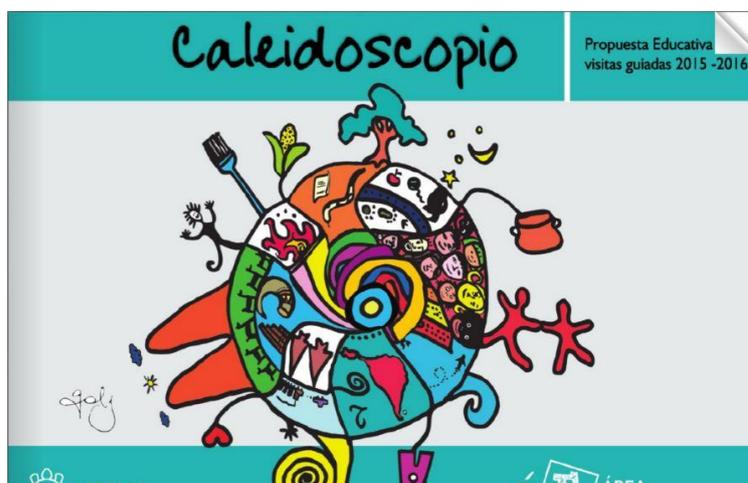


Fig. 23: Proyecto Educativo del Museo de Antropología FFH–UNC

La propuesta pedagógica es muy completa, ofreciendo material en múltiples formatos para el trabajo con los alumnos.

A modo de síntesis: en los grandes museos –Louvre, Met, MoMA, Tate y otros- la afluencia de visitantes online supera ampliamente a la afluencia presencial, entre tres y cuatro veces según sus estadísticas. Por otra parte, muchos de los visitantes al sitio web nunca visitarán el museo, o la ciudad, o el país donde está localizado. Es entonces el formato digital el que permite que los contenidos del museo sean accesibles virtualmente a todo el mundo, haciendo de éste un gran difusor de la cultura y valores patrimoniales locales.

Museo y tipos de aprendizajes

Generación App (Gardner H. y Davis K. 2014)

Una “app”, o “aplicación”, es un programa informático, generalmente diseñado para usar en dispositivos móviles, que permite que el usuario lleve a cabo una o varias operaciones. Una *app* puede ser limitada o amplia, sencilla o compleja... y tanto en un caso como en el otro, está perfectamente controlada por la persona u organización que la haya diseñado. Lo más importante es que son rápidas, satisfacen una demanda y aparecen justo a tiempo.

Las aplicaciones son fantásticas si atienden cuestiones cotidianas y, por lo tanto, nos dejan libres para poder explorar caminos nuevos, forjar relaciones más profundas, ponderar los grandes misterios de la vida o desarrollar una identidad única

y significativa. Por el contrario, si las aplicaciones no hacen más que convertirnos en holgazanes más habilidosos que no piensan por sí mismos, ni se plantean preguntas nuevas, ni establecen relaciones importantes, ni modelan una identidad adecuada, completa y en desarrollo constante, entonces no hacen otra cosa que pavimentar el camino hacia la servidumbre, psicológicamente hablando.... Las aplicaciones que nos permiten o nos incitan a buscar posibilidades nuevas son *app-capacitadoras*, mientras que si permitimos que las aplicaciones limiten o determinen nuestros actos, elecciones y objetivos, nos convertimos en *app-dependientes*.

El advenimiento de la era digital abre las puertas a una multitud de costumbres potencialmente nuevas, empezando por la sencilla inclinación a usar (o desdeñar) una tecnología concreta. La decisión de usar (o no) los dispositivos tecnológicos no es más que el principio. Las costumbres digitales pueden ir desde la repetición inconsciente de “movimientos” regulares hasta la coordinación y el despliegue flexibles de varias actividades independientes.

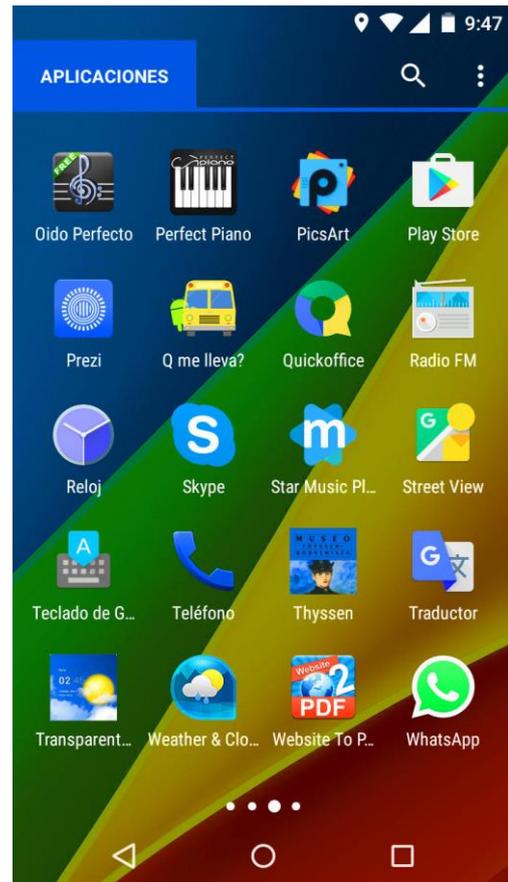


Fig. 24: Apps en un móvil

Si volvemos a la concepción del museo como entidad educativa, y sin pretender definición en absoluto academicista, son el **conductismo** y el **constructivismo** los dos grandes paradigmas que han predominado en los escenarios de la psicología y en la psicología de la educación.

De este modo el **conductismo** considera que el conocimiento está en la experiencia: conocemos a partir de lo que percibimos, y, en términos generales, la enseñanza se entiende como la transmisión de información y la capacidad de reproducir esa información lo más amoldada posible al modelo original.

En contraste, para el **constructivismo**, el conocimiento es construido activamente: la información del entorno es interpretada y reinterpretada por la persona. Así, el aprendizaje es un proceso en el cual el sujeto construye significados y le atribuye sentido a las situaciones que le rodean. Y es precisamente esto último lo que va a explicar que, ante un mismo objeto, dos personas lo interpreten de modo distinto, y construyan significados distintos.

Estas diferentes formas de ver la educación se pueden aplicar a los espacios museales. De este modo, teniendo en consideración la respuesta a cómo se origina el conocimiento y la respuesta a cómo aprende la persona, se podría agrupar a los museos en dos grandes grupos: aquellos basados en el objeto y aquellos basados en el visitante. En el primer grupo se van a centrar en el objeto; esos objetos se exhiben siguiendo un determinado orden, que se considera el orden obvio, el orden natural, por ejemplo el orden de carácter cronológico, o bien taxonómico, clasificatorio; por tanto lo importante en estos museos es la descripción de los objetos, asumiéndose que la interpretación que hace el visitante del discurso es igual para todos los visitantes. Por el contrario, los museos basados en el discurso se van a centrar en la relación entre el objeto y el visitante. Y el objetivo que persigue es que el visitante interprete el discurso expositivo. Para ello los proveerá de instrumentos que le permitan analizar, reflexionar, conectar la nueva información con los conocimientos y experiencias que forman parte de su bagaje personal.

Y, volviendo a las **app**, y recuperando la terminología psico-pedagógica, podemos concebirlas como la última tecnología de modelado en el repertorio de educador conductista, o, por el contrario, **como una palanca tecnológica que permite inducir la actividad exploratoria que defienden los educadores constructivistas.**

Ejemplo de estas posturas contrapuestas puede ser la comparación que puede hacerse del uso de una app muy conocida, como lo es Wikipedia. Si adoptamos un enfoque minimalista

utilizaremos las opciones de copiar y pegar; sin embargo, si usamos la entrada como punto de partida para seguir investigando estamos ejerciendo una acción netamente exploratoria.

A modo de síntesis en esta interrelación entre la psicología y la tecnología, podríamos inferir:

- Desde el punto de vista de la tecnología, pueden distinguirse dos categorías: aquellas app que parecen dictar la conducta a seguir y que, por lo tanto, inculcan la dependencia, y aquellas otras que, como la situación de exploración, presentan distintas posibilidades de acción y, por lo tanto, capacitan al usuario.
- Desde el punto de vista de la psicología humana, podemos distinguir igualmente dos categorías: aquellos sujetos que están dispuestos o incluso son proclives a ser dependientes, y aquellos otros que desdeñan lo habitual y buscan situaciones capacitadoras. Por cierto, tomadas estas categorías en sus máximos extremos, sabiendo la infinidad de circunstancias que pueden mezclar todas las conductas humanas.

3.2 Nuevas tecnologías para nuevas actividades educativas en la web

La presencia de las tecnologías en la distribución y socialización de la información, y la facilitación de las comunicaciones en todas sus variantes (redes sociales, sitios web, etc.) están modificando los modos en que las instituciones culturales conectan con sus públicos. Los museos, especialmente, están dando cada día mayor relevancia a la comunicación por Internet de su discurso museístico por las ventajas a la hora de difundir y dar a conocer sus patrimonios. Se hace imprescindible para ellos incrementar su visibilidad, su nivel de exposición, su actualización para atraer no sólo al público ya familiarizado con este tipo de lugares culturales, sino fundamentalmente al público joven, el cual porta la mitad de su cerebro en su smartphone, y no concibe la vida sin él.



Fig. 25: ¿Chateando o buscando a Rembrandt? (Museo Rijksmuseum de Amsterdam)

Algunas herramientas tecnológicas que facilitan la conexión entre museos y públicos:

- **Tecnología móvil**

“El triunfo del smartphone: el 84% de los celulares que se venden en la Argentina son inteligentes”. Infobae, 23-03-2015. (<http://www.infobae.com/2015/03/23/1717725-el-triunfo-del-smartphone-el-84-los-celulares-que-se-venden-la-argentina-son-inteligentes>)

“La Argentina, entre los 25 países con mayor cantidad de usuarios de smartphones”. Infobae, 21-05-2015. (<http://www.infobae.com/2015/05/21/1730171-la-argentina-los-25-paises-mayor-cantidad-usuarios-smartphones>)

“El 72% de los usuarios de smartphones en la Argentina descargó al menos una aplicación a su equipo en los últimos tres meses, sobre un universo de 18 millones de equipos de estas características en uso en el país, según el último informe de la consultora Carrier y Asociados.” Aen (Argentina en noticias) 02-03-2015.

(<http://argentina.ar/2015/03/02/ciencia-y-tecnologia-36095-el-72-de-los-usuarios-de-smartphones-descarga-aplicaciones.php>)

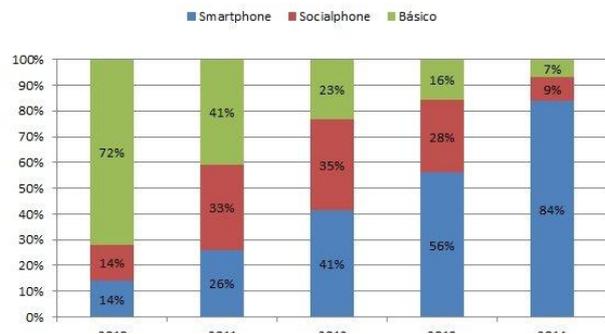
(<http://www.comentariosblog.com.ar/2015/03/20/los-smart-siguen-marchando/>)

- **Códigos QR**

El Código QR (Quick Response), o código de respuesta rápida, es un sistema de información que consiste en una imagen bidimensional que almacena la información en una matriz de puntos que, a diferencia de los códigos de barras que se leen en una única dirección, contienen información en dos direcciones, vertical y horizontal.

Este sistema permite almacenar mayor cantidad de información: si un código de barras puede contener unos 20 dígitos, el QR Code almacena hasta 7089 caracteres numéricos, 4296 caracteres alfanuméricos y 2953 bytes de 8 bits. Reduce además los márgenes de error y de pérdida de datos, convirtiéndolo en un sistema de trabajo más seguro.

Terminales por categoría



Fuente: Ci **Fig. 26:** Incremento en el uso de smartphones

Estos códigos almacenan información textual, que puede ir de un simple texto a geolocalizadores geográficos, direcciones web, datos de contacto, enlaces a descargas de audio o vídeo, etc. Existe un gran número de posibilidades al ser un sistema muy versátil y fácil de adaptar a los requerimientos de las distintas instituciones o empresas.

Museos y QR Code

Las posibilidades y las aplicaciones que se le puede dar a los códigos QR en los museos son múltiples y variadas. La facilidad de su uso, la difusión de la telefonía móvil y el bajo coste que supone su utilización, hace de este sistema una herramienta de utilidad para aportar información e interactuar con los usuarios de un museo.

QR Code en áreas de exposición: Permite ampliar la información de los bienes expuestos, para resolver la demanda de mayor información. Esta información puede estar en formato texto, puede enlazar a una página web o a un archivo de audio o vídeo.

Se incentiva así la interacción entre el usuario y los objetos de la exposición, motivando a los visitantes a la participación activa para descubrir una información que además pueden almacenar en su propio terminal y guardar como referencia.



Fig. 27: Código QR de Audioguías del MH-UNC

Otras utilidades en zonas expositivas:

- Descarga directa al teléfono de mapas de orientación, realidad aumentada, itinerarios, información complementaria, etc.
- Juegos de pistas en el museo a través de códigos QR, una iniciativa útil para motivar a los nativos digitales.
- Geolocalización del lugar donde la pieza fue hallada, creada, etc...
- Ayuda a las personas con visibilidad reducida: los códigos QR pueden conducir a archivos con información en formato audio (archivos mp3). La combinación de QR Code con braille o

con móviles equipados con sistema de voz está dando buenos resultados en el campo de la accesibilidad.

QR Code en áreas de reserva: Puede utilizarse para gestionar el stock e inventariado de las piezas.

QR code en difusión: La utilización de códigos QR en cartelería, folletos publicitarios, publicaciones de la institución, etc., añade un elemento multimedia a los productos creados por el museo y permite ampliar de forma sencilla la información que estos aportan.

QR en la página web del museo: La utilización de códigos QR en la web del museo posibilita la descarga directa al móvil de datos útiles en el transcurso de la visita. También horarios o servicios que presta el centro, itinerarios, obras destacadas, aplicaciones, etc.

Son numerosas las posibilidades existentes, y el hecho de que el usuario sólo deba escanear el código para tener toda la información en su terminal, hace más sencillo el proceso de descarga y de posterior utilización en su visita a la institución.



Fig. 28: Códigos QR en museos

Perfil del visitante actual: algunas estadísticas

En razón de que el Museo Histórico de la UNC no posee aún un sitio en la web que permita recoger alguna información relativa a su público -salvo una cuenta en la red social Facebook- los únicos datos disponibles son los colectados en el mismo museo, en el acto de realizarse las visitas.

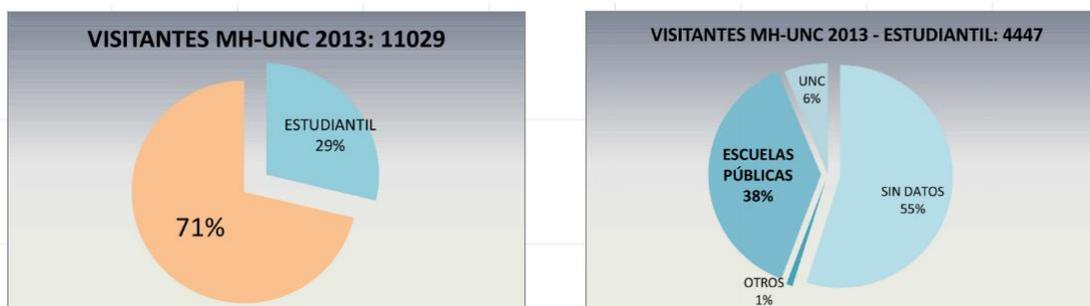


Fig. 29: Visitantes del Museo Histórico UNC – Año 2013

En el Museo Histórico de la UNC, el público visitante es dividido en tres grandes grupos: estudiantil (primario y secundario), especializado (docentes, investigadores, estudiantes universitarios, otros) y público en general (con nivel cultural medio y alto).

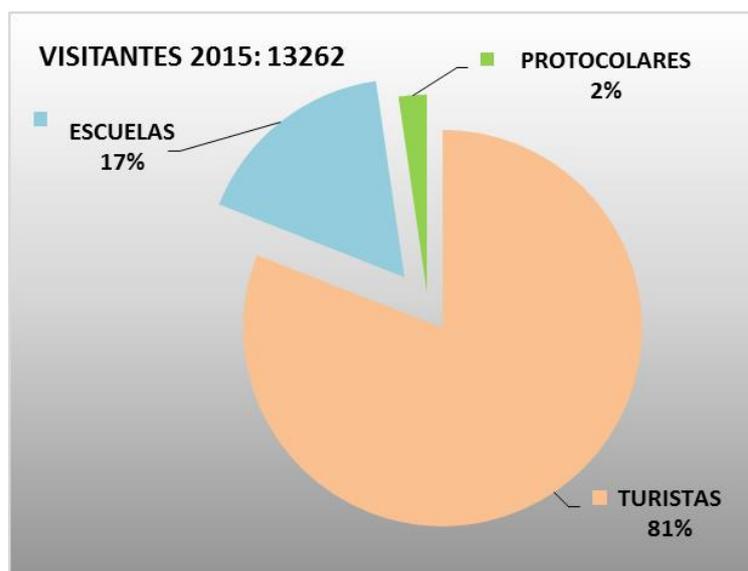


Fig. 30: Visitantes del Museo Histórico UNC – Año 2015

Considerando que los estudios sobre público son un recurso indispensable para el museo, se propondrá una investigación más minuciosa y exhaustiva del público asistente; en su versión física en una primera etapa, en su versión virtual en etapa posterior.

Pero veamos...

¿Qué es un estudio de público o estudio de visitantes?

“Hay que pensar más en el público...”

Jean-Luc Martínez, presidente-director del Museo del Louvre.

Desde el nuevo lugar donde se sitúan los museos, cuyo foco está alumbrando ahora menos hacia sus objetos que hacia sus visitantes, es imprescindible conocerlo.

“Básicamente los estudios de público son procesos de investigación que se realizan para obtener información sobre el público de museos y fundamentar la planificación, diseño y desarrollo de actividades relacionadas con los visitantes de museos.” (Hervás Avilés, R.M., 2015)

¿Por qué la gente no va a los museos? ¿Por qué la gente va a los museos? ¿Qué gente va a los museos?

Estos y muchos otros interrogantes son respondidos por los estudios de público que los museos debieran encarar con cierta premura.

Igualmente, dado el objetivo de este trabajo -el diseño de un sitio web- es pertinente considerar alguna categorización del perfil del visitante que sea orientativa en el aspecto de usabilidad del sitio. Es así que se consideran dos grandes grupos de visitantes:

a) El visitante del museo físico que busca toda la información antes de desplazarse al mismo.

En este caso la información a suministrar por la web del museo se encuadra en el momento de la PREVISITA.

La información que debe suministrar el sitio web será...

- Dirección física del museo y modos de llegar al mismo desde los accesos de distintos medios de transporte (aeropuerto, terminales, etc.)
- Establecer posibilidades de contacto para que el futuro visitante ocasionalmente requiera información no existente en el sitio web.
- Horario de apertura y cierre para visitas autónomas.
- Precio de las entradas.
- Información de horarios, duración e idiomas de las visitas guiadas.
- Información sobre actividades propuestas por el museo al público, fechas, horarios, duración y requerimientos para la participación si los tuviera.
- Información sobre la existencia o no de tienda para la compra de souvenirs.

- Información sobre la existencia o no de espacios de esparcimiento y socialización, como por ejemplo cafetería, restó, etc.

b) El visitante del museo de modo virtual que no desea o no puede desplazarse hasta el museo físico, pero sí le interesa relacionarse con el museo.

La información que puede suministrar el sitio web es:

- Descripción de las muestras o exposiciones vigentes, e información sobre qué nivel de acceso tendrá el visitante web (totalidad del material expuesto o no).
- Posibilidad de disponer del material fotográfico o videográfico, establecer cuál es su nivel de detalle, resolución, hd, etc.) y con qué derechos está disponible.
- Existencia o no de visitas virtuales.
- Accesibilidad desde otros idiomas.
- Posibilidad de realizar compras online con medios de pago digital.

3.3 Sitio web: diseño y propuestas educomunicativas

Al momento de diseñar el sitio web: <http://nanimondini.wix.com/mh-unc-mondini> para el Museo Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba, se tuvieron en cuenta dos enfoques determinantes: los aspectos perceptuales y los aspectos semánticos. Dentro de los aspectos perceptuales se valoraron los atributos visuales en su relación con el estímulo de los sentidos y la percepción de unidad y coherencia. Los aspectos semánticos se relacionan con la codificación y recuperación de la información, que –se intentó– fuera clara y simple. Esta última condición está referida a la interfaz por un lado, y a los contenidos por otro.

“El diseño no es solo la apariencia, el diseño es cómo funciona.”

Steve Jobs, 2003



Fig. 31: Dispositivos usados para navegación en internet

Las aplicaciones para celulares son el gran reto que quizás deberán resolver nuestros museos en el futuro próximo. Por lo pronto, en la puesta del sitio web del museo, se aplicó el criterio de “diseño responsivo”, o RWD como se abrevia en inglés **Responsive Web Design**.

Este modo de diseñar los sitios web, llamado también diseño adaptable, consiste en tener en cuenta y facilitar el arreglo gráfico del sitio al dispositivo que se esté utilizando para su visualización.

Este criterio, en un primer acercamiento, determinó una arquitectura de navegación más amigable, con un menú principal vertical, botones horizontales de rápido acceso, como así también se bajó el peso de las imágenes para agilizar la carga y operatividad del sitio.



Fig. 32: Menús de navegación del sitio web del Museo Histórico de la UNC

Premisas generales de diseño para el sitio web

- Organización de los contenidos en distintas páginas según se trate de contenidos conceptuales, servicios, información sobre visitas, actividades, etc.
- Estructuración general del sitio lo suficientemente clara como para que el visitante sepa siempre dónde está situado. Se evitaron niveles profundos de penetración en el árbol de menús. Cuando se consideró necesario, se indicó la posición y se dio opción de retroceso. (Al respecto cabe aclarar que lo usual es retroceder con el botón de retroceso del navegador, pero igualmente se agregó un “retroceso rápido”)
- Se propuso la inclusión de una barra de búsqueda, para la localización de distintos temas, actividades, información, etc.: no funcionó en Wix.
- Se utilizaron imágenes con resolución alta, previendo tareas propuestas de recorte.
- Se jerarquizaron diferentes categorías de textos usando diferentes tipografías.
- Se abrieron canales de comunicación para que los visitantes pudiesen comunicar cualquier error detectado, o sugerencias. También se incorporaron opciones de contacto para verter opiniones con relación a los contenidos.

Características técnicas

- **Navegación**
 - El sitio se estructuró con un sistema de navegación intuitivo y simple, que se explica a sí mismo con sencillez.

Para ello se propuso la utilización de un menú vertical, con buena visibilidad desde los dispositivos móviles, y un menú complementario de atajos –horizontal- para dar acceso a la información usualmente más buscada o complementaria.

- Visualización global del sitio que permite siempre saber el lugar donde se está:

Se han reducido al máximo los submenús, incluso cuando los hay, no se muestran en el menú principal: se accede a dichos niveles secundarios de manera directa. Este modo hace que la interfaz sea más prolija, no invadiendo con submenús otros sectores de la pantalla. Se proponen pocos niveles de profundidad, con anticipación de contenidos, para que la página sea más usable desde el punto de vista de la accesibilidad, pues rápidamente se accede a la información deseada.

- Diseño identificador del sitio que muestra con certeza cuándo se está dentro o cuándo se ha vinculado con un enlace externo.

Encabezado y pie de página proveen la identidad al sitio. Más allá de los accesos a la información que contienen, le dan coherencia, unidad y sentido de orientación.

- Enlaces intuitivos, lógicos, coherentes y consistentes.

Se usaron botones CTA (call to action) de fácil identificación y en la mayoría de los casos con área de influencia extendida para favorecer la accesibilidad y la usabilidad.

- **Interface**

- Controles de navegación visibles y fácilmente accesibles.

Los contenidos se organizaron usando criterios de atracción, de secuenciación y de jerarquías, de tal modo que la lectura general del sitio fuera fácilmente entendible por el usuario.

- **Uso de lenguajes:**

- a) Visual

- Se procuró que el diseño gráfico de las pantallas mostrase equilibrio, legibilidad y cohesión. La inversión figura-fondo, es decir, la utilización de “figura blanca sobre fondo negro” responde a un criterio de accesibilidad: esta graficación “inversa” facilita la visibilidad de los contenidos para las personas visualmente limitadas.
 - Se utilizaron imágenes de alta calidad para permitir tareas de recorte o edición por parte de los visitantes.

- b) Textual

- Existe jerarquización de contenidos en el uso de la tipografía: títulos, subtítulos y cuerpo.
 - Se cuidó la extensión limitada de la información textual, pero dando la opción de continuar la lectura con botones “Leer más”. Este modo le da elección al usuario para seguir leyendo si es de su interés.

- c) Sonoro

- En el sitio no se incluye música ni sonido alguno con reproducción automática, ni siquiera con controles a la vista, para no imponer a los visitantes –arbitrariamente- la escucha de ningún sonido, pues es frecuente que cuando se navega por internet se esté escuchando música.

Imágenes del sitio web realizado para el Museo Histórico de la UNC



Fig. 33: Editor Wix con página de inicio del sitio web

Conclusión: se trató en todo momento que el sitio tuviera una interfaz simple, amigable y fácil de adaptar a la versión móvil. Las paletas cromáticas y tipografías usadas respondieron a criterios de usabilidad y accesibilidad. Se trató también de diferenciar gráficamente los apartados convocantes a la participación.

A continuación algunas visualizaciones desde un móvil de mediano rango...



Fig. 34: Visualización vertical y horizontal del sitio web en un móvil

Desde una fuerte intencionalidad comunicativa se previeron modos para la interacción con el usuario, ofreciendo la participación en redes sociales, por correo electrónico o comentarios en el mismo sitio. En todo momento se busca la “mezcla” e interacción de los visitantes presenciales y virtuales, propiciando el intercambio de experiencias.

Limitaciones o fallos de las herramientas que provee el servidor Wix impiden al momento que funcione correctamente la barra de búsquedas ubicada en el pie de página del sitio. El sitio debiera tener su versión en inglés por lo cual está previsto el botón de acceso.

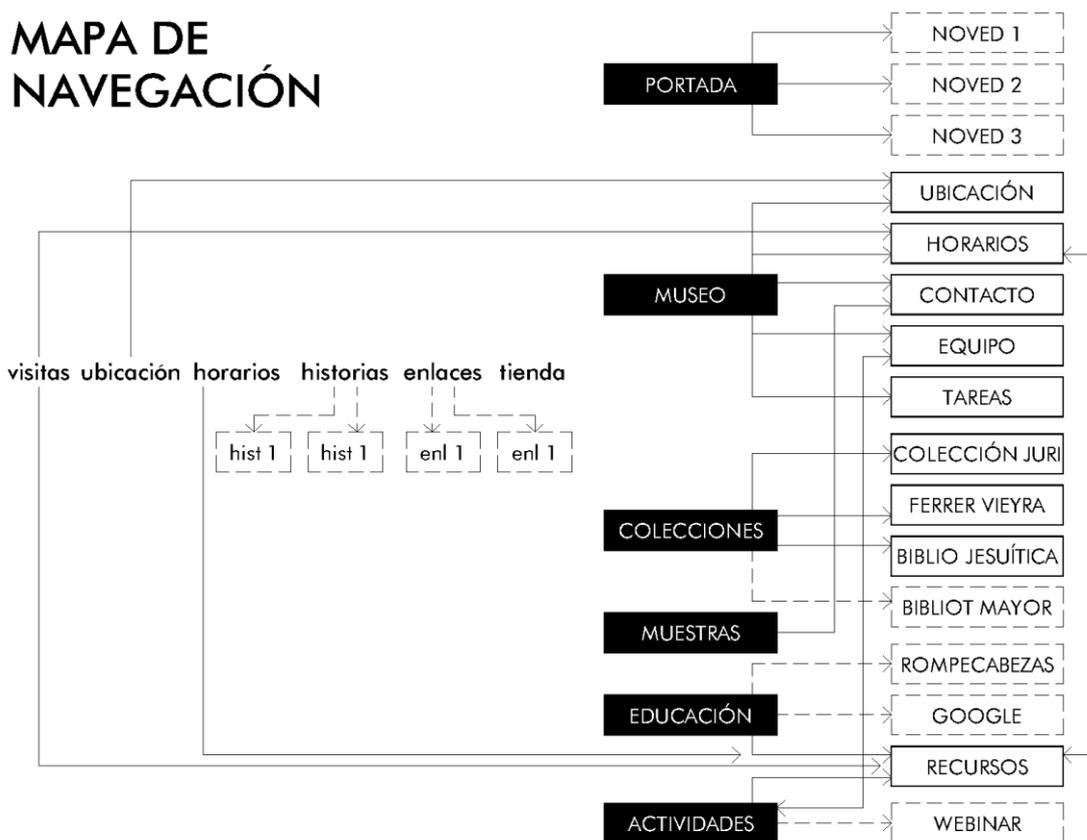


Fig. 35: Mapa de navegación del sitio web

Propuesta de actividades educativas para el sitio web

El museo –como su sitio web- es un espacio abierto que convoca a compartir ideas sobre lo observado, dialogar sobre los registros de la memoria, el arte, la técnica y la arquitectura. Asimismo es un lugar de inspiración para desarrollar proyectos creativos, compartirlos a través de las redes sociales para generar discusiones críticas. Es conocimiento co-creado, significativo y distribuido.

Estas propuestas tratan de vincular los visitantes presenciales con los visitantes virtuales, proponiendo como soporte tecnológico la utilización de tecnología móvil como herramienta para la producción de contenidos, y su distribución mediada por las redes sociales.

Se propicia así un espacio para la exploración, la imaginación, la expresión y el juego, buscando la construcción de conocimiento desde otros ambientes -familiares en el caso de los jóvenes- más flexibles, informales, desestructurados... y creativos.

Desde la perspectiva del aprendizaje continuo, se consideraron dos vertientes, como variables de verificación para el incremento de competencias:

A - La Teoría de las Inteligencias Múltiples establecidas por Howard Gardner, quien define la inteligencia como una capacidad. Diferencia ocho tipos de inteligencia:

- Inteligencia Lógico-Matemática: capacidad de entender las relaciones abstractas.
- Inteligencia Lingüística: capacidad de entender y utilizar el propio idioma.
- Inteligencia Espacial: capacidad de percibir la colocación de los cuerpos en el espacio y de orientarse.
- Inteligencia Corporal-Kinestésica: capacidad de percibir y reproducir el movimiento.
- Inteligencia Musical: capacidad de percibir y reproducir la música.
- Inteligencia Intrapersonal: capacidad de entenderse a sí mismo y controlarse.
- Inteligencia Interpersonal: capacidad de ponerse en el lugar del otro y saber tratarlo.
- Inteligencia Naturalista: capacidad de observar y estudiar la naturaleza, con el motivo de saber organizar, clasificar y ordenar.

B - Las propuestas de **Tony Wagner en sus “Siete habilidades de supervivencia”**, síntesis que realiza a partir de entrevistas a importantes líderes empresariales. Plantea estas habilidades como indispensables para sobrevivir y desarrollarse profesionalmente en el siglo XXI. (Wagner, T., 2009).

Son las siguientes:

- Pensamiento crítico y capacidad para resolución de problemas.
- Colaboración en redes y capacidad de liderazgo.
- Flexibilidad y capacidad de adaptación.
- Iniciativa y actitud emprendedora.
- Comunicación oral y escrita fluida.
- Acceso y análisis de la información.
- Curiosidad e imaginación.

A partir de estas múltiples y variadas competencias, se propone su puesta en valor con las siguientes actividades:

Propuesta “Rompecabezas” |

Este proyecto ya es de realización habitual en las visitas presenciales de grupos escolares. Se propone en la página web el correlato digital de la actividad.



Fig. 36: Propuesta “Rompecabezas”

Los rompecabezas favorecen la inteligencia lógico-matemática, la orientación espacial, la resolución de problemas y el desarrollo de la memoria visual.

Propuesta “Colores”

Esta actividad sugiere a los visitantes que concentren su atención y registren algún elemento significativo de las exposiciones, para luego graficar, pintar y compartir con sus compañeros de visita, pero no sólo lo producido, sino también la justificación de la elección realizada. Luego se fotografían las obras de los participantes y se las publica en el sitio Facebook del museo, junto con los comentarios pertinentes.



Fig. 37: Silencio... niño creando.

Este proyecto, en su versión digital, propone que –a partir de la visualización de todo el material fotográfico disponible en el sitio- los participantes realicen también los dibujos, los fotografíen o escaneen y los publiquen en el sitio Facebook del museo.

Tanto en la versión presencial como en su versión digital, se insta a que el público participante comparta sus producciones y sus ideas en la web.

Aquí se desarrolla la capacidad para presentar ideas visualmente, crear imágenes mentales, reconocer y comparar objetos, colores, líneas, formas y espacios.

Propuesta “Soltando Palabras”

Es un proyecto para el desarrollo de la inteligencia lingüística y su relación con las emociones (sabiendo desde las neurociencias que éstas están fuertemente vinculadas a los procesos de fijación de los conocimientos). Consiste en conectarse con algún objeto, escenario o recorte vivencial en la visita o visualización del material fotográfico. Luego se propone la escritura de un microrrelato de no más de cincuenta palabras, el cual es enviado al sitio Facebook del museo.

Con esta actividad se estimula la inteligencia lingüística, propiciando la apropiación y disfrute de las palabras en relación con las emociones, a los fines de mejorar la fluidez en la expresión.

Propuesta “¿Tomamos fotos...?”



Fig. 38: Detalle de puerta ingreso al MH-UNC

Esta actividad está prevista para ser realizada tanto en las visitas presenciales, como en el contexto virtual, con algunas variantes en este último.

La consigna es registrar con la cámara del celular detalles de lo observado, tratando que la imagen tenga valor conceptual y compositivo. Las mismas deben

ser etiquetadas en el momento (por ejemplo “#mh-fecha) y subidas al sitio Facebook del Museo.

La participación desde la web consiste en seguir la misma consigna, pero tomando “recortes” de las fotografías cargadas en el sitio. Para permitir esta actividad, todas las imágenes del sitio poseen alta resolución.

Una instancia posterior podría ser la creación de microvideos, con duración entre treinta y sesenta segundos, realizados con cualquiera de las múltiples aplicaciones que pueden disponerse en los móviles. También en este caso las producciones son compartidas y comentadas en la red social Facebook.

Esta tarea favorece la observación de detalles, la composición armónica, la toma de decisiones, como así también fortalece las destrezas tecnológicas de los participantes.

Propuesta “Pensamos...”

Se sugiere un cuestionario abierto sobre temas relacionados con el Museo y la visita, a los fines de estimular la curiosidad, la reflexión y la participación. La actividad se realiza en la página web, donde los visitantes escriben sus respuestas o comentarios. Estos últimos también pueden ser compartidos en el sitio del Museo en Facebook. Las preguntas van cambiando periódicamente... en plazos que se estimarán de acuerdo al número de respuestas o comentarios recibidos.

También se sugerirá a los participantes que propongan temáticas con las cuales el Museo pueda montar nuevas muestras o mostrar nuevos contenidos.

Esta propuesta está pensada para estimular la curiosidad, la búsqueda y análisis de información, desarrollo del pensamiento crítico, la organización y expresión de ideas a través de la palabra.

Será una premisa del sitio web no segmentar las actividades por rango alguno, a los fines de no condicionar a los visitantes -de manera apriorística- su participación en las tareas propuestas, que debe ser libre y espontánea. Las proposiciones planteadas deberán cambiar periódicamente para mantener la atención del público.

Propuesta de actividades de conexión con la comunidad para el sitio web

La capacidad del museo para ser activo tanto en la educación formal, como en la educación no formal y en la educación informal, en definitiva, su aptitud como componente fundamental de la educación “durante toda la vida”, demuestra que el museo es una institución educativa. No en el sentido importante, pero limitado, de realizar actividades con intención pedagógica, sino en el de que es, en esencia, educativo en todos y cada uno de sus aspectos, funciones, tareas y objetivos. Porque todo ello puede ser aprovechado por cualquier individuo interesado, porque sus colecciones atesoran importantes conocimientos sobre nuestro pasado y presente y, en consecuencia, de proyección de nuestro futuro.

Es necesario apostar por la conexión entre el museo y la comunidad en que se inserta. Y hay mucho por hacer al respecto, pues para reforzar la identidad de los museos es necesario afianzar su presencia dentro de propia universidad. Luego, sí, proyectar esa identidad a la sociedad que lo contiene.

Estrategias propuestas:

- Crear articulaciones entre las comunidades estudiantiles que participan en las actividades de los distintos museos. A través de propuestas integradoras entre museos podría generarse –no sólo aprendizajes desde lo no formal o informal- sino también conciencia sobre la dimensión, presencia y múltiples proyecciones que puede tener la universidad en la vida de la sociedad. (Considerando que estamos hablando de una población estudiantil de alrededor de 120 mil estudiantes, sin contar los demás estamentos universitarios).

Como ejemplo de esto, se podría convocar a los pequeños sapiens pertenecientes a las disciplinas artísticas, humanas, técnicas, etc... para la organización de eventos conjuntos, tomando como eje los contenidos argumentales de los diferentes museos de la Universidad. Se trata de abrir los espacios y mez-



Fig. 39: Evento “Quilombo en el museo”

clar memorias con músicas, patrimonios con palabras, colores, historias, teatralizaciones y todo lo que la imaginación proponga.

Verdaderas actividades participativas y socializadoras, con el objetivo de que los ‘universitarios’ se apropien, se integren a través de conversaciones activas y se sientan involucrados en la vida y pulso de ‘sus’ museos.

- Favorecer la vinculación del museo con los ciudadanos abriendo canales de participación en la concepción y configuración de las articulaciones y acciones que el museo lleva a cabo.
- Hacer estudios de público, en principio dentro del ámbito universitario (diferenciando los estamentos docentes, no docentes y estudiantiles), luego para registro del público en general.
- Identificar las necesidades de la comunidad como camino para definir la prioridad de los proyectos, consultando a los mismos sectores sociales que componen el tejido social, agrupaciones barriales, centros culturales, agrupaciones de jubilados, clubes, etc.
- A partir de estas interacciones sociales, fuertemente dinamizadoras, instalarse con acciones y propuestas de extensión y participación social y pública en cada uno de las unidades museales. Esto es: desde tareas de extensión cultural, realización conjunta de eventos entre museo y público, hasta planificación de aprendizajes significativos demandados por los visitantes.

En suma, configurar los museos como **espacios de organización y aprendizajes significativos y participados** para fortalecer la identidad, generar reflexiones críticas sobre la memoria, historia y realidad, como sustento para emprender proyectos renovadores de la calidad de vida como de la sostenibilidad de la comunidad.

Es en este marco, entonces, con que se contextualiza la página **“Actividades”** del sitio web del museo. Actividades educativas no formales para la interacción, la conexión, la comunicación en todos los sentidos posibles. El museo contando historias, despertando recuerdos, desarrollando la imaginación, provocando emociones, creando redes de experiencias, conocimientos y afectividades.

Actividades propuestas:

- **“Hablemos de...”**

Consiste en la implementación de “webinars”. Esencialmente es una conferencia, curso o conversación en formato video que se transmite en línea (streaming) a través de internet.

Se propone un tema y se convoca a la participación en el sitio, en las redes sociales, tweets, e-mailing, etc.

El modo puede ser expositivo sobre contenidos específicos o bien de corte lúdico. Pueden proponerse –en este caso- preguntas raras, juegos de estrategia, etc. Pueden programarse con anticipación sobre temas o modalidades propuestas por los mismos participantes.

Este modo –al promover la interacción sincrónica entre el curador y los participantes- favorece la construcción de vínculos a través de conversaciones en tiempo real. También ayuda a captar nuevos visitantes y fidelizar a los existentes.

Participar en estos eventos desarrolla habilidades relacionadas con la expresión de ideas, la educación en valores, desarrollo de actitudes creativas, habilidades sociales y modos asertivos de comunicación.

- “Las palabras y las memorias...”



Propuesta en versión presencial y virtual. Se trata de talleres de escritura libre, creativa, individual y grupal. Más allá de las producciones literarias que se desarrollen, pueden generarse concursos sobre temas específicos (en lo posible disparatados y disruptivos) y luego recopilar el material en e-books o portfolios con marca del museo.

- “¡Bien Nosotros!”



Se propone la presentación de pequeñas obras de expresión artística elaboradas por el mismo personal del museo para la comunidad pequeña, es decir, trabajadores, familiares y amigos. Se hace registro videográfico y se comparte en el sitio y redes sociales.



Fig. 40: Los muchachos del 18

El objetivo de esta actividad está relacionado con la apertura y exposición del museo intramuros como recurso estratégico de promoción y visibilidad social; también se vincula con la consolidación de los equipos de trabajo (inteligencias intra e interpersonal). En suma, con la creación de comunidad y, de manera implícita, con la creación de... humanidad.

Por cierto esta actividad puede ser implementada con público externo al museo. Los participantes virtuales pueden hacer sus aportes desde lo conceptual y estético, a través de la creación de guiones, diseño de vestuarios (con reciclados), músicas incidentales, etc. etc.

Sin dudas estas actividades estimulan las inteligencias lingüística, espacial, musical, corporal-kinestésica, intrapersonal e interpersonal.

4 CONCLUSIONES

Tres fueron los ejes pretendidos de este trabajo: a) la visibilidad social de los museos como lugares donde preservar la memoria colectiva de la comunidad, b) su determinación educativa y consecuente instalación en todos los contextos de aprendizajes, y c) el rol de la omnipresente tecnología facilitando y –porqué no- enriqueciendo el flujo comunicativo entre actores, memorias tangibles, espacios, historias, emociones, sentidos, miradas...

El gran desafío que existe actualmente entre contenidos, metodologías educativas y tecnologías es el equilibrio que pueda sostener una comunicación cierta, en valores, asertiva y proactiva. Ecuación difícil, verdad, pues la tecnología avanza más rápido de lo que podemos aprehenderla, las metodologías educativas no logran alinearse con las nuevas generaciones y ya no sabemos muy bien qué contenidos aplican en este nuevo siglo.

Por otra parte, nuestros museos universitarios no están instalados en la comunidad: su existencia es vaga e imprecisa, relegada hasta en el propio ámbito universitario. Sólo algunos de los museos poseen presencia en internet, sólo algunos museos poseen propuestas de aprendizajes no formales. El sitio web correspondiente al PROMU está ‘oculto’ en el portal de la UNC dentro del apartado de Investigación; periódicamente en proceso de reconstrucción que dura meses, o simplemente inaccesible. Toda una definición de invisibilidad.

A pesar de estos contextos mencionados, surge siempre la pregunta, común en todos y cada uno de los museos del mundo: ¿cómo aumentar el rapport con la sociedad? Y todas las respuestas –variadas, claro- están orientadas hacia la misma dirección: la **comunicación**.

Ya ni se discute por axiomática la misión educativa de los museos. De lo que se está tratando es que estos se conviertan en instrumentos asequibles y cercanos para la formación continua y ubicua, con máxima integración en los entornos personales de aprendizaje que cada persona deberá fundar en este siglo XXI.

Los museos, así, están abriendo y compartiendo sus patrimonios como nunca antes se imaginó: una franca apuesta al conocimiento, su libre distribución y máxima accesibilidad. Ahora los públicos se integran participando en sus planificaciones y acciones que estos llevan a cabo. Los contenidos, patrimonios y memorias son –más que nunca- socializados.

Desde la perspectiva educativa en que se posicionan todas las instituciones culturales, hoy el constructivismo es –tal vez- la práctica pedagógica que más favorece la libertad de fundar el

propio andamiaje de conocimientos. Y el conocimiento es el que nos hace libres. Entonces, un museo con propuestas abiertas, inclusivas, participativas y creativas... puede generar experiencias significativas y transformadoras en la sociedad, que ya demanda aprendizajes permanentes y distribuidos.

Pero, enmarcando ahora las conclusiones en contextos más próximos, está sobradamente demostrado y sabido que un museo que carezca de un lugar en internet, será cada vez más invisible... e inepto. Entonces considero significativo el trabajo realizado, pues es la plataforma de lanzamiento para que el Museo Histórico de la UNC tenga su sitio web institucionalizado en el espacio virtual de la UNC. Cumple con los objetivos, pues está sustentado en una profunda observación de los públicos posibles, su humanidad, sus variantes etarias, culturales, sociales y usuarias o no de tecnologías modernas. También está asentado en el respeto por la memoria, su preservación e imprescindible transferencia a quienes nos siguen.

Y también el trabajo está fundado en la profunda creencia que la apropiación que debemos hacer de nuevos medios tecnológicos para comunicarnos, aprender, crecer, relacionarnos... es el mínimo gesto de cortesía, respeto y consideración que nos compete como partícipes activos de la comunidad universitaria. Será necesariamente una mirada más nueva y creativa la que mejor nos conectará con las nuevas generaciones que pretendemos acompañar.-

5 BIBLIOGRAFÍA

BONNIN, M. (2012). Memorias materiales: Museos de la Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. Colección 400 años. Los libros. Editorial de la UNC y Prosecretaría de Comunicación, UNC.

CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS. ICOM. (2007). La Comunidad de los Museos del Mundo. Disponible en:
<http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/> [Consulta: 27-09-2015]

DE CARLI, G. (2003). Vigencia de la Nueva Museología en América Latina: conceptos y modelos. Disponible en:
http://www.sernageomin.cl/Museo_Geologico/documentos/Edit3_Art_VigenciaNM.pdf
[Consulta: 06-11-2015]

DUJOVNE, M., CALVO, S., SATAFFORA, V. (2001). Ir al museo. Notas para docentes. Publicación de la UBA, Ministerio de Educación. Disponible en:
http://www.argentinavirtual.educ.ar/localhost/notas_museos.pdf
[Consulta: 06-11-2015]

ESCOFET ROIG, A., GARCIA GONZALEZ, I., GROS SALVAT, B. (2011). Las nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior. Revista Mexicana de Investigación Educativa, Octubre-Diciembre, 1177-1195. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14019203008> [Consulta: 06-10-2015]

FERREYRA, C. A. (2007). Una visita a los Museos de la Universidad Nacional De Córdoba (Argentina). Revista de Museología; AEM; Madrid; España; Nro. 40. Disponible en:
<http://www.museodelapara.gob.ar/PDF%20MUSEO/Ciencia%20y%20Nacion%20Una%20visita%20a%20los%20museos%20de%20la%20UNC.pdf> [Consulta: 27-09-2015]

GARCÍA BLANCO, A. (1988). Didáctica del museo. El descubrimiento de los objetos. Madrid. Ediciones De La Torre.

GARDNER, H. Cómo impacta la tecnología a la educación. (1914) Video disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=sTgBWj9dl2Q>

GARDNER, H. y DAVIS, K. (2014). La generación APP. Argentina. Paidós.

GÓMEZ VÍLCHEZ, M. S. (2010). QR Code en Museos. Disponible en:
<https://mediamusea.files.wordpress.com/2010/10/gr-code-en-museos.pdf>
[Consulta: 02-11-2015]

KAPLÚN, M. (2002). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre. Madrid. Disponible en:
http://www.captel.com.ar/downloads/2304013130_kaplun_pedagogia%20de%20la%20comunicacion.pdf

LACOUTURE FORNELLI, F. (1996). La museología y la práctica del museo – Áreas de Estudio. Revista Cuicuilco, INAH, México, vol.3, #7. Disponible en:

http://www.sernageomin.cl/Museo_Geologico/documentos/Edit3_Art_VigenciaNM.pdf

[Consulta: 06-11-2015]

PIPES, A. (2011). Diseño de sitios web. España. Promopress.

RIVIÈRE, G.H. (1993). La Museología. Curso de museología. Textos y testimonios, Madrid, Akal.

SALGADO, M. (2013). Diseñando un museo abierto. Una exploración sobre la creación y el compartir de contenidos a través de piezas interactivas. Argentina. Wolkowicz Editores.

TEN ROS, ANTONIO E. (s/f). Los museos de nuestro tiempo. El Museo de la Ciencia de Valencia. Primera versión de un texto publicado en la revista L' Espill. Disponible en: www.uv.es/ten/cac.html [Consulta: 06-10-2015]

TEN ROS, ANTONIO E. (s/f). ¿Qué es un museo? Hacia una definición general de los museos de nuestro tiempo. IEDHC (CSIC-Universidad de Valencia). Disponible en: <http://www.uv.es/~ten/p61.html> [Consulta: 06-10-2015]

Tony Wagner's Seven Survival Skills (2009).

<http://www.tonywagner.com/7-survival-skills>

TRINDER, K; GUILLER, J., MARGARYAN, A., LITTLEJOHN, A., NICOL, D. (2008). Learning from digital natives: bridging formal and informal learning. Research project report. The Higher Education Academy. Glasgow Caledonian University. Disponible en:

<http://www.gcu.ac.uk/media/gcalwebv2/academy/content/ldn/LDNFinalReport.pdf>

[Consulta: 06-10-2015]

VALDÉS SAGÜÉS, C. (2011). La difusión en Los museos. Servicio de Museos del Gobierno de Navarra. Disponible en:

<https://museosp.files.wordpress.com/2013/04/actas-5-jornadas-museo-sierra-pambley-2011.pdf>

[Consulta: 02-11-2015]

6 TABLAS

Tabla 1

Museos en la ciudad de Córdoba

Museo De la Ciudad	Dependencia municipal
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo de Bellas Artes “Dr. Genaro Perez”	Dependencia municipal
Sitio web: https://museogenaroperez.wordpress.com/ Propuesta educativa web: https://museogenaroperez.wordpress.com/talleres-en-el-museo/	
Museo de la Cripta Jesuítica	Dependencia municipal
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo San Alberto	Dependencia municipal
Sitio web: http://museosanalberto.com.ar/ Propuesta educativa web: http://museosanalberto.com.ar/category/area-didactica	
Museo de Arte Religioso Juan de Tejada	Dependencia municipal
Sitio web: http://www.museotejada.com/#!/-historia-de-la-casa/ Propuesta educativa web: NO	
Museo Iberoamericano de Artesanías (Paseo de las Artes)	Dependencia municipal
Sitio web: http://cultura.cordoba.gov.ar/2012/04/museo-iberoamericano-de-artesantias/ Propuesta educativa web: NO	
Museo de la Industria	Dependencia municipal
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo M.AR.CO – Arco de Córdoba	Dependencia municipal
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo de la Pizza Don Luis	Con apoyo municipal
Sitio web: http://pizzeriaddonluis.com/ Propuesta educativa web: NO	

Tabla 2

Museo Histórico Provincial Marqués de Sobremonte	Dependencia provincial
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo Superior de Bellas Artes Evita	Dependencia provincial
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo Palacio Dionisi	Dependencia provincial
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo de Ciencias Naturales	Dependencia provincial
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo Emilio Caraffa	Dependencia provincial
Sitio web: http://www.museocaraffa.org.ar/ Propuesta educativa web: http://www.museocaraffa.org.ar/	
Museo de la Memoria	Dependencia provincial
Sitio web: www.apm.gov.ar Propuesta educativa web: NO	
Museo Catalina de María	Dependencia provincial
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	
Museo MUMU – Museo de las mujeres	Dependencia provincial
Sitio web: http://museodelasmujeres.org/index.asp Propuesta educativa web: http://museodelasmujeres.org/novedades_ver.asp?id_noticia=173	
Casa de la Historia del Movimiento Obrero	Dependencia provincial
Sitio web: s/d Propuesta educativa web: s/d	
Museo Salón de los Gobernadores	Dependencia provincial
Sitio web: s/d Propuesta educativa web: s/d	
Museo Arq. Francisco Tamburini	Dependencia provincial
Sitio web: NO Propuesta educativa web: NO	
Museo Escolar de la Escuela Normal Superior Dr. Agustín Garzón Agulla	Dependencia provincial
Sitio web: http://museo-ensaga.blogspot.com.ar/ Propuesta educativa web: NO	

Tabla 3

Museos Universitarios pertenecientes a la UNC

En el país se registran 104 museos universitarios, en el caso de nuestra Universidad Nacional de Córdoba, existen 18 museos y varias colecciones relacionadas con la investigación científica. Los museos son los siguientes:

Museo Anatómico "Pedro Ara"	Dependencia UNC
Sitio web: http://museoanatomicoara.webs.fcm.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: NO	
Museo de Antropología	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.museoantropologia.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: http://www.museoantropologia.unc.edu.ar/Educacion.htm	
Museo virtual de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño	Dependencia UNC
Sitio web: http://200.16.25.5/areas/institucional/museov/index.php Propuesta educativa web: NO	
Museo del Observatorio Astronómico	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.moa.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: https://historiadelaastronomia.wordpress.com/	
Museo Botánico	Dependencia UNC
Sitio web: http://museobotanico.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: http://museobotanico.unc.edu.ar/educaci%C3%B3n	
Museo en Ciencias de la Salud	Dependencia UNC
Sitio web: http://cienciasdelasaludmuseo.webs.fcm.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: NO	
Museo Científico y Tecnológico	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.efn.unc.edu.ar/secretarias/extension/museos/mucyt/mucyt.htm Propuesta educativa web: NO	
Museo Casa de la Reforma Universitaria	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.reformadel18.unc.edu.ar/principal.htm Propuesta educativa web: NO (Sólo reservorio de documentos de texto)	
Museo Nacional de Monserrat	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.cnm.unc.edu.ar/museo Propuesta educativa web: NO	
Museo Histórico de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales	Dependencia UNC
Sitio web: NO Propuesta educativa web: NO	
Museo Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba	Dependencia UNC
Sitio web: Facebook Propuesta educativa web: NO	

Museo del Niño y la Mujer “ex Lezcano”	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.humn.fcm.unc.edu.ar/museo-y-biblioteca.html Propuesta educativa web: NO	
Museo de Mineralogía y Geología “Dr. Alfredo Stelzner”	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.efn.unc.edu.ar/museos/mineralogia/ Propuesta educativa web: NO	
Museo de Paleontología	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.paleontologia.museo.efn.uncor.edu/ Propuesta educativa web: NO	
Museo de Patología “Ferdinando Strada”	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.fcm.unc.edu.ar/museo-historico-de-anatomia-patologica/ Propuesta educativa web: NO	
Museo de la Facultad de Psicología	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.psyche.unc.edu.ar/?page_id=140 Propuesta educativa web: NO	
Museo de Zoología	Dependencia UNC
Sitio web: http://www.zoologia.museo.efn.uncor.edu/ Propuesta educativa web: http://www.zoologia.museo.efn.uncor.edu/?page_id=161	
Museo de Odontología	Dependencia UNC
Sitio web: s/d Propuesta educativa web: s/d	
Centro de Producción e Investigación en Artes (CEPIA)	Dependencia UNC
Sitio web: http://cepia.artes.unc.edu.ar/ Propuesta educativa web: NO	