

## **LA MUSEOLOGÍA PARTICIPATIVA. LA FUNCIÓN DE LOS EDUCADORES DE MUSEO**

Almudena Domínguez Arranz

Profesora Titular de Arqueología de la Universidad de Zaragoza  
Directora del Postgrado en Educación de los Museos  
aldomin@posta.unizar.es

Actas de los XIII Cursos Monográficos sobre Patrimonio Histórico (Reinosa, julio-agosto, 2002). Reinosa 2003, pp. 99-117.

Cada vez más el ciudadano busca en los museos su identidad, sus raíces, la comprensión del mundo que le rodea, el placer visual. Hay un interés creciente en percibir, sentir la obra de arte o descubrir aquello que ha formado parte de su entramado social, cultural o intelectual de una forma participativa, a través de medios que le estimulan a explorar, descubrir y analizar.

Desde hace pocos años especialistas en educación o difusión, se esfuerzan por adaptar los contenidos de las colecciones a los diferentes niveles de conocimiento del visitante, por reflexionar sobre la utilidad de los recursos pedagógicos o soportes materiales puestos al alcance de los distintos segmentos de público, en fin, por desarrollar estrategias metodológicas para lograr despertar el interés y curiosidad de los visitantes.

Producir satisfacción invirtiendo en medios didácticos y adaptando las tecnologías audiovisuales y multimedia en cualquier propuesta museográfica es la mejor estrategia de marketing y difusión de la gestión del propio museo.

### **La naturaleza de los museos**

Todo el mundo parece estar de acuerdo en que los museos son instituciones muy complejas, por diversas razones: los organismos que los gestionan, el público que los visita y la naturaleza de su colección<sup>1</sup>. Por la situación administrativa o los diferentes tipos de organismos o instituciones que los gestionan: en España existen numerosos museos de titularidad pública, dependientes de diferentes administraciones, bien sea de la administración central o de las autonómicas, de las diputaciones y cabildos insulares, de los ayuntamientos; otros museos están gestionados por patronatos, fundaciones o la iglesia; por último están los museos privados con ánimo de lucro, administrados por

---

<sup>1</sup> Sobre el tema puede verse: Lord, Lord, 1998; Hernández, 1998; Cuadrado, 2001, pp. 315-319.

particulares, fundaciones o empresas. Por la diversidad del público: la edad es lo que básicamente se utiliza para diferenciar a los visitantes de los museos, sin embargo actualmente se están teniendo en cuenta también otros parámetros como el nivel sociológico, cultural y económico, además de las expectativas de ocio, o los visitantes coyunturales (políticos que acuden a un acto de inauguración, los medios de comunicación, colegios profesionales, congresistas). En función de la naturaleza de sus colecciones el Consejo Internacional de Museos (ICOM) ha considerado ocho modalidades de museos<sup>2</sup>; de entre los cuales los más numerosos son los museos de objetos, artefactos y obras de arte (museos de Arqueología, Arte, o Etnología); y aunque su nacimiento no es reciente, actualmente empiezan a proliferar los museos conceptuales y los que recurren a técnicas de carácter experimental (me refiero a los de Historia, Ciencias Naturales, Ciencia y Tecnología)<sup>3</sup>:

Museos de Arte (31 %): comprenden obras de arte y artes aplicadas. Tradicionalmente han estado vinculados a los museos de Arqueología, constituyendo el germen de los museos provinciales o municipales; sin embargo hoy se tiende a la individualización de las colecciones y en el caso de los museos de arte su orientación hacia el arte contemporáneo. En los últimos años han surgido diversos centros y museos de arte contemporáneo repartidos por la geografía española.

Museos Arqueológicos y de Historia (19 %): exponen restos y artefactos del pasado prehistórico e histórico. Los museos arqueológicos se han abastecido principalmente de los resultados de las excavaciones arqueológicas realizadas en el entorno territorial, fruto de ello es el notable desequilibrio en la información que presentan ya que ésta ha dependido de la regularidad y éxito de las intervenciones arqueológicas y de la orientación profesional de los arqueólogos y directores. Desde hace pocos años los museos de historia han comenzado a adquirir entidad por sí mismos, paladines en muchos casos de los nacionalismos de la comunidad que los acoge.

Museos Generales (15 %), son los depositarios de colecciones mixtas, casi siempre fruto de donaciones de coleccionistas particulares y por consiguiente muy a menudo sujetos a cláusulas rígidas de funcionamiento y normas de conservación de la colección.

---

<sup>2</sup> En Estados Unidos actualmente el modelo de gestión diferencia solamente 4 categorías de museos: museos privados sin fines lucrativos, que son la mayoría, museos estatales, museos de las universidades y museos privados con ánimo de lucro.

<sup>3</sup> Cuadrado, 2001, pp. 315-324, en particular cuadro estadístico y porcentaje de representación de cada modalidad según estadísticas elaboradas en 1996 por el Ministerio de Educación y Cultura.

Museos Especializados (14 %), denominados así a los que contemplan exposiciones temáticas que no están recogidas en las otras modalidades. Se podrían incluir aquí por ejemplo los museos monetarios por su idiosincrasia, ya que a la vez son museos de historia, de técnica, de arte y de sociedad, donde las monedas y billetes constituyen sólo una pequeña parte de su concepto<sup>4</sup>.

Museos Etnográficos y Antropológicos (10 %), con objetos y artefactos que ilustran el folklore y las costumbres de los pueblos. En Europa se han desarrollado sobre todo los de Etnografía estando muy vinculados a las comunidades rurales, mientras que Estados Unidos se ha optado por los museos antropológicos más cercanos a lo que nosotros entendemos por arqueología e historia. Aquí habría que incluir los museos al aire libre dedicados a las artes y tradiciones populares, la mayoría de los cuales se encuentran en los países escandinavos.

Museos de Historia y Ciencia (5 %), con colecciones de paleontología, biología, geología, botánica, a veces de una gran heterogeneidad por estar fundamentadas en donaciones de particulares. Han tenido en muchos casos una finalidad didáctica.

Museos Regionales (3 %), son museos con colecciones diversificadas que pretenden documentar algún aspecto histórico, arqueológico, industrial, del territorio donde están ubicados.

Museos de Ciencia y de Tecnología (2%), albergan exposiciones relacionadas con las ciencias exactas y tecnológicas. Son los de más reciente creación, con inversiones millonarias de entidades públicas y privadas.

La complejidad aumenta si además se valora la situación de los profesionales que están al frente de estas instituciones y/o de las colecciones, sujetos en muchos casos a movilidad, sufridores de la carencia de recursos humanos y materiales, y de la escasa oferta de programas de formación y reciclaje<sup>5</sup>.

## **Museos y globalización**

¿Qué es un museo y qué no es? La respuesta nos puede venir de la mano de los estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM),

---

<sup>4</sup> Humbert, 2001, p. 45.

<sup>5</sup> A este tema se dedica *Cuadernos de Estudios*, núm. 10, 2002, con varios artículos de interés. Las directrices del ICOM relativas a los planes de estudio para el desarrollo de profesionales de los museos en <http://www.icom.org/ictop>.

“...una institución permanente, abierta al público, sin ánimo de lucro y administrada en interés de la sociedad, cuyo propósito es la reunión de una o varias colecciones de objetos artísticos, científicos, históricos o tecnológicos o de especímenes, con valor cultural y educativo, y su conservación, estudio, exhibición e interpretación, para el enriquecimiento educativo y el goce de la gente”

Pero hay otras formas de definir un museo menos rígidas y quizás más comprometidas con la problemática actual de la sociedad, con la experiencia personal del visitante, o la del que observa, analiza y evalúa el comportamiento de cada uno:

“Los museos son maravillosos, estimulantes, frustrantes, irritantes, espantosos, condescendientes, descubridores, aburridos, excitantes, arcaicos, futuristas. Lo mágico es que cualquiera de ellos puede ser todo esto simultáneamente ...” (Bonniface y Fowler).

“Un museo debería ser sobre todo un proyecto intelectual que permita conjugar, priorizar, secuenciar, desarrollar, gestionar, explotar los diferentes aspectos de conservación, investigación y difusión de sus fondos” (Asensio y Pol).

Podríamos introducir más opiniones al respecto. La concepción de museo, pues, varía desde la óptica del usuario, su edad, su situación personal, sus inquietudes y conocimientos, pero también evoluciona con la historia, con la realidad social. En los últimos cincuenta años estamos siendo testigos de cambios de enorme trascendencia a nivel mundial como la multiplicidad racial y cultural fruto de los movimientos migratorios. La movilidad a la que se ven sometidas muchas familias que viajan miles y miles de kilómetros con sus escasas pertenencias huyendo de las guerras, de la hambruna, de la situación de inseguridad que asola sus territorios, con expectativas de una vida mejor, de un trabajo, está provocando una enorme simbiosis racial y cultural, pero también la destrucción sistemática de la identidad cultural de los pueblos. Cada vez son más habituales las noticias de aniquilamiento del patrimonio histórico y cultural por confrontaciones bélicas y actos terroristas (las más recientes: la guerra del Golfo Pérsico, la desintegración de la antigua Yugoslavia, la guerra en Afganistán, los inacabables conflictos en el Próximo Oriente), de profanación y saqueo con total impunidad (la demolición de imágenes budistas por los talibanes afganos, las destrucciones en Timor Oriental tras la sublevación de 1999), o pillaje generalizado (compraventa del patrimonio en general, del patrimonio subacuático en particular<sup>6</sup>).

---

<sup>6</sup> Está, entre otras, la Resolución núm. 3 de Barcelona, contra el tráfico ilegal de objetos u obras de arte, y la *Liste Rouge* del ICOM dedicada a los abjetos arqueológicos africanos amenazados por el saqueo. Ver el *Código de Deontología del ICOM* y el editorial *Noticias del ICOM*, núm. 2, 2002. El 2 de nov. de 2001 se adoptó la Convención sobre Patrimonio Cultural Subacuático, en la 31ª Conferencia General de la Unesco, para imponer restricciones a los cazadores de tesoros y sancionar las infracciones; el texto de la Convención puede consultarse en [www.unesco.org/culture/legalprotection](http://www.unesco.org/culture/legalprotection).

Bajo el lema “Los Museos y la Mundialización”, los museos de todo el mundo emprendieron programas de actividades abiertas al público en el día Internacional del Museo 2002. Fomentar la cooperación mundial, y concienciar a los responsables de todos los museos del mundo de hacer un tratamiento igualitario de las culturas y proteger el patrimonio en peligro, fue el tema que eligió el ICOM. Sobre la misma idea gravita el proyecto de Museo Nacional de las Culturas Mundiales en Gotemburgo (Suecia)<sup>7</sup>, centro cuya apertura se prevé hacia finales de 2004. Se trata de una iniciativa estatal cuyo objetivo principal es abordar, a través de exposiciones temáticas especializadas, los problemas mundiales contemporáneos recurriendo a las colecciones propias y las prestadas por otros museos, y ser un espacio para el aprendizaje y la reflexión. El discurso parece en principio novedoso porque parte de una concepción más abierta que la del museo de siempre: frente a la idea de homogeneidad cultural que se ha venido defendiendo tradicionalmente, se pretende resaltar la diversidad y la problemática actual en la que estamos inmersos donde sigue presente la guerra, la violencia, el fanatismo, o el saqueo. No se busca fomentar el orgullo nacional y la unidad como ha sido habitual sino los errores y las políticas equivocadas.

Contribuir a la paz y la tolerancia, respetar la diversidad, es el objetivo de los museos que abarcan la problemática de las migraciones. El Museo de la Inmigración de Melbourne (Australia) prepara programas orientados a familias, profesores de primaria y secundaria, y adultos en general (discapacitados, colectivos de empresas, asociaciones de tercera edad de mujeres) pero sobre todo está comprometido con los más pequeños a través de talleres que exploran el problema de la migración y la diversidad cultural. El “Programa Pasaporte” plantea una jornada interactiva para escolares que viajan con su propio pasaporte a través del Museo, una jornada física y emocional, llena de riesgo, expectación, inseguridad; el objetivo del viaje es descubrir las causas que motivan a la gente a abandonar su país; también percibir el impacto de la inmigración en la actualidad. En “Haz tus maletas”, cada maleta cuenta una historia de gente diferente, ambientada en distintos lugares y períodos históricos, explicando qué les ha motivado a salir de su país y quedarse a vivir en Australia, cómo se relacionaban entre sí y con los habitantes del país.

No menos interesante es el planteamiento del Norwegian Emigrant Museum, que nació como institución independiente en 1988. Su discurso museográfico se centra en la historia del país y los movimientos migratorios producidos entre 1825 y la actualidad, en

---

<sup>7</sup> Sandahl, 2002, p. 6.

un primer momento hacia destinos muy alejados (Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda), en la segunda mitad del siglo XX se produjo el retorno de generaciones en busca de sus raíces; y más recientemente otra ola de emigración para identificar a los antepasados que nunca regresaron al país. El propósito de la investigación del museo es analizar estos procesos de vaivén, de emigración, inmigración y migración de retorno, el desarrollo cultural en la tierra donde se asentaron, su relación con la patria y cultura que dejaron atrás, el impacto en el país del retorno de los emigrantes, la recopilación de materiales diseminados, documentos históricos y literarios, historia oral, y preparar exposiciones, publicaciones, vídeos y programas de público.

En estos museos, también en el Museo de la Inmigración de Ellis Island (“Puertas de la Libertad”) abierto al público en 1990 en las instalaciones de la antigua estación de inmigración (donde estaba la Oficina de Registro de los inmigrantes que llegaban al puerto de Nueva York, hasta su traslado en 1954 a los edificios que ocupa hoy en la isla de Manhattan) se utilizan recursos muy parecidos para descubrir la historia de los movimientos migratorios: testimonios orales, historias personales de las familias que se han trasladado, equipajes, fotografías, ropas y pertenencias materiales. (Fig 1). Nos encontramos ante un discurso museográfico comprometido con un problema que en la actualidad afecta a casi todos los países y que es abordado desde diferentes foros, así el III Coloquio Internacional de Geocrítica sobre "Migración y cambio social", organizado por la Universidad de Barcelona, en mayo del 2001, con temas de enorme interés como el estudio del fenómeno migratorio desde las perspectivas del proceso de la migración, migración y mercado de trabajo, migración y cohesión social, migración y políticas públicas, inmigrantes urbanos e inmigrantes rurales, y migración y crecimiento económico.

Si concebimos el museo como un entorno de aprendizaje interdisciplinario y multidisciplinario, estos y otros temas controvertidos y de actualidad tienen cabida -y de hecho así ha sido aunque en contadas ocasiones-: el racismo, la pobreza, la marginación, el paro, la explotación de la infancia, la violencia, el consumo de drogas, el SIDA, el deterioro de las ciudades, la sociedad de consumo, el impacto de nuestra sociedad industrial sobre el medioambiente.

**Los estudios de público. ¡Me observan!**

No es el momento para entrar a considerar los estudios de público sobre los que, por otra parte, existe una extensa bibliografía, sin embargo me interesa subrayar algunos planteamientos de estos trabajos que están muy relacionados con las acciones educativas de los museos. Los modelos de estos estudios hay que buscarlos en los “*visitor studies*” de los museos norteamericanos y canadienses<sup>8</sup> potenciados desde hace tres décadas: a través de diversos métodos de acercamiento como la observación directa, las entrevistas en las salas, los talleres específicos (estaciones móviles de interpretación, áreas de interpretación), se mide la efectividad de los tipos de montaje y de su contenido: su poder de atracción, sus medios y posibilidades educativas<sup>9</sup>.

En Europa, aunque de incorporación más tardía, son ya numerosas las instituciones museísticas que realizan una evaluación anual o bianual del comportamiento de los visitantes ante las exposiciones, ejemplar es el planteamiento del “l’Observatoire Permanent de Public” promovido por la Dirección General de Museos en Francia para la evaluación de todas las exposiciones. Sin embargo, en nuestro país estos estudios apenas tienen una década de existencia sin siquiera lograr por el momento una sistematicidad ni extensión a todos los museos, siempre en función de la disponibilidad presupuestaria. Buenos modelos son los programas y evaluación aplicados a los museos de Ciencia y Tecnología de la Comunidad Autónoma de Madrid, también a las exposiciones de museos de Arqueología, Etnología, Bellas Artes y Ciencia y Tecnología de otras comunidades, financiados por diversos estamentos<sup>10</sup>.

Su finalidad no estriba únicamente en entablar un diálogo ocasional con el visitante, observar su comportamiento en distintas situaciones, estaciones del año, horarios, sino sobre todo contribuir a la planificación de la gestión del centro y la política a seguir, en definitiva a plantear estrategias para incrementar la asistencia de los

---

<sup>8</sup> En Estados Unidos la educación museística va muchas veces en tandem con los “*visitor studies*” y se edita, entre otras, la revista *Visitor Studies Today*. En varios museos del país existe un Departamento de Educación y Programas Públicos, como el del Museum of Fine Arts de Boston, o la Dirección de Programas Generales y Educación en Museos en el Art Institute de Chicago.

<sup>9</sup> Asensio, Pol, 1996, pp. 11-20 demuestran que los dioramas atraen más a los visitantes que los no dioramas y provocan mayores niveles cualitativos de interacción e implicación atencional. También Asensio, 2002 p. 16.

<sup>10</sup> Nos referimos al ‘Mapa de Público actual y Potencial del Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Madrid’, proyecto financiado por el Plan Regional de Investigación de la Comunidad Autónoma; ‘el programa de Evaluación de la Red de Museos y Centros de Divulgación Científica de la Comunidad de Madrid’, financiado por la misma Comunidad; ‘Público y Museos’, en el que colaboran el Museo del Prado, el Museo Nacional de Arte Romano de Mérida, el Museo Nacional de Escultura de Valladolid, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, el Museo de Artes y Tradiciones Populares, el Museo Provincial de Lugo, el Museo Tiflológico de la Organización Nacional de Ciegos Española (ONCE), el Museo Marítimo de Barcelona, con fondos de la Dirección General de Investigación Científica y Técnica (DGyCIT); y el ‘Proyecto de Evaluación de la Red de Museos de la Comunidad de Extremadura’, financiado por la Junta de Extremadura. Asensio, 2002, pp. pp 251-256; Asensio *et alii*, 1999, pp. 123-148; Asensio, Pol, Gomis, 2001a y 2001b. En general la bibliografía recogida en Asensio, 2002, pp. 237-251.

que no son asiduos de sus instalaciones: el público potencial y el no público. Es decir, el visitante que va muy ocasionalmente al museo (a causa de un compromiso social o de la presión mediática de visitar una exposición “de moda”), y aquel que ni siquiera tiene la intención de acercarse jamás por un museo, el que no se le ha pasado por la cabeza atravesar sus puertas. Si hay presupuesto los programas de externalización de las actividades o de “extensión” pueden ser estrategias excelentes de captación de esa audiencia inhabitual, (los talleres de historia oral que se pueden llevar a los barrios, a las asociaciones de discapacitados, grupos de tercera edad). No es una novedad el elevado coste que supone mantener estos programas externos, para ello las asociaciones de amigos, el voluntariado y la sponsorship externa resultan buenas ayudas a los educadores.

“El futuro de los museos depende en gran medida de los programas de extensión: hay que abrir el museo a la comunidad entera, a los barrios y a los escenarios más diversos; hacer que aparezca en las pantallas de los televisores y en Internet, para que no sea ajeno a todos aquellos que por razones educativas, económicas o sociales aún no se les ha pasado por la cabeza atravesar sus puertas”<sup>11</sup>

A veces la externalización es necesaria por las circunstancias del país. No pensemos exclusivamente con mentalidad europea. El “Museo Móvil”, ideado por el Servicio Educativo del Museo Nacional y Galería de Arte de Bostwana, fue creado con el objetivo de acercar el museo a las regiones rurales, dadas las enormes distancias entre la capital y los pequeños núcleos de población, presentando en las escuelas y aldeas exposiciones, películas y conferencias sobre temas de historia, geografía, ciencias, la forma de vida de las diferentes tribus del país, la artesanía tradicional<sup>12</sup>.

Hay que conocer los distintos niveles de visitantes para saber cómo orientar su aprendizaje en el museo y no dirigir los contenidos de la exposición exclusivamente a los usuarios frecuentes que ya conocen el vocabulario y contenidos de la institución. No cabe duda que los visitantes ocasionales necesitan hacer mayor esfuerzo para visitar el museo, y lo utilizan a veces dentro de su tiempo de ocio. También valorar los segmentos de edad y sus necesidades, puesto que cada edad tiene unas características y expectativas diferentes en relación con sus procesos de aprendizaje, su psicología, sus condiciones físicas. Evidentemente no es lo mismo el público escolar (aproximadamente el 25 % de las visitas de los museos) que va a la exposición acompañado o “dirigido” por sus educadores, que las familias, los grupos, o los visitantes individuales. Hay que cuidar a los visitantes individuales. Las técnicas empleadas para establecer la comunicación serán por

---

<sup>11</sup> Lord, Lord, 1998, p. 127

<sup>12</sup> Madondo, 1982, pp. 189-193; Hansen, 1994, p. 176.



consiguiente distintas atendiendo a los diferentes criterios de diferenciación de este público<sup>13</sup>.

Con el fin de conocer las experiencias de los visitantes con la exposición fuera de contexto, se realizan la evaluación previa, en la fase anterior al montaje de la exposición y la evaluación formativa durante las etapas de diseño de la misma. Sin embargo, a veces los planificadores de la exposición están demasiado involucrados en el proyecto para ver los problemas más simples. La evaluación sumativa, la más habitual, incorpora ya todos los componentes de la exposición, es importante porque tiene en cuenta también factores de diseño que afectan igualmente a las experiencias de los visitantes. Se compara las conductas de los visitantes y sus experiencias con los objetivos de la exposición. En el Milwaukee Museum (Wisconsin, USA), una institución en la que se están introduciendo constantes mejoras en las exposiciones permanentes, los cambios que afectan tanto a los fondos, a la manera de exponerlos, a los espacios expositivos, a los medios comunicativos utilizados, como a las estrategias de desarrollo del museo, vienen precisamente de los ensayos efectuados con las exposiciones temporales<sup>14</sup>.

### ***La museología participativa. Los Departamentos de Educación***<sup>15</sup>.

Aunque podría parecer que el concepto de museología participativa es nuevo, sin embargo nada menos cierto: a finales del XIX los ecomuseos escandinavos<sup>16</sup> ya tenían estos planteamientos, y a principios del siglo XX el Newark Museum de Nueva Jersey presentaba como uno de los objetivos de la institución prestar la misma atención a la educación que a las colecciones y exposiciones.

“...el placer mucho más cerebral que resulta de la curiosidad, el asombro y el aprendizaje que conjugan en los museos. Las instituciones pueden aprovecharse ventajosamente de la valoración de sus programas a la luz de la gama de

<sup>13</sup> Padró, 1996, pp. 27-29.

<sup>14</sup> Asensio, Pol, *Visitor Behavior at Wisconsin and North American Indians Exhibits*. Milwaukee: Milwaukee Public Museum (memoria de proyecto con el mismo nombre, no publicado). Kom, 1996, pp. 21-24. Asensio, 2002, pp. 249-252, se insiste en la idea de que los mensajes de las exposiciones son poco asequibles por un porcentaje muy alto de visitantes al manejar mensajes comunicativos muy complicados y de nivel conceptual muy elevado. Para lograr el objetivo es necesario conocer las concepciones previas o espontáneas del visitante, por ejemplo aplicando los “testing areas” (ya experimentados en el Centro de Arte Reina Sofía, Museo Nacional de Escultura de Valladolid y Museo Marítimo de Barcelona, entre otros).

<sup>15</sup> También llamados Departamentos de Difusión, Acción Cultural, Desarrollo Cultural, Servicio Pedagógico, etc. Sobre la museología participativa o el cometido educacional de los museos ver: Hansen, 1994, pp. 176-183 (ha sido coordinador de un proyecto de la Unesco sobre “Interdisciplinarietà y complementariedad entre la labor educativa de los museos y los programas escolares”).

<sup>16</sup> Delarge, 2002, pp. 139-155: el autor hace una reflexión sobre el concepto de ecomuseo, su vigencia y actual utilización.

experiencias agradables que sienten las personas, y que pasan por la gama de las emociones y las aventuras, el juego, la cavilación, la observación y el desarrollo de aptitudes, brindando a sus visitantes una clara combinación de experiencias”<sup>17</sup>

Es decir, el museo contemplaba por primera vez al visitante como sujeto de interés, y las colecciones importantes en tanto en cuanto están al servicio del público, para desarrollar su capacidad de asombro, su posibilidad de experimentación y desarrollo de habilidades. Para entonces en Estados Unidos se habían creado museos de arte de gran envergadura como el Metropolitan Museum of Art, el Boston Museum of Art, el Philadelphia Museum of Art, el Chicago Art Institute. A través de ellos se fijaría el concepto de museo como entidad orientada a la educación frente a la idea de templo de las musas o gabinete de curiosidades que había prevalecido hasta entonces, sin embargo la noción que se tenía de educación era muy restrictiva, ya que se consideraba que los estudiantes debían ir al museo para entrar en contacto directo con los objetos y delante de ellos desarrollar su propio juicio crítico, pero sin ayuda de nadie, puesto que la educación era un deber de las escuelas no del museo.

Es en los últimos cincuenta años que las instituciones museísticas han ido aceptando de forma gradual su compromiso educador -algunos todavía con bastantes reticencias- creando departamentos especializados desde donde se planifican actividades orientadas al público, convencidos de que la mayoría de las veces el visitante no es una persona instruida o informada y por tanto necesita ayuda para comprender la obra y aprender a disfrutarla. No siempre el nivel de comunicación de una obra u objeto es accesible al público por ello hay que poner a su alcance medios para facilitarle esta comprensión. Aquí surge hablar de un problema real y es la escasa o a veces nula comunicación que hay entre los conservadores y los educadores en bastantes museos, a causa de los distintos puntos de vista que manejan o más bien prioridades que establecen<sup>18</sup>.

Un museo no debe ser exclusivamente un depósito de objetos que hay que proteger, restaurar, investigar y exhibir, sino que se trata además de un lugar para la comunicación, el diálogo, la distracción. Se empieza a entender que el museo es un lugar de reunión, de relaciones sociales, de “descubrimiento”, de desarrollo de experiencias y de aprendizaje de habilidades. Un espacio de reflexión y concienciación de los más jóvenes como plantea el Museo del Niño y Centro de Documentación Histórica de la Escuela (Albacete), que en

---

<sup>17</sup> Kotler, 1999, pp. 19-27.

<sup>18</sup> Goodman, 1999, p. 12. Interesante artículo sobre el principal problema que afecta a muchos museos: la falta de entendimiento entre los conservadores y profesionales del museo y los educadores, resaltando aquellos en los que se ha hecho un esfuerzo por lograr un trabajo en común con un resultado más satisfactorio en la evaluación de las exposiciones.

sus programas pretende no dejar impasible al visitante sino trasladarle hacia una mínima reflexión sobre la problemática que afecta a la infancia en todo el mundo, y de la que estamos siendo testigos diariamente a través de los medios de comunicación. El Museo del Niño de Buenos Aires, inaugurado hace pocos años en un *Shopping Center*, motiva a los niños simulando acciones ligadas a su entorno social: la compra en un supermercado, la apertura de la caja fuerte de un banco, la realización de programas mediáticos, etc.<sup>19</sup> (Fig. 2).

Con esta finalidad los museos, en las últimas décadas, han potenciado acciones orientadas a una mejor atención al público, como son los servicios de visitas guiadas y los departamentos de programación y difusión educativa y cultural. Hay que señalar que con frecuencia los departamentos de educación asumen tareas que no son de su competencia, o no deberían serlo, como es la proyección de la imagen del museo, la promoción y el marketing para aumentar o asegurar la audiencia, lo que sería responsabilidad de otros servicios específicos creados *ad hoc* o de la propia administración del museo. Es un tema de gestión<sup>20</sup>. Desde estos departamentos se promueve el intercambio de información y documentación entre los docentes y el personal de los servicios educativos de los museos. Para plantear y fomentar estas acciones son bien útiles los estudios que analizan el perfil del público real, el potencial, y el no público (atendiendo a diversos parámetros como son la procedencia geográfica, edad, nivel cultural, profesional, económico, intereses), como se ha apuntado en el apartado anterior. Sin embargo, parece fundamental una revisión en profundidad del planteamiento general de la educación y la difusión dentro del museo, a tenor de los cambios producidos en los últimos años en el contexto de las instituciones donde estas acciones tienen lugar, como en el conocimiento de los procesos implicados en las mismas<sup>21</sup>.

De todas formas, es evidente que los responsables de educación de los museos manifiestan una creciente preocupación por mostrar las exposiciones más atractivas a los visitantes que muchas veces conciben la visita a un museo como una actividad lúdica, relacionada con el ocio. Kotler<sup>22</sup> apunta diversas estrategias de captación de audiencia sobre todo en las temporadas bajas, como son la ampliación de la oferta del museo, la renovación más frecuente de las exposiciones incluso utilizando los propios fondos, y la celebración de acontecimientos especiales como conciertos de música, coctails,

---

<sup>19</sup> Villar, 2001, pp. 241-248.

<sup>20</sup> Lord, Lord, 1998, p. 129

<sup>21</sup> Tal como reconoce Asensio, 2002, p. 219 y en general el cap. 8. Véase también las ponencias sobre las didácticas de Departamentos de Educación de varios musos publicadas en IBER, 1998.

<sup>22</sup> Kotler, 1999, pp. 17-18. Además: Fullea, 1987 y García Blanco, 1998.

conferencias, funciones de teatro, organización de visitas o rutas culturales, etc.

Fundado en 1899, el Brooklyn Children's Museum fue el primer museo infantil que aplicó la interactividad en sus exposiciones<sup>23</sup>. Desarrolla unos atractivos programas didácticos para potenciar la creatividad, capacidad crítica y experiencia de los niños, y fomentar el respeto por la diversidad cultural. Tiene además una biblioteca especializada y el programa "After School Adventures Program", que funcionan en horario extraescolar para impedir el vagabundeo de los niños que no pueden ser atendidos por sus padres en este horario. El compromiso del museo con la educación de la comunidad ha llevado a aplicar desde su creación los sistemas de evaluación en todo el proceso de desarrollo de la exposición (evaluaciones previa, formativa y sumativa) para identificar los intereses de los visitantes y el éxito en la transmisión de los contenidos.

La extensión de la programación fuera de los días y horarios escolares tiene también por fin estimular el aumento de la audiencia. Es el propósito del ecomuseo de Gavá (Barcelona) donde se visitan unas minas neolíticas, a través del programa de "aventura" de los fines de semana, enfocado a captar a jóvenes y adultos: la visita aumenta su duración habitual con un recorrido a través de las galerías de la explotación. Es la misma idea de los programas de fin de semana o períodos vacacionales que desarrolla el Museo Nacional de Arqueología de Tarragona, el Museo Arqueológico de Ampurias, el Museo de Arte Romano de Mérida, entre otros.

La colaboración de los profesores en el proceso de creación de un programa educativo conduce a un mayor éxito en los resultados de la propuesta. Así el Proyecto "Museum & School", desarrollado por el National Museum of Coins and Medals de Leiden y orientado a niños de escuela primaria, contó desde su gestación con la colaboración y opiniones de los profesores. Incrementar el interés por la cultura, considerar el museo como fuente de información y un lugar para aprender y pasarlo bien, fueron los principales objetivos de sus promotores. A partir de las monedas y los billetes se podían reforzar conceptos del programa curricular, de aritmética, pero también aspectos de historia y sociología ligados al dinero<sup>24</sup>.

En una sociedad como la nuestra donde predomina la información audiovisual, la interactividad sin duda fomenta la comunicación y la capacidad participativa, fundamental en los medios educativos porque permite al estudiante no sólo admirar sino

---

<sup>23</sup> Fernández, 1996, pp. 57-60.

<sup>24</sup> Los, 2001, pp. 359-361

explorar sus propias estrategias de aprendizaje profundizando según su voluntad. Esta interactividad se ha desarrollado sobre todo en los museos de ciencia y técnica y en los centros de arte contemporáneo.

“Junto a la utilización didáctica, la interactividad ofrece enormes posibilidades en el estudio tanto de la imagen como de la cultura icónica, fundamental en nuestra sociedad audiovisual. Las construcciones interactivas constituyen hoy el mejor vehículo para transmitir un mensaje de gran fuerza expresiva. Invita al usuario a pasar de la admiración a la comprensión de la obra visual y posibilita la inclusión de la obra en su propio contexto, su situación en el lugar y en el momento en que fue creada, facilitando la indagación sobre la motivación que impulsó a crearla. El nivel de profundización dependerá de la voluntad del usuario”<sup>25</sup>

Pero también debe cuidarse su correcta aplicación y no incurrir en errores del pasado por una mala o abusiva utilización de los medios audiovisuales. Como apuntan Thomas y Mintz incorporar un ordenador a una exposición aburrida no se conseguirá más que una exposición aburrida con un ordenador<sup>26</sup>,

“ Les écrans –d’ordinateur ou video- que se multiplient dans les musées ont bien sûr l’avantage de lier le plus étroitement ces lieux à ceux de la vie quotidienne, mais ne sont pas forcément l’idéal pour les enfants qui sont déjà hyper nourris de télévision et d’ordinateur tant à la maison qu’à l’école”

“... On ne peut pas aujourd’hui qu’il [le musée] ne consacre pas une de ses parties à l’adaptation des nouvelles technologies aux collections: il se doit de développer les thèmes principaux susceptibles d’être valorisés ou mieux compris grâce aux nouvelles technologies”<sup>27</sup>

Si uno de los objetivos de los museos es lograr la mayor eficacia en la transmisión de los mensajes expositivos, está claro que los sistemas interactivos bien entendidos se plantean como acciones que facilita la intervención del espectador, pasar de sujeto pasivo a sujeto activo siendo actor de su propio aprendizaje<sup>28</sup>. No cabe duda que en los museos hay un mayor interés por el fomento de la interactividad, la producción de recursos comunicativos, y la organización de actividades para distintos públicos (guías didácticas para profesores y alumnos, programas o visitas- talleres para familias, guías didácticas para las exposiciones temporales, hipertextos). Sin embargo no vale todo. La experiencia lleva a reconocer los problemas de planteamiento que tienen buena parte de estos recursos producidos por los museos y la necesidad de someterlos a evaluación permanente. De hecho en la trayectoria de algunos museos se observa que los materiales no han

<sup>25</sup> Bellido, 1991, p. 82 y en general el cap. III, apartados 1.2 y 1.3, sobre interactividad, multimedia/hipermedia. Además: Burdea, Coiffet, 1996; Cornwell *et alii*, 1993; Cotton, Oliver, 1994; Thomas, Mintz, 1998.

<sup>26</sup> Thomas, Mintz, 1998, p. 82.

<sup>27</sup> Humbert, 2001, p. 44 y conclusiones en p. 48.

<sup>28</sup> El Exploratorium de San Francisco, fundado en 1969, fue pionero en desarrollar el aprendizaje experimental. Danilov, 1989, pp. 155-159.

experimentado ningún cambio de contenido, diseño y/o metodología de transmisión en varios años (adultos que trabajan hoy en el campo de la museología recuerdan utilizar los mismos materiales que cuando eran adolescentes):

“Las “guías didácticas” de los museos son, en determinadas ocasiones, un compendio de superficialidades e inadecuaciones didácticas, con ejercicios y actividades intuitivistas, cuando no inexactitudes disciplinares intolerables en el contexto de un museo que no debe perder nunca el referente de ser una institución científica de alto nivel. Resulta decisivo el papel de la evaluación sistemática de estos materiales como *feed-back* fundamental en el proceso de diseño de módulos didácticos”<sup>29</sup>

Por ello antes de decidir la puesta en práctica de un programa es importante averiguar las necesidades del público frente al museo y no exclusivamente del museo frente a sus colecciones. Los conservadores y directores de museos deberían procurar dedicar una parte de su horario laboral a relacionarse con los visitantes del museo para conocer sus expectativas y aplicarlas en sus planteamientos expositivos

El museo debe ser también un factor de dinamización social. Debe animar a la participación de las propias comunidades en la conservación y difusión de sus bienes culturales. En Latinoamérica el compromiso social y educacional están más arraigados que en Europa. Podemos poner el ejemplo del brasileño Ecomuseo de Santa Cruz, en Río, el cual a pesar de no disponer de la infraestructura y personal de los grandes museos, desarrolla un programa de pedagogía participativa con talleres interactivos vinculados a un entorno ambiental, social y cultural notablemente desfavorecido, además de recursos muy variados para fomentar la participación de la población local. El objetivo es ayudarles a descubrir su identidad, a despertar el interés por conservar y difundir su propio patrimonio, en peligro de extinción.

Me parece ejemplar el “Programa de educación popular para los museos en Africa del Oeste”, para sensibilizar al público sobre la necesidad de proteger el patrimonio y la cultura popular, desarrollado entre 1998-1999 en Bulawayo, Zimbabue. Igualmente ejemplares son las experiencias de acercamiento de las comunidades al museo a través del “Proyecto MEPOA (Museum Education Programme of Africa) II. Proyecto de animación relativo al trabajo de las mujeres con la finalidad de las comunidades rurales a los museos”, y la exposición “Alfarería de Burkina Faso: manos femeninas hábiles”, realizada en 2001 en el Museo de las civilizaciones de Poni en Gaoua

---

<sup>29</sup> Asensio, 2002, p. 218.

(Burquina Faso)<sup>30</sup>, con la finalidad de itinerar por las restantes provincias de Burkina Faso. Se llevó a cabo un programa de encuentros con profesores de las escuelas, además de talleres donde lo importante era la participación de las mujeres comunicando sus experiencias personales y ancestrales en esta actividad artesanal. Paralelamente se consideró de gran importancia la elaboración de materiales diversos para extender las actividades diseñadas a otros países con la misma problemática de Burquina Faso. Ya hemos hablado de “La cebra sobre ruedas”, o el servicio móvil del Museo Nacional y Galería de Arte de Bostwana, y su labor de conocimiento de la historia cultural de los grupos étnicos del país.

No es una idea nueva. Ya finales del siglo XIX fue puesta en práctica por los ecomuseos de los países escandinavos, con el Museo de Skansen de Estocolmo como pionero, y en el primer cuarto del siglo XX por los de los Países Bajos y Alemania<sup>31</sup>. En ellos, como en los museos franceses, hacia los años 60, y demás países europeos y del continente americano, a partir de los 80, se buscaba también la aproximación de las comunidades rurales a las sociedades industriales a través de actividades manuales y artesanales, actividades comerciales, sociales, recreativas, de restitución de la vivienda, etc. La organización de acciones de este tipo puede contribuir a que el medio físico posea el contexto histórico necesario para convertirlo en una experiencia educativa, colaborando de esta forma a la recuperación y revalorización de las tradiciones y del patrimonio material e inmaterial, en constante peligro<sup>32</sup>.

Actualmente, gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías las técnicas de eposición han experimentado un fuerte avance sobre todo en Estados Unidos, donde se realizan montajes enormemente atractivos pero de costo incalculable. El Museo de Ciencias Naturales de Houston (Texas) dedica nada menos que cerca de 9.000 m<sup>2</sup> a la presentación de la Casa de las Mariposas y la Floresta tropical, el montaje permite percibir la sensación de humedad de la selva tropical, los olores y sonidos de la jungla, e incluye la visita a un templo maya restituido a tamaño natural y un estanque de pirañas<sup>33</sup>. Es evidente que la competencia de estos centros científicos o parques temáticos con los museos tradicionales es muy fuerte y desorbitada no sólo por espacio sino también por presupuesto: por poner un ejemplo, la propuesta “Terrores del abismo” del Parque Orlando de Florida, de

---

<sup>30</sup> Programas de ICOM para los museos en África, AFRICOM, en relación con el proyecto especial “Programas de educación popular en los museos de África occidental” a fin de potenciar el papel de los museos en la educación y favorecer una mejor integración en la vida de la comunidad. El informe final de síntesis está disponible en: [secretariat@icom.org](mailto:secretariat@icom.org).

<sup>31</sup> Angotti, 1982, pp. 180-181.

<sup>32</sup> Sobre los ecomuseos: Rivard, 1985, pp. 202-205; Hernández, 1998, pp. 294-309. La enseñanza de la historia en los museos al aire libre: Angotti, 1982, pp. 182-186.

<sup>33</sup> Stickler, 1995, pp. 38-39.

inmersión en el medio oceánico, con una visita diaria en 1995 de más de 30.000 personas, costó nada menos que seis millones de euros<sup>34</sup>.

### ***Los cursos de formación universitarios: el Postgrado en Educador de museo de la Universidad de Zaragoza.***

El educador de museo o *museum educator*, un concepto perfectamente afianzado en Estados Unidos y Canadá, como se puede deducir de todo lo anterior, donde incluso existen especializaciones, como el educador de programas para familias, el educador de programas para empresas, etc., es alguien que debe contar con una formación básica en museología, que le posibilite conocer la gestión, el funcionamiento y contenidos de la institución, pero sobre todo estar capacitado y motivado para ampliar esa formación en el transcurso de su carrera profesional<sup>35</sup>.

El educador tiene una misión muy importante debido a su papel de enlace entre el museo y los centros de educación, estableciendo propuestas educativas para la mejor adquisición del conocimiento. En los museos se aprende de forma distinta que en los centros de educación; es el aprendizaje informal, complementario de la enseñanza reglada que se imparte en las escuelas y fundamental para mejorar el desarrollo intelectual de todas las personas. Para ello este profesional trabaja en el desarrollo de estrategias didácticas creando diferentes recursos materiales: cuadernillos, maletas, carritos, fichas educativas, talleres de trabajo, juegos, audios, vídeos, hojas informativas, recorridos libres, paneles orientativos, diferentes niveles de comprensión de los paneles), materiales dirigidos a transmitir, los objetivos, contenidos y propuestas del museo<sup>36</sup>. Pero su misión va más allá de la mera elaboración de materiales didácticos.

Es decir, que además de ser un provocador y buen comunicador, de saber tratar al público, estar dispuesto a hacer demostraciones y promover el diálogo con los visitantes, de responder a sus cuestiones, el educador de museo debe estar dotado de una buena preparación museológica, conocer la práctica cotidiana y el funcionamiento interno del museo.

---

<sup>34</sup> Stickler, 1995, p. 40.

<sup>35</sup> Busto, 1996, pp. 54-56.

<sup>36</sup> Lavado, 1987, pp. 19-32. Juegos de naipes, dominós, ajedrez, Monopoly, la Oca adaptados a cada colección y museo, puzzles, crucigramas, jeroglíficos, recortables, juegos o kits sobre personajes o trajes históricos, sobre arq. y restauración. Se han producido sobre todo en los museos de niños o de juguetes, como: Papalote Museo del Niño, en ciudad de México, Museo del Niño de Puerto Rico, La Burbuja Museo del Niño.



Desde hace una década las universidades españolas<sup>37</sup> han comenzado a introducir en la enseñanza formal asignaturas de museología y en su tercer ciclo maestrías con esta denominación, algunas desaparecidas, otras continúan en la actualidad como el Master de Museología y Exposiciones de la Universidad Complutense de Madrid, Master de Museología de la Universidad de Barcelona, Master Universitario de Museología de la Universidad de Granada, Master en Museología de la Universidad Politécnica de Valencia, Master en Museología de la Universidad de Oviedo y Master en Museología de la Universidad de Valladolid; además del Diploma en Museología Científica de la Universidad Pompeu Fabra, y el de Gestión de Museos y Recursos Patrimoniales de la Fundación Universidad CEU San Pablo de Valencia. Ahora bien, para obtener una buena especialización en educación del patrimonio es necesario recurrir a cursos más especializados como el de Educador de Museo que imparte la Universidad de Zaragoza desde 1989, y de más reciente creación el de la Universidad de Gerona.

El Postgrado en Educador de Museo (Fig. 3). cuenta entre los primeros Estudios Propios implantados por la Universidad de Zaragoza gracias al apoyo de instituciones públicas que en distintos períodos han patrocinado sus actividades: el Gobierno de Aragón, la Diputación de Huesca y el Instituto de Estudios Altoaragoneses. Cabe destacar que este estudio cuenta con abundante alumnado procedente de diferentes campos del saber y distintos distritos universitarios o museos, en los últimos años también de países latinoamericanos, gracias al apoyo otorgado en la financiación de los gastos de matrícula por el Ayuntamiento de Huesca; algunos profesionales cuentan con el apoyo de sus instituciones que les dejan disponer del tiempo necesario dentro de su dedicación horaria para recibir esta formación.

El Postgrado fue creado en 1989 con el propósito de formar profesionales especializados en la educación del patrimonio, a través de un programa estructurado en dos partes, siendo su unidad académica base la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad de Zaragoza. La primera parte, con clases presenciales prepara al alumno en los contenidos básicos de la Museología y Museografía, la Museopedagogía general y la Museopedagogía específica, en un orden lógico y evolutivo. El primer módulo incluye asignaturas que atienden los aspectos de la organización y gestión del museo, museografía, y legislación. El segundo módulo incide en los temas que afectan a las actividades museopedagógicas. El tercero se

---

<sup>37</sup> Es bastante difícil contar con la información actualizada. Para conocer los cursos de formación museológica que funcionan a nivel mundial, es útil la visita al sitio web <http://www.city.ac.uk/ictop/courses.html>. También en Domínguez, 1999, p. 8; Ramírez, Santos, 1999, pp. 6-8; García de la Torre, 1999, p. 9.

orienta ya a la didáctica específica de los museos según su naturaleza, pudiendo el alumno optar por tres entre cinco didácticas según su especialización e intereses. Esta actividad formativa, que cuenta para su impartición con la colaboración de profesionales de museos, sociólogos, psicopedagogos, y profesores universitarios, se complementa con visitas de trabajo para conocer otras experiencias.

La segunda parte del programa, no presencial, comprende la realización de prácticas en un museo o institución con competencias en patrimonio y cultura, gracias a convenios firmados con más de cincuenta instituciones, y la memoria de su desarrollo, así como un trabajo de investigación museopedagógica bajo la supervisión de un profesor tutor designado por el Postgrado.

¿Cuales son las principales contribuciones de los proyectos museopedagógicos de las maestrías cuya responsabilidad es la formación de los educadores de museo?. A mi juicio, los objetivos de los proyectos deben estar orientados a potenciar el aprendizaje informal complementario de la enseñanza reglada, poner en valor y difundir el patrimonio material e inmaterial a través de la creación de recursos y actividades de diferente naturaleza, dinamizar los espacios museísticos (en acción conjunta con los centros escolares, asociaciones, grupos especiales, de tercera edad, discapacitados, grupos marginales), mejorar las estrategias de comunicación y marketing de los museos, fomentar la dinamización de los núcleos rurales con propuestas de rutas culturales alternativas para conocer los vestigios patrimoniales materiales e inmateriales<sup>38</sup>.

Como un ejemplo de actividad didáctica desarrollada en los cursos de Educador de Museo hemos contado con la colaboración de la licenciada en Historia por la Universidad de Cagliari (Cerdeña), Alida Moi, que nos ha presentado una maleta didáctica, “Drakulín enseña los dientes” (Fig). La maleta ofrece a los niños la posibilidad de descubrir, entender y aprender de manera divertida el mundo de los dientes y de sus diferentes aspectos. Se presenta en forma de dentadura articulada, en compañía de un pequeño vampiro, su mascota, llamado Drakulín. A través del contenido de la maleta, constituido por cajas, fichas y objetos manipulables, los niños y nuestro personaje podrán aprender la diferencia estructural entre los dientes humanos y los animales, descubrir la importancia de la higiene bucal, también podrán acercarse a la figura del dentista amigo y reconocer en la literatura, a través de refranes y cuentos el importante papel de los dientes. Participarán en el conocimiento a través del juego. Las actividades

---

<sup>38</sup> Domínguez, 1997. Los proyectos presentados desde 1989 se encuentran depositados en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Universidad de Zaragoza.

que se desarrollarán con la maleta se relacionan con las cajas y su secuencialización estará definida por la lógica de los temas a tratar:

- . Diferencias entre animal y humano: fisiología (forma), uso según función, uso según tipo de alimentación
- . Dentro de la evolución del hombre, la referida a la forma
- . Evolución según crecimiento: dientes de leche y definitivos
- . Reconocimiento de las diferentes piezas
- . Principales alteraciones: caries, ortodoncias..
- . Aproximación a la figura del dentista, al material que emplea.
- . Hábitos de limpieza

### **Apartado bibliográfico**

Angotti, T., “Planificación del museo al aire libre y la enseñanza de la historia urbana: los Estados Unidos en el contexto mundial”, *Museum*, XXXIV, 1982, pp. 179- 188.

Asensio, M.: “Percepción del visitante”, *I Congreso Internacional de Museología del dinero* (Madrid-España, 18-22 octubre 1999), Madrid, 2001, pp. 249-252.

Asensio, M.: *Nuevos escenarios en educación. Aprendizaje informal sobre el patrimonio de los museos y la ciudad*, Buenos Aires, 2002.

Asensio, M.; Pol, E.: “Siguen siendo los dioramas una alternativa efectiva de montaje?”, *Revista de Museología*, 8, 1996, 11-20.

Asensio, M.; Pol, E.; Gomis, M.: *Estudios de Público. Evaluación de Exposiciones y Programas y diseño de Áreas Expositivas en el Museu Marítim*. Drassana, 9, 2001a, pp. 18-31.

Asensio, M.; Pol, E.; Gomis, M.: *Planificación en Museología: el caso del Museu Marítim*. Barcelona 2001b.

Asensio, M. et alii: “El Proyecto ‘Público y Museos’”. *Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España (APME)*, 3, 1999, 123-148.

Bellido, M.L.: *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Gijón, 1991.

Burdea, G.; Coiffet, Ph.: *Tecnologías de la realidad virtual. Hipermedia*, 3. Barcelona, 1996.

Busto, G.: “Trabajo y aprendizaje en el Museo de Bellas Artes de Asturias”, *Revista de Museología*, 18, 1996, pp. 54-56.

Cornwell, R. et alii: *Iterations: the new image*, Massachussettes, 1993.

Cotton, B.; Oliver, R.: *Understanding Hypermedia. From Multimedia to Virtual Reality*, London, 1994.

*Cuadernos de Estudios*, núm. 10, *Comité Internacional del ICOM para la formación del Personal (ICTOP)*, 2002.

Cuadrado, M.: "Gestión de marketing y museos: un enfoque estratégico", *I Congreso Internacional de Museología del dinero*, (Madrid-España, 18-22 octubre 1999), Madrid, 2001, pp. 315-319.

Danilov, V. J., "El Exploratorium de San Francisco veinte años después", *Museum*, 163, p. 1989, pp. 155-159.

Delarge, A.: "Les écomusées: Retour à la définition et évolution", *Le Écomusée: rêve ou réalité. Publics & Musées*, 17-18, 2000, Presses Universitaires de Lyon, 2002, pp. 139-155.

Domínguez, A.: "La función de los Cursos de Postgrado en la Didáctica de la Historia y de la Arqueología". *I Jornades d'Arqueologia i Pedagogia, Barcelona*, 1997.

Domínguez, A.: "Los estudios de Postgrado en Museología ¿responden a las necesidades de los museos?", *Revista de Museología*, 20, 2000, p. 8.

Hernández, F.: *El museo como espacio de comunicación*, Gijón, 1998.

Fernández, L.: "The Brooklyn Children's Museum. El primer museo infantil del mundo", *Revista de Museología*, 8, 1996, pp. 57-60.

Fullea, F.: *Programación de la visita escolar a los museos: recursos y metodología para su aprovechamiento didáctico*, Madrid, 1987.

García Blanco, A.: *Didáctica del museo: El descubrimiento de los objetos*, Madrid, 1998.

García de la Torre, F.: "Los estudios de Postgrado en Museología ¿responden a las necesidades de los museos?", *Revista de Museología*, 20, 2000, p. 9.

Goodman, M. JS.: "Relaciones entre los departamentos de educación y conservación", *Revista de Museología*, 19, 1999, 11-22.

Hansen, T. H.: "El museo como educador", *Museum Internacional*, 144, 1994, pp. 176-183.

Humbert, J.M.: "Le musée monétaire de demain. Entre les nouvelles technologies et le virtuel", *I Congreso Internacional de Museología del dinero* (Madrid-España, 18-22 octubre 1999), Madrid, 2001, pp. 43-48.

IBER, *Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, Barcelona, 1998.

*IV Jornadas sobre el voluntariado cultural en Santiago de Compostela*. Santiago de Compostela, 1999.

Kom, R.: "Estudie a sus visitantes: por dónde empezar", *Revista de Museología*, 18, 1996, p. 21-24.

Kotler, N.: "La experiencia museística. Cómo disfrutar de lo que ofrece el museo", *Revista de Museología* 18, 1999, pp. 19- 27.

Lavado, P.: "Juegos de ahora y de siempre", *Revista Museus*, 2, 1987, pp. 19-32.

Lord, B.; Lord, G. D.: *Manual de gestión de museos*, Barcelona, 1998.

Los, A.: "The richest museum of Leiden. An aducational project of national museum of coins and medals in the Netherlands", *I Congreso Internacional de Museología del dinero* (Madrid-España, 18-22 octubre 1999), Madrid, 2001, pp. 359 -361.

Madondo, T., "En Bostwana: un puente sobre el foso de la ignorancia", *Museum*, 1982, pp. 189-193.

Padró, C.: "De la reconciliación con el visitante y los públicos del museo", *Revista de Museología*, 8, 1996, pp. 25-30.

Ramírez, P.; Santos, R.: "Los estudios de Postgrado en Museología ¿responden a las ncesidades de los museos?", *Revista de Museología*, 20, 2000, p. 6-8.

Rivard, R. "Los Ecomuseos de Quebec", *Museum*, 148, 1985, p. 202-205.

Sandahl, J.: "El Museo Nacional de las Culturas Mundiales: ¿una paradoja?", *Boletín del Consejo Internacional de Museos. Noticias del ICOM*, vol. 55, 2002, p. 6

Stickler, "Inmersión total: las nuevas tecnologías crean nuevas experiencias", *Museum*, 185, 1995, pp. 36-40.

Thomas, S.; Mintz, A.: *The Virtual and the Real: Media in the Museum*, Washington, 1998.

Villar, J.R.: "Apostillas para una reflexión acerca de la adaptación de los museos a las demandas del siglo XXI", *I Congreso Internacional de Museología del dinero* (Madrid-España, 18-22 octubre 1999), Madrid, 2001, pp. 241-248.

#### Figuras:

Fig 1. Retazos de vidas en el Museo del Inmigrante, Ellis Island (USA)

Fig. 2. Una tarde en el museo

Fig. 3. La formación de los educadores de museo

Fig. 4. Presentación de la maleta didáctica "Drakulín enseña los dientes" en Reinosa.