FACULTAD DE HUMANIDADES
CARRERA DE ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL

UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

HUACONOCER

MUESTRA ITINERANTE

"La museografía como herramienta metodológica para reducir la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú"

Autor: Bachiller Nathalie Aguilar Alegre
Asesor: Mg. Sandra Tineo Sanguinetti

2017

ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

AGRADECIMIENTOS

Mi primer agradecimiento va dirigido mi familia en especial a: Mi mamá por apoyarme constantemente en todas las metas y proyectos que me propongo, por inspirarme día a día y por ser mi mejor amiga. Agradezco infinitamente todo su esfuerzo, la considero una persona realmente admirable.

A mi papá por ser quien me enseñó a buscar la perfección en todo, a ser exigente conmigo misma y a cumplir con lo que me propongo. Con él aprendí cosas como la organización pero en especial el gran valor e importancia que tienen los detalles.

A mi tía Isabel, por ser mi segunda madre, por enseñarme a ver la vida siempre desde otro ángulo y por calmarme con sus palabras en mis peores momentos. Siempre estaré muy agradecida por todo su amor y apoyo a lo largo de toda mi vida.

A mi hermano por ser quien siempre me alegra en momentos difíciles y me inspira con su forma de enfrentar la vida.

Además me gustaría agradecer profundamente a mi amor, por su absoluta fe en quien soy y en mis capacidades, por valorar mi trabajo, por siempre confiar en mi y estar a mi lado en los mejores, pero sobre todo, en los peores momentos.

Quisiera agradecer a quienes no se encuentran físicamente conmigo, pero sin embargo, siento que me guían constantemente en cada viaje que emprendo para cumplir mis metas y sueños.

Quisiera agradecer también a mis amigas por ser además quienes equilibran mi vida, Nicold, Antonella, Luciana, Magra, Adri Henriquez y Adri Palomino, muchas gracias por siempre estar ahí para escucharme, ustedes son mis hermanas.

Sin todos ellos, sin su apoyo, sin su confianza pero sobre todo sin su amor mis metas no podrían haberse hecho realidad.

Finalmente, a mis asesores, Negrita Tineo, Carlitos Valenzuela y Rupo Pérez, por guiarme a lo largo de esta etapa de mi vida y por todo el apoyo y conocimientos brindados.

MUCHAS GRACIAS A TODOS USTEDES.

"La museografía como herramienta metodológica para reducir la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú"

ÍNDICE

1 Resumen

2 Abstract

3 Introducción

4 Capítulo I

Se expone el problema encontrado, junto con los problemas secundarios.

5 Capítulo II

Se explica la justificación de la investigación, el objetivo principal y los objetivos secundarios.

6 Capítulo III

Este da lugar al marco teórico y el estado del arte de la investigación

7 Capítulo IV

Este capítulo esta relacionado a la formulación del proyecto.

8 Capítulo V

Aquí se desarrolla el análisis del diseño, así como el análisis de la comunicación.

9 Capítulo VI

Desarrolla el análisis de los resultados del proyecto y el registro de la implementación.

10 Conclusiones

11 Referentes

RESUMEN

MUSEO DEL BANCO CENTRAL DE RESERVA

En esta investigación se analiza la brecha existente entre el museo e instituciones educativas nacionales en Lima, a causa de la deficiente promoción que estas organizaciones culturales tienen. Esto da a conocer la falta de interés de la sociedad por la cultura nacional.

Además, esta problemática genera poca participación cívica en una sociedad que no puede respetar lo que no conoce ni sentirse involucrado en el contexto social en el que viven, si no conocen su cultura nacional, perdiendo la capacidad de ser agentes de cambio de su sociedad y de tener criterio para una correcta toma de decisiones. Entonces, estas personas no sienten que forman parte de una comunidad ni de sus acontecimiento y no reconocen que estos los afectan.

También cabe mencionar que todo lo descrito previamente da pase a la alienación cultural. El verdadero problema de esto, no es adquirir costumbres foráneas, sino pensar que estas son mejores o más valiosas que las de la propia cultura.

Por tal motivo, el público objetivo de esta investigación son los 11 museos gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú en Lima, debido a que estos no poseen una adecuada promoción de sus instalaciones, horarios, muestras y costos de entrada. Estos museos se limitan únicamente a promocionarse vía ‘facebook’ y no todos los 11 cuentan con este medio. Es así que estas entidades culturales que buscan dirigirse a la comunidad y ser abiertos al diálogo en realidad no logran ser participativos en la sociedad. Sumado a la deficiente promoción, estos museos tienen una serie de desafíos adicionales que superar, tales como la burocracia existente para aprobar proyectos en beneficio de los museos, la falta de gestores culturales que propongan proyectos y busquen financiamiento, los limitados recursos económicos, entre otros. Son todos estos algunos de los elementos que acrecientan la brecha existente.

Finalmente, después de realizada la investigación se llevó a cabo la implementación de la campaña planteada para construir un puente entre el museo y los colegios nacionales. Además, se busca llevar cultura nacional a los escolares, a través de la experiencia que brinda un museo y el importante valor que poseen como herramienta de aprendizaje vivencial.

I.E. No 5097 SAN JUAN MACÍAS - CALLAO

ABSTRACT

This research analyzes the gap between the museum and public schools in Lima, due of poor promotion that these cultural organizations have. This shows the lack of interest of society for the national culture.

Besides, this problem generates low civic participation in a society that can not respect what it does not know or feel involved in the social context in which they live, losing the capacity to be agents of change in their society and to have criteria for a correct decision making. So these people do not feel that they are part of a community or its events and do not recognize that these affect them.

Also worth mentioning is that all previously described permits cultural alienation. The real problem of this, is not to acquire foreign customs, but to think that these are better or more valuable than those of the own culture.

Therefore, the target audience of this research is the 11 museums managed by the Culture Ministery of Peru in Lima, because they do not have an adequate promotion of their facilities, schedules, samples and entry costs. These museums are limited exclusively to promote by Facebook and not all 11 have this resource. Thus, these cultural entities that seek to communicate to the community and be open to dialogue do not actually succeed in being participative in society. In addition to poor promotion, these museums have a number of additional challenges to overcome, such as consolidation for interim projects for the benefit of museums, lack of cultural managers proposing projects and funding, The limits of economic resources, among others. They are all elements that increase the gap between them and the schools.

Finally, after the investigation was carried out the implementation of the campaign to construct bridges was completed, reducing this gap between the museum and public schools. It seeks to bring national culture to schoolchildren, through the experience of a museum and the important value they possess as a tool for experiential learning.

MUSEO DE LA NACIÓN

INTRODUCCIÓN

Los museos son
lugares para inspirar,
haciendo a las personas
sentirse orgullosos de
su patrimonio nacional.

Los museos son instituciones culturales que preservan el patrimonio de una comunidad. Su contenido histórico es un elemento fundamental para la construcción de la cultura nacional. Sin embargo, estas entidades culturales se han dejado de lado a través de los años, como lo demuestra la gran disminución de la asistencia de público nacional a los museos y centros arqueológicos de Lima desde el 2013 al 2015 según la Oficina General de Estadística, Tecnología de Información y Comunicaciones del Ministerio de Cultura (MINCU).

Además, los museos, como menciona María del Pilar Riofrío Flores, Gestora Cultural del Museo del Banco Central de Reserva del Perú, son recursos educativos que tienen como principal finalidad la pedagogía. Los museos han dejado de ser exclusivamente un sitio de entretenimiento para ser lugares que relacionan a la comunidad con su historia; haciéndolos sentir parte de algo, ayudando a las personas a conocerse como sociedad y logrando de esta manera fortalecer su autoestima y orgullo por su patrimonio.

Es por tal motivo que hoy en día se busca que los museos sean espacios que se integren a la comunidad, en donde esta pueda apreciar vestigios de algo que existió, aprendiendo sobre su historia y entendiendo la continuidad de una sociedad en el tiempo y en el espacio. Pero sobre todo, son espacios para inspirar, valorar y respetar.

Por tanto, esta investigación se centra en la brecha existente entre museo e instituciones educativas. Esta brecha surge a causa de las diversas carencias que sufren los museos del Perú, siendo la más importante la escasa promoción que se brindan al sector socioeconómico C del Perú.

Esta investigación, que tiene como objeto de estudio los 11 museos gestionados por el MINCU en Lima, pretende dar a conocer la importancia del museo para una sociedad, no solo como una herramienta de aprendizaje vivencial, sino, además y más importante aún, como un elemento fundamental para la construcción de la cultura nacional de una comunidad.

MUSEO DE LA NACIÓN

1

CAPÍTULO 1

- Descripción del problema
- Problema principal
- Problemas secundarios

"La idea no es
vivir para siempre,
es crear algo que
sí lo haga"

- Andy Warhol

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los museos, además de ser un patrimonio que debe ser preservado, son vestigios de una comunidad que tiene por objetivo, no solo maravillar al visitante, sino enseñar, inspirar y llenar de orgullo a una sociedad.

Sin embargo, el uso del museo como herramienta pedagógica para la formación de la cultura nacional de una sociedad, ha sido dejado de lado a través de los años, según afirma María del Carmen Anchante Fernández, docente especializada en filosofía, psicología y ciencias sociales. Docente que actualmente labora en la I.E.P Jesús el Buen Pastor ubicado en el distrito de Breña y en la I.E. No 5097 San Juan Macías ubicado en la provincia constitucional del Callao. Anchante comenta que están prohibidas las visitas de estudio, tanto en los colegios nacionales como privados, porque se debe dar prioridad a las horas efectivas de clase.

Existe una brecha entre *el museo e instituciones* educativas nacionales

Hoy en día muchos escolares de instituciones naciones no han tenido la oportunidad de visitar un museo en toda su vida. Esta situación se evidenció luego de realizar una encuesta a escolares de 1er grado de secundaria del colegio nacional No 5097 San Juan Macías, donde más del 72% de los alumnos no han asistido nunca a un museo y 28% si han asistido. Sin embargo, cabe mencionar que este 28% de estudiantes que declaran haber asistido a un museo, comentan que fue tan solo en una única oportunidad y esta visita no tuvo ninguna relación con su colegio. Por otro lado los escolares que dicen no haber asistido nunca en su vida a un museo afirman que sus principales impedimentos fueron la falta de información y la falta de recursos económicos. Muchos de estos alumnos afirman que los museos son costosos con entradas entre S/.20 y S/.50 soles. Con esta información se puede afirmar que los museos efectivamente tienen una deficiente promoción, no solo de sus muestras, sino también del costo de sus entradas, generando mayores prejuicios en la sociedad. (ver Tabla 1).

A pesar de que la mayor parte de la sociedad limeña pertenece al NSE C con un 40.5% de acuerdo a la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, los museos no tienen una oferta dirigida hacia ellos. Por tanto, este público no tiene conocimientos de su ubicación, horarios, muestras ni el costo de las entradas (ver tabla 2). Si bien los museos no definen en su totalidad la cultura nacional, sí aportan a la construcción de ésta por su contenido histórico. Y son los escolares, dentro de su etapa de formación, quienes se están perdiendo la oportunidad de aprovechar los museos como herramienta de aprendizaje vivencial que los ayudará a conocer y valorar su patrimonio.

Tabla 1.

NÚMERO DE ASISTENCIAS DE ESCOLARES DE 1º DE SECUNDARIA DE LA I.E. Nº 5097 SAN JUAN MACIAS A LOS MUSEOS DE LIMA A LO LARGO DE TODA SU VIDA.

Nº TOTAL DE ALUMNOS	SECCIÓN	ASISTIÓ A UN MUSEO	ASISTIÓ PERO NO RECUERDA	NO ASISTIÓ A UN MUSEO
29	B	06	03	20
25	C	08	01	16
25	D	09	02	14
26	E	06	06	14

Fuente: Encuestas realizadas a finales del año 2016 en el colegio Nº 5097 San Juan Macías en la provincia constitucional del Callao.

Tabla 2.

DISTRIBUCIÓN DE HOGARES SEGÚN NSE **2016 - LIMA METROPOLITANA**

	Nº HOGARES 2'686,690*	ESTRATO	PORCENTAJE	
NSE A	5.2	A1	0.6	5.2
		A2	4.6	
NSE B	22.3	B1		22.3
		B2		
NSE C	40.5	C1		40.5
		C2		
NSE D	24.3	D1		24.3
		D2		
NSE E	7.7	E1		7.7
		E2		

APEIM 2016: Data ENAHO 2015.
*Estimaciones APEIM según ENAHO 2015.

Tabla extraída de Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado

MUSEO DE LA NACIÓN - MUESTRA TEMPORAL 2016

Cabe resaltar que muchas veces los padres de familia no llevan a sus hijos a los museos porque piensan que estas visitas deben de ser realizadas por el colegio. Como dice Riofrío (2016), gestora cultural del Museo del Banco Central de Reserva del Perú, muchos padres no son conscientes de que las visitas a los museos son una gran oportunidad para tener un momento familiar, no solo lleno de aprendizaje, sino además de actividades entretenidas. Es muy probable que esto se deba a que no llega a sus manos la suficiente información del museo y sus actividades, generando un desinterés en este público.

Riofrío (2016) afirma que existe una brecha entre instituciones educativas nacionales y los museos, a pesar de que se cree que los escolares son el público cautivo de estas organizaciones culturales. Además, se deja la responsabilidad de realizar la gestión y logística de estas salidas de estudio a los profesores. Como cuenta la profesora Anchante (2016), "son muchos los requisitos que los profesores debemos de cumplir para obtener una visita de estudio [...] En un principio están prohibidas las salidas en los colegios privados, y si a pesar de eso, se quiere realizar, debe ser un día sábado. Por otro lado, en los colegios nacionales es obligatorio hacer un trámite interno y uno externo para salir del aula porque se tiene que cumplir con las horas efectivas de clase. Siendo el colegio nacional donde laboro perteneciente al Callao, ahora más que nunca, en este estado de emergencia en el que nos encontramos, están totalmente prohibidas las salidas de estudio".

De acuerdo a la profesora Anchante (2016), para poder organizar salidas de estudio en los colegios nacionales, los profesores deben de realizar un proyecto que sustente y justifique dicha visita y debe de ser presentado desde diciembre del año previo junto con el plan de trabajo o programación anual para el siguiente año. De esta manera se planifica cada área. Luego, el proyecto será evaluado, en un primer momento por los directivos de la institución educativa y en el caso de los colegios nacionales de la región Callao pasará a ser evaluado por la Dirección Regional de Educación del Callao (DREC). En el caso de los colegios nacionales de Lima serán evaluados por la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM). La profesora Anchante (2016) afirma "no basta con que el director de la institución educativa te otorgue el permiso, hay que hacer más tramites fuera de la escuela".

De aceptarse el proyecto y emitirse la resolución por la DREC o la DRELM aprobando dicha visita de estudio, se empiezan las coordinaciones con el museo para realizar la visita dentro del periodo de tiempo que se indicó en el proyecto gestionado. Después se solicitan los permisos respectivos a los padres de familia, informándoles el costo de la visita de estudio. Estos padres deben enviar los permisos firmados adjuntando la copia de su DNI y la de su hijo, algunas veces estos permisos deben ser con firma notarial. Por último, el profesor encargado de este proyecto hace las coordinaciones con la movilidad y se encarga de cancelar el 50% de adelanto para así separar la movilidad.

Lamentablemente para estas visitas de estudio, no todos los alumnos logran asistir por motivos económicos. Asimismo existe la posibilidad de que el proyecto sea rechazado por las instancias superiores, a pesar de que está comprobado que el aprendizaje vivencial es más efectivo que el aprendizaje en el aula y que es un gran refuerzo para las clases dictadas en los diferentes cursos como lenguaje, ciencias sociales, arte, entre otros. (Association of Experimental Education, 1995) Sin embargo, hoy en día, de acuerdo el sistema educativo que se rige en el Perú, se da más importancia a las horas efectivas de clase en el aula, desaprovechando esta importante herramienta educativa.

En el Perú hay aproximadamente 246 museos, de los cuales 70 están ubicados en Lima y 11 son los que se encuentran bajo la gestión del MINCU. (Ministerio de Cultura, Viceministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, Dirección General de Museos, 2015).

Estos museos tienen recursos económicos muy limitados debido a que todos los ingresos que perciben va una caja centralizada del MINCU, donde luego designan el dinero para cada museo y la mayor parte de este fondo va dirigido a la conservación de las muestras, ya que mantenerlas implica un alto costo. Estos 11 museos tienen una escasa promoción tanto de sus muestras como de sus actividades e instalaciones. A pesar de que muchos de estos cuentan con área de imagen institucional, su escasa promoción no les permite alcanzar a todo público, como menciona Nataly Quispe García, gestora cultural de la Dirección de Investigación y Planificación Museológica del Ministerio de Cultura. El único medio de comunicación de los museos pertenecientes a la gestión del MINCU es la red social 'Facebook', que a pesar de ser un medio masivo, no todos los 11 museos cuentan con este.

Además, otra carencia de los museos es la falta de gestores culturales que busquen financiamiento y formulen proyectos que ayuden al museo como entidad cultural a llegar a la comunidad, logrando que estos sean espacios vivos y abiertos al diálogo y cumplan con una función importante: la pedagógica. Además, en el caso de que se proponga un proyecto, el MINCU no lo evaluará sino hasta el mes de diciembre que es la fecha establecida para revisar todos los proyectos (Nataly 2017). Esto limita la puesta en marcha de las mejoras para los museos, no obstante se debe tener en cuenta que al termino de la evaluación del proyecto, este puede ser rechazado por diversos factores.

Por todo lo mencionado en los párrafos anteriores se evidencia una gran disminución en la afluencia de público a los museos de Lima cada año. Del 2013 al 2014 existió una disminución de 38'370 visitantes y entre el 2014 y 2015 fue de 37'123 visitantes. Esto indica una continua disminución de público asistente a los museos y centros arqueológicos de Lima de acuerdo al MINCU y su Oficina General de Estadística, Tecnología de información y Comunicaciones. (ver Tabla 3)

Tabla 3.

VISITANTES NACIONALES A MUSEOS Y CENTROS ARQUEOLÓGICOS

DEPARTAMENTO	2013	2014	2015
LIMA	411'958	373'658	336'465

Fuente: Ministerio de Cultura
Oficina General de Estadística, Tecnología de Información y Comunicaciones.

Tabla extraída del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Los 11 museos pertenecientes al Ministerio *de Cultura en Lima tienen recursos muy* limitados y la mayor parte de estos van *dirigidos a la conservación de las muestras*

Una de las consecuencias de que los museos no lleguen a todos los públicos es la alienación cultural. De acuerdo a la Real Academia Española (RAE) una de las definiciones de 'Alienación' afirma lo siguiente: "Estado mental caracterizado por una perdida del sentimiento de propia identidad".

Como menciona Marx (1867) en su libro "El Capital", la alienación supone la pérdida de uno mismo, así como la conversión de uno en objeto (cosificación) o en mercancía. Esto a su vez, es sinónimo de enajenación procedente del latín "alienus" que epistemológicamente significa ajeno o que pertenece a otro.

Por tanto, alienación cultural consiste en la internalización espontánea o inducida en un pueblo de la conciencia e ideología de otro, correspondiente a una realidad extraña o ajena. (Quituisaca, 2010)

La cultura nacional se puede considerar frágil si su proceso de construcción es incipiente. Los niños y jóvenes deben de conocer sus orígenes más allá de un libro de texto, siendo testigos y presenciado los vestigios de su sociedad para que puedan entender que el Perú es un país multicultural, y no necesitan buscar más cultura fuera.

Además, esta brecha entre instituciones educativas nacionales y los museos como organización cultural, da pase a que estos estudiantes tengan poca participación cívica. Esto quiere decir que no toman parte o no intervienen en el desarrollo social y la democracia participativa de su comunidad. Considerando que la participación cívica convierte a las personas en agentes de cambio social, siendo los conocimientos cívicos los recursos que influyen en su respuesta ante lo que esta sucediendo en la sociedad (Silbereisen & Lerner, 2007), se considera que todos deben de tener pleno conocimiento de lo que está aconteciendo en su entorno social. De esta manera se reconoce el sentido de pertenencia e interés, aceptando que lo que se desarrolla en su contexto social también los afecta, y brindándoles las herramientas para que tengan mayor criterio al momento de la toma de decisiones.

Finalmente, todas las problemáticas ya mencionadas afectan la correcta gestión y promoción de los museos, acentuando cada vez más la brecha que existe entre estos y las instituciones educativas. Esto limita el desarrollo de la cultura nacional de los escolares debido a que no tienen la oportunidad de aprender sobre sus orígenes. Se genera, entonces, la alienación cultural, deseando adquirir costumbres foráneas y haciendo que su cultura pierda valor en el imaginario colectivo.

Además se propicia la poca participación cívica en escolares que al no conocer sus diferencias e igualdades culturales, no pueden respetar la multiculturalidad de su comunidad y no buscan ser agentes de cambio social que puedan aportar al país de manera positiva y generar un cambio o un impacto en este.

MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA, ANTROPOLOGÍA E HISTORIA DEL PERÚ

PROBLEMA PRINCIPAL

Falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

PROBLEMAS SECUNDARIOS

- Poca participación cívica por la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

- La alienación cultural por la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

MUSEO DEL BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

2

CAPÍTULO 2

- Justificación de la investigación
- Objetivo principal
- Objetivos secundarios

"El futuro pertenece
a los que creen en la
belleza de sus sueños"

- *Eleanor Roosevelt*

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Los museos como instituciones culturales y su relación con el interés de escolares por su cultura nacional ha sido un tema muy poco investigado, según Riofrío (2016). Sin embargo, los museos son un factor importante para la construcción de la cultura nacional por ser hoy en día espacios vivos que además de preservar el patrimonio, cuentan una historia en la búsqueda de inspirar a sus visitantes y llenarlos de orgullo por su comunidad. Estas organizaciones culturales también contribuyen a la correcta participación cívica al brindar a la sociedad el conocimiento de sus raíces, haciendo sentir a las personas parte de un contexto social así como de sus acontecimientos.

El museo brinda a los escolares la capacidad de participar activamente en su sociedad y ser agentes de cambio social. Además, ayuda a que los escolares le den el valor apropiado a sus riquezas, aprendiendo a respetarlas. De esta manera, al influenciarse de lo foráneo, no se caerá en la alienación cultural ya que no se dejará de lado o se le restará valor a lo que es propio de su cultura y comunidad.

Viviendo en un mundo globalizado que experimenta constantes cambios en todos sus ámbitos, sean sociales, políticos, económicos, tecnológicos, entre otros, los museos como parte de esta sociedad no pueden mantenerse estáticos y deben de contribuir a la transformación de la que son parte.

Los museos son
espacios vivos que
preservan el patrimonio
y buscan inspirar a
sus visitantes

Se debe dejar de lado el concepto que se tiene de los museos como instituciones expositivas, y se debe de entender que son instituciones dialogantes, erradicando la actitud pasiva y acríticas, para dar pase al desarrollo de la sociedad. Los museos son parte de una actividad cultural y económica porque pueden convertirse en industrias culturales que atraen el turismo. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, 2015)

El Perú se encuentra en uno de los últimos puestos en educación de acuerdo a la prueba PISA 2012. El museo, por tanto, es una herramienta esencial que aportarían a la mejora del nivel educativo del País puesto que refuerzan las clases de distintas materias de la currícula nacional a través de la experiencia que brindan, combirtiendo al museo en un herramientas de educación vivencial aunque haya sido olvidado a través de los años. El informe PISA 2012 detalla que estudiantes de 15 años no alcanzan el nivel básico establecido por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) tanto en lectura (60%) como en ciencia (68,5%), y el segundo en matemáticas (74,6%). (El Comercio, 2016)

En conclusión, esta investigación busca dar a conocer la importancia del museo como herramienta de aprendizaje que aporta a la correcta construcción de la cultura nacional de escolares de 1er grado de secundaria de colegios nacionales de Lima. Así mismo, expone la alienación cultural y señala la poca participación cívica generada por las problemáticas mencionadas.

MUSEO DE LA NACIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL

Dar a conocer la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Señalar la poca participación cívica por la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

- Exponer la alienación cultural por la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura del Perú.

MUSEO DE LA NACIÓN

3

CAPÍTULO 3

- Marco teórico
- Estado del arte

"La educación es
el arma más
poderosa para
cambiar el mundo"

- *Nelson Mandela*

MARCO TEÓRICO

Definición de museo

Según refiere María del Carmen Valdés Sangües (1999) en su libro "La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público", el origen del museo empieza por el coleccionismo desde casi el principio del hombre, y más adelante con la Ilustración se da mayor importancia a la educación, por lo que se crean los museos con una clara función pedagógica. A partir de este momento se deja de lado el concepto de 'tesoros de las colecciones' para empezar a ser abiertas al público. Entonces, en el contexto de la Revolución Francesa, se empieza a desarrollar más los museos, "el museo formó parte integral del nuevo estado democrático y se convirtió en elemento esencial de los esfuerzos gubernamentales por educar a los franceses como ciudadanos [...] Este museo demostró por primera vez el inmenso poder de los museos para atraer a un amplio público y su enorme potencial educativo inherente". (Hooper-Greenhill, 1991, p.187)

Las primeras definiciones de 'museo' fueron creadas por el Comité Internacional de Museos (ICOM) , creado en 1946 y su sede principal se encuentra en Francia.

En 1974, la ICOM nuevamente define en sus estatutos, ratificada por la 16 Asamblea General de 1989, en Países Bajos el 5 de Setiembre. Título 2, Artículo 3. En esta se afirma "que el museo es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio".

Asimismo, añade ICOM, las instituciones designadas como museos, se considerarán incluidos en la siguiente definición:

- Los sitios y monumentos naturales, arqueológicos y etnográficos y los sitios y monumentos históricos de carácter museológico que adquieran, conserven y difundan la prueba material de los pueblos y su entorno.
- Las instituciones que conserven colecciones y exhiban ejemplares vivos de vegetales y animales, como los jardines botánicos y zoológicos, acuarios y viveros.
- Los centros científicos y los planetarios.
- Las galerías de exposición no comerciales; los institutos de conservación y galerías de exposición que dependan de bibliotecas y centros de archivo.
- Los parques naturales.
- Las organizaciones internacionales, nacionales, regionales o locales de museos, los ministerios o las administraciones publicas encargadas de museos de acuerdo con la definición anterior.
- Las instituciones y organizaciones sin fines de lucro que realicen actividades de investigación, educación, formación, documentación y de otro tipo relacionadas con los museos y la museología.
- Los centros culturales y demás entidades que faciliten la conservación, la continuación y la gestión de bienes patrimoniales materiales o inmateriales (patrimonio viviente y actividades informáticas creativas).
- Cualquier otra institución que, a juicio del Consejo Ejecutivo, previo dictamen del Comité Consultivo, reúna algunas o todas las características del museo, o que ofrezca a los museos o a los profesionales de museo los medios para realizar investigaciones en los campos de la museología, la educación o la formación.

MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA, ANTROPOLOGÍA E HISTORIA DEL PERÚ

‘Museo’ significa “templo de *musas” donde se guardan los* tesoros de las artes y la ciencia

Como todos los distintos aspectos de la sociedad, los museos también han ido evolucionando a través de los años. En un principio fueron considerados “santuarios” o “mausoleos”, y luego se fueron convirtiendo en lugares de estudio e investigación, para más actualmente convertirse en centros de educación interactivos, puesto que en la actualidad se centra la labor de los museos como servicio público. Por lo tanto los museos se están convirtiendo en un medio de comunicación para las masas (Hernández, 2001).

La palabra museo deriva del latín *museum* y del vocablo griego *museion*, que significa “templo de las musas”, deidades protectoras de las artes y la ciencia, lugar donde se guardaban los tesoros de estas diosas (MINCU, 2013).

Como menciona Francisco Zubiaur (2004) en su libro “Curso de Museología” el origen del museo se da en la adquisición y preservación de objetos valiosos, los que hoy en día tienen el papel de bienes culturales. En un principio estos objetos eran reunidos para la ostentación de poder de quienes los poseían, para la admiración por sus cualidades y también con un objetivo científico. Posteriormente tuvieron una finalidad educativa poniéndolos al alcance de la sociedad. Con el tiempo, estas organizaciones culturales se han convertido en espacios dedicados a la comunidad.

La UNESCO concibió la idea de museo para la sociedad como “instituciones que favorecen un enfoque integrado del patrimonio cultural, así como de los vínculos de continuidad entre creación y patrimonio y permiten a sus públicos, en particular a las comunidades locales y los grupos desfavorecidos, reanudar los lazos con sus propias raíces y abordar la cultura de los otros”.

Por lo tanto, la definición de museo, más allá de ser tan solo una organización cultural sin fines de lucro creada para preservar el patrimonio de una sociedad, es además un importante agente cultural al servicio de la comunidad que tiene como función principal la pedagogía. Esto lo convierte en una herramienta de aprendizaje vivencial sumamente importante para el sistema educativo, en especial del Perú.

Antecedentes y contexto histórico

En la antigüedad los museos fueron concebidos como gabinetes de curiosidades. Como menciona Zubiaur (2004) en un principio la función del museo se halla en el coleccionismo, entendiendo por colección a aquel conjunto de objetos que se encuentran sujeto a una protección particular con la finalidad de ser expuesto a la mirada de la sociedad. Estas organizaciones culturales nacen por el instinto de propiedad, el amor al arte, el prestigio social, el interés de perpetuarse en la memoria y además el puro coleccionismo. Los impulsadores de la creación de los museos dispusieron desde la Antigüedad una élite, que por su condición se apropio del saber y por consecuencia del poder, por ejemplo la realeza, la aristocracia, la Iglesia y la burguesía.

Como cuenta Luis Alonso Fernández (1999) en su libro “Museología y Museografía” a finales del siglo XVII se produce una revolución intelectual europea, reemplazando conceptos tradicionales por el predominio de la razón. Esto se manifestó en este siglo en el espíritu enciclopedista. Esta nueva concepción racional dio paso al desarrollo de la investigación y la crítica, lo que junto al descubrimiento de las ciudades romanas desenlazó en una mayor valoración de civilizaciones antiguas y en el coleccionismo. Los valores culturales, políticos y pedagógicos del museo empiezan a tomar mayor importancia, produciéndose un cambio respecto al coleccionismo, ya que la colección deja de ser un objeto de ostentación y prestigio para su dueño y se pasa a realzar la historia nacional de cada país. Además, este autor menciona que durante la Revolución Francesa de 1789 se consagró en la práctica la teoría de que el arte era la creación del pueblo, por lo que su disfrute no podía ser privilegio de una clase social potentada. Fue esta práctica lo que impulsó más el desarrollo del museo como una institución pública.

El museo ha *evolucionado a lo* largo de la historia *como todo en la* sociedad

En Europa se desarrolló la tendencia de convertir las colecciones privadas y sobre todo las reales en museos públicos. Entonces el siglo XVIII puede considerarse como el creador del concepto moderno de museo que se consolidó en el siglo XIX y su máximo desarrollo se dio en el siglo XX. Ya que el concepto de museos abarca desde la antigüedad hasta nuestros tiempos, evolucionando a lo largo de nuestra historia como los distintos aspectos de nuestra sociedad, es por tal motivo que siguiendo lo mencionado por Zubiaur (2004) en su libro, para poder comprender mejor el desarrollo de estos, se divide en 5 etapas que marcan su evolución.

Evolución histórica del museo

ANTIGÜEDAD	Surge en Babilonia el coleccionismo a causa de los botines de guerra.	En Egipto se da el coleccionismo por los objetos colocados en las pirámides para la supervivencia de los faraones en el más allá.	En Alejandría se creo el primer “museo” que junto a la célebre Biblioteca creada por iniciativa del estado, fue un lugar de encuentro para poetas, artistas, sabios, etc.	En Grecia, se exponían grupos de obras a las que se les denominaron ‘*mouseiom*’ por su consagración a las musas protectoras de las artes y ciencias.	Se construyeron monumentos o *thesaurus* cerca de templos. Los sacerdotes eran los guardianes y quienes inventariaban estos tesoros. Por tal motivo los museos de los templos griegos fueron los primeros museos abiertos al público.	Finalmente en Roma, las colecciones privadas producto de los botines de guerras pasaron de decorar los palacios a exponerse públicamente, por lo que Roma era en su momento ‘un museo al aire libre’.
EDAD MEDIA	La difusión del cristianismo lleva a utilizar el arte con la intensión pedagógica y moral, para la educación de los fieles.	Los templos vienen a ser museos públicos (dotados de una cámara del tesoro para las piezas más valiosas); los monasterios, archivos del conocimiento y la cultura.		Las cruzadas generaron tesoros profanos, que fueron obtenidos en base de saqueos. Estos objetos con alto valor material y simbólico, frecuentemente eran donados por los reyes a la Iglesia con el objetivo de asegurar su salvación.	En este periodo se desvalora el ‘*mouseion*’ junto con todo lo que tiene relación con el avance de las ciencias y las letras, quedando suspendido el placer de crear colecciones privadas.	Todos estos acontecimientos retrasaron la creación del museo como una institución cultural abierta al público.
RENACENTISTA	En el siglo XV el concepto de atesorar se reemplaza por la valoración histórica, artística y documenta de los objetos.	Se brinda un valor científico y pedagógico a las colecciones, agrupado por la aristocracia cortesana, la iglesia y la burguesía culta que buscan el deleite de lo bello y pintoresco.	Se podría afirmar que el arte es un elemento importante en la formación de los museos, ya que las primeras colecciones fueron artísticas.	En este periodo surgen los críticos de arte, catálogos de colecciones, guías e historias del arte, convirtiendo todos estos elementos a los coleccionistas en personas bien informadas.	Además se hace diferencia entre las colecciones ‘*naturalia*’ de las ‘*artificialia*’ (obras realizadas por el hombre).	En este periodo se da el descubrimiento de América, lo que da impulso a las colecciones zoológicas y etnológicas.
ÉPOCA MODERNA	Es en este siglo que surgen nuevas tipologías: el museo de arte, e museo de ciencias naturales y el museo arqueológico.	Además, en 1565 aparece *Theatrum Sapientiae* el cual es el primer tratado de museología escrito por el médico holandés Samuel Von Quicchelberg, este define el modelo de museo pluridisciplinar con objetos ‘*naturalia*’ y ‘*artificialia*’	En el siglo XVI se crearon colecciones reales, las cuales fueron la semilla para los futuros museos estatales europeos. Además se amplía la gama de objetos coleccionables y se especializan las colecciones, como armaduras, relojes, etc.	En el siglo XVII se consolidan las colecciones reales, orientadas por consejeros artísticos y el crecimiento de la burguesía. Incrementando el comercio de obras de arte.	Se abre el Ashmolean Museum (Oxford, 1683) a partir de las colecciones de Jhon Tradescant y de Elias Ashmole, este es el primer museo universitario de la historia, orientado a la educación e investigación.	El siglo XVIII se caracteriza por el surgimiento de las academias de Bellas Artes y las sociedad científicas, el coleccionismo en manos de la burguesía.
ÉPOCA CONTEMPORÁNEA	En 1880 se suman al mercado internacional los estadounidenses, para proporcionar a su país un patrimonio del que carece. Es así que surgen museos privados vinculados a universidades. Metodológicamente, los museos americanos siguen el modelo francés de museo educador.	Los coleccionistas, mecenas y filántropos crean sus propios museos, amparándose en las importantes desgravaciones fiscales existentes.	Mientras tanto en Europa, el avance de la democracia lleva a la utilización de nuevos recursos como el museo móvil o ambulante.	Por otro lado se extiende la denominación de museo nacional, concepto que busca recuperar el pasado histórico de un país y consolidar su identidad cultural.	Nace el museo de la etnología, para recuperar, estudiar, mostrar y dignificar la cultura autóctona. Durante el siglo XX se mantuvo casi sin variaciones los modelos museológicos del siglo XIX.	Los museos aumentaron su dimensión sociocultural, la investigación de los fondos en reserva y el aprovechamiento de los avances tecnológicos para el desarrollo de su función educativa principalmente.

MUSEO DEL BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

Los museos nacen *por el amor a coleccionar* objetos valiosos

Analizando la trayectoria histórica de los museos, estos nacen por el amor al coleccionismo, siendo en un principio exclusivo de las élites, como por ejemplo los faraones con sus tesoros funerarios y los griegos con sus templos en donde reunían obras de arte, trofeos, armas, entre otros. Sin embargo, el aprecio de los objetos como patrimonio surge en la época Helenística, como por ejemplo los botines de guerra. De esta manera fue que Roma tomo conciencia de las obras de arte como patrimonio público y paulatinamente van desapareciendo los coleccionistas. Entonces, durante el siglo XVII surge en Italia, Francia y Suiza la creación de museos púbicos, y en el siglo XVIII los ilustrados muestran una profunda preocupación por la educación, siendo esto un aporte importante para el nacimiento del museo abierto a la población con la clara finalidad pedagógica. Es en este contexto donde grandes galerías privadas se convierten en grandes museos nacionales abiertos a la comunidad.

Durante la primera mitad del siglo XIX el museo giró entorno a las civilizaciones antiguas. Sin embargo, a principios del siglo XX supone el desarrollo de funciones de conservación e investigación dejando de lado la función educativa. Es en este contexto en el que se dio una mayor importancia al objeto museístico, lo cual tornó al museo en un lugar distante e inaccesible para el público. En ese momento los museos fueron duramente criticados. La reacción se produjo en una nación moderna antes de la Segunda Guerra Mundial, donde la función social del museo se convierte en la finalidad esencial de esta institución cultural.

Finalmente, a partir de la Segunda Guerra Mundial se da inicio al enorme desarrollo de numerosos museos alrededor del mundo y los países más democráticos consideran una obligación el acercamiento del museo a la sociedad.

Museos en la actualidad

Cuarto del Museo de la Nación

Hoy en día los museos han tenido un cambio sustancial en la sociedad. Estos han pasado de tener una política centrada en el objeto, es decir, en su adquisición, conservación, estudio y han pasado a tener una política centrada en el público o en el visitante (Zubiaur, 2004). Esto se ha traducido en una muestra museística más entendible para todos los públicos de la sociedad. Muchos de los museos en el mundo han adoptado criterios didácticos y no exclusivamente estéticos.

Actualmente, las sociedades se encuentran en un momento de cambio en el que la identidad del museo se haya aún basada en el siglo XIX. Estos cambios, que se han acelerado en estos últimos años, han generado en los museos una crisis de identidad. Hoy los museos han dejado de ser considerados 'templos de musas' para convertirse en un lugar de encuentro y en un punto de referencia cultural propio de los 'mass – media'. La comunicación, la difusión, el carácter educativo y el sentido lúdico deben formar parte de lo que tiene que ser la esencia y el sentido último del museo, porque sin estas, el museo deja de cumplir su función primordial que apunta al encuentro directo con el público (Hernández, 2001).

Como menciona Hernández (2001) en su libro "Manual de Museología", los museos han dejado de considerarse como una realidad estática e inamovible para convertirse en algo más dinámico y creativo. Este debe de insertarse en un contexto social que demanda y exige un nuevo tipo de museo acorde con las ideas de los nuevos tiempos que han ido evolucionando.

Además, Hernández menciona que hoy en día se ha creado la tendencia a nivel mundial de expandir a los museos de mediano tamaño y los locales debido a que estos ofrecen mayor rentabilidad y eficacia social, cultural y económica. Por un lado la prioridad de un museo de mediano tamaño es proteger, conservar y difundir su patrimonio cultural y por otro lado, los museos locales están adquiriendo un gran desarrollo, tanto cuantitativo como cualitativo. Este tipo de museos actúan como verdaderos centros sociales, lugares en donde el ciudadano puede tener una gran participación y sentirse identificado con las colecciones, por lo que estas son un puente entre el pasado y el presente de una comunidad.

En el Perú existen 246 museos aproximadamente, de los cuales 70 se encuentran en Lima y 11 son los administrados por el Ministerio de Cultura del Perú. Actualmente, a pesar de que estos 11 museos no cuentan con la interactividad necesaria, con esto se quiere decir, actividades que hagan que el visitante abandone su rol pasivo para intervenir con alguno de sus sentidos y no solo observando la muestra, se esta trabajando en esta mejora (Riofrío, 2016). Por tal motivo se han creado una serie de programas culturales que ofrecen los museos a sus visitantes en Lima. Entre estos tenemos los siguientes:

La Noche de los Museos: Esta iniciativa de la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) tiene como primer objetivo promover un circuito cultural en el distrito e incentivar la visita a los museos, resaltando su importancia como espacios de encuentro que estimulan la creatividad, el diálogo y el pensamiento crítico. Con más de 45 espacios culturales entre museos, galerías y centros culturales participantes, abren sus puertas de 5:00 p.m. a 10:00 p.m. y ofrecen ingreso libre o tarifas promocionales a sus visitantes. Durante este evento, cada museo tiene preparado una programación especial que incluye visitas guiadas y actividades educativas y recreativas. Asimismo, se presentan números artísticos en la vía pública (batucadas, pasacalles, mimos, malabaristas, entre otros) que toman la ciudad para darle vida y despertar el interés de los ciudadanos por nuestro patrimonio e identidad (limacultura.pe).

El Museo Abre de Noche: Esta es otra iniciativa de MML, evento que integra a los museos y galerías de arte municipales así como a otros espacios culturales del Centro Histórico de Lima, los cuales abren sus instalaciones al público hasta las 10:00 p.m. los primeros viernes de cada mes. Este programa está dirigido a promocionar la visita a los museos principalmente entre el público juvenil. Además, se brindan visitas guiadas, ciclos de cine, entre otras actividades que dinamizan la noche (limacultura.pe).

Museos a tu Alcance: Los museos de Lima Metropolitana se reúnen para mostrar a la ciudadanía su amplia oferta y atractivos. Esta iniciativa busca mostrar que los museos son espacios donde es posible aprender de manera interactiva, entretenida y amigable sobre la historia y el patrimonio de nuestro país en compañía de familiares y amigos. Además, los museos participantes organizan talleres al aire libre sobre arte, cultura, historia y tradiciones populares. Esta feria es organizada por la Red de Museos de Lima y la MML y el ingreso es completamente libre (limacultura.pe).

"Los museos de hoy deben entenderse y verse como instituciones vivas y con proyección social, como resultado de esfuerzos pasados decisivos para la toma de conciencia integral del valor intrínseco de nuestro patrimonio cultural, y como vehículos de reafirmación de nuestra identidad". (MINCU, 2013)

Recogiendo lo más importante, un museo es hoy en día un espacio vivo de difusión cultural y es así como en Perú, y específicamente en Lima, se esta tratando de convertir a estas organizaciones culturales. Sin embargo como menciona Riofrío (2016), este es un proceso paulatino y lento. El museo es una importante herramienta pedagógica y de comunicación, es el puente principal de la realidad cultural y poco a poco se ha ido convirtiendo en un elemento de entretenimiento de la población ya que ha dejado de ser elitista y a empezado a conectar a las personas con su pasado histórico.

Hoy por hoy, los museos de Lima se están tratando de convertir en elementos dinámicos e interactivos. Es por tal motivo que se han gestionado diversos programas ya mencionados en los anteriores párrafos como exposiciones temporales, museos itinerantes, talleres y diversos programas educativos (MINCU, 2013). Finalmente, siendo hoy el mundo globalizado en el que se vive, bombardeados de tanta información por parte de los medios de comunicación en donde lamentablemente las tradiciones y herencias culturales se van dejando de lado, los museos juegan un papel importante en revertir esta alienación cultural y poder afianzar la cultura nacional.

El museo es una *importante herramienta* pedagógica y de *comunicación, es el* puente principal de la *realidad cultural*

Museo de la Nación

Principales funciones del museo

Los museos han ido evolucionando a lo largo del tiempo, por eso mismo sus funciones han ido cambiando a la par con la sociedad en la que se encuentran.

Como se ha mencionando, los museos de hoy en día son instituciones vivas dirigidas a la comunidad, con la conciencia del valor del patrimonio, siendo una herramienta de aprendizaje para reafirmar la identidad nacional y construir cultura nacional.

Lapoint creó un planteamiento general sobre las funciones base de la gestión museal, resumiéndolas finalmente en cinco que se detallan a continuación:

- Planificación: trata sobre definir los objetivos y elegir los medios adecuados para conseguirlos.
- Organización: determina las funciones y responsabilidades que se deben tomar para llevar a cabo los objetivos definidos en el paso previo, la planificación.
- Dotación de personal: este punto esta siempre relacionado con la funciones y tareas específicas que debe realizar cada uno de ellos. Esto exige la constitución de un equipo interdisciplinar capaz de llevar a cabo la complejidad del programa.
- Dirección: posibilita la coordinación de todas las funciones y actividades.
- Control: este depende específicamente de la eficacia de la planificación y estará en función de los objetos que han sido establecidos en esta (Hernández, 2001).

El Real Decreto 620/1987, del 10 de abril, del Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema de Museos del Patrimonio Histórico Español, establece las funciones de los museos y las áreas básicas que deben componer la estructura orgánica de los mismos, entre las cuales se encuentra la de 'difusión'. Según este reglamento las funciones de los museos son las siguientes:

- La conservación, catalogación, restauración y exhibición ordenada de las colecciones.
- La investigación en el ámbito de sus colecciones o de su especialidad.
- La organización periódica de exposiciones científicas y divulgativas acordes con la naturaleza del museo.
  La elaboración y publicación de catálogos y monografías de sus fondos.
- El desarrollo de una actividad didáctica respecto a sus contenidos.
- Cualquier otra función que en sus normas estatutarias o por disposición legal o reglamentarias se les encomiende.

Además, la ICOM ha brindado las principales funciones del museo:

- Conservadora.
- Investigadora, básicamente para el estudio de objetos conservados.
- Educativa.
- Difusora, principalmente a través de la exposición.
- Deleite o emocional.

El museo tiene un importante papel en el desarrollo cultural así como en la formación integral de las personas (Salas, 1980). Este autor afirma que "se trata, por tanto, de un valioso puente cultural, de un eficaz medio de comunicación de la cultura para llegar a las masas populares, y también de un centro de estudios y de investigación para las élites especializadas". Es por tal motivo que al museo se le exige que sea de la forma que se explica a continuación:

- Dinámico, adaptándose continuamente a la demanda exterior.
- Sociocultural, estudiando las necesidades de la sociedad, para promocionar e integrar a sus habitantes.
- Su actitud será crítica, cuestionándose la ordenación de los objetos.
- Potenciará la comunicación, el público deja de ser espectador para ser actor, creándose un diálogo entre el museo y el público.

Por otro lado, cabe mencionar que dos de las principales funciones del museo son: la social y la pedagógica.

En relación a la función social, la nueva museología ha generado nuevos caminos para el desarrollo social e interdisciplinar de los museos.

Puesto que vivimos en un mundo globalizado que experimenta cambios abruptos y significativos en todos los distintos aspectos de la sociedad, esto ha dado lugar a nuevas realidades sociales. Es por tal motivo que los museos siendo parte trascendental de la sociedad no pueden evitar transformarse al ritmo de esta. Los museos deben ser instituciones culturales abiertas al diálogo, que escuchen y respondan a las problemáticas de la sociedad, comprometiéndose a ser elementos dinamizadores capaces de contribuir a la transformación.

Un museo que tenga por finalidad aspectos exclusivamente expositivos, estando descontextualizado de la sociedad en la que se encuentra inmerso, siendo indiferente a las nuevas realidades, resulta ser una institución obsoleta.

Los museos actualmente buscan erradicar sus actitudes pasivas y generar nuevas prácticas creativas conscientes de la realidad y el contexto en el que se encuentran. Estos definen programas de actividades enfocados al desarrollo humano, generando de esta manera nuevas actividades económicas, asumiendo además responsabilidad ambiental y lo más importante, es que permiten la participación de la sociedad dentro del museo. Es de esta manera que los museos son innovadores, comprometidos y socialmente más responsables.

Finalmente, la función pedagógica o educativa de un museo es una de las fundamentales de esta institución por lo que esta estrechamente ligado a sus objetivos como organización cultural.

Señala María Luisa Herrera en su libro 'El museo en la educación. Su origen, evolución e importancia en la cultura moderna' que el museo siempre tuvo una mira pedagógica, sin embargo el área de su actividad docente fue evolucionando con el tiempo, como se menciona a continuación:

- En la edad antigua, el momento Helenístico educó a los críticos y estudiosos, ya que el museo en ese entonces era un depósito donde se acumulaban objetos.
- El Renacimiento contribuyó a la educación del artista que se inspiraba en las formas bellas surgidas en la Antigüedad. En este periodo se trataba más de un museo – colección.
- De la Edad Moderna a la actualidad los museos han pasado de ser privados a ser nacionales, al servicio educativo del pueblo.

El museo tiene *dos importantes* funciones: la social y *la pedagógica*

Desde la década de 1960, los países y organismos culturales se esfuerzan en que los museos sirvan al conocimiento humano y no solo a su mero disfrute estético. Por tal motivo, se intenta cambiar el museo de 'estático' tradicional a 'museo dinámico', en un centro cultural.

El museo es un instrumento idóneo para generar educación patrimonial. Como menciona Zubiaur (2004) "los objetivos de este serían tres: dar a conocer el patrimonio a la población en general, concientizar a la población para contribuir a preservarlo de la destrucción y abandono; y poder así legarlo a las generaciones futuras; y proporcionar a la población el goce de la contemplación y compresión del valor y significado del patrimonio, para contribuir a su enriquecimiento personal y colectivo". Este autor concluye que la educación museística es realmente importante para los conocimientos, valores de respeto y estimación hacia la cultura propia y también la de otros pueblos. Además el desarrollo de las capacidades cognositivas de cada individuo, que son la capacidad de observación, comparación, relación, síntesis, interpretación, entre otras, también son desarrolladas con el museo como herramienta.

Es por ese motivo que los museos son organizaciones culturales con un alto valor educativo, en donde prima la educación vivencial, siendo esta una herramienta no solo valiosa y esencial, sino además muy accesible para el sector educativo limeño. Debido a su bajo costo de ingreso, muchas veces simbólico y muchas otras gratuito, esto permite que las personas en nuestra sociedad no solo refuercen y enriquezcan conocimientos previos, sino además den valor e incrementen su cultura nacional.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Tipología y constitución del museo

La museología, en medio de los diferentes tipos de museo, ha procurado tener un orden para lo cual ha generado ciertos criterios de clasificación, claro que sin pretender establecer un sistema definitivo, dado que una clasificación única e internacional que aplique a todos los casos o contextos resulta realmente difícil de existir. La mayor parte de los museos agrupados han sido realizados por contenido. Esto quiere decir que se evalúan las colecciones que se conservan, para de esta manera poder establecer una clasificación de los museos.

Para poder comprender mejor las clasificaciones internacionales de los museos, se va a utilizar la clasificación tipológica realizada según la ICOM en su programa 1975 - 1977 en París.

1. De arte: bellas artes, artes aplicadas, arqueología.

- Museos de pintura.
- Museos de escultura.
- Museos de grabado.
- Museos de artes gráficas.
- Museos de arqueología.
- Museos de artes decorativas y aplicadas.
- Museos de arte religioso.
- Museos de música.
- Museos de arte dramático, teatro y danza.

2. De historia natural

- Museos de geología y mineralogía.
- Museos de botánica y jardines botánicos.
- Museos de zoología, jardines de zoología y acuarios.
- Museos de antropología física.

3. De etnografía y folklore.

4. Históricos

- Museos biográficos (de grupo).
- Museos de objetos y recuerdos de época.
- Museos conmemorativos.
- Museos biográficos (de un personaje) casas – museo.
- Museos histórico – arqueológico.
- Museos de la guerra y el ejército o museos militares.
- Museos de la marina.

5. De las ciencias y las técnicas

- Museos de física.
- Museos de los mares u oceanográficos.
- Museos de medicina y cirugía.
- Museos técnicas industriales.
- Museos de manufacturas y productos manufacturables.

6. De ciencias sociales y servicios sociales

- Museos de pedagogía, enseñanza y educación.
- Museos de justicia y policía.

7. De comercio y del as comunicaciones

- Museo de la moneda.
- Museo de los transportes.
- Museos de correos.

8. De agricultura y de productos del suelo.

Museo de la Nación

El ICOM también menciona otras posibles clasificaciones que dan la idea del diferente alcance de la figura del museo. Estas se detallan a continuación:

- La corriente que se generó a partir de la década de 1970 donde el museo se convirtió en un centro vivo, generando clasificaciones como 'museo del tiempo, museo del espacio (ecomuseo)'. Además surgieron otras clasificaciones como las siguientes: el 'museo didáctico', el cual centra su total atención en una sola obra pero acompañado de la documentación existente para favorecer la comprensión. El 'museo móvil' el cual trata de dinamizar la presentación tradicional a través de la renovación con exposiciones temáticas. El 'museo experimental de ficción científica' donde exhiben las técnicas expositivas (espacio, luz, color) creando de esta manera diversos ambientes. El 'museo lúdico e interactivo' donde el público participa activamente y se ofrece la oportunidad de manipular diversas máquinas y aparatos científicos.

- Desde un punto de vista territorial, se puede distinguir el museo nacional, general y provincial, del museo comarcal, municipal y local, siendo este último en particular de poblaciones inferiores a 15.000 habitantes.

- Museo del arte religioso, Ángel Sancho los define como "aquel que está constituido principalmente por objetos de arte religioso en general, los que están o estuvieron destinados directa o indirectamente a temas religiosos". Estos son objetos que además de su importancia artística tienen un valor religioso.

- Desde el punto de vista fiscal también se pueden distinguir museos como los pertenecientes y administrados por entes públicos no sujetos a imposición fiscal, museos pertenecientes a personas jurídicas o físicas que tienen como móvil el beneficio económico, sujetos al régimen fiscal de empresas, y museos pertenecientes a asociaciones o fundaciones sin fines de lucro.

- Desde el punto de vista material, se pueden diferenciar museos presenciales o institucionales, los cuales son visitables físicamente con objetos reales; virtuales o cybermuseos, que son inmateriales y existentes en la memoria del ordenador o en una página web de una red electrónica de información que corresponde a un concepto de museo ideal o imaginario.

- Finalmente, a efectos estadísticos, dirigido a establecer una Estadística de Museos y Colecciones Museográficas de España, se diferencia museo de colecciones museográfica, museo matriz de museo filial, de sección y de anexo (una colección museográfica no reúne todos los requisitos para desarrollar las funciones de un museo).

Museo de la Nación

Como ya ha sido mencionado en capítulos anteriores, en el Perú hay 246 museos aproximadamente, de los cuales 70 están ubicados en Lima. Estos pueden ser estatales a nivel nacional o de origen privado según el Decreto Ley 27590 creado en 1992, que establece la conservación y exhibición del patrimonio cultural mueble del país, por lo que de acuerdo al régimen de propiedad los museos pueden ser de la siguiente manera:

- Museos Estatales: nacionales, regionales, municipales, comunitarios o de sitio.
- Privados: organizaciones particulares, fundaciones, sociedades, asociaciones e instituciones religiosas y educativas.

En el Perú , existen distintos tipos de museo, estos varían de acuerdo al tipo de muestra o colección que posean, por lo que pueden tener la siguiente clasificación:

- Arqueológicos
- Históricos
- Ciencias naturales
- Etnográficos
- Artísticos
- Religiosos
- Tecnológicos
- Arte popular
- Museos especializados como el 'Museo de la Electricidad' o la 'Casa de la Gastronomía Peruana' entre otros. (MINCU, 2013)

Finalmente, los museos seleccionan los medios que utilizarán para cumplir con su misión. Según explica Hernández (2001), para esto se necesita una dotación de medios humanos, materiales y financieros, ya que sin estos no puede llevarse a cabo esta labor. Sin embargo, también existe la colaboración de capital privado en el patrocinio cultural, donde existen distintas formas del mismo: patrocinan exposiciones culturales, conciertos, climatización de museos, etc. El museo se concibe por la suma de contenidos (colecciones), continente (edificio) y personal interno (sean especialistas, administrativos, técnicos, etc.) y personal externo (público). Hernández propone en su libro los elementos constitutivos de un museo. (ver Tabla 4)

Tabla 4.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

El museo en el Perú

Llegada del museo al Perú

El museo llegó a Perú en 1822 cuando se creó el Museo Nacional impulsado por las autoridades del primer gobierno republicano. Durante el siglo XX, Julio C. Tello, quien es uno de los personajes que tuvo un papel importante en la creación del museo conocido hoy en día como Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, fue uno de los primeros en reconocer de manera tangencial la importancia de estas instituciones culturales en el Perú. De esta manera logró junto con sus colaboradores más cercanos, eliminar la idea equivoca de que un museo era tan solo un 'gabinete de curiosidades' o colecciones como antigüedades o joyas que expresaban el orgullo de sus propietarios siendo exclusivos para las élites. Tello, entonces, marcó el derrotero a seguir señalando que los museos reflejan la historia de los pueblos a través de su cultura y sus diversas expresiones a lo largo del tiempo. Es así que se pasó de la concepción del museo tradicional como espacio dedicado a almacenar objetos al servicio de minorías, al concepto de museo como institución de carácter público, orientado a la difusión de valores culturales nacionales y universales, democráticos y participativos. (MINCU, 2013)

Durante la época colonial existían numerosas colecciones privadas, entre ellas estaba la del Obispo de Trujillo, Baltasar Jaime Martínez de Compañón y Bujanda (1737 – 1797). Esta situación de coleccionistas cambió con la ilustración, los ideólogos y los políticos de la época, quienes centraron su atención en la gran necesidad de reformar la educación. Fue entonces que el general José de San Martín proyectó la creación del Museo Nacional. El 02 de abril de 1822 se dispuso un decreto que prohibía la extracción de objetos de las huacas y disponía que los confiscaran y fuesen entregados a este Museo Nacional. Lamentablemente, este proyecto de Museo Nacional no se hizo realidad, debido a que San Martín renunció al mando y se retiró del país. Así finalizó el protectorado y Lima permaneció sin contar con un museo.

El Museo Nacional fue establecido por Hipólito Unánue, a través de un decreto el 02 de diciembre de 1825, disponiendo que dos salones de la Inquisición se dedicasen a 'un museo de pinturas' y las habitaciones del centro con las demás piezas del patio principal fueran la vivienda del 'director que fuere de este ramo'. Además, el edificio principal lo dedicó a la realización de conciertos de música. Por otra parte, el mismo decreto cedió a la Sociedad Filarmónica 'para los objetos de su instituto', la capilla y otros ambientes del local de la Inquisición (Ayllón, 2012).

Museo de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

Museos de Lima gestionados por el Ministerio de Cultura

En el Perú, como ya ha sido mencionado existen más de 200 museos, de los cuales 70 se encuentran en Lima, pero solo son 11 los gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú. Esta investigación se basará en estos museos.

- Casa de la Gastronomía Peruana
- Casa Museo "José Carlos Mariátegui"
- Museo de Arte Italiano de Lima
- Museo Nacional de la Cultura Peruana
- Museo de Sitio "Arturo Jiménez Borja" – Puruchuco
- Museo de Sitio Pachacámac
- Museo de Sitio Huaca Pucllana
- Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú.
- Museo de Sitio "El Mirador del Cerro San Cristóbal"
- Museo de la Nación
- Museo de Sitio Huallamarca

> Los museos del *Perú carecen de* interactividad por *lo que brindan una* experiencia limitada

Museo peruano en la actualidad

Actualmente los museos del Perú no cumplen con la promesa de actualizarse a la par con la sociedad en la que se encuentran, aunque estos han tenido buenos esfuerzos.

De acuerdo a Alfonso Castrillón Vizcarra en su investigación "Museo Peruano: Utopía y realidad" la historia del museo en el Perú esta ligada a los vaivenes políticos, pero además, se encuentra amarrada al destino de una burguesía criolla que, al no poder emular a los museos europeos, perdió el interés en poder crearlos aquí con los objetos propios de la cultura nativa. Por lo tanto, estos no lograron que la sociedad se sintiera identificada y son estos los esfuerzos que aún hasta ahora se llevan acabo para poder lograr que esta población sienta que estas instituciones culturales son lugares abiertos a la comunidad y al diálogo.

La falta de perspectiva ha limitado la visión a aspectos secundarios, dejando de lado aspectos fundamentales como el programa de inventario, catalogación y conservación del patrimonio nacional, la creación de museos regionales y de frontera, la formación de personal idóneo. En otras palabras no ha habido un programa integral de museos para el Perú (Castrillón, 1986).

Actualmente, los 11 museos gestionados por el MINCU en Lima aún no cuentan con las herramientas para poder llegar a todos los públicos, a pesar de los esfuerzos ya mencionados con programas como 'El Museo Abre de Noche'. Estos tienen una deficiente promoción, así como la carencia de interactividad que permita que el objetivo pedagógico de los museos se cumpla, por consecuencia estos brindan una experiencia limitada para los visitantes. Esto repercute directamente en el aprendizaje y además, como ya ha mencionado Castrillón, en la identidad de una comunidad.

Por tanto el museo peruano en la actualidad, debería ser una entidad cultural que ofrezca a la sociedad una experiencia llena de aprendizaje, sin embargo, estos no han logrado evolucionar a la par con la sociedad en la que se encuentran inmersos, estos aún están en un proceso lento de desarrollo y mejoras para el visitante, en el cual juega en contra los recursos económicos limitados y los extensos procesos burocráticos para aprobar proyectos por el Ministerio de Cultura. (Riofrío, 2016)

Definición de cultura y de nación

De acuerdo a la Real Academia Española (RAE) cultura tiene muchas acepciones, algunas de estas son las siguientes:

- Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
- Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
- Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

La cultura viene del latín *colere* que significa cultivar, en referencia a una de las actividades productivas, la agricultura. En un inicio este verbo latino tuvo el sentido de habitar y cultivar, haciendo referencia a la población rural.
Se considera que fue Cicerón quien emplea el vocablo cultura por primera vez como concepto (Guerrero, 2002).

En conclusión, la cultura puede ser entendida de diferentes maneras, pero estas se concentran en dos grandes definiciones. Por un lado, esta hace referencia al estilo de vida de una comunidad, sustentado en las creencias, cosmovisiones, costumbres, símbolos y prácticas que se han construido y estructuran la vida de esta comunidad. Por el otro lado, cultura también hace referencia a un conjunto de objetos y prácticas, a obras de arte o expresiones artísticas en general, que ha adquirido valor simbólico y material.

En otras palabras, por parte de la primera definición, cultura se constituye como un indicador de la forma de vida, es decir las prácticas cotidianas de las personas de una comunidad. Y desde la segunda acepción, son culturales aquellos objetos y prácticas que son fruto de la creatividad humana y que han conferido sentido con imágenes, sonidos y significados en la vida personal y colectiva (MINCU, 2016).
La cultura abarca los comportamientos y también los demás comportamientos derivados de la actividad humana, como Fernando Silva Santisteban (1988) menciona:

"[...] La cultura comprende no solo los conocimientos y la manera de comportarse frente a determinadas situaciones, sino también las costumbres y las tradiciones, la técnica, el arte, la ciencia, la moral, la religión y todas las instituciones creadas por el hombre, así como también los instrumentos materiales y artefactos en los que materializan las realizaciones culturales y mediante los cuales surten efectos prácticos los aspectos intelectuales de la cultura, como son los edificios, vestidos, máquinas, artificios para la comunicación, objetos de arte, etc. La significación científica del termino es, por consiguiente, mucho mas amplia y diferente que su acepción popular"

Cabe mencionar que existen dos tipos de cultura, la inmaterial y la material.

La cultura inmaterial hace referencia a las costumbres, tradiciones y diversas formas de conducta social que no son materiales. Estas además son expresadas en la manera de actuar, comportarse, de desarrollar una conducta social determinada. Por otro lado, la cultura material son productos del conocimiento y creación del hombre. Son elementos que no existen de manera natural, se debe tener en cuenta que esta cultura material parte de la necesidad que se le genera al hombre para adaptar la naturaleza a la solución de sus necesidades (Gonzales & Guerra, 2007).

Por otro lado, podemos definir nación basado en el libro de Comunidades Imaginadas, "una comunidades política imaginada como inherente limitada y soberana. Es imaginada porque aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión" (Benedict, 1991). Además de acuerdo al libro Evolución Histórica de la Identidad Nacional , "la nación puede ser una de esas unidades históricas que, por tener un carácter delimitado, tanto en el espacio como en el tiempo, es asimilable al análisis histórico" (Barahona, 2002).

Cultura nacional

Cultura nacional y factores que la construyen

Podemos definir cultura nacional en base a las definiciones previamente establecidas en el capítulo anterior de 'cultura' y de 'nación'.

Entonces, se entiende por cultura nacional al conjunto de conocimientos y modos de vida de manifestaciones de un pueblo, territorio o nación. Esto quiere decir que la 'cultura nacional' tiene un valor intrínseco en la formación o desarrollo de todos los ciudadanos de una comunidad. Dentro de esta acepción podemos encontrar la identidad y el sentimiento de pertenencia que se construye en una población.

Además, dentro de las manifestaciones tradicionales mencionadas, los factores que construyen la identidad nacional pueden ser concretas como son la gastronomía, territorio, etc; y también se pueden encontrar las abstractas como son el ya referido sentimiento de pertenencia, amor a la patria y a sus símbolos, entre otros.

Finalmente, cultura nacional es lo que engloba a un grupo como nación, es una serie de elementos que el individuo puede elegir poseer o no y en el caso de Perú, es la cultura peruana a la que se elige conocer y pertenecer.

Cultura nacional es
lo que hace referencia
a una comunidad

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Actividades culturales

Afluencia de público a actividades culturales en Lima

En Lima existen diversos tipos de actividades culturales a las que las personas pueden acceder. Cada año, 'pasear en los parques' resulta ser la principal actividad recreativa realizada por los limeños. (ver Tabla 5)

Tabla 5.

PRINCIPALES ACTIVIDADES RECREATIVAS, CULTURALES O DE ESPARCIMIENTO REALIZADAS POR LOS LIMEÑOS - 2015

75.3%	Ir a parques	52.9%	Ir al cine	51.3%	Ir a la playa

44.2%	Salir a bailar	**18.9%**	Visitar museos / galerías
40.1%	Ir al zoológico	**18.3%**	Ir al circo
34.1%	Practicar algun deporte	**17.8%**	Ir a ferias artesanales
33.8%	Asistir a eventos deportivos	**15.8%**	Asistir a conferencias
28.7%	Participar de una procesión	**15.4%**	Ir a un espacio natural de Lima
28.7%	Muestras gastronómicas	**15.3%**	Visitar lugares históricos
27.8%	Ir a eventos culturales públicos	**14.8%**	Ir a ferias del libro
26.7%	Asistir a eventos musicales	**11.0%**	Ir al teatro

LIMA CÓMO VAMOS
Tabla extraída de la VI Informe de Percepción sobre Calidad de Vida 2015

Sin embargo, la desigualdad socioeconómica impacta a los limeños en el acceso y realización de actividades culturales. Las actividades con las desigualdades más marcadas entre A/B y el D/E son ir al cine con un 65.9% versus un 32.9%; ir a muestras o encuentros gastronómicos un 41.8% versus un 12.6% e ir a la playa con un 60.4% versus un 38.1%. Esta ultima actividad causa una mayor sorpresa puesto que las playas son espacios públicos y gratuitos; sin embargo, el acceso a esta actividad en cuanto a inversión de tiempo, distancia y deficiente o inexistente equipamiento son los obstáculos que se presentan para estos limeños (lima como vamos, 2015).

Cabe mencionar que las principales instituciones que tienen injerencia sobre los temas culturales en la ciudad son las siguientes:

- Ministerio de la Cultura, encargado de dictar las políticas sobre patrimonio cultural material e inmaterial, creación cultural contemporánea y artes vivas, gestión cultural e industrias culturales y pluralidad étnica y cultural.
- Sub-Gerencia de Cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima que depende de la Gerencia de Educación, Cultura y Deporte. Hasta el 2010, los ejes de esta Sub-gerencia se encontraban focalizados en División de Folclore y Promoción Cultural, División de Artes Visuales - Galería Municipal Pancho Fierro, División de Teatros Municipales y División de Registro y Control. Mientras que a nivel metropolitano, hasta el 2010, este organismo se encargaba de la realización de eventos artístico - culturales (musicales, pasacalles, concursos y festivales) y de la presentación itinerante del Ballet Municipal de Lima, de la Orquesta Filarmónica, de artes escénicas y otros. En el nivel de Lima Cercado, adicionalmente, se llevaban a cabo exhibiciones de artes visuales y funciones de zarzuela, ópera, entre otros.
- Las municipalidades distritales suelen tener una oficina de Cultura o una Sub-gerencia asociada a Recreación y Deporte y/o integrada a la Gerencia de Desarrollo Humano encargada de la programación de actividades culturales a nivel local (Lima Cómo Vamos, 2010).

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Política cultural por parte del Ministerio de Cultura

La política cultural se encarga del estilo de vida de los ciudadanos de una misma nación, evidenciando los buenos y malos hábitos adquiridos. Al mismo tiempo, este debe promover la democratización de los objetos y la prácticas culturales existentes. Es por tal motivo que la política cultural busca crear mejores condiciones para el libre desarrollo de la producción cultural y además aspira a hacer más visible las maneras en que los ciudadanos son constituidos culturalmente por un orden social que les sirve básicamente para el aprendizaje.

La política cultural son un conjunto de guías, normativas y proyectos que se encuentran destinados a democratizar la producción, la circulación y el consumo de objetos y servicios culturales. La política cultural busca enriquecer la vida material y simbólica de una comunidad. Al mismo tiempo ésta contribuye al ejercicio de una buena ciudadanía.

Lamentablemente, son muchas las propuestas de política cultural que no se constituyeron en políticas del Estado, lo que por consecuencia generó que no hubiera articulación entre los programas y tareas culturales de las instituciones estatales encargadas de la defensa, conservación, estudio y promoción del patrimonio cultural peruano, así mismo del fomento de las artes y de las industrias culturales y de la creación de una ciudadanía intercultural. Esto da pase a una falta de continuidad en un proceso que la requiere y que debe tener un estrecho vínculo con la vida, los problemas, la identidad, la historia y la diversidad cultural del país.

La cultura es un bien público y un derecho de todos los ciudadanos de una misma nación. Por lo tanto, la política cultural se presenta como un conjunto de dispositivos de gobierno que generan condiciones para que la producción cultural existente pueda desarrollarse de una mejor manera y ser consumida por todos los individuos de una misma sociedad.

Finalmente, MINCU (2016) afirma que el Estado, las agrupaciones culturales y las empresas privadas deben alentar la producción y promover el acceso a dicha producción. Estos actores deben sumar esfuerzos para intentar democratizar el consumo cultural en sus diversas expresiones.

Museo de la Nación

Museos y sociedad

Noción de museos en el imaginario social limeño

Solo uno de cuatro limeños se muestra satisfecho con la cantidad y calidad de las actividades culturales, recreativas y deportivas que existen en Lima, encontrándose la visita a los museos dentro de este rubro. En este punto, la desigualdad en cuanto a acceso y calidad de estas actividades se hace más marcada a nivel socioeconómico y área interdistrital, puesto que la satisfacción llega a solo un 19.2% en el nivel D/E y a un 16.5% en Lima Sur. Además, la insatisfacción general en Lima en relación a la cantidad y calidad de actividades culturales es de un 31.7%.

En cuanto a la satisfacción con la forma como la Municipalidad de Lima promueve las actividades culturales y recreativas, los porcentajes son similares: solo el 24.4% esta satisfecho y la insatisfacción llega al 30.8%. (ver Tabla 6) Con estos resultados, se puede detectar que la satisfacción general del público limeño con los museos es bastante baja. Además la poca aproximación que los museos tienen a los diferentes públicos de Lima juega un rol importante para esta situación. Los 11 museos gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú, utilizan como principal y único medio de comunicación las redes sociales y la aún incipiente interactividad de las muestras en los museos (Riofrío, 2016).

En conclusión, los museos aún son considerados espacios ajenos a la realidad social del país, en donde salas oscuras con un lenguaje científico y poco comprensible tienen como principal interés la preservación del objeto o del patrimonio dejando de lado la interacción o diálogo con el visitante y su contexto social.

Tabla 6.

¿CÓMO CALIFICA EN GENERAL SU NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA CANTIDAD Y CALIDAD DE ACTIVIDADES CULTURALES, DEPORTIVAS O RECREATIVAS?

	2015	SEXO		EDAD			NSE		
		Hombre	Mujer	18 - 29	30 - 44	45 a +	A/B	C	D/E
Insatisfecho (1-2)	31.7%	31.8%	31.6%	30.3%	31.9%	32.8%	28.5%	32.1%	35.8%
Ni satisfecho ni insatisfecho (3)	41.2%	43.0%	39.6%	40.0%	41.0%	42.7%	41.2%	39.6%	43.4%
Satisfecho (4-5)	25.6%	24.5%	26.7%	28.8%	26.6%	21.6%	29.3%	26.3%	19.2%
NS / NR	1.5%	0.8%	2.1%	0.9%	0.5%	2.9%	0.9%	1.9%	1.6%

LIMA CÓMO VAMOS
Tabla extraída de la VI Informe de Percepción sobre Calidad de Vida 2015

Relación del museo y la cultura nacional

Luego de haber definido el concepto de cultura, nación y museo se puede afirmar que hay una relación directa entre el museo como institución cultural y la formación de la cultura nacional. Al estar esta última cimentada correctamente puede reforzar la valoración de los orígenes de una comunidad.

Siendo los museos organizaciones abiertas al público con la finalidad de adquirir, conservar, estudiar, exponer y definir el patrimonio material e inmaterial de la sociedad, tienen la importante misión de contribuir a la formación de la cultura nacional de la sociedad limeña, para de esta manera fortalecer la participación cívica. Los museos, aplicando la correcta museología y museografía, pueden lograr generar el sentido de pertenencia en una comunidad, incrementando la autoestima de la sociedad.

Dado que los museos hoy en día han ido evolucionando, dando paso a la interactividad, el uso de las nuevas tecnologías y la museología como ciencia, se considera que estos deberían tener la capacidad de llegar a cada tipo de público en la sociedad limeña. Estos deben dar mayor importancia a escolares debido a su principal y más importante función, la pedagógica. La experiencia de un aprendizaje vivencial refuerza las clases de distintas materias para la currícula nacional y fomenta una correcta construcción de la identidad nacional.

De esta manera, al tener una cultura nacional íntegra se genera un mayor acercamiento a la comunidad, ayudando a crear un cambio conductual que convierta a escolares en mejores ciudadanos. Logrando así la integración de su diversidad cultural y finalmente su identificación como nación.

Hoy en día ha surgido una corriente museológica donde los museos se han reinventado como un instrumento de cambio social y de conciencia crítica. Surgió un nuevo modelo de hacer en la práctica museológica que concede protagonismo a la sociedad y asume la responsabilidad social como misión estratégica.

En una era donde todos los ámbitos de la sociedad (económico, tecnológico, social, entre otros) han ido evolucionando, los museos deben de innovar su participación en la sociedad. Estos son hoy en día canales de comunicación abiertos al diálogo de la sociedad. Son instituciones que buscan identificar una cultura.

Finalmente, a pesar de todo el contexto social cambiante del que han sido parte estas organizaciones culturales, los museos pertenecientes a la gestión del Ministerio de Cultura del Perú tienen muchos problemas para poder llegar a la mayor parte del público limeño, teniendo no solo una escasa promoción, sino que no cuentan con interactividad en sus muestras. Esto genera que el aprendizaje que brindan sea limitado.

Se trata entonces de formar ciudadanos que entiendan sus raíces y se sientan parte de una comunidad, preocupados en informarse sobre los sucesos que se desarrollan en su entorno y entendiendo que también los afectan. Más allá de no dar pase a lo foráneo, se busca dar suficiente valor a lo propio.

Museo de Arqueologia, Antropologia e Historia del Perú

Museos y educación

Educación y cultura nacional

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

La educación es la formación que todo ciudadano tiene como derecho para poder desarrollarse y de esta manera ser parte de la sociedad.

En el Perú existen dos tipos de educación que son privada y nacional. El primer tipo de educación se refiere a todas aquellas instituciones educativas costeadas de manera particular, ya sea por los padres, apoderados o por el mismo estudiante. Estos tienen relación con el nivel socioeconómico de las personas, sin embargo, cabe mencionar que en muchas de estas instituciones educativas se puede optar por solicitar becas por rendimiento o por situación económica.

Por otro lado, en el segundo tipo que es la educación nacional, se refiere a instituciones educativas que son financiadas por el estado peruano. Esto significa que son gestionados por la administración pública y sostenido con los impuestos. Esta educación pública tiene como principal objetivo el ser accesible para la población, logrando que la educación sea para toda la sociedad.

Finalmente, la educación sin importar si es privada o nacional tiene relación con la cultura nacional por tener ambas el objetivo de desarrollar personas íntegras para que aporten de manera positiva en la sociedad peruana. Ambas deben ir de la mano con los museos para brindar conocimientos no solo prácticos, académicos o teóricos, sino también de tradiciones, fortaleciendo la identidad, generando un sentimiento de pertenencia hacia una comunidad y finalmente aumentado la autoestima de la sociedad.

Aprendizaje vivencial

Para poder entender el significado de aprendizaje vivencial se debe empezar por definir el 'aprendizaje' y lo 'vivencial'.

El aprendizaje es un proceso de transformación interna que permite un cambio en la manera de pensar, sentir y comportarse. Por otro lado, lo vivencial hace referencia a una experiencia cuando esta involucra dos elementos fundamentales que son los siguientes:

- Reflexión de lo acontecido: selección, interpretación, conclusión y particular.
- Transferencia de conclusión particular a una conclusión de aplicación más general.

Por lo tanto el aprendizaje vivencial es el proceso a través del cual los individuos construyen su propio conocimiento, adquieren habilidades y realzan sus valores directamente desde la experiencia. En otras palabras, es aprender por medio del hacer (Association of Experimental Education, 1995). El aprendizaje vivencial, como toda técnica pedagógica, tiene una serie de principios que adopta y se detallan a continuación:

- El aprendiz es protagonista en lugar de espectador.
- El aprendizaje vivencial es posible cuando existe una selección adecuada de las experiencias y son acompañadas con reflexiones, análisis crítico y síntesis.
- Este aprendizaje debe de tener presente la pertinencia y relevancia para el aprendiz.
- El proceso de aprendizaje vivencial debería de promover la formulación de preguntas, la investigación, la experimentación, la curiosidad, la responsabilidad, la creatividad y la construcción de significados.

Existen numerosos autores (Colan, 1986, Ewert 1989, Luckner 1989, Rawson & Mcintoosh 1991, Smith – Roland – Havens, Hoyt 1992, Rodolph 1991 & Wichman 1991, etc) que afirman que los efectos positivos de utilizar esta metodología, debido a que incrementa la autoestima de los participantes, modifica comportamientos antisociales, desarrolla talentos y capacidades (Association of Experimental Education, 1995).

El aprendizaje vivencial como disciplina surge a partir del trabajo del filósofo, psicólogo y pedagogo norteamericano John Dewey (1859 -1952), quien creía que el hombre y el niño aprendían mediante su enfrentamiento con situaciones problemáticas que surgen en el curso de las actividades que han merecido su interés.

La propuesta metodológica de Dewey constaba de 3 fases que son las siguientes:

- Observación directa de un fenómeno en la experiencia reciente.
- Extracción de significados y conocimientos a partir de dicha observación.
- Juicio de valor referido a posibles utilidades de lo descubierto para el futuro. (Synapsis Experimental Learning)

Museo como herramienta de aprendizaje

Las instituciones educativas utilizan el museo con el objetivo de que los escolares profundicen en el estudio de determinados aspectos de la currícula nacional y al mismo tiempo conozcan una institución cultural. Dicha institución tiene un gran contenido que ofrecer a lo largo de sus vidas, reforzando todos sus aprendizajes en base en la experiencia.

De acuerdo a Valdés, el lenguaje característico del museo y su sistema de comunicación es la muestra que se ofrece a toda la sociedad, incluidos los escolares y estudiantes de otros centros educativos. Estos pueden aprovechar las exposiciones permanentes o temporales de los museos, para de esta manera aumentar la eficacia de los métodos de aprendizaje habitualmente aplicados a los programas educativos que pertenecen a la DRELM o a las instancias educativas competentes. De esta manera se convierte en un instrumento de aprendizaje vivencial en beneficio de los alumnos.

Las visitas a los museos son gestionadas por los profesores. En el caso de que fueran visitas de estudio sin la necesidad de reforzar ninguna clase o determinados aspectos de la currícula nacional, se estaría optando por una visita de estudio complementaria, es decir una actividad no formal.

La elección del museo influye en la asignatura a reforzar, por lo que esta elección determina el tipo de colección o muestra según el museo, los aspectos que permitirá desarrollar y también el abanico de elementos pedagógicos que deben ser preparados por el museo para dirigir dicha visita de estudio.

Finalmente, un estudio de evaluación de visitas escolares a la Galería de Dinosaurios Rutland en el Leicester Museum and Art Gallery, realizado en 1991, reveló las siguientes razones por las que los profesores llevaban a sus alumnos a la galería:

- Estimular — 14%
- Ver objetos reales — 12%
- Desarrollar capacidades de observación — 13%
- Aprender sobre dinosaurios — 7%
- Aprender sobre la extinción de dinosaurios — 3%
- Iniciar el tema — 2%
- Aprender que es un dinosaurio — 1%
- Descubrir el pasado de Leicestershire — 1%
- Aprender sobre la vida de los dinosaurios — 1%

Esta evaluación demostró que la experiencia educativa fue un éxito cuando se había preparado previamente y se utilizaron los recursos educativos del museo.

Finalmente, actualmente en el Perú la currícula nacional no incluye al aprendizaje vivencial como un elemento fundamental de la educación, a pesar de estar comprobada su eficacia en el refuerzo de distintas materias escolares. Cabe mencionar que en los colegios de Lima, tanto nacionales como particulares, se da mayor prioridad a las horas efectivas de clase, estando prohibidas las salidas de estudio, a menos que se presente con un año de anterioridad un proyecto que sustente y justifique dicha visita, y se sigan todos los extensos procesos burocráticos.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Gestión y promoción de los museos

Gestión de museos

Museo de la Nación

De acuerdo a Kevin Moore en su libro “La Gestión del Museo”, estos han salido al mercado y se ha descubierto que se trata de un mundo que sufre rápidos cambios y que cada vez es más duro. Los museos siempre han tenido que luchar para atraer al público, compitiendo con lugares de visita y otras vías de entretenimiento, aunque no hubiera que pagar por la entrada. Hoy en día, se ha vuelto más difícil esta competencia, por lo que muchas de estas instituciones tienen actualmente dificultades para salir adelante, ya que deben luchar con otros lugares culturales.

Dado que muchos museos dependen de los fondos públicos, lo que explica el devastador impacto que están causando sobre ellos los recortes presupuestarios, se va haciendo más necesario tratar de mejorar la eficacia y la responsabilidad en el uso de los fondos públicos gracias a una gestión más adecuada.

La elección del tipo de gestión más adecuada permite a los museos aprovechar estas oportunidades y prosperar en el futuro, no limitándose a sobrevivir en estos tiempos tan cambiantes. Se debe tener en cuenta seis aspectos fundamentales para fundar y mantener un museo que se explican a continuación:

- Una organización estable y medios de subsistencia apropiados.
- Plan definido, estructurado adecuadamente de acuerdo con las posibilidades de la institución y las necesidades de la comunidad en la cual se encuentra inmerso.
- Material con el que trabajar, disponer de buenas colecciones o instalaciones para crearlas.
- Personal para que realice el trabajo, conservadores competentes.
- Lugar en el que se pueda trabajar, un edificio apropiado.
- Medios con los cuales trabajar: accesorios adecuados, material para efectuar las instalaciones, herramientas y asistencia mecánica (Moore, 1998).

Museos públicos

En el Perú, los museos públicos pueden encontrarse bajo la gestión del Ministerio de Cultura del Perú los cuales son dirigidos por la Dirección General de Museos. Sin embargo existen otras entidades gubernamentales que gestionan museos como puede ser la MML, Universidades Nacionales, la Policía Nacional del Perú, entre otros. Cabe mencionar que también existen museos privados con una gestión autónoma y que además tienen una tarifa de ingreso más elevada para sus muestras e instalaciones. Sus actividades son gestionadas por el mismo museo. (MINCU 2013)

Museo de la Nación

Ministerio de Cultura y Dirección General de Museos

El Ministerio de Cultura del Perú, un organismo del Poder Ejecutivo responsable de todos los aspectos culturales del país, ejerce competencia exclusiva y excluyente respecto a otros niveles de gestión en todo el territorio nacional. Este organismo fue creado el 21 de julio de 2010 mediante Ley No 29565, suscrita por el Presidente de la República, Alan García Pérez. La aprobación de dicha Ley determina las siguientes áreas programáticas de acción sobre las cuales el Ministerio de Cultura ejerce sus competencias, funciones y atribuciones:

- Patrimonio cultural de la nación, material e inmaterial
- Creación cultural contemporánea y artes vivas
- Gestión cultural e industrias culturales
- Pluralidad étnica y cultural de la nación

Las funciones principales del Ministerio de Cultura del Perú son formular, ejecutar y establecer estrategias de promoción cultural de manera inclusiva y accesible. Además realiza acciones de conservación y protección del patrimonio cultural y fomenta toda forma de expresiones artísticas, así como convoca y reconoce el mérito de quienes aporten al desarrollo cultural del país. Así mismo planifica y gestiona con todos los niveles de gobierno actividades que permitan el desarrollo de los pueblos amazónicos, andinos y afroperuanos, todo ello propiciando el fortalecimiento de la identidad cultural y abriendo espacios de participación de todas las culturas (MINCU).

Además los museos gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú son dirigidos como ya ha sido mencionado por la Dirección General de Museos. Este es el órgano de línea que tiene a su cargo al formulación de políticas y normas en materia de museos; así como la gestión de museos y la protección, conservación, difusión de los bienes muebles integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación. Este cumple las siguientes funciones:

- Elaborar, promover y proponer cuando corresponda, normas, lineamientos y directivas para la gestión de museos.
- Normar, conducir, implementar, supervisar y gestionar el Sistema Nacional de Museos del Estado (SNME).
- Planear, organizar, aprobar, dirigir, coordinar y supervisar todas las actividades y programas académicos, técnicos, administrativos y financieros vinculados al quehacer museológico a nivel nacional.
- Planificar y ejecutar las actividades destinadas a fortalecer la identidad local, regional y nacional, a través de programas y actividades de museos, salas de exposición, galerías y centros de interpretación.
- Supervisar la actualización del Registro Nacional de Bienes Culturales Muebles Integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación y del Registro Nacional de Museos Públicos y Privados con la información del patrimonio cultural mueble a cargo de los museos y pertenecientes a colecciones privadas y públicas.
- Investigar, conservar, restaurar, exponer y difundir los bienes culturales de los museos o bienes pertenecientes a colecciones museográficas y aquellos provenientes de proyectos arqueológicos en sus diferentes modalidades que hayan sido entregados al Ministerio de Cultura para su custodia.
- Fomentar la creación, implementación y difusión de museos de sitio, o centros de interpretación en monumentos arqueológicos, históricos y lugares relacionados a eventos relevantes para la memoria colectiva del país en coordinación con las áreas pertinentes del Ministerio de Cultura. (ver Tabla 7)

Tabla 7.

MINISTERIO DE CULTURA DEL PERÚ

Gestores culturales

El profesor de la Facultad de Humanidades y director del Centro Cultural de la Universidad de Piura (UDPE) el Dr. Enrique Banús Irusta cuenta cómo es la labor de los gestores culturales y cómo están orientados en el Perú.

"Es el trabajo profesional de quienes laboran en el mundo de la cultura sin ser creadores, sino personas que ponen en contacto la sociedad y la cultura, contribuyendo de forma decisiva a la vida cultural", menciona Banús, respecto a la labor del gestor cultural. Banús explica que un gestor cultural no es un artista, ni un técnico ni un administrativo, tampoco un comunicador a pesar de que una de sus funciones sea comunicar. El gestor cultural es un mediador que se encuentra entre dos mundos 'la cultura y la sociedad'. Este debe ser un hacedor de puentes, un realista y un pragmático algo enloquecido para que de esta manera pueda expresarse.

El gestor no debe ser solo un buen profesional que domine elementos de gestión sino también que haya entendido la importancia de la cultura para la sociedad y sea consiente de su responsabilidad.

Además, Banús explica que en el Perú, como en la mayoría de los países en los últimos años, la política cultural ha estado ligada en un principio a la conservación, pero posteriormente a la puesta en valor del patrimonio material.

En el Perú, existe una fuerte orientación hacia el patrimonio arqueológico: "Se ha descubierto el atractivo que puede ejercer sobre el turismo y con ello, el retorno económico que puede generar". Sin embargo, para el doctor existe una gran problemática pendiente 'la descentralización de la cultura' de manera responsable. Esta debe ser completada con programas importantes de formación para quienes tiene responsabilidades en cultura en los distintos niveles.

Finalmente, Riofrío (2016) afirma que un gestor cultural debe ser multifacético, debe conocer de formulación de proyectos, de museos, estudios culturales, de historia, saber de marketing, de administración, interpretación del Patrimonio y de la importancia del enfoque educativo de dicha profesión. Para esto, se requiere de una visión general que le permita a los gestores culturales administrar recursos, ideas, tiempo y contenidos.

> El gestor cultural es un mediador *que se encuentra entre dos* mundos: la cultura y la sociedad

Inversión gubernamental

En el informe "Evaluando la Gestión de Lima al 2010" de Lima Cómo Vamos, se menciona que de acuerdo con la información reportada al Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de Cultura previó para Lima un gasto de S/. 236'570,091 soles en su Presupuesto Institucional Modificado, habiéndose ejecutado el 74.3% de dicho monto a diciembre del 2010, con S/. 175'724,887 soles. Esta suma fue gastada en actividades tales como las siguientes:

- Preservación del patrimonio cultural.
- Promoción e incentivo de las actividades artísticas y culturales.
- Actividades de supervisión y control.
- Proyectos como la implementación del Cine Club del INC o la construcción del Gran Teatro Nacional. Esta obra irrogó el 90% del gasto total en la cartera.

Además los 43 distritos de Lima Metropolitana ejecutaron un gasto de S/.104'588,118 y contaban con un PIM (Presupuesto Institucional Modificado) de S/.118'248,288. De este monto, el S/.82'828'202 corresponden al monto gastado por la Municipalidad Metropolitana de Lima. Más del 50% de ese monto estuvo destinado a la reconstrucción e implementación del Teatro Municipal y otro tanto a la remodelación del Museo Metropolitano de Lima.

Botella antropomorfa. Cuerpo escultórico, asa puente y gollete recto. Personaje femenino sentado, con las piernas cruzadas y las manos sobre las rodillas. Lleva trenzas y collar.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Promoción de museos

Museos de Lima

En el Perú, los museos carecen de interactividad, según afirma la gestora cultural María del Pilar Riofrío, entendiendo por interacción una acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc. Esto quiere decir que interactividad no necesariamente esta referido a la tecnología, a pesar de que muchas veces se confunde con eso, sino que puede existir interactividad en una muestra museística con la sola acción de que el visitante abandone su rol pasivo para intervenir con alguno de sus sentidos, sea tacto, oído, vista, etc.

Hoy en día los museos deben de ser interactivos para poder llegar a todo público, cumpliendo su principal función la 'pedagógica'.

Por otro lado, en relación a su función de llegar a todo público y de cumplir con su función educadora, los museos de Lima no cuentan con los suficientes gestores culturales, ni con páginas web o fan page para poder tener una mayor acercamiento a la sociedad. Sin embargo, según afirma Quispe (2016), los museos tienen promoción a pesar de no contar todos con los medios necesario. Su principal medio de promoción son las redes sociales, y debido a que no todos los museos tienen fan page ni página web, son promocionados a través de la página del Ministerio de Cultura y su página en Facebook 'Museos en Línea'.

Lamentablemente, este es el único medio de comunicación que utilizan, siendo este una gran limitante dado que las personas de NSE C, quienes son la mayoría de la sociedad Limeña, no cuentan con internet en casa. Si bien sí tienen acceso a internet a través de sus celulares y las cabinas de internet para poder acceder a la información de eventos y actividades de los museos, estos deben de seguir el fan page para poder ser notificados de dichas actividades.

Al desconocer, estas personas, los museos que existen en Lima, no pueden ser seguidores de estos en las redes sociales. En caso de conocer alguno de los museos, al buscarlo en Facebook se pueden dar con la realidad de que dicho museo no tenga su propia fan page. Esto dificulta el acceso de las personas a la información de los museos, generando una brecha entre sociedad y cultura.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Aplicación de las nuevas herramientas de comunicación

Actualmente, los museos y centros culturales son indiferentes a la era digital, dejando esta potencial herramienta de lado. Estas instituciones culturales deben entender el verdadero valor del internet ya que brinda el conocimiento necesario acerca de los diferentes tipos de visitantes de un museo y sus comportamientos en el proceso de descubrimiento y consumo. Esto permitirá a los gestores culturales, basándose en la satisfacción real, recomendar visitas y muestras de manera personalizada, enfocándose no en las masas, sino en el individuo; teniendo un marketing de uno a uno y ofreciendo a las personas satisfacer sus necesidades específicas.

Las nuevas tecnologías *son un complemento* para la experiencia *del usuario: antes, durante* y después de la visita

La implementación de nuevas tecnologías es un complemento para la experiencia del usuario porque enriquece la visita. Durante la visita de estudio, porque fomenta el aprendizaje y después de la visita física, porque puede seguir brindando información e interactividad a través de las nuevas tecnologías y el internet.

Por ejemplo, antes de la visita, a través de los celulares y las redes sociales se puede informar al visitante de las muestras actuales, derivándolos a las webs de cada museo para que puedan obtener mayor información o medio de contacto. Además en estas webs pueden encontrarse las muestras online, y muchas veces recorridos del museo, lo cual podría considerarse una excelente manera de capturar la atención de los visitantes. Todo esto debe tenerse en cuenta ya que la globalización y los nuevos medios de comunicación están permitiendo que la información entre en la palma de la mano, en otras palabras en tu celular. Se debe de aprovechar este medio para llegar a todo público.

Durante la visita, se podría implementar el uso de audio guías, ver video entrevistas, buscar obras, escanear códigos QR para obtener mayor información. Se debería buscar la participación del público, sobre todo de aquel visitante que siempre va acompañado a las muestras. Además, el uso de pantallas táctiles, a pesar de no ser el único medio de interacción, genera el rol activo del visitante. Por otro lado, las transmisiones en tiempo real, permiten una experiencia diferente y podrían generarse actividades complementarias para el aprendizaje de los niños como por ejemplo la búsqueda del tesoro, entre otras actividades. Finalmente los dispositivos móviles son un importante elemento de comunicación, interacción y participación para los museos.

Existe un escaso o nulo uso de las tecnologías en instituciones culturales que fomenten compartir la experiencia de los usuarios en su visita. Sin embargo, cabe mencionar que los usuarios sí comparten en redes sociales sus fotos, sus estados y sus ubicaciones, pero lo hacen sin ningún tipo de aliciente por parte de los museos. Por ejemplo, no ofrecen wifi gratuito y libre para su recorrido en el museo, ni tampoco ofrecen información en sus distintas webs o redes sociales en varios idiomas a pesar de que los extranjeros también son uno de sus públicos.

Después de la visita, los museos pueden recomendar una lista de lecturas relacionadas a la muestra presentada para poder no solo reforzar el aprendizaje, sino además promover el hábito lector. Además podrían descargar un catálogo de la muestra de manera virtual terminando la visita del museo, e incluso podrían ofrecerse infografías animadas para obtener información detallada de cada obra.

Finalmente, las entidades culturales deben evolucionar, junto con la sociedad en las cuales están inmersas, actualizando no solo sus canales de comunicación sino además haciéndolos atractivos e interactivos para generar mayor interés, informar y motivar la asistencia a estos (dosdoce.com).

Participación cívica y alienación cultural

Participación cívica

La participación cívica se refiere a las acciones llevadas a cabo por parte de un individuo en su comunidad. El nivel de participación puede variar entre una conciencia que se manifieste a través de un compromiso, y el hecho de ejercer una influencia. Los tres subdominios de la participación cívica son las siguientes:

- Toma de decisiones: se centra en la participación activa y tiene como consecuencia directa la aplicación de las políticas y prácticas relativas a la comunidad del individuo. Los aspectos de este subdominio son: participar en la gobernanza de las organizaciones y en un segundo termino votar.

- Influencias: se ocupa de las acciones dirigidas a informar y a causar un efecto sobre cualquiera de las políticas, prácticas y actitudes de otros en la comunidad del individuo. Los aspectos de este subdominio son las siguientes:

  - Participación en debates públicos.
  - Participación en manifestaciones de apoyo o testas públicas.
  - Participación en el desarrollo de la política.
  - Desarrollo de propuestas de acción o apoyo.
  - Adquisición selectiva de productos en función de las creencias éticas sobre la forma en que han sido productos.
  - Corrupción.

- Participación en la comunidad: esto se centra en la participación, prestando especial atención a una mejora de las relaciones del individuo con una comunidad para beneficio de la misma. Los aspectos de este subdominio son las siguientes:

  - Voluntariado.
  - Participación en organizaciones religiosas, culturales y deportivas.
  - Mantenerse informado.

Por otro lado, existen principios cívicos que son los fundamentos éticos compartidos en las sociedades cívicas. Es decir, son responsabilidades cívicas y sirven como motivación para la participación cívica de las personas de manera individual o en grupo. Los tres subdominios de los principios cívicos son los siguientes:

- Equidad: se basa en el principio de que todas las personas tiene derecho a un tratamiento justo. Es fundamental proteger y fomentar esta equidad para lograr la paz, armonía y productividad entre las comunidades. Esto deriva de la noción de igualdad, por lo que todas las personas desde que nacen son iguales en términos de dignidad y derechos.

- Libertad: esta se centra en el concepto de que todas las personas liberadas del temor y la miseria deberían tener libertad de creencias y expresión, tal como se estipula en la Declaración Universal de Derechos Humanos (Naciones Unidas, 1948).

- Cohesión social: esta se basa en la sensación de pertenencia, conexión y visión común que existe entre los individuos y las comunidades dentro de una sociedad. (Shulz, Fraillon, Ainley, Losito & Kerr, 2010)

Existen principios *cívicos que son* los fundamentos *éticos compartidos* en una sociedad

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú

Importancia de la participación cívica

Hoy en día los niños y jóvenes de Lima tienen poco interés por la participación cívica como menciona la docente Minny Violeta Alegre Figueroa, especialista en artes visuales. Esto quiere decir que no toman parte o no intervienen en el desarrollo social y la democracia participativa de su comunidad. Considerando que la participación cívica los convierte en agentes de cambios sociales, siendo los conocimientos cívicos los recursos que influyen en su respuesta ante lo que esta sucediendo en la sociedad (Silbereisen y Lerner, 2007), se considera que todos deben de tener pleno conocimiento de lo que está aconteciendo en su entorno social, demostrando de esta manera su sentido de pertenencia e interés. Esto les permite reconocer que lo que se desarrolla en su contexto social también los afecta, y les brinda las herramientas necesarias para que tengan mayor criterio al momento de la toma de decisiones.

Situación actual de la participación cívica en Lima

Actualmente, las reuniones públicas son la principal acción de participación ciudadana según el informe de Lima Cómo Vamos en el 2015. Año a año incrementa la distancia entre la intención de realizar acciones de participación ciudadana y la real participación. La encuesta que realizó Lima Cómo Vamos presenta ocho acciones distintas (ver Tabla 8) y tan solo la opción "asistir alguna reunión pública convocada para discutir problemas sobre el lugar donde vive" alcanzó un porcentaje mayor al 10% de la población. Esta es una situación que se repite desde el año 2010.

Tabla 8.

ACCIONES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA - 2015

	Ha hecho	Podría Hacerlas	Nunca las haría
Asistir a alguna reunión convocada para discutir problemas sobre el lugar donde vive.	**14.3%**	**55.1%**	**26.0%**
Participar de una marcha o plantón pacífico.	**8.4%**	**44.9%**	**41.1%**
Firmar un comunicado o petición a las autoridades municipales.	**6.5%**	**62.8%**	**26.2%**
Servir en un comité de alguna organización vecional o social.	**6.0%**	**41.3%**	**45.6%**
Ser miembro de una organización social o voluntariado.	**5.2%**	**45.1%**	**43.4%**
Llamar a un programa en vivo de radio o televisón o ecsribir una carta a un medio para expersar una opinión sobre temas o el lugar donde vive.	**4.0%**	**69.9%**	**31.6%**
Parcipar en el Presupuesto Participativo de su distrito.	**3.2%**	**40.5%**	**49.0%**
Buscar ser elegido para algún cargo público.	**1.8%**	**26.0%**	**64.8%**

LIMA CÓMO VAMOS
Tabla extraída de la VI Informe de Percepción sobre Calidad de Vida 2015

Respecto a las acciones que la población limeña señala "podría hacerlas": "firmar un comunicado o petición a las autoridades municipales" es la acción con disposición más alta, pues alcanza hasta un 62.8%, seguido de "llamar a un programa en vivo de radio o televisión, o escribir una carta a un medio de comunicación, para expresar una opinión", con un 60.9%. Por el lado de las acciones que la población señala que "nunca las haría", "buscar ser elegido en un cargo público" es la acción con menor disposición (64.8%); seguido de la participación en el Presupuesto Participativo distrital (49%).

Así, las acciones más vinculadas a la participación directa en la gestión (el Presupuesto Participativo y la elección) son las de menor preferencia, mientras que las acciones de información y opinión son las que tienen mayor aceptación aunque, la participación sigue siendo muy baja. (LimaCómoVamos, 2015)

Consecuencias de una escasa participación cívica

Luego de todo lo mencionado previamente respecto a la participación cívica, las consecuencias que estas traen en la sociedad limeña son la indiferencia social ante las distintas problemáticas debido a que las personas no se sienten pertenecientes a la sociedad, no sintiendo que los involucre o afecte dicha problemática. Además, como demuestran las cifras presentadas en Lima Cómo Vamos 2015 (Anexo 8) en el recuadro de "nunca lo haría" la mayoría de las personas (64.8%) nunca buscarían ser elegidos para algún cargo. Esto se refleja en el poco interés de ser agentes de cambio para su comunidad, no deseando participar en al toma de decisiones.
Esto también genera poca tolerancia social que se puede ver reflejado en cifras presentadas por la encuesta Lima Cómo Vamos 2015, en donde se puede ver que el 21.6% de limeños señaló haberse sentido discriminado en los últimos 12 meses. (ver Tabla 9)

Tabla 9.

TIPOS DE DISCRIMINACIÓN EN LA CIUDAD - 2015

14.0%	Por mi color de piel.
11.6%	Por no tener suficiente educación.
11.1%	Por ser inmigrante.
10.8%	Por ser joven.
8.9%	Por ser un adulto mayor.
8.7%	Por mi religión.
3.4%	Por ser una persona con discapacidad.
0.5%	Por mi orientación sexual. (LGTB)

LIMA CÓMO VAMOS
Tabla extraída de la VI Informe de Percepción sobre Calidad de Vida 2015

¿Qué se entiende por alienación cultural?

Empezando por definir alienación, de acuerdo a la Real Academia Española, este tiene varias acepciones, entre estas tenemos las siguiente:

- Enajenar
- Estado mental caracterizado por una pérdida del sentimiento de la propia identidad.

Alienación supone la pérdida de sí mismo y la conversión en objeto (cosificación) o en mercancía. Sinónimo de enajenación procedente del latín 'alienus' y que epistemológicamente se refiere a lo ajeno, que pertenece a otro (Marx, 1867)

Alienación cultural por lo tanto, de acuerdo a Marx, es la internalización espontánea o inducida en una comunidad de la conciencia e ideología de otro y que corresponde a una realidad extraña.

"En una sociedad capitalista, por su misma dinámica monopolista inherente al sistema, la clase dominante es más limitada, mientras las clases dominadas cada vez más amplias. Es así que surge un monstruo que todo lo va destruyendo y destrozando: el comportamiento social, moral y ético de los pueblos, gestando una cultura de individualismo, reformismo, consumismo, competitividad. Reproduce además el esquema a la vez que controla todos los medios como: educación, cultura, medios de comunicación, ideología, valores, quienes influyen y condicionan a sus receptores logrando adoctrinar al pueblo a través de estos elemento. Este monstruo se llama 'alienación cultural' producto del capitalismo, y adquiere una existencia socialmente opresiva y explotadora de los seres humanos, inculcando una mentalidad consumista e imitativa de acuerdo a su estatus, formando hombres que se acomoden a él y que encarnen sus valores e intereses donde para nuestro circulo social la vida se rige por el triunfo, la competencia, el ascenso, el prestigio, el poder sobre los demás y los valores del capitalismo (dinero)" (Quituisaca, 2010)

¿Cómo surge la alienación cultural?

La alienación llega al hombre moderno con el capitalismo ya que este es un modo de producción alienante. Este fenómeno social surge durante esta época debido a que en ningún otro momento histórico de la sociedad encontramos mercancía como esencia del respectivo modo de producción. La mercancía es un objeto que ha sido fabricado por el hombre y que lo va convirtiendo en un esclavo de su propia producción.

La alienación es un fenómeno que el hombre no puede erradicar a menos que se coloque por sobre el modo de producción capitalista y para lograrlo, es necesario que este hombre posea elementos culturales elevados.

Este fenómeno *social surge* durante la época *del capitalismo*

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo de la Nación

Consecuencias de la alienación cultural

La alienación cultural, partiendo de lo definido previamente, es la perdida de uno mismo. Es decir, es la aceptación de lo foráneo en el entorno social de uno mismo y esto resulta ser un problema no por la admiración o gusto por elementos extranjeros, sino por la falta de interés y valor en lo propio de la cultura de cada individuo; en el caso de Perú se refiere al poco interés de los elementos indígenas.

La alienación cultural, por tanto, es perder el sentimiento de pertenencia, dejando de lado elementos propios de la cultura a la que se pertenece y considerando superior, de mejor calidad o mejor nivel lo ajeno a la cultura de cada persona.

Finalmente, la alienación es la forma de adaptación, aceptación, separación y enajenamiento del individuo con su realidad. La globalización y los nuevos medios de comunicación juegan un papel importante al influir el modo en que una sociedad vive. Esto perturba mentalmente a cada individuo por que los condiciona a una realidad ajena.

Alienación en la actualidad

Hoy en día se vive en un entorno globalizado, en donde los distintos medios de comunicación bombardean constantemente a los usuarios con los distintos canales que poseen y con cantidades increíbles de información, sobre todo lo referente a consumo.

En la actualidad son las distintas tecnologías y el gran acceso a estas las que dan pase a lo foráneo. Esto va transformando la conciencia de tal manera que las características propias o naturales de cada individuo van perdiéndose poco a poco y se va fomentando la alienación cultural.

Es por tal motivo que la alienación cultural esta ligada a una manipulación social de la cual se es parte gracias a la facilidad con la que la información llega a todo destino con la tecnología y el internet.

Museografía

Museografía y museología

Definitivamente el mayor interés de la museología es la teoría o funcionamiento del museo. Mientras que por el otro lado la museografía es el aspecto técnico, como por ejemplo la instalación de las colecciones, la arquitectura, del edificio, los aspectos administrativos y la climatología. (Hernández, 2001)

Según la ICOM, la museología es considerada “la ciencia del museo”, mientras que la museografía de acuerdo a la RAE es “el estudio de la construcción, organización, catalogación, instalación e historia de los museos”. (Salas, 1980) A pesar de ser diferentes, se puede entender que se complementan la una con la otra y que además son necesarias ambas para el correcto funcionamiento del museo.

Aurora León precisa con mayor detalle la consistencia de la ciencia museológica. De acuerdo con ella, la museología es una ciencia ya que cuenta con tres elementos básicos para serlo que son los siguientes:

- Ser expresiva de algo real, lo que denota su dimensión histórica.
- Ser explicativa de forma global de contenidos y comportamientos parciales, donde se halla su capacidad para teorizar.
- Ser emisora de métodos empíricos, esta es su dimensión práctica.

Además, la museología es considerada una ciencia social no solo porque genera un diálogo entre sociedad y museo, sino además porque en sí el contenido del museo es material básico de análisis que tiene su origen en la realidad histórico – social por lo que ingresa en el campo científico como una disciplina histórica.

Al deshacerse las antiguas colecciones aristocráticas a favor de unos museos de carácter social, la consecuencia más inmediata fue el acercamiento de estas instituciones a la sociedad y la multiplicación de los problemas técnicos como por ejemplo el almacenamiento, conservación, instalación, ventilación, seguridad, entre otros. Por tal motivo nació la necesidad de la museografía que termino ampliándose y reafirmándose en la ciencia de la museología (Fernández, 1999).

La museología surge de la necesidad de estructurar el museo científicamente y de ordenar todo el material concerniente a las distintas facetas de la cultura. La teorización de la ciencia museológica consiste en definir los postulados sustanciales para alcanzar la meta propuesta por todo museo: una conservación científica y una presentación razonada y sistemática de las obras. Estas obras deben de ser llevadas con una organización acorde a la estructura interna de la institución, para de esta manera poder lograr un enseñanza eficaz para el público.

El sujeto de esta ciencia es el hombre y el objeto es la pieza museística a conservar a cargo del hombre que debe tutelar las obras que ha legado la historia de las civilizaciones. Las funciones de la museología abarcan desde el estudio científico y clasificación sistemática hasta la protección jurídica de la pieza en el museo.

La finalidad principal de la museología es la proyección didáctica al público, pues el museo es un centro de educación e información. Este centro cultural tiene la dificultad de afrontar la heterogeneidad de niveles culturales de una sociedad y la variedad e intensidad en el contenido. Esta ciencia debe tener cuidado al confrontar al público porque debe de tener una actitud de servicio, siendo una guía para el cultivo del gusto, la sensibilidad y para capacitar las facultades intelectuales del público. León menciona los principios básicos del museo que son los siguientes:

- Respetar la capacidad transformadora del público que posee el objeto museable, en otras palabras, permitir la libre expresión de su energía.
- La dimensión estética que se manifiesta en la arquitectura, en aspectos técnicos museográficos y en la presentación de las obras expuestas.
- Los criterios históricos, críticos, científicos y didácticos que se sigan a nivel museológico deberán estar en concordancia con las tendencias expositivas del momento.

En definitiva, la museología es la ciencia que trata al museo, siendo este la esencia y que tiene como meta principal el ser accesible a todos los públicos de una sociedad, y logrando que todo el mundo tenga alcance al patrimonio conservado el cual vendría a ser el objeto. Este se vale del estudio científico que son los medios auxiliares y de la selección razonada de las obras que viene a ser el sentido estético y educativo.

Por otro lado, la museografía desde el momento que entra al rubro científico de la ciencia museológica, hace referencia a dos aspectos que se detallan a continuación:

- La lectura narrativa de cada museo, cada ambientación, distribución, mobiliario son portadoras de connotaciones ideológicas y estéticas. La museografía concretiza las ideas de una época en cuanto es expositora de signos plásticos, técnicos y estéticos de su contexto histórico.

- La sistematización y aplicación de los principios museológicos son fundamentales. Si bien la tarea de la museografía es estructurar y ordenar las orientaciones científicas suministradas por la museología. La museografía no solo es una disciplina, sino también es un arte. Este promueve nuevas vivencias y emociones a través de unos métodos expositivos como la vivencia de experiencia: armonía, gusto, descanso, evocación, ritmo, variedad, asimetría. Todo esto depende de los colores, las distancias, las dimensiones y las ambientaciones estéticas.

Finalmente, la museología se apoya en la historia de la colección teniendo como principal objeto de estudio los museos, buscando generar nuevos principios que ayuden al correcto funcionamiento y sistematización del museo para la sociedad.

Para la museografía en cambio, el museo es un objeto físico en el que se aplica principios y normativas, analizando las situaciones prácticas y proponiendo soluciones. Esta se mantiene estrictamente ligada a la museología ya que no se puede dar la una sin que se de la otra.

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Importancia de la museografía

Siendo la museografía el aspecto técnico de la museología, esta actividad técnica y práctica se enfoca en la infraestructura en la que descansa la museología.

Como menciona Zubiaur (2004), la construcción de los museos y la instalación en ellos de las colecciones es el objeto de la museografía. Esta ciencia contempla la adaptación de espacios ya existentes para museos, la edificación de otros de nueva planta y todas las normas correspondientes a la circulación, la iluminación, acondicionamiento, talleres, almacenes, entre otros. Una tarea particular de esta ciencia es la ordenación de los objetos y su presentación para el público, es decir en el marco de la exposición.

Según Martín Bartolomé, estos son los factores relacionados que intervienen en la exposición, como se detallan a continuación:

A. Elementos de la exposición:

- La pieza
- El continente: la arquitectura
- Elementos auxiliares:
  - De la exposición: pedestales, repisas, vitrinas, etc.
  - Decorativos: color, ambiente, música, etc.

- Grupo montador: mano de obra
- Economía
- Seguridad

B. Presentación de los objetos

Este punto tiene gran importancia frente a la comunicación con el visitante. Los criterios de presentación valoran que el público asistente es variado, por lo tanto una presentación demasiado científica escapará a la mayoría del público, y por otro lado uno con sobrecarga de explicaciones aburrirá a las personas conocedoras.

Ante todo, el objeto debe expresar su propio sentido, pero se deberá de facilitar un elemento explicativo como por ejemplo: diagramas, mapas, cuadros sinópticos, fotografías, entre otros.

- La sala de exposición
  Ninguna será igual a la otra, ya que su forma, color y luz dependerán del contenido del museo. Se debe tener presente que los colores generan diversas sensaciones, como menciona Carlos Jiménez en su libro “Museos y Exposiciones”.

  - Colores cálidos y claros, son acogedores Colores cálidos y oscuros, dan la sensación de dignidad y distribuyen la iluminación.
  - Colores fríos y claros, son luminosos y relajantes, provocando una sensación de compañía.
  - Colores fríos y oscuros brindan una sensación amenazadora y triste.
  - Color blanco, es el de la limpieza y el orden. Este desempeña un papel importante para estructurar y animar.

- Presentación de los objetos:
  - Los cuadros: se colocan a una altura baja. La distancia entre las obras debe ser suficiente y las obras importantes irán en el centro.
  - Las estatuas: se colocan sobre pedestales y los objetos pequeños se presentarán en vitrinas de altura no superior al 1.50 cm del suelo.
  - Colecciones gráficas: se conservan en portafolios y se prohibirá su exposición permanente, pues la luz las daña.
  - Monedas y medallas: deben conservarse en cajas blindadas.
  - Colecciones arqueológicas, etnográficas, de ciencias y técnica industrial: deben ser relacionadas con su ambiente natural y cronológico con abundantes gráficos.

La museografía *pone en práctica* aspectos de la *museología*

Podemos concluir que la importancia de la museografía va más allá del simple montaje de la muestra, sino es la manera de comunicarse con el público, de acuerdo al tipo de muestra que se ofrece, con un sentido de comunicación desde el color de la pared, hasta la iluminación o el sonido que estará presenten en la muestra. Todo esto debe de crear un ambiente idóneo para que el visitante pueda tener una experiencia no solo agradable sino además de aprendizaje. La museografía tiene entonces la importante misión de cautivar al visitante a través de sus diversas herramientas, cubriendo además sus necesidades como las de información y las de legibilidad de esta.

Finalmente, la museografía no es solo mantener ordenado un ambiente abierto al público, sino es considerar distintos aspectos que logran que el público se identifique con la muestra e invierta todo su interés en esta. Se busca que el público sienta además de la experiencia, una conexión con el museo.

Aporte de la museografía a la educación y la cultura

La museografía aporta a la correcta instalación de las colecciones en el museo. Estos esfuerzos por perfeccionar una muestra con elementos como la luz, la música, el color del ambiente, la medida correcta de los pedestales, entre otros elementos propios de la museografía, se torna en el canal de comunicación o puente entre los museos y el público. Es en este punto, donde los museos cumplen su principal función, la pedagógica, con éxito.

Que los museos tengan el correcto funcionamiento que cautivará al público que lo visite, logra que su principal función, la educadora, cumpla con fomentar la correcta construcción de la cultura nacional de la sociedad en la que se encuentra.

Dicho de otro modo, que el museo funcione de manera idónea gracias a la museografía, logra atraer a un mayor público, haciendo que esta organización cultural consiga de esta manera brindar un adecuado aprendizaje vivencial a sus visitantes, generando así mayor cultura nacional y mejorando de esta manera a la sociedad limeña y por consiguiente al país.

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú

ESTADO DEL ARTE

Antecedentes nacionales

1. Municipalidad Metropolitana de Lima: “Vamos al Museo”.
Este es un programa educativo que ofrece a los colegios nacionales de Lima Metropolitana poder realizar una visita de estudio a nueve museos de Lima. Estas visitas son totalmente gratuitas, con previa inscripción, e incluye: transporte de escolares, entrada al museo, paseo guiado y talleres que se ofrezcan en cada museo. Además, se entrega material educativo a los profesores para reforzar el aprendizaje.

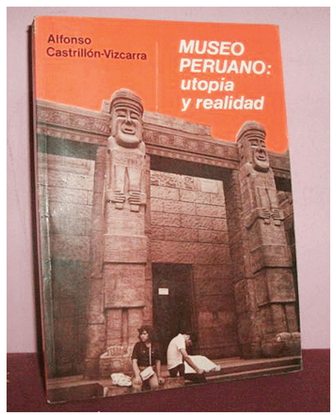
Lima Metropolitana cuenta con más de 80 museos, de los cuales 35 se encuentran ubicados en el Centro Histórico. Estos son espacios únicos de reflexión e inspiración sobre el origen de los peruanos, la diversidad y la forma de vida a través del tiempo. Este programa busca alentar el uso de los museos como lugares de aprendizaje desde la experiencia y como espacios para realizar actividades entretenidas durante el tiempo libre de cada uno de los estudiantes y por consecuencia de sus familiares.

2. Alfonso Castrillón Vizcarra “Museo Peruano: Utopía y Realidad”

Esta investigación de 1986 habla de las carencias del museo, de cómo no se logro emular en Perú el museo europeo, por lo que no se buscó crearlo basándose en objetos de la cultura andina, sino que simplemente se dejó de lado y por consiguiente no se generó una identificación por parte del público o los visitantes con la muestra.

Por tanto, desde esa época hasta la actualidad no ha existido un programa integral de museos para el Perú.

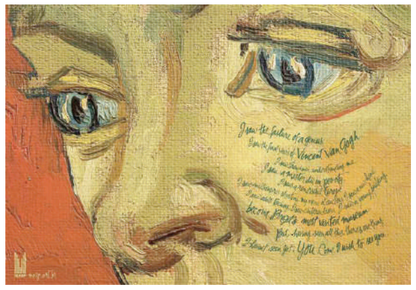
Esta investigación propone romper con la noción equivoca de un museo cerrado, para pensar en este como un museo público popular y amplio que necesita recuperar su imagen cultural.



Antecedentes internacionales

1. Agencia DDB Brasil: “Ven Quiero Verte”.
Esta agencia de publicidad de Brasil desarrolló una campaña para el Museo de Arte de Sao Paulo (MASP). El concepto consistía en que personajes de la historia del arte dieran a conocer los maravillosos eventos de los cuales han sido testigos, pero ¿qué les falta ver a estos hombres? al visitante. Es así que los óleos hacen una invitación abierta.

Ejemplo: “Yo vi a un genio fracasar. Vi el final de los días de Vincent Van Gogh. Vi a un francés subestimarme. Vi a un maestro morir en la pobreza. Vi una Europa dolorida. Vi a un millonario gritar mi nombre en una subasta. Vi un nuevo hogar. Vi adultos enseñando y a niños aprendiendo. Vi a un joven edificio convertirse en el museo más visitado de Brasil. Pero habiendo visto todo esto, hay algo que no he visto aún: a ti”



2. Agencia Saatchi & Saatchi: “Descubre la Historia Completa”
Esta agencia creo una campaña con excelentes piezas gráficas para el Museum of Architecture en Shchusev en Rusia. En esta campaña se juega con la idea de ‘la punta del iceberg’ para mostrar la verdadera historia que tienen en el fondo. ‘Saint Basil’s Cathedral’, ‘Bolshoi Theatre’ y ‘Lomonosov Moscow State University’ muestran la grandeza que los han inmortalizado a cada uno como excelentes obras arquitectónicas rusas, pero a su vez muestran los cimientos de su historia que muchos desconocen.

4

CAPÍTULO 4

- Estructura del proyecto
- Concepto del proyecto
- Nombre del proyecto
- Fundamentación del proyecto

Fotografía: Nathalie Aguilar
Luis Velázco

"Educa a los niños
y no será necesario
castigar a los hombres"

- Pitágoras

ESTRUCTURA DEL PROYECTO

Concepto del proyecto

El concepto de este proyecto es 'mover cultura'. Este concepto representa el 'conocimiento' o la 'experiencia vivencial' que los museos brindan a las instituciones educativas y la 'movilidad' que se relaciona con la promoción que este proyecto busca incentivar en los museos.

'Mover cultura' se acerca a ambos públicos, el objetivo y el beneficiario, a través de dos rutas que se describen a continuación:

- En referencia a los museos, habla sobre movilizar, trasladar o llevar la cultura de un lugar a otro. También habla sobre despertar a los museos haciéndolos entender que deben acercarse a su público principal, es una llamado de atención '¡hey! ¡muévete! ¡reacciona!'
- En referencia a los escolares, en otras palabras a la educación, este concepto habla sobre el conocimiento, el aprendizaje y la cultura que debe de llegar a este público.

Este proyecto busca crear un puente, entre los dos públicos ya mencionados, el museo y los colegios, para de esta manera reducir la brecha existente entre estos.

Además, al acercar el museo a los escolares, quienes deberían ser el principal público de estas instituciones culturales por su mencionado objetivo pedagógico, se espera informar, motivar, pero sobre todo romper con los prejuicios que este público y la mayoría del sector socioeconómico C del país tienen respecto a estas entidades culturales. De esta manera se logra cambiar la imagen del museo, volviéndolo más participativo en la sociedad y haciendo que cumpla su principal propósito que es el educativo.

Por tanto, "mover cultura" es un concepto importante que expresa la clara intención de aproximar la cultura a los beneficiarios, llevando una muestra de museo de tipo histórico - precolombino junto con toda la experiencia que brinda un museo a los escolares de 1er grado de secundaria de colegios nacionales de Lima.

Nombre del proyecto

HUACONOCER

MUESTRA ITINERANTE

El nombre de este proyecto que busca acercar los museos a las instituciones educativas y que tiene como público beneficiario a escolares de 1er grado de secundaria de colegios nacionales de Lima es la mezcla de dos acepciones: 'huaco' y 'conocer'.

Huaco, es un elemento icónico de la cultura nacional, de fácil reconocimiento por la sociedad. Además, ya que la muestra itinerante de este proyecto es de carácter precolombino, la palabra 'huaco' acentúa también una etapa cronológica, aclarando en la mente de los escolares, quienes de acuerdo a la currícula nacional de educación se encuentran en el grado correspondiente para aprender respecto a las culturas precolombinas, la temática de la muestran que van a apreciar. Esta palabra ayuda a que los escolares entiendan de manera más rápida la información que van a obtener de esta muestra.

Por otro lado 'conocer' da énfasis en la acción que van a realizar los alumnos al ingresar a la muestra itinerante. Esta palabra expresa a los escolares de manera inconsciente o espontánea la acción que van a llevar a cabo dentro de esta actividad, preparándolos de forma instintiva o involuntaria a una conducta predispuesta para el aprendizaje.

Entonces, 'Huaconocer' es un termino creado por este proyecto, comunicándose de manera lúdica con un público que tiene edades entre 11 y 13 años. Esto a su vez puede provocar en los escolares curiosidad, por ser una palabra desconocida para ellos, capturando de esta manera su atención para que puedan dar inicio a la actividad. Además, este término coloquial generado para propósitos del proyecto, tiene la misma formulación que muchas jergas utilizadas hoy en día en la sociedad limeña. Esto quiere decir que al darle una primera lectura al nombre, se puede entender 'Voy a conocer', reforzando la intención que se tiene para que los escolares se interesen por su cultura nacional y sientan atracción por saber más respecto a sus orígenes.

Por lo tanto, esta jerga generada por el proyecto, es idónea para un sector de la población (NSE C) a la que este proyecto tiene como principal público beneficiario, puesto que este sector de la sociedad Limeña se comunica continuamente de manera coloquial utilizando jergas en su vocabulario cotidiano.

Finalmente, el descriptor del nombre del proyecto, tiene como propósito que al finalizar la lectura, con un análisis mecánico o casi inconsciente del nombre 'Huaconocer', se aclare cualquier duda respecto al servicio que están a punto de recibir. Por lo tanto 'muestra itinerante' explica a los escolares sobre el proyecto del que van a ser parte, y completa la idea de 'Voy a conocer' una 'muestra itinerante'.

Fundamentación del Proyecto

Este proyecto surge del interés y preocupación por la educación en el Perú, la misma que de acuerdo a pruebas como PISA 2012 es deficiente.

Teniendo en cuenta que los museos son organizaciones culturales con una alto nivel pedagógico, esta herramienta de aprendizaje vivencial es un elemento fundamental para mejorar la calidad educativa en el país. Sumado a esto, los museos no solo aportan a elevar el nivel educativo de distintas materias de la currícula nacional, sino además ayudan a construir cultura nacional, formando de esta manera personas con mejor nivel de instrucción y con mayor respeto y compromiso por su sociedad y quienes viven en ella.

Este proyecto responde a la investigación construyendo un puente entre museos e instituciones educativas, reduciendo de esta manera la brecha que existe entre estos.

Llevar el museo tras muros es un medio de promoción ya utilizado en otros países. Por ejemplo El Museo Rijksmuseum de Holanda eligió un cuadro de Rembrandt de 1642, “Ronda de noche”, y dieron vida a sus personajes colocándolos en un concurrido centro comercial para de esta manera incentivar la visita al museo. El Museo Rijksmuseum dice “Llevemos el arte a la gente y entonces, probablemente, vendrán a ver más arte en el museo”.

Se puede concluir entonces, que llevar una muestra del museo tras muros es una iniciativa que los convierte en instituciones más participativas en la sociedad, motivando a las personas a asistir a estos.

Finalmente, esta vía de promoción es la mas adecuada por ser innovadora en el país y porque de esta manera rompe las limitaciones que los colegios tienen para acercarse por ellos mismos al museo, logrando que la visita de estudio sea más viable y reduciendo los procesos burocráticos.

Público objetivo

Actores involucrados

En esta investigación existen muchos actores involucrados, a continuación se detalla cada uno de estos:

- Escolares: son el público beneficiario del proyecto, son quienes deberían ser el principal público de los museos.
- Profesores: son los interesados en que la calidad educativa del país mejore y que los escolares puedan aprovechar la mayor cantidad de herramientas de aprendizaje.
- Directivos de las Instituciones Educativas: estos son también interesados en la mejora educativa del país y en el bienestar de su institución educativa, aplicando de manera adecuada la currícula nacional.
- Ministerio de Educación del Perú: Garantiza derechos y asegura servicios educativos de calidad para que todos puedan alcanzar su potencial.
- DREC y DRELM: estas direcciones regionales de educación, del Callao y de Lima Metropolitana respectivamente, son las encargadas de autorizar las visitas de estudio aprobándolas mediante resolución.
- Padres de familia: interesados en que sus hijos aprovechen el colegio, mejorando sus aprendizajes y esperando que el dicho centro educativo forme a sus hijos como ciudadanos preparados y responsables.
- Ministerio de Cultura del Perú: esta entidad gubernamental protege el patrimonio de la nación y además fomenta la participación de la sociedad en actividades culturales para construir mejores ciudadanos.
- Gestores culturales: personas responsables de generar proyectos que mejoren las actividades culturales del país y de buscar el correcto financiamiento y auspicio de dichos proyectos.
- Museos: estas organizaciones culturales con una finalidad educativa son espacios vivos que además de preservar el patrimonio histórico de una comunidad, buscan ser participativos en la sociedad en la cual se encuentran inmersos y ser abiertos al diálogo.
- Dirección General de Museos: tiene a su cargo la formulación de políticas y normas en materia de museos; así como la gestión de museos y la protección, conservación, difusión de los bienes muebles integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.

Fundamentación del público objetivo

El público objetivo de este proyecto son los 11 museos gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú, por ser estos quienes carecen de una adecuada promoción de sus muestras, actividades y costo de entradas. Son estos los que tienen la labor de acercarse a la población, debido a que los museos deben ser espacios abiertos a la comunidad.

En un primer momento, durante esta investigación, se pensó que el público objetivo del proyecto eran los escolares. Sin embargo, resulta ser más efectivo mejorar la promoción de los museos. A los escolares en su esquema educativo se les solicita constantemente acciones o mejoras como 'cuida el medio ambiente', 'has todas las tareas', 'has deporte', 'lee', entre otros. Por lo tanto, en lugar de brindarle más exigencias al estudiante, como 've al museo' se facilita y acorta la brecha entre ellos acercando o llevando el museo a ellos.

Finalmente, el objeto de estudio de esta investigación y del proyecto son los museos, siendo los escolares el público beneficiario de esta.

Descripción del público objetivo

Los 11 museos ya mencionados, son organizaciones culturales que protegen el patrimonio nacional, son abiertos al diálogo, con una finalidad educativa. Existen diversos tipos de museos entre estos tenemos:

- Artísticos
- Especializados: Gastronómico
- Etnográficos
- Históricos
- Arqueológicos

Además, estos 11 museos van dirigidos a diferentes públicos, como escolares, estudiantes, jóvenes, adultos, personas de la tercera edad y turistas. Por lo tanto, cada uno de estos 11 museos debería tener una oferta dirigida hacia ellos, para atraer este público y así mantenerlos interesados.

Estos museos se encuentran en el proceso de mejorar sus interactividades, sin embargo, aún son muy incipientes en este aspecto. Esto limita mucho la función la pedagógica del museo.

Por otro lado, estos museos, tienen recursos muy limitados, debido a que todo ingreso que perciben va dirigido a una caja centralizada del MINCU, esta es repartida equitativamente entre todos los museos y la mayor parte de este fondo es utilizado para preservar las muestras. Por lo tanto, a pesar de que muchos de estos museos cuentan con área de imagen institucional, no tienen los recursos suficientes para poder incrementar su promoción. Sin embargo, son los gestores los responsables en buscar el financiamiento adecuado y el auspicio para poder llevar acabo diversos proyectos en beneficio del museo.

A continuación se detalla los 11 museos de esta investigación, su respectiva ubicación y costo de sus entradas:

- Museo de Arte Italiano
  - Paso de la República s/n, Cercado de Lima.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 5.00
    - Niños / escolares S/ .1.00
    - Estudiantes S/. 2.00

- Museo de la Gastronomía Peruana
  - Jr. Conde de Superunda 170, Cercado de Lima.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 3.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/ 2.00

- Museo de la Nación
  - Av. Javier Prado Este 2465, San Borja.
  - Entrada:
    - Gratuita

- Museo Nacional de la Cultura Peruana
  - Av. Alfonso Ugarte 650, Cercado de Lima.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 6.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 3.00

- Museo de Sitio "El Mirador del Cerro San Cristobal
  - Rímac
  - Entrada:
    - Gratuita

- Casa Museo "Jose Carlos Mariátegui"
  - Jr. Washington 1946, Lima.
  - Entrada:
    - Gratuita

- Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú
  - Plaza Bolivar s/n, Pueblo Libre.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 10.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 5.00

- Museo de Sitio Pachacámac
  - Km 31 Antigua Panamericana Sur.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 15.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 5.00

- Museo de Sitio Huaca Pucllana
  - General Borgoña cuadra 8 s/n, Miraflores.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 12.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 6.00

- Museo de Sitio "Arturo Jiménez Borja" – Puruchuco
  - Carretera Central Km 4.5, Ate Vitarte.
  - Entradas:
    - Adultos: S/. 5.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 2.00

- Museo de Sitio Huallamarca
  - Av. Nicolás de Ribera 201 esquina con Av. El Rosario, San Isidro.
  - Entradas
    - Adultos: S/. 5.00
    - Niños / escolares S/. 1.00
    - Estudiantes S/. 3.00

Levantamiento de la información

Fotografías

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo del Banco Central de Reserva del Perú

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

Museos vacíos
con actividades
interactivas
incipientes

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

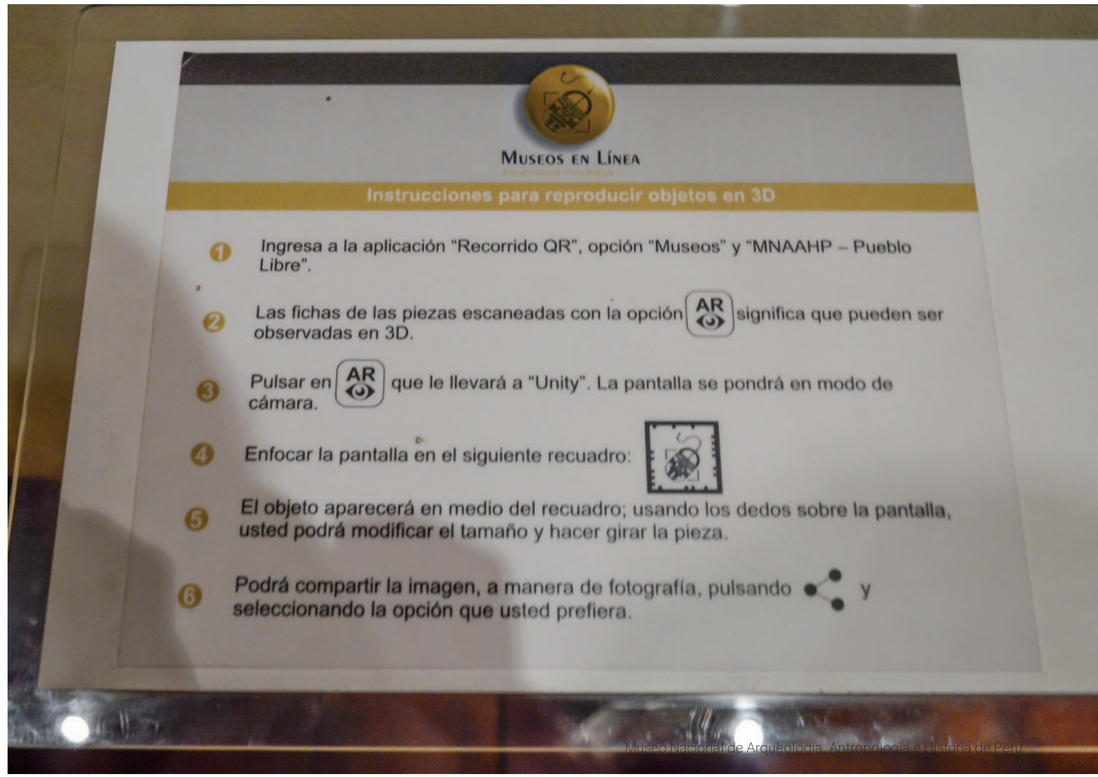
Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

Algunas *actividades* tecnológicas *en la muestra*

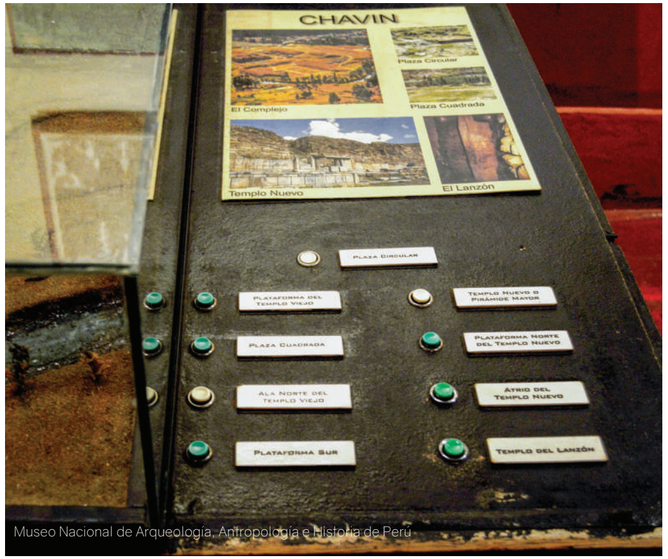
Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

Museo de la Nación

Comunicación *muy compleja*



Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

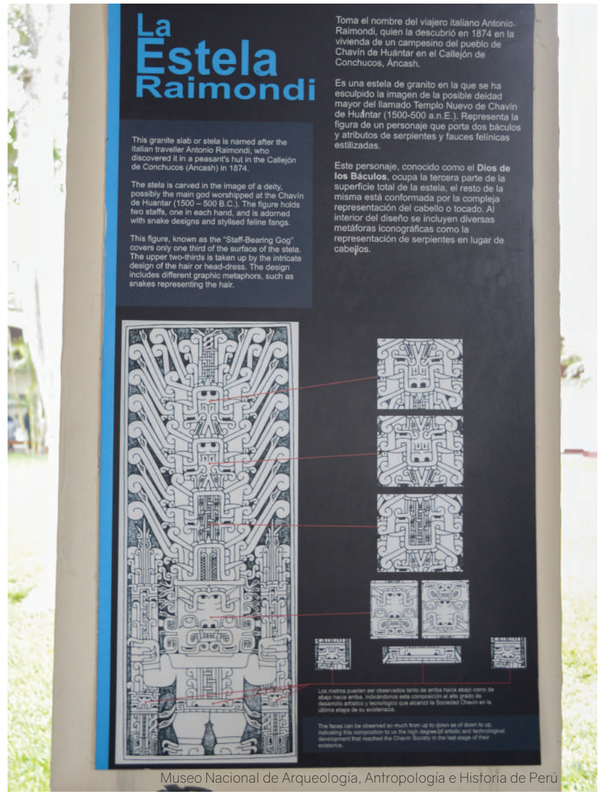


Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú

Actividades *interactivas* sin funcionar *y salas vacías*

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú

Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú



Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia de Perú

Elementos *gráficos* para un mejor *aprendizaje*

Museo de la Nación

Los museos son
instituciones culturales
con un importante
valor cultural pero
lamentablemente cada día
tienen menos visitantes

I.E. No 5097 SAN JUAN MACÍAS

Se priva a los escolares
del aprendizaje vivencial
que los museos brindan
a todos sus visitantes

El aprendizaje en libros *no es tan efectivo como* el vivencial, y más aún *por el bajo nivel de* compresión lectora que *tienen los escolares*

muévete, muévete (bis). y las
se moverá, se moverá, se
movera, se movera. Esa
(bis)

PIERO

Entrevistas

Entrevista a María del Pilar Riofrío Flores, Gestora Cultural del Museo del Banco Central de Reserva del Perú, comenta como los museos han ido evolucionando a través de los años hasta la Ilustración que trajo consigo el interés por la educación. Riofrío afirma que la principal función de un museo es la pedagógica, y que de ser esta su mirada, todas sus acciones se centran en como llegar al visitante. Además comparte que los museos de Perú carecen de interactividad en sus muestras, entendiendo por interactividad que el visitante abandone su rol pasivo para intervenir de alguna forma con alguno de sus sentidos, la interactividad no necesariamente tiene relación con la tecnología aunque se suele pensar que así es. Entonces Riofrío asegura que los museos son espacios para la comunidad abiertos al diálogo pero que lamentablemente tienen recursos y una gestión limitada para obtener financiamiento y generar más promoción. Además, la burocracia que existe para poder poner en practica cualquier proyecto en beneficio de los museos limita mucho el desarrollo de los mismos.

Entrevista a la María del Carmen Anchante Fernández, docente especialidad en filosofía, psicología y ciencias sociales en la I.E. No 5097 San Juan Macías en el Callao y docente en la I.E.P. Jesús el Buen Pastor ubicado en Breña. Ella comenta como los museos serian una de las opciones para mejorar el nivel educativo, afirma que reforzaría las diferentes materias. Sin embargo, también comenta todas las limitaciones existentes para poder obtener una visita de estudio, explicando el largo proceso burocrático que se sigue. Finalmente, Anchante asegura que esta valiosa herramienta de aprendizaje vivencial se esta desperdiciando, puesto que no es lo mismo estudiar la historia en libros y menos aún al hablar de jóvenes que no tienen la costumbre de leer, resultando esto realmente tedioso y en una aprendizaje limitado.

Entrevista a estudiantes de la I.E. No 5097 San Juan Macías. Brenda de 1ero de secundaria, Rocío 3ero de secundaria y Jhon de 2do de secundaria. Brenda comenta haber ido a un museo cuando estaba en primaria, sin embargo no recuerda el nombre del museo, mientras tanto, Rocío y Jhon afirman nunca haber asistido a un museo en toda su vida. Estos tres escolares piensan que un museo son lugares históricos muy interesantes, sin embargo no entienden porque su institución educativa no los ha llevado, piensan que quizá uno de los motivos es la falta de recursos económicos. Finalmente comentan que ellos pagarían para entrar a un museo desde 15 a 40 soles y que les gustaría tener esta experiencia.

Entrevista a 4 alumnos de 1er grado D de secundaria de la I.E. No 5097 San Juan Macías.

Dayana Nunura de 12 años, afirma que “sería algo fantástico ir a un museo y ver los huesos de los dinosaurios, me llama mucho la atención”. Ella asistió a un museo a los dos años con su familia, pero no recuerda nada de esa visita, comenta que no ha vuelto a visitar uno porque no se ha dado la oportunidad o no había el dinero para asistir, “el museo debe costar S/. 20 soles la entrada” dice Dayana. Ella considera que el mayor beneficio de asistir a un museo debe ser la enseñanza que brindan de lo que ha sucedido antiguamente. “Si el museo viene a mi colegio estaría muy emocionada, porque hace mucho tiempo no voy uno”

Yidda Maite de 13 años, ella comenta “los museos deben ser bonitos pero nunca he ido por falta de plata” Yidda afirma que la entrada a un museo cuesta S/. 50 soles. Lamentablemente Yidda desconoce los beneficios que trae un museo para sus visitantes y si el museo viniera a su colegio a ella le gustaría ir a ver como son, ya que considera que es algo importante.

Anderson Cueva de 13 años, dice “no pienso en los museos, no me enfoco en ellos, pero seguro es algo bacán y chévere para algunas personas”. Anderson comenta que nunca ha ido a un museo y no esta interesado en asistir, a pesar de que el cree que la entrada cuesta tan solo S/. 2 soles. Sin embargo, comenta que el beneficio de los museos es hablar de la historia en especial de los incas. “Si el museo viene me gustaría verlo, y que nos cuenten historias de los incas, pero no iría por mi cuenta de visita a un museo porque no quiero, prefiero utilizar ese tiempo para pasarla con mis amigos o en la computadora jugando”.

Renzo Manayay de 14 años, “pienso que los museos son chéveres y lindos para pasarlo en familia, fui con mi colegio a los 12 años pero la verdad no me acuerdo, solo sé que fue en el Callao”. Él cuenta que el beneficio de un museo es contar lo que paso en otras épocas, Además menciona que pagaría S/. 25 soles para poder entrar. Renzo afirma “si el museo viene a visitarnos seria algo chévere que todos podríamos disfrutar, porque quizá algunos no hayan ido antes”.

5

CAPÍTULO 5

- Análisis del diseño
- Diseño de la comunicación

Fotografía: Luis Velázco

“Un niño, un profesor,
un libro y un lápiz
pueden cambiar el mundo”

- Malala Yousafzai

Análisis del Diseño

Sintaxis

El diseño de proyecto se desarrolló basado en las culturas precolombinas del antiguo Perú, estas son compuestas principalmente por líneas y figuras geométricas para decorar sus creaciones como textiles y cerámicos.

- **Logo:** mantiene una estructura geométrica, con vértices redondeados para poder tener una comunicación más amistosa y con un elemento iconográfico, como lo es un huaco con asa puente, de las culturas pre incas del Perú reemplazando la primera letra ‘O’ del nombre. La palabra ‘Huaconocer’ posee una línea de contorno incompleto y color de relleno. Así mismo el elemento iconográfico ya mencionado tiene varias líneas interiores generando una textura en su interior. Además, el logotipo posee una lectura occidental de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, con la palabra “Huaconocer” en letras capitales, puesto que al ser una palabra creada con propósitos del proyecto y siendo esta la fusión de dos términos “huaco” y “conocer”, se tiene una mejor legibilidad del término. Además, este posee el descriptor también en letras capitales con una tipografía san serif.

- **Tipografía:** La tipografía utilizada para la creación del logotipo del proyecto es ‘Arial’ modificada y para el descriptor del logotipo es ‘Hero’, ambas tipografías son san serif con vértices redondeados, de esta manera existe una armonía entre ambos textos con un alto nivel de legibilidad. Es por tal motivo que estas son las tipografías utilizadas en todas las piezas de comunicación del proyecto manteniendo una unidad gráfica.

- **Color:** Por otro lado la paleta de color utilizada en este proyecto son principalmente el morado más afectado al magenta, relacionando este color a la creatividad y a la fantasía, propio de niños y escolares. También el color amarillo, por ser el complementario del morado y representar además energía y felicidad. Así mismo se utiliza para las piezas gráficas el color azul, para de esta manera generar un marcado contraste con el morado y el amarillo.

- **Tramas:** Las tramas creadas para acompañar la gráfica de este proyecto han sido basadas en formas geométricas repetidas, simulando a su vez los textiles o mantos así como los ceramios de las antiguas culturas precolombinas. De esta manera, se busca acentuar el interés por construir cultura nacional. Estas tramas con colores contrastantes y composición geométrica escalonada, dinamiza la lectura de las piezas, capturando de esta manera el interés. Además, estas tramas generan y simbolizan ‘movimiento’, el cual resulta ser el concepto de este proyecto, buscando mover cultura y así generar cultura nacional.

- **Brochure informativo:** La principal pieza de comunicación del proyecto es un brochure informativo tipo llavero. Este tiene una lectura a manera de libro con 13 hojas de 8cm x 8cm, con la paleta de colores ya mencionada, utilizando las tramas para generar elementos de contraste llamativos con una composición dinámica. Esta pieza tiene la finalidad de informar a los escolares de los 11 museos gestionados por el Ministerio de Cultura del Perú en Lima, su ubicación y el costo de sus entradas para de esta manera despertar su interés en asistir o ingresar a redes sociales a investigar más sobre estos museos y sus actividades.

- **Recursos fotográficos:** Las fotografías utilizadas serán de escolares durante el recorrido de la muestra itinerante, así como de los profesores que apoyen el proyecto.

  Finalmente al termino del recorrido de la muestra se hará una sesión de fotos con ‘photo booth’ temáticos del proyecto, como huacos, tumis y colmillos como los de las cabezas clavas, entre otros elementos lúdicos para la sesión de fotos del salón. Lo más importante de las fotografías será captar el interés, curiosidad y reacción en general de los escolares que en su mayoría nunca han visitado un museo, se espera captar su expresión ante la experiencia, maravillados y sobre todo, inspirados.

Estética

Los elementos estéticos de este proyecto parten de todas aquellas representaciones artísticas de las culturas precolombinas del Perú. Se tiene como principal elemento de las figuras geométricas los polígonos de cuatro lados o los cuadriláteros. Además se buscó que la fuente tipográfica mantuviera correlación con las formas que se utilizaron como referentes. Sin embargo, respecto al color utilizado, se buscó la policromía utilizada por estas culturas, sin embargo, se buscó alejarse de los colores terracota empleados por estas culturas y acercarse a colores mas brillantes, vivos y contemporáneos para de esta manera capturar la atención del público beneficiario.

Por otro lado, las tramas ya explicadas en párrafos anteriores se basan en formas geométricas repetidas, en especial polígonos de cuatro lados. Las tramas en las representaciones artísticas precolombinas aportan a la historia una cantidad de datos e información valiosa, debido a que narran la historia de un pueblo o comunidad. Es por tal motivo que con la intención de enfatizar el tipo de muestra que se presenta en este proyecto se han elegido estas tramas,

Finalmente, se tiene el prejuicio de que los museos son instituciones frías, ajenas a la sociedad, con una textura de mármol, oscuros, con un lenguaje científico e incomprensible. Es por tal motivo que este proyecto busca a través de su gráfica romper con esos prejuicios, dando a entender que los museos son lúdicos, abiertos al diálogo, cálidos y con colores vivos. Este proyecto busca generar contraste para de esta manera acercar los museos a la sociedad.

Simbología

Debido a que los escolares tienen el prejuicio del museo clásico, blanco, frío y de textura marmoleada, caro y ajeno a su realidad, los símbolos que se utilizan en este proyecto son totalmente opuestos a lo que tienen en su imaginario social, generando el contraste que este proyecto busca dar a conocer:

- Tramas: evocan cultura, historia, orígenes, movimiento. Se busca que a través de estas, sea rápidamente reconocible la temática precolombina y lo lúdico del proyecto.
- Huaco con asa puente: este icono no solo sitúa el proyecto en un contexto histórico, sino además, al ser un elemento “con asa puente” enfatiza el concepto del proyecto como puente que reduce la brecha entre museo e instituciones educativas.
- Color amarillo y morado: esta paleta de colores, complementaria, busca resaltar el dinamismo y lo lúdico del proyecto, atrayendo a los escolares por los colores brillantes y contrastantes.

Finalmente, esos elementos ayudan a erradicar prejuicios respecto a como son concebidos los museos en Lima, siendo este un paso más para reducir la brecha existente entre organizaciones culturales e instituciones educativas.

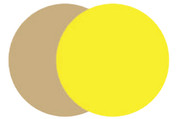
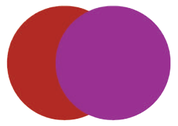
Pragmatismo

Este proyecto busca con su imagen, dar a conocer el marcado contraste que existe entre: los museos como son concebidos y la realidad de estos.

La composición, colores y formas utilizadas son elementos dispuestos de tal manera que permiten una percepción de acuerdo a los objetivos trazados del proyecto.

Por lo tanto, el diseño de proyecto, responde a una serie de características propias de las culturas precolombinas, ayudando de esta manera al fácil reconocimiento de estos, situando al usuario o visitante dentro de un contexto.

Finalmente, el diseño creado para este proyecto logra romper prejuicios, maravillando y sorprendiendo de esta manera a los escolares. Además, logra transmitir cultura nacional e informar a través de las distintas piezas utilizadas, sobre los 11 museos del Ministerio de Cultura del Perú.

CONCEPTO	IMAGEN	COLOR	TIPOGRAFÍA
Cultura			ARIAL
Puente			HERO
Movimiento			ORDER

Diseño de la comunicación

Fundamentación del diseño

El diseño de proyecto utiliza la museografía como herramienta metodológica, esta representa la 'movilidad' que se traduce en la promoción del museo y el 'conocimiento' a través de la experiencia que se dirige a la educación. De aquí parten las dos rutas conceptuales ya mencionadas con anterioridad y responde a los dos públicos, el objetivo que es el museo y el beneficiario que son los colegios. Además responde a estos dos intereses la cultura y la educación, es entre estos que el proyecto busca generar un puente.

Esto se traduce gráficamente en los diferentes elementos del proyecto, por ejemplo, en la palabra e icono "huaco" que representa la cultura nacional. Además se muestra en la paleta de colores que, como ya se menciono con anterioridad, expresa contraste y dinamismo por ser colores lúdicos y contemporáneos. Otro elemento son las tramas que representan el movimiento, siendo este parte del concepto principal, expresa movimiento en el tiempo como las culturas, en el espacio como es en el centro educativo y en las personas y su percepción, logrando romper los prejuicios respecto al museos.

Finalmente, todo lo mencionado, en conjunto con una identidad gráfica que busca romper los esquemas concebidos respecto a los museos, enfatiza el contraste que se busca obtener con el proyecto para así expresar la realidad de los museos y brindar información sobre estos.

Paleta de color

HUACONOCER
MUESTRA ITINERANTE

C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 237
B: 0

C: 60
M: 100
Y: 0
K: 0

R: 131
G: 31
B: 130

C: 100
M: 100
Y: 0
K: 0

R: 49
G: 39
B: 131

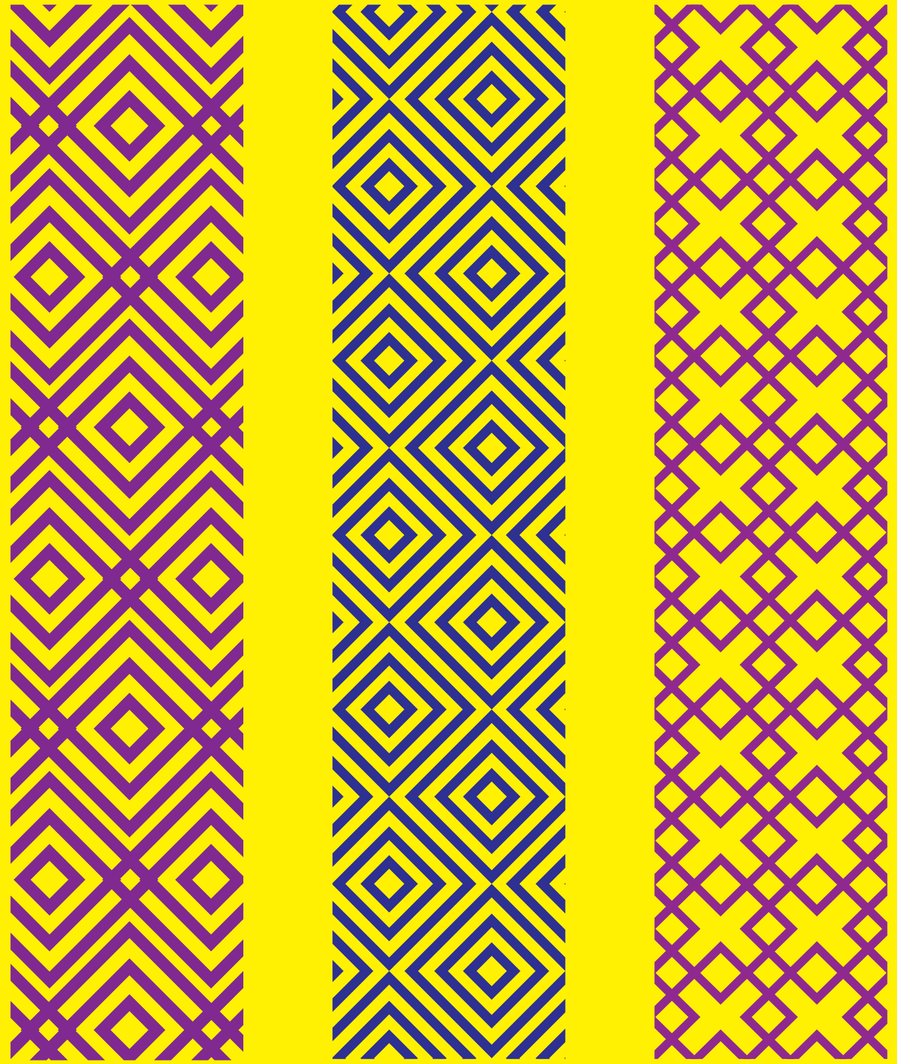
Logo lineal

HUACONOCER
MUESTRA ITINERANTE

Logo con pastilla

HUACONOCER
MUESTRA ITINERANTE

Tramas



Propuesta gráfica

La identidad visual de la marca es compuesta por diversos elementos. Los colores que generan un alto contraste por ser complementarios u opuestos, el uso de líneas y formas geométricas, así como el elemento iconográfico que es el huaco con asa puente, teniendo este último líneas internas que generan una trama o textura. Son todos estos elementos importantes para que la marca proyecte la imagen que desea establecer.

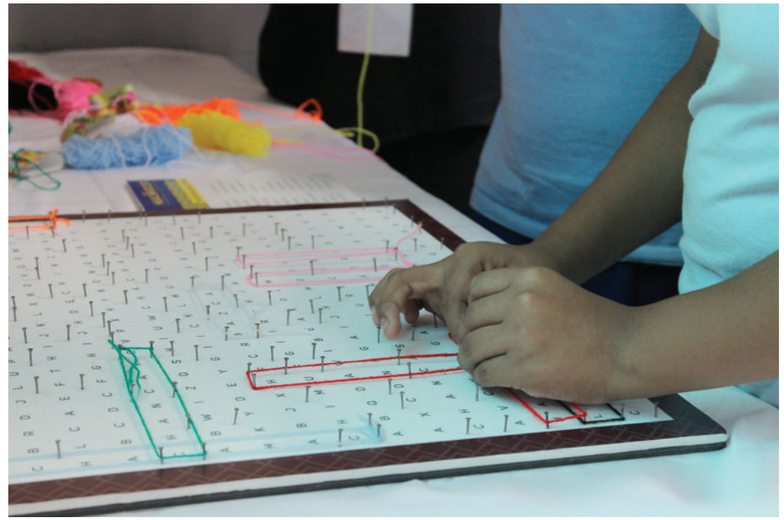
Se utiliza la tipografía Arial modificada para el nombre 'Huaconocer', esta posee una fuerte estructura que demuestra seguridad, produciendo una sensación académica y siendo además la más utilizada en la etapa escolar para elaborar tareas. También se utiliza, en una menor jerarquía, la tipografía Hero. Esta tipografía san serif, es bastante limpia y ligera brindando una excelente legibilidad.

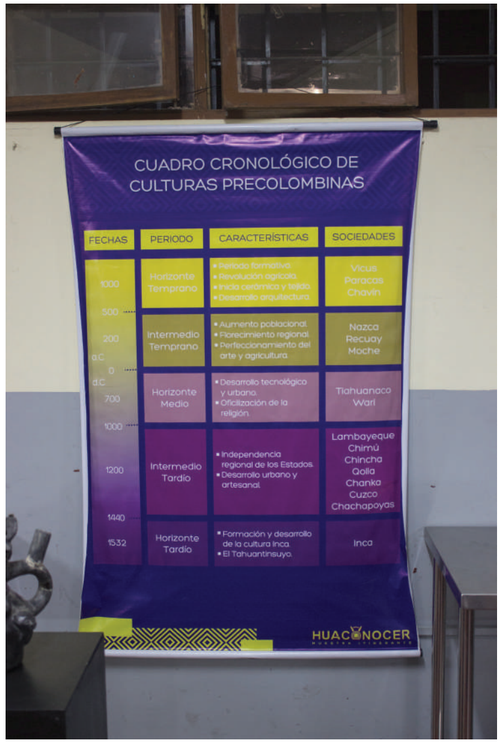
El logotipo de la marca, fue creado en base a las referencias ya mencionadas en capítulos anteriores, enfatizando el concepto del proyecto. Entonces, tipografía, color, forma, fondo, tramas, entre otros se fusionan para llegar al público beneficiario y expresar claramente una imagen, mensaje e incluso evocar una época o contextualizar el proyecto.

Merchandising

Piezas de la campaña

- Rompecabezas de dioses
- Crucigrama con hilos de colores
- Gigantografías informativas
- Rompecabezas gigantes





Etapas de desarrollo del proyecto

ETAPA 1: LICENCIAS

Problema: Los largos procesos burocráticos para obtener permisos o citas en instituciones gubernamentales, corriendo el riesgo de que tu solicitud sea rechazada.

Objetivos: En esta etapa se busca obtener los permisos necesarios por parte de la institución educativa. Además, se busca tener una gestión idónea con el museo que realiza la muestra itinerante, teniendo en cuenta el adecuado traslado de las piezas de la muestra.

Actividades: Presentación de documento con la descripción del proyecto a las autoridades respectivas.

Material/ Gráfica: PDF con la línea gráfica del proyecto.

ETAPA 2: CONVOCATORIAS

Problema: No contar con personal de apoyo dentro de la institución educativa, en especial el apoyo de docentes especializados en el área de ciencias sociales y educación artística de la institución educativa.

Objetivo: Obtener el apoyo de docentes especializados para poder llevar a cabo la muestra itinerante.

Actividades: Presentación de documento con la descripción del proyecto a dichos docentes, enfatizando los beneficios educativos para sus alumnos.

Material/ Gráfica: PDF con la línea gráfica del proyecto.

ETAPA 3: COMUNICACIÓN

Problema: No obtener el alcance deseado con el proyecto en redes sociales.

Objetivo: Llegar por medio de la gráfica adecuada y las redes sociales a escolares de 1era grado de secundaria de colegios nacionales de Lima.

Actividades: Diseño y conceptualización de la línea gráfica del proyecto, creación y lanzamiento del fan page del proyecto en Facebook.

Material/ Gráfica: Logotipo, portada y post para Facebook, fotografías con la línea gráfica del proyecto.

ETAPA 4: ELABORACIÓN Y TRASLADO

Problema: No tener un adecuado diseño del mobiliario para la muestra según normas de la museografía. Además, no tener un trasporte adecuado para trasladar el mobiliario y las piezas.

Objetivo: Crear mobiliario (pedestales) en base a las normas de la museografía. Así mismo, conseguir el trasporte adecuado, que realice el correcto embalaje y tenga las medidas de seguridad adecuadas para el trasporte de las piezas.

Actividades: Diseño de mobiliario basado en la museografía. También, supervisión del transporte durante el embalaje y transporte de las piezas.

Material/ Gráfica: Pedestales de madera para colocar las piezas de la muestra. Además, conseguir materiales tales como: papel burbuja, cinta de embalaje, cajas, stickers de “frágil” para indicar que se transporta algo delicado dentro de la caja, entre otros para el correcto embalaje y transporte de las piezas.

ETAPA 5: INTERVENCIÓN

Problema: Las instituciones educativas brindan un tiempo limitado dentro del horario escolar para el desarrollo de la muestra itinerante.

Objetivo: Realizar un recorrido exitoso de la muestra. Se busca informar correctamente a los escolares, llegar a ellos mediante las actividades interactivas y reforzar los aprendizajes adquiridos durante la muestra.

Actividades: Implementación del salón como la sala de un museo, colocando los pedestales con las piezas así como los juegos interactivos de tal manera que haya un correcto recorrido.

Material/ Gráfica: Logotipo, portada y post para Facebook, fotografías con la línea gráfica del proyecto.

ETAPA 6: DIFUSIÓN

Problema: no tener suficientes recursos o apoyo financiero para poder llegar a más instituciones educativas en Lima y provincias.

Objetivo: incrementar el público beneficiario del proyecto, a colegios nacionales y particulares de Lima y provincias.

Objetivo: crear convenios con museos de lima y provincia e incrementar el número de auspiciadores del proyecto. Utilizar las redes sociales para obtener la mayor cantidad de seguidores y la mayor cantidad de interacciones con la fan page del proyecto.

Actividades: presentación de proyecto a los museos de Lima y provincias, a distintos auspiciadores interesados en mejorar la cultura y la educación del país. Finalmente, para poder organizar la visita a los colegios, se realizan sorteos en redes sociales, con los colegios inscritos para que la muestre itinerante vaya a visitarlos a su colegio.

Material/ Gráfica: documento para presentación en formato PDF, mostrando la muestra realizada evidenciando los resultados de la campaña.

Finalmente, el objetivo general de la comunicación es:

La promoción de los museos

- El aumento de promoción de los mismos a través de una muestra itinerante, utilizando como herramienta principal la museografía.
- El acercamiento de los museos a la sociedad volviéndolos más participativos.
- Informar y motivar a los escolares a visitar a los museos.
- Generar cultura nacional.

6

CAPÍTULO 6

- Análisis de los resultados
- Registro de la implementación

Fotografía: Luis Velázco

“Educar la mente
sin educar el corazón
no es educación”

-Aristóteles

Análisis de los resultados

Aplicación

El proyecto consistió en llevar una muestra de museo tipo histórico precolombino a un colegio nacional ubicando en el Callao, con esto, se buscó acercar el museos al colegio, llevando a los escolares cultura nacional. Se evaluó previamente el concepto de museo que tienen los alumnos y luego de la muestra los resultados y el impacto que esta tuvo en ellos.

Etapas y registro de la implementación

ETAPA 1: INTRODUCCIÓN
Durante esta etapa se busca obtener información concreta de los escolares y su experiencia o falta de esta con respecto a los museos a través de encuestas. Para esta etapa se ingresa a todas las secciones de 1er grado de secundaria de la I.E No 5097 San Juan Macías y se reparte material a los escolares para que puedan responder a la encuesta. Finalmente, a través de esta actividad se valida la investigación, demostrando por la gran cantidad de alumnos que nunca en su vida han asistido a un museo, que existe una brecha entre instituciones educativas y estas organizaciones culturales.

ETAPA 2: DURANTE

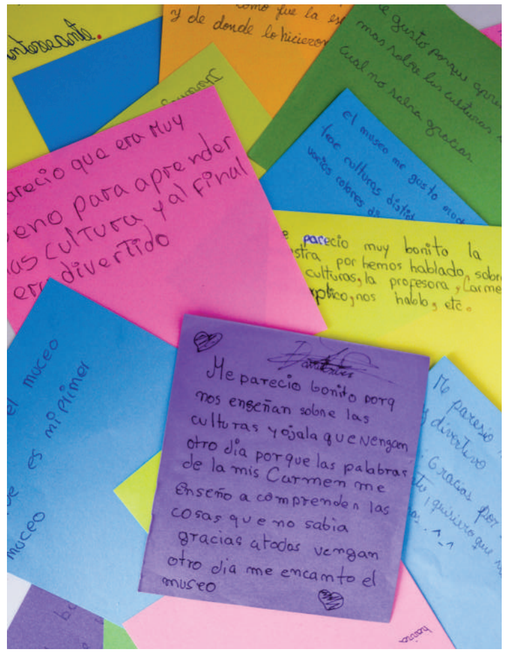
Esta etapa busca brindar una experiencia vivencial llena de aprendizaje y actividades interactivas como elementos que expliquen de manera más dinámica y lúdica el tema sobre culturas precolombinas.

En esta etapa, se ingresa ordenadamente a un salón ambientado como un área del museo, con piezas específicas de la muestra, para que realicen el recorrido y cierren esta etapa con una competencia. La competencia final del recorrido consiste en armar 2 grupos y que luego de leer lo proyectado en la pared puedan armar en los rompecabezas gigantes a dos personajes de distintas culturas precolombinas lo más rápido posible. Se recompensa esta actividad obsequiándoles recuerdos.

Finalmente, al salir del salón donde se realizó el recorrido se les hizo la entrega de 'gift bags' donde encontraron algunos útiles escolares y pines pero lo más importante era el brochure informativo donde podían encontrar todos los 11 museos administrados por el Ministerio de Cultura del Perú, en los cuales se basó este proyecto, para informarlos, sobre la ubicación del museo, el precio de entrada y sus horario, buscando de esta manera motivarlos a asistir.

ETAPA 3: RESULTADOS

Al finalizar el recorrido, los alumnos son llevados a su aula y se les reparte hojas de colores para que puedan redactar su opinión respecto a la muestra. Entonces, se comprueba la satisfacción que tuvo la muestra itinerante, lográndose todos los objetivos planteados del proyecto, resultando una campaña exitosa que rompe con prejuicios, brinda aprendizaje vivencial y acerca el museo al colegio.



ETAPA 4: CIERRE

En esta etapa se desea reforzar lo aprendido durante el recorrido en la muestra itinerante a través de un taller de arte. Este taller consistirá en realizar la técnica de collage y mosaico en iconografía precolombina. Para desarrollar esta etapa los alumnos que ya se encuentran en su aula, se les reparte el material adecuado y la profesora especialista en educación artística apoya con la explicación del tema y supervisión de la correcta aplicación de la técnica.

PUMA
adidas

ETAPA 5: DOCUMENTACIÓN

Finalmente, todas las etapas ya mencionadas son registradas tanto en video como en fotografía. Sin embargo, al final de toda la actividad se realiza una sesión de fotos grupal con la profesora especialista en ciencias sociales. Finalmente, un elemento importante que influyó en el desarrollo del proyecto fue el factor 'tiempo'. Lamentablemente, las horas que la institución educativa brindó para desarrollar este proyecto que consta de varias etapas fue muy reducido, por lo que se tuvo que apresurar un poco cada una de estas etapas.

Evaluación de la metodología

La metodología utilizada funcionó exitosamente, llegó a los alumnos de manera asertiva y dinámica, cumpliendo con todos los objetivos del proyecto. Sin embargo, el recorrido podría ser más beneficioso con mas actividades interactivas para que todos puedan participar paralelamente y no tengan que esperar a que su compañero acabe con su intervención. Además, el tiempo utilizado para esta muestra fue bastante limitado por disposición de la institución educativa, este sería un factor importante para mejorar.

Este proyecto tuvo la cantidad de etapas oportunas, generando intriga en los estudiantes con la primera encuesta, además de que esta validó la brecha existente entre museos e instituciones educativas. Luego, los alumnos fueron maravillados e inspirados con el recorrido de la muestra. La encuesta final reafirmó la eficiencia de la campaña con respuestas como “nunca había ido a un museo, vengan más seguido”, “muchas gracias por esta muestra, aprendí mucho” y “gracias porque algunos no tenemos los recursos económicos para ir a un museo”. Finalmente el taller de arte fue el cierre de proyecto idóneo para reforzar los aprendizajes aprovechando la inspiración que la muestra representó para ellos.

Documentos: permisos

UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

La Molina, 8 de Setiembre de 2016

Museo del Banco Central de Reserva del Perú
Sra. Pilar Riofrio Flores
Gerencia de comunicaciones

Estimada Sra. Riofrio:

Aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo y a la vez presentarle a nuestra alumna Nathalie Alexandra Aguilar Alegre identificada con DNI 73106897, quien está realizando su proyecto de investigación para el curso de Tesis, por lo cuál solicito le pueda brindar las facilidades para la obtención de toda la información y autorizaciones que requiera.

Anticipadamente le agradezco por su valioso apoyo.

Muy cordialmente,

Ricardo Tsuchiya W.
Coordinador
Carrera De Arte Y Diseño Empresarial
Facultad de Humanidades

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA · ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL · COORDINACIÓN

Solicitud de permiso para realizar una entrevista en el Museo del Banco Central de Reserva del Perú a la gestora cultural Maria del Pilar Riofrío Flores

UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

La Molina, 8 de Setiembre de 2016

Dirección General de Museos del Ministerio de Cultura
Arq. Martin Sosa Valle
Director

Estimado Arq. Sosa:

Aprovecho la oportunidad para enviarle un cordial saludo y a la vez presentarle a nuestra alumna Nathalie Alexandra Aguilar Alegre identificada con DNI 73106897, quien está realizando su proyecto de investigación para el curso de Tesis, por lo cuál solicito le pueda brindar las facilidades para la obtención de toda la información y autorizaciones que requiera.

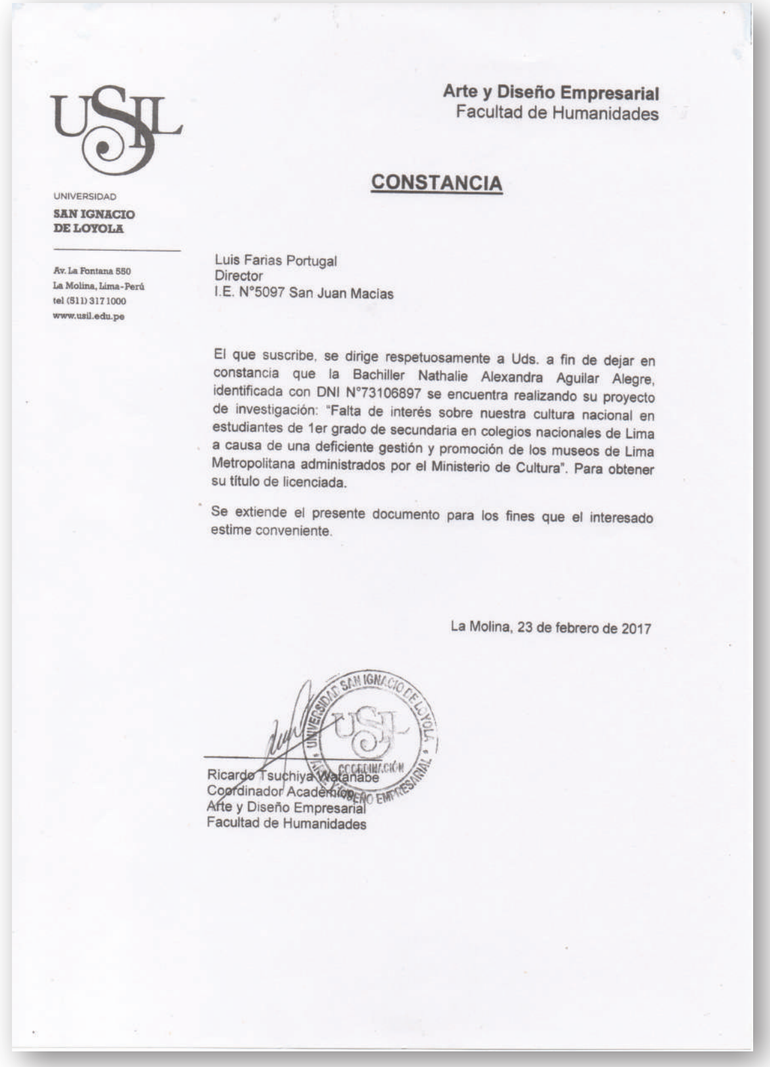
Anticipadamente le agradezco por su valioso apoyo.

Muy cordialmente,

Ricardo Tsuchiya W.
Coordinador
Carrera De Arte Y Diseño Empresarial
Facultad de Humanidades

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
USIL
COORDINACIÓN
ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL

Solicitud de permiso para realizar una entrevista en el Ministerio de Cultura del Perú al, en aquel momento, Director General de Museos



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

Av. La Fontana 550
La Molina, Lima-Perú
tel (511) 317 1000
www.usil.edu.pe

Arte y Diseño Empresarial
Facultad de Humanidades

CONSTANCIA

Luis Farias Portugal
Director
I.E. N°5097 San Juan Macias

El que suscribe, se dirige respetuosamente a Uds. a fin de dejar en constancia que la Bachiller Nathalie Alexandra Aguilar Alegre, identificada con DNI N°73106897 se encuentra realizando su proyecto de investigación: "Falta de interés sobre nuestra cultura nacional en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente gestión y promoción de los museos de Lima Metropolitana administrados por el Ministerio de Cultura". Para obtener su título de licenciada.

Se extiende el presente documento para los fines que el interesado estime conveniente.

La Molina, 23 de febrero de 2017

Ricardo Tsuchiya Watanabe
Coordinador Académico
Arte y Diseño Empresarial
Facultad de Humanidades

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
USIL
COORDINACIÓN
ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL

Solicitud de permiso para realizar entrevistas a escolares de nivel secundaria, a docentes de la especialidad de ciencias sociales y para realizar la implementación del proyecto "Huaconocer - muestra itinerante"

Evaluación de pares

Proyecto: Huaconocer

Este proyecto es una gran propuesta para el campo educativo, sobre todo en el área de ciencias sociales, porque permite romper la brecha que existe entre un aula y un lugar que ofrece cosas reales, tangibles y palpables como es un museo; en este caso de aula abierta.

Con este tipo de trabajo podríamos lograr que el alumno capte el sentido de la vida pasada y tenga una visión de los avances culturales de un pueblo., constituyéndose en una alternativa metodológica relevante en el campo educativo. Además brindaría la oportunidad de que nuestros estudiantes desarrollen habilidades y que su aprendizaje sea mucho más eficaz.

En la experiencia que tuvimos en la escuela, en donde se convirtió un ambiente en un aula de museo abierto, pude observar la inquietud que muestra el alumno cuando tiene frente a él una pieza palpable de lo que hicieron nuestros ceramistas por ejemplo, y el interés que despiertan en ellos los elementos históricos que pudieron percibir, más aun cuando en su mente comienza aparecer toda aquella información histórica que recibieron en algún momento en el proceso enseñanza-aprendizaje.

Este proyecto permitiría además en nuestros estudiantes desarrollar aprendizajes significativos para el conocimiento de nuestra cultura histórica.

Cabe indicar que se hace necesario para un maestro, plantear dentro de su planificación anual las visitas de estudio a un museo, ya que esto puede ser de gran ayuda para lograr mejores aprendizajes.

María del Carmen Anchante Fernández

DNI: 06685872

Docente de Maria del Carmen Anchante Fernández, especialista en Ciencias Sociales, Psicología y Filosofía. Más de 20 años de experiencia en sector público.

PROYECTO "HUACONOCER"

La presente tesis en desarrollo se enfoca, de una forma innovadora, en uno de los problemas base de nuestro sistema educativo. La ausencia de interés en la cultura nacional y temas referentes, los cuales siempre han representado un gran problema en la educación que se imparte en las escuelas a nivel nacional. La forma en que se aborda y se asume esta problemática puede ser en muchas ocasiones plana, y desprovista de elementos didácticos.

La forma y el enfoque que se propone en esta tesis re-direcciona la atención hacia un elemento externo al sistema educativo tradicional, elemento que puede aportar nuevas perspectivas y soluciones a esta falta de interés sobre nuestra cultura nacional. Trata de acercar al sistema educativo los beneficios y aportes que los museos pueden ofrecer.

Los museos son espacios que albergan información y conservan nuestra cultura para el conocimiento de todos los peruanos, pero dan un paso extra, ya que logran articular cultura y conocimiento a través de herramientas e instrumentos interactivos y lúdicos. Bajo esta óptica, la tesis de la candidata a la licenciatura, Nathalie Aguilar, propone una serie de estrategias de educación y comunicación mediante su proyecto Huaconocer.

Para la elaboración de este proyecto es interesante recalcar que en el proceso se pudo dar a conocer que la percepción que poseen los estudiantes acerca de los museos es sumamente lejana y ajena, debido a que piensan que el acceso a los mismos puede ser caro, además de desconocer la gran variedad temática que existe al respecto. Con esta premisa, Huaconocer interviene atacando directamente este tema, acerca el museo a la escuela mediante una exhibición itinerante, la cual busca brindar cultura, pero a su vez desmitificar la imagen del museo como espacio inaccesible, frio y lejano a la realidad de los estudiantes.

En la ejecución del proyecto se pudo observar y recoger opiniones de los mismos estudiantes, y se pudo constatar un cambio real de percepción y acercamiento hacia una cultura nacional. En mi opinión personal y como comunicador social, el proyecto alcanza los objetivos propuestos: promociona los museos, genera participación, informa, motiva, erradica prejuicios y genera cultura. Logra acercar la historia de nuestro país a nuestros estudiantes para permitir una identificación con lo nacional, genera una reflexión y estimula el conocimiento de nuestra realidad.

Daniel Alejandro Carbajal Alegre

DNI 41872727

Daniel Alejandro Carbajal Alegre, especialista en Comunicación para el Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

PROYECTO "HUACONOCER"

Como profesora de arte opino que, teniendo en cuenta las carencias que existe en la actualidad en cuanto a la falta de identidad cultural y al desinterés en cuanto a la educación, el proyecto Muestra Itinerante HUACONOCER, es una propuesta interesante, una alternativa de solución a ese quiebre que existe entre la cultura peruana y los jóvenes que viven inmersos en los videojuegos por mencionar un ejemplo. Lamentablemente hoy en día existe poca valoración sobre nuestro pasado histórico, nuestras raíces.

Esta Muestra Itinerante tiene además un valor agregado que es ser 'interactivo' esto quiere decir que el estudiante se involucra y participa de manera activa y de forma lúdica lográndose un aprendizaje realmente significativo, ya que lo vivencial queda para toda la vida. Esta actividad es una buena antesala para el desarrollo de las diferentes áreas ya que es motivador y permite a los jóvenes trabajar con interés y entusiasmo y no con apatía y desgano.

Además, en el área de Arte, este proyecto es muy enriquecedor ya que permite trabajar posteriormente elementos artísticos tales como la iconografía precolombina, tema que se realiza con primer grado de secundaria. Además es motivador debido a que pueden trabajar este tema con diferentes técnicas como el mosaico por ejemplo y con materiales alternativos de reciclaje. Dicha actividad artística les permite explorar, conocer y desarrollar su imaginación y creatividad.

Todo esto suma a la educación aprendizajes positivos, sobre todo para los estudiantes que son el futuro de nuestrao país y que debne ser la principal preocupación de la sociedad.

Hoy en día los docentes tenemos un rol muy importante y un compromiso con los jóvenes, el de cultivar valores a través de la cultura y el arte. Se necesita más propuestas como la Muestra Itinerante Huaconocer, el cual da a los jóvenes el mensaje claro de que ellos son lo más importante para la sociedad y que existe un mundo mejor. Por tal motivo le decimos a los estudiantes "si quieres que el mundo cambie, cambia tu primero" y es a través de estas propuestas que se enriquece y genera un cambio.

Minny Violeta Alegre Figueroa

DNI 09271403

Docente Minny Violeta Alegre Figueroa, especialista en Artes Visuales, con 30 años de experiencia en el sector público.

"La educación no cambia
el mundo, cambia a las
personas que van a
cambiar el mundo"

-Paulo Freire

Conclusiones

Luego de la presente investigación y de la implementación de la campaña, se puede concluir que efectivamente existe una brecha entre el museo y las instituciones educativas nacionales en Lima. Esta brecha, según resultados de encuestas realizadas en el colegio No 5097 San Juan Macías ubicado en el Callao, se da principalmente por la falta de información respecto a los museos y la falta de recursos económicos. Sin embargo, cabe resaltar que la falta de solvencia económica, es una afirmación desinformada por parte de los encuestados puesto que los museos tienen entradas con bajos costos, siendo accesibles a todo público e incluso varios de estos tienen entradas gratuitas y además el 1er domingo de cada mes la entrada a todos los museos gestionados por el MINCU es gratuita para todos.

Al finalizar la campaña se realizó una encuesta para evaluar la satisfacción de los escolares con la muestra itinerante de tipo histórico - precolombino. Esta encuesta tuvo como resultado una total satisfacción por parte de ellos con la muestra itinerante, les generó sorpresa, maravillándolos e inspirándolos. Por lo que podemos afirmar que efectivamente acercando la cultura a ellos, el principal público beneficiario de los museos, se reducen las brechas junto con los largos procesos burocráticos que estos deben tener para llevar a los alumnos a una visita de estudio. Además se lograron romper los prejuicios que tenían los escolares respecto a los museos, prejuicios tales como el costo elevado de sus entradas hasta una entidad ajena e indiferente a la realidad en la que ellos viven.

Finalmente, todos los objetivos planteados en el proyecto, promocionar a los museos haciéndolos más participativos en la sociedad, crear un puente entre estos y los colegios nacionales a través de la museografía como herramienta metodológica, motivar e informar a los escolares a través de las piezas de comunicación, erradicar los prejuicios gracias a la muestra y por ultimo y más importante generar cultura nacional, se alcanzaron con un éxito de 100% de satisfacción en los escolares.

Referentes bibliográficos

1. Ayllón, F. 2012. Directorio de Museos de Lima y Callao.
2. Anchante, M. Comunicación personal. 22 de Setiembre de 2016.
3. Alegre, M. Comuniación Personal. 12 de Octubre de 2016.
4. Barahona, M. 2002. Evolución Histórica de la Identidad Nacional. Honduras. p.43.
5. Benedict, A. 1991. Comunidades Imaginadas. México. p.23.
6. Bartolomé M. 1979. Manual técnico de montaje de exposiciones. Madrid.
7. Banús, E. 2015. "El gestor cultural es un hacedor de puentes" Recuperado de: http://udep.edu.pe/hoy/2015
8. Castrillón, A. 1986. "Museo Peruano: Utopía y Realidad". Lima, Perú.
9. Dosdoce. Los museos en la era digital, recuperado de http://
10. www.dosdoce.com
11. Fernández, L. 1999. Museología y Museografía.
12. Gonzáles E. & Guerra D. 2007. Manual de Gestión Cultural.
13. Guerrero P. 2002. La Cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia. Escuela de Antropología Aplicada. Quito.
14. Hooper – Greenhill, E. 1991. Museum and gallery education. Leicester, Reino Unido. Leicester University Press.
15. Hernandez F.1994. Manual de museología.
16. Jiménez C. 1999. Museos y exposiciones. Barcelona.
17. Karl Marx. 1867. El Capital. Lima Cultura. Recuperado de http://www.limacultura.pe
18. Lima Cómo Vamos. 2015. VI Informe de percepción sobre calidad de vida.
19 Lima Cómo Vamos. "Evaluando la Gestión de Lima al 2010". 2010
20. Lima Cómo Vamos. 2015. Encuesta Lima Cómo Vamos.
21. Ministerio de Cultura del Perú. 2013. Guía de Museos del Perú.
22. Ministerio de Cultura del Perú. 2016. Lineamientos de Política Cultural.
23. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2015 Secretaría General Gobierno de España. Museos + Sociales.
24 Lapoint, A. 1991. "Gestión et Musées".
25. 2010. La Alienación Cultural como Factor Determinante de un Trabajo Social No Militante Debiendo Ser Comprometido con la Realidad del Pueblo. Ecuador. p.24.
26. Quispe, N. Comunicación personal. 28 de Enero de 2016.
27 Riofrío, M. Gestora Cultural del MBCRP. 20 de setiembre de 2016.
28. Riofrío, M. "Los museos necesitan la presencia de un Gestor Cultural" Recuperado de: http://udep.edu.pe/hoy/2013
29. Silbereisen, R; Lerner, R. 2007. Aproximaciones al Desarrollo Positivo.
30. Schulz, W; Fraillon, J; Ainley, J; Losito, B & Kerr, D. 2010. Estudio Internacional sobre Educación Cívica y Ciudadana. Madrid.
31. Santisteban S. 1988. UNESCO. Museos. Recuperado de www.unesco.org
32. Veracruz. 1992. Consejo internacional de conservación: Criterios para una política de actualización en los centros históricos Iberoamérica. México.
33. Valdés M. 1999. La difusión cultural en el museo: servicio destinados al gran público.
34 Zubiaur F. 2004. Curso de Museología. España.