

**MUSEOGRAFÍA INTERACTIVA Y NARRATIVA NEO-MUSEOGRÁFICA
EN EL TOUR TELEMEDELLÍN: EL GUÍA COMO MEDIADOR**

MARÍA ISABEL MARÍN BEDOYA

Monografía de grado para optar al título de Maestra en Artes Visuales

Asesor

Isabel Cristina Seguro Ochoa

Maestra en Artes Visuales

INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

MEDELLÍN

2018

**MUSEOGRAFÍA INTERACTIVA Y NARRATIVA NEO-MUSEOGRÁFICA
EN EL TOUR TELEMEDELLÍN: EL GUÍA COMO MEDIADOR**

MARÍA ISABEL MARÍN BEDOYA

Monografía de grado para optar al título de Maestro en Artes Visuales

INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

MEDELLÍN

2018

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia quiero agradecer al canal local Teledellín; especialmente a Pilar Gómez, Coordinadora de proyectos especiales y, Juan Diego Hernández, Director de Planeación, por permitir el desarrollo de la presente monografía en el Tour Teledellín. También quiero agradecer a Gloria Amparo Sánchez Zuleta, directora del Museo Klaus Newmark López de Mesa por sus palabras y experiencia. Y, a todos los docentes del ITM. Institución Universitaria que ayudaron en la construcción de este trabajo monográfico.

Además, agradezco especialmente a mi madre, Luz Mary Bedoya, por todos los sacrificios que ha hecho por mí, a mis hermanos, Andrea Rúa Bedoya y Stiven Marín Bedoya, por brindarme apoyo y afectos.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
ACRÓNIMOS.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVOS.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos.....	15
1. MARCO TEÓRICO.....	16
1.1 Museografía.....	16
1.1.1 La museografía didáctica.....	17
1.1.2 La narrativa neo-museográfica.....	18
1.1.3 La museografía interactiva.....	19
1.2 Museos de televisión, interactivos y de cine.....	21
1.2.1 Un ejemplo europeo: <i>Museum für Film und Fernsehen-Berlin, Alemania</i>	22
1.2.2 Museo de la radio y la televisión MURT, México.....	23
1.2.3 Museo de la Televisión Pública Canal 7 Argentina, Buenos Aires.....	24
1.2.4 Museo Interactivo las Condes: MUI, Chile.....	24
1.2.5 Museo Nacional de las Telecomunicaciones de Bogotá, Colombia.....	25
1.2.6 Museo del Agua EPM, Colombia.....	26
1.3 Aprender en espacios museísticos.....	26
1.3.1 Factor 1. Diferentes posturas del aprendizaje en espacios museísticos.....	27
1.3.2 Factor 2. El guía como fuente de mediación.....	28
1.3.3 Factor 3. El público visitante.....	29
1.3.4 Factor 4. Los estudios de público: ¿Qué son y para qué sirven?.....	30
1.4 Experiencia de campo en el ámbito educativo: taller de interacción; y, ámbito laboral: práctica profesional en el TTM.....	31
1.4.1 La Sala Pedrito Botero del Museo de Antioquia.....	32
1.4.2 Experiencia de práctica profesional en el TTM.....	35
2. METODOLOGÍA.....	38

2.1 Método etnográfico	38
2.1.1 Fase 1: recolección de datos	39
2.1.2 Fase 2: aplicación de estrategias de mediación.....	42
3. IDENTIFICACIÓN DE LOS VISITANTES DEL TOUR TELEMEDELLÍN	43
3.1 Estudio de público: diagnóstico en el Tour Teledellín.....	43
3.1.1 Encuesta	44
3.1.2 Sistematización.....	45
3.2 Tipos de visitantes	53
4. CARACTERIZACIÓN DEL GUÍA	57
4.1 Perfil del guía del centro interactivo de visitantes: Tour Teledellín 2018-1	57
4.2 El guía como catalizador de la experiencia, en la transmisión de contenidos en el Tour Teledellín.....	61
4.3 Análisis de los dispositivos interactivos del Tour Teledellín	66
4.3.1 División de relaciones con las interacciones en el espacio	68
4.4 Relaciones de interacción entre el guía y los visitantes.....	70
4.4.1 La experiencia del Museo Klaus Newmark López de Mesa.....	71
5. EL TALLER DE ARTE COMO ESTRATEGIA DE MEDIACIÓN EN EL TOUR TELEMEDELLÍN	75
5.1 Taller de interacción RGB	78
5.2 Taller celebrando el día del idioma	81
5.3 Taller caja de sensaciones.....	84
6. CONCLUSIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	90
ANEXOS.....	93
A. ANEXO Taller de interacción.....	93
B. ANEXO Ficha de dispositivos de Sala Pedrito Botero.	94
C. ANEXO Encuesta.....	96
D. ANEXO Modelo de entrevista abierta	97
E. ANEXO cuestionario guías Tour Teledellín.....	98
F. ANEXO Tabla de interacciones.....	100
G. ANEXO Taller de interacción: RGB.....	104
H. ANEXO Taller celebrando el día del idioma	105

I.	ANEXO Taller caja de sensaciones	106
J.	ANEXO Fotografías.....	107
K.	ANEXO Consentimiento informado para Participantes de investigación.....	109

RESUMEN

La presente monografía está inserta dentro de los programas de la Facultad de Artes y Humanidades del ITM. Institución Universitaria. Busca crear por medio del diálogo entre diferentes autores que abordan la museografía desde su labor educativa, museografía interactiva y la narrativa neo-museográfica, un panorama general de las actividades y elementos que componen el Tour Teledellín para diagnosticarlo y a partir de ahí, generar estrategias que le permitan vincular de otra manera los contenidos del espacio con el visitante. Para esta vinculación se diagnostica la relevancia del guía como catalizador de los contenidos de éste. Se plantea que el guía por medio del diálogo o de lenguaje alude a los conocimientos previos de éstos, y, puede generar interacciones de relación en el espacio, convirtiéndolo así en un catalizador de la experiencia del Tour Teledellín. Además, surgen a partir de la observación participante y estrategias de mediación que permiten que el público infantil capture más conceptos desde la interactividad.

Palabras claves: guía/mediador, museografía interactiva, museografía didáctica, narrativa neo-museográfica, públicos, visitantes, taller, interacción, Tour Teledellín.

INTRODUCCIÓN

El Tour Teledellín es un espacio interactivo nuevo. Tiene todo el potencial para convertirse (a futuro) en un museo de televisión. Por ser un espacio nuevo requiere de ciertas catalogaciones y estrategias que le permitan cumplir su intención educativa. Esta monografía pretende hacer un breve diagnóstico para implementar estrategias y fortalecer el discurso por medio de la mediación desde la interactividad. Esto de la mano de la museografía, específicamente desde la museografía interactiva y la narrativa neo-museográfica.

En esta monografía el guía adquiere una posición relevante en la interacción con el público; además, se realizó un análisis de los dispositivos museográficos del TTM y se concluyó que más de la mitad de las experiencias didácticas requieren de la interacción relacional del guía. Estas se catalogaron así: relaciones de una vía, relación de doble vía, relación cíclica con mediación del guía, y, una variación de esta última. Estas relaciones surgen de la observación participante en los recorridos dentro del sitio.

Por otro lado, el TTM es un activador de experiencias interactivas para los visitantes que realizan el recorrido y para fortalecer las actividades dentro de este es necesario caracterizar a los visitantes mediante un estudio de público que determine aspectos demográficos, difusores y culturales, que posteriormente permitan la conceptualización de las diferentes estrategias para complementar su discurso. En esta caracterización se definió que el TTM cuenta con cuatro perfiles de visitantes: el visitante televidente, el visitante educativo, el visitante experto y por último el visitante general, los cuales contienen subcategorías; esta caracterización permitió conocer al público visitante, entender sus hábitos culturales, sus intenciones al visitar un espacio como el TTM, su nivel educativo y social, sus experiencias en el recorrido, qué le impacta, conmueve o motiva, qué le interesa. Además de conocer cuál es la real necesidad de los visitantes. Al determinar estas necesidades por medio de lo anterior se pudieron generar algunos resultados satisfactorios para suplirlas.

Esta monografía de grado se compone de tres elementos fundamentales: el guía, el visitante, y, el lenguaje, vinculados a través de la museografía interactiva, y la narrativa neo-museográfica, aplicados en el TTM, como estrategia de mediación desde la presente

investigación. Los resultados se observarán a partir del numeral 3, “Identificación de los visitantes del Tour Teledellín”; el numeral 4, “Caracterización del guía”; y, por último, el numeral 5, “El taller de arte como estrategia de mediación en el Tour Teledellín”.

“Identificación de los visitantes del Tour Teledellín” se divide en tres partes. La primera corresponde al estudio del público y el diagnóstico, donde se rescata la importancia de los estudios de público en una institución como el TTM, continuando con los resultados arrojados en la encuesta que se aplicó del 25 de abril al 25 de mayo de 2018. Y, por último, se definen los tipos de público que visitan el TTM.

“Caracterización del guía”, hace referencia a las características y habilidades que tiene el guía del TTM; explica por qué se le considera fundamental para el desarrollo de las actividades dentro de éste. Aquí se define el perfil profesional del guía, se habla de su formación académica y de su capacitación para desempeñarse en su rol como guía dentro de esta institución; además, se hace una división de relaciones en el espacio expositivo con el visitante, se identifica el tipo de interacción que tienen con las diferentes experiencias por medio de la catalogación de todos los dispositivos museográficos que hay en el TTM. Por otro lado, señala la importancia del lenguaje dentro del discurso del guía, y, plantea que se debe hablar en el idioma del visitante, ya que estos están impregnados con posturas, vivencias y experiencias que afectan su interacción en el sitio.

“El taller de arte como estrategia de mediación en el Tour Teledellín” reflexiona acerca de la estrategia que se implementó en el TTM para complementar los contenidos con el público que en realidad lo necesitaba, en este caso específico, público infantil. Este público, según las encuestas, compendia el 29.9% de los visitantes del TTM con edades oscilatorias de 9 a 12 años. Además, se muestran los resultados de los participantes de los talleres, la importancia de la implementación de un lenguaje que estimule la imaginación, aluda a la creatividad y a las diferentes categorías que plantean Santacana y Piñol en su texto sobre la museografía interactiva.

ACRÓNIMOS

UMNG: Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.

TTM o TOUR TM: Tour Teledellín, Medellín, Colombia.

MURT: Museo de la Radio y la Televisión, Zapopan, México.

FQS: *Forum: Qualitative Social Research Sozialforschung*, revista online.

MUI: Museo Interactivo Las Condes, Santiago, Chile.

EPM: Empresas públicas de Medellín, Colombia.

ITM: Institución Universitaria, Medellín, Colombia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El interés por realizar esta investigación surge a partir de la práctica realizada en el “Centro Interactivo de visitantes: Tour Teledellín” en donde se aplicaron conceptos adquiridos en los cursos de *Museología* e *Historia de los Museos y Museografía* recibidos en el pregrado en *Artes Visuales* del ITM, Institución Universitaria. En estos cursos se abordó el tema de la educación en los museos mediante la ejemplificación y el estudio de la museografía didáctica, interactiva y la narrativa neo-museográfica.

El Tour Teledellín (*) abrió las puertas al público el 7 de diciembre de 2017. Éste desarrolla tres líneas temáticas que se articulan a través de un eje conductor, denominado, *Cómo se cuenta un cuento en televisión*. Las temáticas que se trabajan en tres niveles. El primero es de *carácter histórico*, donde se aborda la historia de la televisión y de Teledellín en el contexto local. El segundo es de *carácter tecnológico*, recoge conceptos científicos y elementos técnicos y operativos del mundo de la televisión; y el último es de *carácter comunicativo* donde se abordan los contenidos de la parrilla de programación, procesos y la realización de un programa de televisión¹.

En el espacio físico se hace una división de pisos por medio de un concepto fundamental para el desarrollo de la imagen televisada, nos referimos al RGB (*Red, Green, Blue*). Teniendo en cuenta esto, en el primer piso se ubica la letra R. Allí se aborda la historia de la televisión y de Teledellín, pasando por diferentes acontecimientos como inventos e inventores, desarrollos y procesos de producción. En este piso los visitantes pueden observar cómo se graba un programa en vivo, además de ver el proceso de producción en medio de la transmisión.

En el segundo piso, se ubica la letra G. Allí el espectador conoce conceptos más técnicos abordados desde la interacción, donde se atiende a preguntas como: ¿qué es un *pixel*? ¿por qué se ven las imágenes en el televisor? ¿cómo funcionan las señales de televisión? ¿cómo funciona el espectro electromagnético? ¿qué es un *chroma key*? ¿qué quiere decir SD, HD,

(*) A partir de este momento el término “Tour Teledellín” aparecerá en este documento con las siglas “TTM o Tour TM”.

¹ TELEMEDELLÍN. Presentación proyectos [diapositivas]. Medellín 2017, s.d.

2k y 4k? ¿qué es un anaglifo? entre otras. Estas preguntas se abordan desde la interactividad, asumiendo roles como director de cámaras, camarógrafo, presentador, locutor, reportero ya que el TTM tiene una metodología constructivista, la cual invita a los participantes a aprender desde el hacer.

En el tercer piso, se ubica la letra B. Allí el visitante se encuentra con el proceso de postproducción, donde se puede interactuar con los términos de edición y graficación. En este espacio también se observan las diferentes salas de edición ya sea de video, sonido o de imagen, además, los participantes pueden asumir el rol de editor generando diferentes historias por medio de dispositivos interactivos.

Por su contenido teórico e interactivo el TTM puede proyectarse a futuro como un museo de Televisión que ofrezca una experiencia única a sus visitantes; las posibilidades de aplicar actividades lúdicas por parte de los guías para dinamizar el recorrido apenas comienza a observarse, lo cual implica la necesidad de iniciar un estudio sobre la experiencia vivida por el público visitante durante el recorrido con el fin de fortalecer las dinámicas del mismo y facilitar la apropiación de los conocimientos a través de actividades interactivas al final de cada recorrido.

La necesidad de fortalecer la dinámica museográfica desde la interactividad y la narrativa neo-museográfica de este recorrido, y como parte del interés investigativo dentro de la formación en el campo de las artes visuales, ha dado lugar al surgimiento de la siguiente pregunta problematizadora ¿cuáles pueden ser las estrategias interactivas implementadas para que los visitantes se apropien de los contenidos expuestos dentro del TTM?¿cómo lograr que las estrategias interactivas se acoplen a los diferentes tipos visitantes que se acercan al TTM? además, ¿de qué manera, durante el recorrido por el TTM, el guía puede estimular la experiencia interactiva de los visitantes? Estas mismas preguntas exigen conocer las características del público visitante que se concentra principalmente en la visita de grupos familiares, niños y jóvenes de instituciones educativas de distinta índole de la ciudad y adultos mayores. Por esta razón, el objetivo del presente trabajo titulado “Museografía interactiva y narrativa neo museográfica en el Tour Teled Medellín: el guía como mediador”

se concentra en proponer estrategias de mediación desde la museografía interactiva y la narrativa neo-museográfica que ayuden en la dinámica de trabajo del guía del TTM.

JUSTIFICACIÓN

El TTM es un centro interactivo nuevo con potencial para convertirse, a futuro, en un espacio museal. Por esta razón, éste se presta para gestar y aplicar estrategias de mediación que ayuden en la transmisión de los contenidos. Teniendo en cuenta que el Tour TM es un espacio joven que aún no ha categorizado o caracterizado su público visitante, y que por tanto no cuenta con estrategias interactivas para la transmisión de los contenidos de acuerdo con los tipos de público que existen, se busca fortalecer la experiencia educativa en la dinámica de su funcionamiento. Por medio de esta monografía se puede recolectar la información necesaria para generar dichas estrategias, conocer a fondo los visitantes del TTM mediante el estudio de públicos y potenciar la comunicación de los contenidos con el equipo de guías.

El pilar de esta monografía es la museografía abordada desde lo interactivo y la narrativa neo-museográfica, puesto que ambas se enfocan en los modos de transmisión de conocimientos en los museos y en los espacios alternativos. Para Francesc Xavier “El objeto de la museografía es mostrar, dar a conocer, comunicar y hacer comprensibles diferentes objetos de estudio (históricos, geográficos, artísticos, patrimoniales, tecnocientíficos, biológicos, etc.) a un determinado horizonte destinatario mediante la intervención en un espacio a musealizar (museo, espacio de presentación, monumento, paisaje, etc.). La musealización sería en consecuencia, la inteligencia en mostrar objetos, en diseñar artefactos, en organizar el espacio y en diseñar las imágenes virtuales para mostrar y hacer comprensible un determinado fenómeno objeto de estudio”.² Por tanto, este trabajo se ocupa de la transmisión de conocimientos complejos de forma interactiva y clara para los visitantes del TTM. En este sentido, se trae a colación la necesidad de hablar en un lenguaje que se alinee con el espectador, en un idioma afín al visitante de acuerdo con su contexto sociocultural, a partir de códigos utilizados en su cotidianidad; así, el guía cumple un papel fundamental pues media y dinamiza los contenidos y funge como catalizador de las estrategias interactivas.

² HERNÁNDEZ CARDONA, Francesc Xavier. *Investigación y museografía*. En: SANTACANA MESTRE, Joan y SERRAT ANTOLÍ, Núria (Coord.). *Museografía didáctica*. 5ª impresión. Barcelona: Editorial Ariel. 2011, p. 56.

OBJETIVOS

Objetivo general

Proponer estrategias de mediación desde la museografía interactiva y la narrativa neo-museográfica que ayuden en la dinámica del trabajo del guía del TTM.

Objetivos específicos

- Identificar el tipo de público visitante al TTM mediante la categorización y caracterización de las necesidades e intereses de éste.
- Reconocer las competencias del guía como catalizador de la experiencia en la transmisión de contenidos en el TTM.
- Proponer estrategias interactivas desde la museografía y la narrativa neo-museográfica que sirvan como herramienta didáctica para el trabajo del guía del TTM.

1. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de esta monografía se divide en cuatro momentos, el primero se refiere a la *museografía*. Siendo ésta el pilar de la investigación se abordará desde diferentes teóricos que hablan acerca del lenguaje, la comunicación y la transmisión de los conocimientos en los espacios museísticos. En segundo lugar, se hará alusión a los *museos y centros interactivos*. Aquí se observa cómo se abordan temas asociados con la educación, las exposiciones y la transmisión de los contenidos. Como tercero, se atenderá al criterio asociado con la *educación*, y las diferentes herramientas que ésta utiliza tales como el guía, los estudios de público, la caracterización de los públicos, la transmisión de los contenidos por medio de dispositivos interactivos que sirven de apoyo esencial para la obtención de los conocimientos en sala y, por último, se hablará de dos *experiencias previas* que contribuyeron al desarrollo de la presente monografía. Para ello se profundizará en los acercamientos previos con el público, con el análisis y la interpretación de la museografía en el espacio expositivo, dispositivos y transmisión de contenidos.

1.1 Museografía

A lo largo de la historia el interés por la acumulación de objetos con valor artístico, histórico y de memoria ha sido notable. Los romanos, los griegos, la Edad Media (en el marco de las cruzadas), la religión católica (con el Arte Sacro), y la Revolución Francesa, entre muchas otras, han sido fundamentales para la construcción de patrimonio. La Revolución Francesa, en particular, brindó mayor relevancia a estos acervos culturales y dio como resultado la exaltación de los museos y sus colecciones. A través de los años siempre se han encontrado lugares en los que se conservan, se exponen o se guardan estos tesoros, como los gabinetes de curiosidades, la burguesía, el papado, y el museo tradicionalista como vitrina de exhibición. Todo eso se transformó cuando se les dio relevancia a otros aspectos más allá de la misma creación artística o acumulación de objetos, tomado entonces, un nuevo carácter pedagógico que surge de la noción de que las personas menos ilustradas puedan entender y

comprender los conceptos de las exposiciones. A partir del siglo XX, cambia entonces la concesión de que el conocimiento solo es para las elites ilustradas, burguesas y papales. Aquí aparece la museografía.

Para el museólogo Francesc Xavier Hernández Cardona “La museografía es la actividad, disciplina o ciencia (según considere) que tiene como objetivo principal las exposiciones, su diseño y ejecución, así como la adecuación y museización de determinados espacios, para facilitar su presentación o comprensión.”³ En este punto la museografía busca entonces generar una estética de exhibición, crear un diálogo entre las obras expuestas y el público, mediante dispositivos, cedularios de apoyo, entre otros, que buscan acercar al espectador o público en general a los lenguajes especializados, técnicos y difíciles de entender traduciéndolos a partir del montaje.

A continuación, se explicarán los tipos básicos de museografía representados en la museografía didáctica, la museografía neonarrativa y la museografía interactiva.

1.1.1 La museografía didáctica

La museografía didáctica no sólo se enfoca en la puesta en escena de las colecciones, sino que también considera la educación como parte importante de ésta, dado su vínculo con la lúdica y la interacción de los visitantes del museo con los acervos de éste. A lo largo de los años la museografía didáctica ha tomado mayor importancia en los museos del mundo debido a la globalización y el esparcimiento de los conocimientos. Ésta se ha convertido en uno de los puntos fundamentales para el desarrollo integral de las instituciones museales, considerando que es una de las formas de traducción de los lenguajes especializados abordados en los discursos curatoriales.

En el pasado, los museos no se enfocaban en el aprendizaje del público, no pensaban en función de los conocimientos que obtuvieran al respecto de las obras que allí se exponían, su fin era únicamente exhibir piezas. A comienzos del siglo XXI los modos de operación del

³ HERNÁNDEZ CARDONA, Francesc Xavier. *Investigación y museografía*. En: SANTACANA MESTRE, Joan y SERRAT ANTOLÍ, Núria (Coords.). *Museografía didáctica*. 2ª edición. 5ª impresión. Barcelona: Ariel. 2011, p. 49-50.

museo cambiaron radicalmente y se integraron en dos vertientes: “Por un lado, la concepción clásica decimonónica cerrada a la intermediación entre objetos y usuarios; y por otro, todo un cúmulo de tendencias y estrategias que experimentaban continuamente para buscar soluciones que aumentaran la dimensión comprensiva de las exposiciones”.⁴ En este segundo aspecto, la didáctica adquiere un mayor grado de importancia debido a que todas las personas —sean niños, adolescentes o adultos— aprenden de la misma manera desde la didáctica. El fin fundamental de ésta es hacer comprensible toda la exposición. Para esto se utilizan herramientas básicas como cédulas introductorias, reflexivas o de pie de objeto, también con dispositivos que fomentan la didáctica, donde se pueda aprender jugando e interpretando roles, teniendo en cuenta que desde la experiencia las personas pueden aprender, puesto que les implica otras dinámicas en el espacio museal.

1.1.2 La narrativa neo-museográfica

La comunicación en el museo debería ser uno de los aspectos más importantes a trabajar, ya que mediante una buena narración de los contenidos conceptuales que se guardan en estos, se pueden generar diálogos entre los visitantes y las obras expuestas o la muestra expositiva; los apoyos museográficos que son parte del lenguaje de las exposiciones no necesariamente tienen que enmarcarse únicamente en las especificaciones técnicas del espacio museístico, como la altura, la distancia entre obras, las cédulas de apoyo u objetos tecnológicos, videos, infografías, también las personas como los mediadores o guías ayudan a la contextualización de la exposición y pueden hacer más digerible los temas especializados de ésta, y así cambiar la concepción tradicional de que las instituciones museísticas son solo para las élites ilustradas, expertos y conocedores.

En el artículo sobre la narrativa neo-museográfica del profesor de museografía Miguel Ángel Fuentes, *Pensamiento y Metodología*, se define la importancia de hablar en el lenguaje del visitante. Con este tipo de lenguaje se logra traducir los conocimientos especializados que plantean los curadores del museo. Muchas veces, los curadores creen que las personas

⁴ *Ibíd.*, p. 43.

que llegan al museo tienen conocimientos previos de las obras allí expuestas, hacen exposiciones para expertos, con tecnicismos que solo un grupo reducido de individuos que ingresa al museo puede entender. Desde la narrativa neo-museográfica los visitantes que asisten a una exposición se sentirán incluidos, al implementar un lenguaje ajustado a la contextualización de las piezas. En este sentido, se logra hacer más amena la experiencia museal, porque aborda los contenidos en un lenguaje común para el visitante, aludiendo a sus recuerdos y experiencias.

1.1.3 La museografía interactiva

Las prácticas museales han ido mutando a lo largo de la historia. La educación se convirtió en un factor de transformación dentro de los museos o centros interactivos y por ello, ahora se puede tocar y aprender, por ejemplo, desde el uso de dispositivos electrónicos que sirven de apoyo museográfico. La implementación de la interacción dentro de las actividades del museo transformó la concepción que se tiene de la educación en estos.

En el *Manual de museografía interactiva* coordinado por Santacana y Martín, se reflexiona sobre la capacidad de la interactividad para acercar a las personas a los contenidos en una relación que se genera entre los usuarios y los módulos interactivos o experiencias.

Sobre ello se dice:

Uno de los factores más importantes de la museografía interactiva es su capacidad de interesar a un gran número de usuarios, por lo que es muy importante reflexionar sobre ello: quién se acerca al módulo, cómo lo hace y por qué.

Los usuarios se acercan a un módulo antes de conocer su contenido; esta aproximación está movida por elementos sensitivos (visuales, sonoros, gustativos, olfativos...) que atraen su atención. En esta fase es muy importante el diseño, ya que puede ser decisivo para “capturar” la atención. Un diseño infantil suele atraer al niño, pero causa rechazo en sectores importantes del público adulto; asimismo, un modelo de aspecto muy tecnológico puede ser rechazado por los usuarios en un contexto de museos de bellas artes, y, al contrario.

Una vez frente al módulo, al usuario se le presentan algunos problemas; el primero y más importante es que la forma como el módulo se dirige a él sea adecuada. Es decir, en función de la pregunta inicial o invitación a “entrar” en el módulo se comportará este supuesto usuario. En esta fase son muy importantes las preguntas, los interrogantes, el tema y, en definitiva, el concepto que el módulo desarrolla. Sin embargo, la usabilidad del módulo puede determinar un abandono prematuro del mismo. Cuando el módulo es muy complejo, produce rechazo. Por el contrario, un módulo muy simple, sin misterio, tampoco atraerá la atención ni la mantendrá.

Aunque no existen reglas exactas, la fidelización del usuario frente al módulo dependerá sobre todo del grado de elasticidad del módulo: a mayor elasticidad, más fidelidad.

En cualquier caso, cuando el usuario abandona el módulo, ha de haber experimentado la impresión de que aquello que ha hecho le ha servido para algo. Cuando esto ocurre, podemos decir que el módulo es eficaz⁵.

Las relaciones que presentan los módulos, dispositivos o experiencias dentro de las instituciones museales deben estar alineadas al lenguaje del visitante, considerando diferentes aspectos tanto estéticos como de contenido que hagan relevante la experiencia y magnifiquen la interacción. En este orden de ideas, un buen dispositivo apoyará a su vez la intervención del guía en quien reposa toda la información adicional que la misma pieza o exposición no revela a primera vista. es así como el guía genera un acercamiento diferente porque permite al usuario crear sus propios conocimientos a través del diálogo convirtiéndose así en una “pieza” fundamental en las prácticas interactivas de los museos.

Hay que resaltar la implementación de la interacción en los diferentes espacios museísticos en los diferentes países del mundo. En un contexto más cercano se encuentra el *Parque Explora* de la ciudad de Medellín. Se trata de un centro interactivo que se acerca a las prácticas educativas desde la libertad, la lúdica y la interactividad. En éste encontramos estrategias pedagógicas desde la interactividad, a partir de las cuales se crean contenidos apropiados para los diferentes públicos, implementando la experimentación para crear conocimientos. Son muchos los espacios que actualmente quieren implementar un nuevo lenguaje desde la interacción que permita que sus colecciones sean activadas por sus visitantes.

Actualmente existen museos en diversos temas, en todas partes del mundo, desde el Museo de la Ciencia de Londres, el Centro Espacial de Houston, hasta al Centro Interactivo Maloka reforzaron sus planteamientos didácticos con una metodología de interactividad, que apuesta por hacer participar al visitante en el proceso de instrucción a partir de acciones de manipulación directa, “interacción”, desarrollo de procedimientos o resolución de problemas. Estos museos evidenciaron la necesidad de aumentar los elementos de intermediación entre el visitante y la colección, y que esta comunicación interactiva no solo ayudaba a potenciar el factor didáctico, sino que también, podía lograr mayor eficacia educativa en el visitante, porque se convertía en el protagonista de la investigación al exigirle interactividad: acción y diálogo proactivo con los objetos expuestos.⁶

⁵ MARTÍN PIÑOL, Carolina y VILLANUEVA CASTELL, Júlia. *Análisis e interacción de los módulos interactivos*. En: SANTACANA I MESTRE, Joan y MARTÍN PIÑOL, Carolina (coords). Manual de museografía interactiva. España: Ediciones TREA, S. L. 2010, p. 101.

⁶ BAHAMÓN CARDONA, Carlos Augusto. Museografía interactiva: el pasado y presente de las telecomunicaciones. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte* 13 (23). 2018, p. 122-133. DOI: <https://doi.org/10.14483/21450706.12993> Disponible en: <https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/c14/article/view/12993/html> [fecha de consulta: 30 mayo 2018]

Estos museos al abordar los contenidos desde la acción generan resultados satisfactorios, ya que logran que los visitantes se involucren en las exposiciones, construyendo nuevos diálogos en el espacio expositivo. La forma de mostrar los contenidos de un museo influye en las respuestas que generaran sus visitantes. Así, la interactividad adquiere mayor relevancia.



Ilustración 1 Rutas pedagógicas. Parque Explora. Medellín. Fotograma extraído de la página web Parque Explora. Disponible en: <http://www.parqueexplora.org/educadores-y-escuelas> [27 abril 2018].

1.2 Museos de televisión, interactivos y de cine

Con el fin de crear un panorama acerca de los museos de televisión, interactivos y de cine se han identificado algunos espacios museales a nivel global y nacional que sirven de ejemplo para esta monografía. Entre estos museos destacan *Museum für Film und Fernsehen*, en Alemania; *Museo de la Radio y la Televisión MURT*, en México; *Museo de la Televisión Pública Canal 7 Argentina*, en Argentina; *Museo Interactivo las Condes: MUI*, en Chile; *Museo Nacional de las Telecomunicaciones*, en Colombia; y, por último, *Museo del Agua EPM* de la ciudad de Medellín, en Colombia. Para ello, es necesario realizar un acercamiento a su historia, su funcionalidad y sus colecciones para tenerlos como referente del

funcionamiento general de este tipo de espacios. A continuación, una presentación sucinta de cada uno de estos.

1.2.1 Un ejemplo europeo: *Museum für Film und Fernsehen-Berlin, Alemania*

El museo de televisión y cine alemán tiene una exposición permanente que recoge elementos que van desde las primeras imágenes en movimiento, hasta las películas digitales. Esta exposición invita a realizar un viaje a través de más de un siglo de historia cinematográfica alemana con películas de la República de Weimar y el Tercer Reich hasta Marlene Dietrich. Es una opción para que el público visitante conozca del patrimonio alemán por medio de las prácticas televisivas, ya que incluye la evolución de la televisión alemana del Este y el Oeste.

Este museo se acerca a sus visitantes mediante llamativos montajes expositivos, donde la imagen adquiere un valor significativo desde la cual es posible tener una interacción por medio del recorrido audiovisual.



Ilustración 2 Cinemateca alemana. Museo de cine y televisión. Fotografía: Hans Scherhauser. Disponible en: <https://www.museumportal-berlin.de/es/museos/deutsche-kinemathek-museum-fur-film-und-fernsehen/slideshow/#3>. [27 abril 2018].

1.2.2 Museo de la radio y la televisión MURTV, México

El primer museo de telecomunicaciones en México es el *MURTV, Museo de la Radio y la Televisión*, del Palacio de la Cultura y la Comunicación (PALCCO). En este lugar, se aborda la historia de las telecomunicaciones en México y en el mundo, se presentan los lenguajes técnicos y tecnológicos que posibilitaron el desarrollo de las telecomunicaciones, y, además, tiene una colección de 400 piezas que van desde los años veinte hasta los años ochenta del siglo XX. Este museo cuenta con un componente didáctico e interactivo donde los visitantes conocen las prácticas televisivas contemporáneas por medio de la interacción en entornos reales de grabación.

Una de sus salas de exposición denominada la *Galería de la fama* rememora la trayectoria de los artistas de la televisión mexicana, y las figuras que lograron posicionar la radio y la televisión en este país.



Ilustración 3 Museo de la radio y la televisión MURTV. Fotografía disponible en: http://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=1943 [27 abril 2018].

1.2.3 Museo de la Televisión Pública Canal 7 Argentina, Buenos Aires

El canal 7 de la Televisión Pública de Argentina nació el 4 de noviembre de 1951. Este canal posee un museo de la televisión denominado *Museo de la Televisión Pública Canal 7 Argentina*. Allí se muestran equipos e imágenes de las diversas épocas de la televisión de este país, habla de los desarrollos, inventos y hacedores de la televisión, la llegada de la televisión a color, la parrilla de programación, sus artistas y personajes, directores y equipo técnico de producción.

Una de sus exhibiciones más importante incluyó “Material audiovisual de gran valor histórico, con testimonios de trabajadores que fueron protagonistas de los momentos más significativos en el Canal. Una de las piezas más destacada del Museo es la cámara Dumont con la que se realizó la primera transmisión en la Argentina en 1951”.⁷

1.2.4 Museo Interactivo las Condes: MUI, Chile

El MUI es el primer museo audiovisual en Chile. Se construyó bajo la idea de que los visitantes realizaran un recorrido audiovisual e interactivo a partir de diferentes técnicas implementadas en la narrativa del espacio, el juego, el humor y la ficción. Estos son algunos de los lenguajes que implementan para lograr construir una experiencia de aprendizaje, apoyándose en la puesta museal y la ambientación de los contenidos.

El museo busca generar en los niños y jóvenes una mirada que parta desde la experiencia, la participación y el entretenimiento que les permita apropiarse de los contenidos, de la historia y de las colecciones. Hay dos conceptos fundamentales de base en el desarrollo de las actividades del MUI: la interactividad y la tecnología. Ello lo definen de la siguiente manera: “Es una puesta en escena que incorpora los más avanzados sistemas audiovisuales y recursos multimedia para generar una experiencia única en los visitantes. Consideramos la

⁷ NUNZIO, Oscar. *El Museo de la Tv Pública Argentina*. En: APJ: *De interés, Destacados, Historias*. México. 29 de enero de 2017. Disponible en: <http://apj.org.ar/?p=904> [Fecha de consulta: 28 mayo 2018]

interactividad como elemento central de nuestras exhibiciones, permitiendo así que los visitantes se transformen en un elemento integral de la muestra y se hagan parte del mundo MUI”.⁸

1.2.5 Museo Nacional de las Telecomunicaciones de Bogotá, Colombia

En 1977 la empresa TELECOM comienza a recolectar acervos de exhibición para el museo didáctico de las telecomunicaciones en Bogotá, Colombia. Para ello hicieron una recopilación del acervo material con el fin de constituir su colección. Y, abrió sus puertas al público como *Museo Nacional de Telecomunicaciones*.

Sus pilares conceptuales están sostenidos en factores como la telegrafía, la telefonía, la radio y la televisión con el fin de mostrar la evolución en la historia. Este museo cerró sus puertas después de la liquidación de TELECOM en el año 2003, y pasó a ser dirigido por la Universidad Militar de Nueva Granada. Este museo tiene como propósito cuidar, proteger y difundir el patrimonio cultural de las telecomunicaciones en Colombia, y dentro de sus tareas está fortalecer actividades promoviendo el intercambio con diferentes museos para dinamizar sus colecciones.

El *Museo Nacional de Telecomunicaciones* cuenta con 10 secciones que apuestan por los ambientes multimediales e interactivos, apoyados en las prácticas pedagógicas desde la museografía, implementando la interactividad como herramienta que permite que el visitante sea agente activo de la exhibición. Así, este visitante “(...) Se convertía en el protagonista de la investigación al exigirle interactividad: acción y diálogo proactivo con los objetos expuestos”.⁹ La posibilidad de manipular y tocar los dispositivos potencia la didáctica desde lo educativo para que el visitante —en su recorrido— comprenda los conceptos de la

⁸ MIU. *Tecnología*. Conoce el MIU. Chile. (fecha de consulta: 30 de mayo de 2018) Disponible en: <http://www.mui.cl/preguntas-frecuentes/>

⁹ BAHAMÓN CARDONA, Carlos Augusto. Museografía interactiva: el pasado y presente de las telecomunicaciones. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte* 13 (23). 2018. pp. 122-133. DOI: <https://doi.org/10.14483/21450706.12993> Disponible en: <https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/c14/article/view/12993/html> (fecha de consulta: 12 mayo 2018)

exposición. El museo se encarga de digitalizar sus colecciones para dinamizar la participación de su público.

1.2.6 Museo del Agua EPM, Colombia

El Museo del Agua EPM se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín y hace parte de uno de los programas de la Fundación EPM (Empresas Públicas de Medellín). Su fin es dar respuesta a preguntas como “¿Conoces cuál es el origen del agua? ¿sabes qué es la huella hídrica? ¿de dónde proviene el agua de Medellín? ¿por qué es importante cuidar los ecosistemas y páramos? ¿cómo puedes aportar para conservar el agua?”.¹⁰ Lo que pretende este museo es que los usuarios comprendan la relación del hombre y su entorno con el agua por medio de diferentes programas pedagógicos que abordan estas y otras preguntas.

Este museo busca que sus visitantes conozcan sobre la cultura y la ciencia; además, se ocupa de diferentes formas de aprender y abordar la educación teniendo en cuenta el contenido interactivo y didáctico de sus exposiciones. De igual modo, busca generar un entorno pedagógico en la ciudad con la implementación de diferentes rutas pedagógicas para los colegios de Medellín. También cuentan con estrategias educativas que permiten acercar los contenidos teóricos a diferentes públicos. Una de estas sería el equipo de guías de sala, quienes abordan los contenidos expuestos, y resuelven dudas e inquietudes que puedan tener los visitantes.

1.3 Aprender en espacios museísticos

En este apartado recoge cuatro factores que determinan la transmisión de los contenidos y el aprendizaje de éstos por parte del público visitante. En primer lugar, se abordará el factor que alude a *diferentes posturas del aprendizaje en espacios museísticos*, se observará la importancia del lenguaje en el espacio expositivo, el contexto del visitante y como este

¹⁰ MUSEO DEL AGUA EPM. Invítanos. Colombia. Disponible en: <http://www.grupo-epm.com/site/museodelagua/home/educate/invitanos> (Fecha de consulta: 14 octubre 2018)

influye en su comprensión de la exhibición. Posteriormente se hablará del *guía como fuente de mediación*. Aquí, se habla de su importancia en las salas de exposición, sus facultades de transmisión y de mediación de los contenidos complejos. En tercer lugar, se menciona el factor *público visitante*, se hace referencia a la importancia de su caracterización para las instituciones museales, el conocimiento de su contexto social, cultural, demográfico, entre otros; y, por último, se tienen los *estudios de público*. Aquí, se entenderá que este material se convierte en una herramienta que ayuda en la caracterización del público visitante, lo que permitirá conocerlo y comprenderlo para mejorar la transmisión de los conocimientos.

1.3.1 Factor 1. Diferentes posturas del aprendizaje en espacios museísticos

El teórico Ricardo Rubiales¹¹ habla sobre el *constructivismo* en el espacio museal. Lo divide en dos elementos fundamentales. El primero atañe al *contexto social del visitante* del museo, de quien dice que no son páginas en blanco, todo lo que sucede a su alrededor lo impregnan de posturas, razonamientos y posiciones: y, el segundo, sería *el lenguaje*, ya que a través de este se puede generar el aprendizaje de los contenidos.

La experiencia de aprender sería más efectiva si se trae a colación una figura en el museo que medie los contenidos, que retroalimente y se enfoque en la forma del aprendizaje en el momento de la experiencia museal. Según Rubiales —pensando en esto y en lo dicho por otros teóricos como Vigotsky— es necesario reflexionar sobre un constructivismo más social. Sobre este se podría decir que se enfoca en la forma de construcción de conocimientos por medio del contexto sociocultural: “Si una persona recibe un estímulo que ya conoce, la información o experiencia presentada será aburrida y seguramente no significativa. Si la experiencia presenta retos demasiado complejos o la información es excesivamente nueva y sin referentes posibles, la construcción de significado puede ser nula, la experiencia será angustiante. El educador trabaja en el espacio entre lo que se conoce y no se conoce”.¹² La

¹¹ RUBIALES, Ricardo. *Constructivismo social*. Educación en museos. MAYO 28, 2017. México. Disponible en: <http://educacionenmuseos.com/wordpress/educacion-en-museos-parte-3-constructivismo-social/> (Fecha de consulta: 29 mayo 2018)

¹² *Ibíd.*,

intención es jugar con el contexto de los visitantes para dinamizar las experiencias en estos espacios para que den como resultado la apropiación de los contenidos.

Bajo la premisa constructivista aparece la estrategia del taller que, para los pedagogos del pregrado de la Facultad de Ciencias de la Educación, de la Universidad de la Salle, en la línea de investigación denominada *Educación, Pedagogía y Docencia*, y que es desarrollada por Rinarda Betancourt Jaimes, Leidy Nattali Guevara Murillo y Eliana Mayling Fuentes Ramírez, es una herramienta fundamental en el aprendizaje. Las autoras plantean esta mirada desde la postura del profesor en el colegio. Este mismo papel lo tiene el mediador o guía de un espacio museal: “Los conceptos que tienen los profesores sobre el Taller se centran en la estrategia en la cual el cimienta es el “aprender haciendo”. El profesor toma el papel de acompañamiento que guía al estudiante, facilitándole las herramientas necesarias para su desarrollo activo y creador de su conocimiento”.¹³ El taller muestra una postura constructivista en el sentido de tocar, interactuar y hacer, para así obtener conocimientos que pueden ser significativos desde el hacer en los usuarios de los espacios museales.

1.3.2 Factor 2. El guía como fuente de mediación

El rol que cumple el guía es esencial para el desarrollo de las actividades en un espacio expositivo. En la tesis de maestría de Andrés Alfredo Rojas Amorocho, *Mediadores – Educadores en Los Museos: Los Guías del Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología MALOKA de Bogotá, 2008-2010*, el autor plantea la importancia de éste en el museo, pues los considera el conducto principal de comunicación entre el curador de la sala y el visitante, encargados de transmitir los conocimientos en la sala. De ellos depende que esta experiencia sea memorable o no para los usuarios del museo en lo atinente al recorrido que se haga. Lo importante según Rojas, citando a Orozco Gómez:

¹³ BETANCOURT JAIMES, Rinarda; GUEVARA MURILLO, Leidy Nattali; FUENTES RAMÍREZ, Eliana Mayling. *El Taller Como Estrategia de Enseñanza, caracterización de sus elementos. Realizada en Bogotá en 2008 Tesis. Universidad de La Salle, Facultad de Ciencias de la Educación*. El taller como estrategia didáctica, sus fases y componentes para el desarrollo de un proceso de cualificación en tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con docentes de lenguas extranjeras. Caracterización y retos. Bogotá. 2011. p.6.

(...) Invertir el orden de prioridades, esto es, partir del sujeto que aprende, en vez de partir del contenido a transmitir; luego, es importante reconocer que la relevancia del aprendizaje no es intrínseca a la información transmitida, sino que está dada por la cultura del sujeto que aprende; finalmente, es preciso abandonar las concepciones reduccionistas que postulan que la información que se propone para ser aprendida, sólo requiere de ser presentada con claridad; la claridad siempre será necesaria pero no suficiente; el elemento crucial, señala el autor, parece ser la puesta en escena de esa información¹⁴.

En este sentido el papel que asume el guía es fundamental en los centros de exposición donde se requiere. Cuando un espacio contiene información compleja para digerir por el público no experto, es necesario brindarles las herramientas a los visitantes para que superen dichas dificultades y la experiencia sea enriquecedora, es aquí donde el guía asume un rol significativo y no solo orientativo.

1.3.3 Factor 3. El público visitante

La caracterización de los visitantes es fundamental en los centros interactivos, museos o salas de exhibición. Por medio de herramientas para el estudio de públicos es posible identificar a los visitantes (niños, adolescentes, adultos o adultos mayores). Esto ayuda al museo a tener claridad sobre quiénes son sus visitantes, mejorando así, los contenidos que se abordan, estableciendo estrategias que permitan crear dinámicas pedagógicas y de mediación en el sitio que sean acordes con quienes allegan al museo.

Los públicos que visitan los museos llegan impregnados por posturas, vivencias y experiencias que afectan la interacción en sala. Como se indicó anteriormente, no asisten como hojas en blanco. Se debe saber abordar sus experiencias para generar dinámicas en el espacio expositivo que apuesten a la construcción de conocimientos y que lo deleiten como espectador, magnificando la experiencia en función de los detalles que evitan que se ignoren los conocimientos que se están brindando.

¹⁴ OROZCO GÓMEZ. Citado por ROJAS AMOROCHO, Andrés Alfredo. *El rol de los guías en los Museos Interactivos de Ciencia y Tecnología*. En: *Mediadores-educadores en los museos: Los guías del museo interactivo de ciencia y tecnología Maloka de Bogotá 2008 – 2010*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2011, p. 70.

Como se mencionó en el párrafo anterior, es necesario tener claridad acerca del tipo de público que visita un espacio expositivo. Ello es fundamental para la continua creación y difusión de contenidos. De este modo, se identifica el lenguaje adecuado para un niño de 5 años que es diferente al que podría usarse con un adulto de 35 años. Así, se podrán crear contenidos acordes para cada uno, generando mayor apropiación de los temas trabajados. Por esta razón, es fundamental hablar en el idioma y contexto del visitante y observar que este aprende de la misma manera, pero con estrategias diferentes. Según el texto de Dr. Mikel Asensio,¹⁵ profesor de la Universidad Autónoma de Madrid, *Aprender en el Museo*, las diferentes estrategias de aprendizaje, enfocadas en los espacios museísticos, y cómo se acerca el lenguaje al visitante de un contexto específico, se plantean mediante el uso de ayudas audiovisuales, internet, dramatizaciones, interpretaciones de roles y talleres. Según Asensio,¹⁶ la sala taller en el museo es fundamental ya que permite otro tipo de acercamiento a los conceptos de las exposiciones. El tipo de museo define el tipo de taller. Si el recorrido dialoga con diferentes obras de arte, el taller tendrá que ver con ello. Lo más importante es que el taller debe tener un enfoque directo con las colecciones de éste para exista coherencia con lo expuesto en sala.

1.3.4 Factor 4. Los estudios de público: ¿Qué son y para qué sirven?

Para Leticia Pérez Castellanos “Los estudios de públicos tienen como propósito identificar las características de dichos visitantes; conocer sus intereses, necesidades y expectativas; comprender su comportamiento en salas; entender cuál es la calidad y la cualidad de sus experiencias, así como los resultados de su visita, todo ello, con la finalidad de mejorar el servicio que los museos ofrecen y proveer mejores oportunidades de disfrute y aprendizaje

¹⁵ ANSENSIO, Mikel. MÉNDEZ POL, Elena. Aprender en el Museo. Universidad Autónoma de Madrid. España. En: Revista Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia, N.º 36. 2003. sp.

¹⁶ Ibíd, sp.

en estos”¹⁷. Esto quiere decir que los museos tienen la tarea de revisar constantemente el tipo de usuarios que llegan a visitar sus diversas salas.

Los estudios de públicos son cada vez más habituales dada la necesidad que tienen las instituciones de identificar a sus visitantes, no solo en función de mejorar las exhibiciones y las apuestas educativas que se van configurando a medida que se caracterizan, sino también, con fines que apuntan al mercado, con el objetivo de generar el mayor número de visitantes.

El visitante como un sujeto activo en la apropiación de contenidos cumple un papel fundamental en su proceso educativo. Por esta razón, es importante que los museos inviertan parte de su presupuesto en el estudio de los públicos pues “Por medio de estos se conoce más a los usuarios, el museo trabaja mejor las exposiciones y aquellos se llevan un mejor conocimiento del museo”.¹⁸

1.4 Experiencia de campo en el ámbito educativo: taller de interacción; y, ámbito laboral: práctica profesional en el TTM.

En este apartado se alude a dos experiencias que aportaron elementos para la formulación de la presente monografía de grado. En primer lugar, se hace un acercamiento a las dinámicas de trabajo interactivo en la *Sala Pedrito Botero* del Museo de Antioquia. Aquí se observa la relación del público infantil con la sala de exhibición referida a la museografía de ésta, y se evidencia un primer acercamiento al trabajo con público infantil, el rol del tallerista y del educador. La segunda experiencia tiene que ver con la práctica profesional que se llevó a cabo en el TTM. Ello permitió conocer a fondo las bases teóricas del centro interactivo. De igual modo, se habla del rol que se tuvo en este espacio como guía lo que generó una

¹⁷ PÉREZ CASTELLANOS. Leticia. *Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas*. En: Estudios sobre públicos y museos volumen I públicos y museos: ¿qué hemos aprendido? En: PÉREZ CASTELLANOS. Leticia (Coord.). México: Publicaciones digitales ENCRYM- IHAN. 2016. p, 21.

¹⁸ ZUAZÚA DE LORESECHA, Belén. *Análisis cronológico de la evolución de los estudios de públicos en México y en el mundo. Una visión introductoria*. EN: Estudios sobre públicos y museos, vol. I, Públicos y museos ¿Qué hemos aprendido? En: PÉREZ CASTELLANOS. Leticia (Coord.) México: Publicaciones digitales ENCRYM- IHAN. 2016. p, 65.

interacción participativa con los visitantes, logrando así dar las bases, elementos y experiencia que dieron luces para el desarrollo del presente trabajo.

1.4.1 La Sala Pedrito Botero del Museo de Antioquia

Como parte de las actividades realizadas en el semillero de investigación “*Museografía e Interactividad*”, dirigido por los docentes del ITM, Víctor Manuel Del Valle Díaz y Danny Zulay Urrego Cárdenas, y con el fin de tener un acercamiento a las propuestas pedagógicas que dinamizan las salas del Museo de Antioquia, se realizó un análisis sobre la disposición de la Sala Pedrito Botero, por medio del reconocimiento museográfico de dispositivos didácticos e interactivos, cédulas de apoyo o infografías, mobiliario, funcionalidad y efectividad. De este surge, el taller de interacción sobre el tratamiento del volumen en la obra de Fernando Botero (Ver anexo A).

La sala de exposición Pedrito Botero (nombrada así en honor al fallecido hijo del maestro) es un espacio dinámico que ofrece un acercamiento a la vida y obra del artista antioqueño Fernando Botero, por medio de dispositivos museográficos con un enfoque lúdico e interactivo. La sala se divide en dos secciones: una en el segundo piso y la otra en el tercer piso del edificio. Los espacios están orientados a responder cuatro preguntas, ¿quién es Fernando Botero? ¿qué hace? ¿cómo hace sus obras? ¿por qué lo hace? En ambas salas se observan dispositivos museográficos que hacen hincapié en aspectos formales y biográficos del artista, como la implementación de juegos interactivos a través de vestuario, formas y volúmenes grandes, complementado con preguntas que invitan a los niños a tomar decisiones con respecto a los juegos y actividades.

En el análisis que se realizó en la sala Pedrito Botero (Ver anexo B), se tuvo en cuenta aspectos como altura, interacción, coherencia con la obra del pintor y la temática de los dispositivos. Teniendo en cuenta lo anterior, se determinó que la sala cuenta con distintos artefactos que hablan de la caracterización de los personajes de su obra, el volumen de estos, el tamaño de las piezas; además, se analizó la altura con relación a los niños que visitaban en ese momento la sala. Este análisis permitió generar un acercamiento al trabajo con público y

principalmente responder al siguiente cuestionamiento ¿cómo abordar el trabajo con el público infantil por medio estrategias educativas usando como eje central la obra del artista Fernando Botero?

Al analizar cómo aborda el Museo de Antioquia la temática de la obra del artista surge el taller de interacción enfocado en un elemento de la obra del maestro: *el volumen*. Los participantes del taller fueron niños de 5 a 10 años de la comuna 8 de la ciudad de Medellín. El taller buscaba hacer un acercamiento a lo matérico en la obra usando la pintura como vehículo para explorar el concepto de volumen. Esta experiencia ofreció un primer acercamiento a las estrategias de aprendizaje que se pueden desarrollar asociadas a los contenidos de un recorrido expositivo, incluso sin estar presentes en el lugar.



Ilustración 4 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].

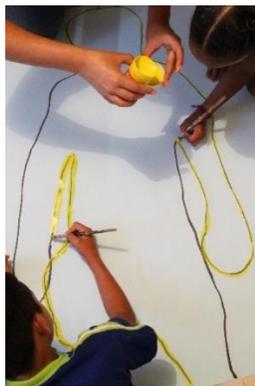


Ilustración 5 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].



Ilustración 6 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].



Ilustración 7 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].



Ilustración 8 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].



Ilustración 9 Taller de interacción: Un acercamiento a la obra de Fernando Botero. Comuna 8, Villatina. Fotografía tomada por: María Isabel Marín Bedoya. [7 mayo 2017].

1.4.2 Experiencia de práctica profesional en el TTM

El 22 de febrero de 2017 se inició el proceso de práctica profesional en el canal local de televisión Telemedellín. En ese momento la entidad realizaba el montaje de un espacio interactivo, con la intención de convertirlo en el primer centro interactivo de visitantes al interior de un canal de televisión en el departamento de Antioquia. El espacio, denominado TTM, tendría como objetivo principal convocar al público en general, haciendo énfasis en el público estudiantil, con el fin de acercar a estos a las prácticas televisivas, tomando como referentes espacios similares propuestos por la BBC, CNN, y otros.

El recorrido tiene como base conceptual los colores primarios de la luz (*Red, Green, Blue*) que se usan en escáneres, monitores, celulares, entre otros. Además, el color se implementó para generar una narración espacial y por esto cada piso está representado por cada uno dependiendo de la letra que le corresponda, y asociada al color. Telemedellín desarrolló la conceptualización del TTM partiendo del texto *¿Cómo se cuenta un cuento en televisión?* Basado en éste se tuvieron presentes tres ejes esenciales: el primero de tipo histórico, el cual se centra en la historia de Telemedellín y de la televisión en general; el segundo eje es el tecnológico, en el que están presentes los conceptos científicos y elementos técnicos operativos acerca de la televisión; y, por último, el eje de comunicación, donde se le da relevancia a los contenidos, los procesos, y la realización de la televisión. Bajo estas premisas, se plantea que los usuarios realicen tres interacciones en el lugar. La primera consiste en una *interacción manual*, que se reduce a que el visitante toque o manipule algo; la segunda hace referencia a la *interacción mental*, es decir, que el usuario reflexione acerca de los contenidos del TTM, los analice y los comprenda; y, la tercera, que implica la *interacción cultural*, donde se pretende que los usuarios del Tour TM tengan un mayor acercamiento con sus emociones.

Uno de los referentes para el diseño de las experiencias en el TTM, fue el colectivo de artistas Carnovsky,¹⁹ de quienes se retoma su técnica con el RGB aplicado en sus

¹⁹CARNOVSKY. RGB. *About*. Tomado de: <https://www.carnovsky.com/RGB.htm>. Carnovsky es un dúo de arte y diseño con sede en Milán compuesto por Francesco Rugi y Silvia Quintanilla.

ilustraciones. Ellos crean superficies que mutan e interactúan entre sí, gracias a los diferentes estímulos cromáticos: “Los colores se mezclan y a través de un filtro de color (una luz o un material transparente), es posible ver con claridad las capas en las que se compone la imagen. Los colores del filtro son de color rojo, verde y azul, cada uno de ellos sirve para revelar una de las tres capas”.²⁰ Esta técnica se implementó en una de las experiencias denominada *Más allá de la ciencia ficción*, la cual habla del transporte de la ciudad y muestra la tridimensionalidad a la cual está sometida la imagen televisada, con lo que se pretende hablar de los avances de éste, en la historia (Ver ilustración 10 y 11).

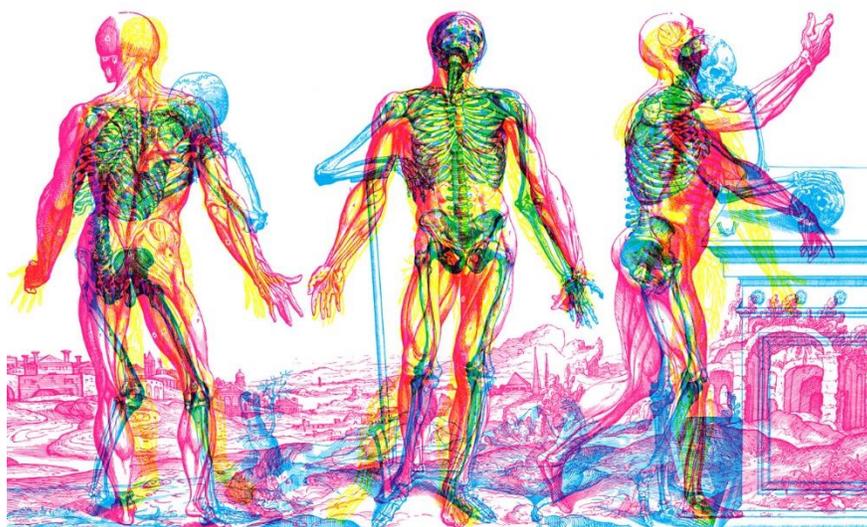


Ilustración 10 Carnovsky. Vesalio Triptych. 2016. Disponible en: https://www.carnovsky.com/RGB_wallpapers.htm [28 abril 2018].



Ilustración 11 Más allá de la ciencia ficción. Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya [27 marzo 2018].

²⁰ TELEMEDELLÍN. Centro interactivo de visitantes. ¿Cómo se cuenta un cuento en televisión? Medellín. 2016. Pág. 97.

En el TTM se encarnaron diferentes roles, lo que permitió realizar un acercamiento a los temas a trabajar en presente trabajo monográfico. En un inicio se aportó a la construcción de diferentes diseños desde sus medidas, colores y texturas para la puesta en escena de algunos espacios del centro, basándose en herramientas obtenidas desde la museografía; en un segundo momento, luego de la apertura del TTM el 7 de diciembre de 2017, se asumió el rol de guía, lo que dio lugar a la creación de estrategias de mediación con el fin de complementar la experiencia de los visitantes. La figura del guía como organismo esencial para la transmisión de conocimientos y experiencias, a través del discurso curatorial, como potenciador de algunos dispositivos museográficos, permitió que los visitantes se apropiaran de roles, y de la historia de la televisión mediante el hacer, la interacción y la experimentación.

El TTM es un espacio en constante crecimiento. En su desarrollo busca crear un ambiente de experiencia donde los diferentes públicos que asisten aprendan, interactúen y se diviertan por medio de las dinámicas que se gestan en el recorrido. Sin embargo, este espacio no cuenta con estudios de público que ayuden a reconocer las características de sus visitantes, posibiliten la identificación de necesidades, gustos y preferencias, y, además, se muestra como un espacio abierto a las estrategias de mediación desde su equipo de guías. Por tal motivo realizar la práctica profesional en este lugar permite recoger un insumo importante para el desarrollo de la presente monografía ya que al posibilitar la creación de dichas estrategias de mediación desde la museografía interactiva y la narrativa neo-museográfica se dinamizan los contenidos expuestos.

2. METODOLOGÍA

La presente monografía está inserta dentro del área del conocimiento de ciencias sociales humanas y artes. Para el desarrollo del proyecto se hizo una revisión diagnóstica del TTM, abarcando tanto aspectos teóricos como prácticos donde se abordaron temas del campo de las artes visuales, la pedagogía, la museografía, la museología y los estudios de públicos.

Esta investigación fue de carácter exploratorio con enfoque mixto desde lo cualitativo y lo cuantitativo pues fue necesario recurrir a datos estadísticos para el levantamiento de la información referido al estudio de públicos. Se puso en práctica los conocimientos adquiridos durante las visitas guiadas y la observación en campo del trabajo de los guías en el TTM, se realizó una encuesta para la caracterización del público objetivo y entrevistas a expertos en el tema investigado con el fin de obtener la mayor cantidad de información posible que permitiera plantear las estrategias de mediación que dinamizaran las visitas al TTM.

2.1 Método etnográfico

El proceso etnográfico corresponde al trabajo de campo realizado mediante la observación participante en un tiempo determinado. En cuanto al tiempo de observación en esta investigación se contó con el primer semestre del año 2018, además, para realizar el trabajo de campo se hicieron las siguientes actividades:

Se recolectó y analizó documentación bibliográfica, de archivo, entrevistas y encuestas, además, se realizó observación participante en el TTM desempeñando el rol de guía y de tallerista. Se aplicó este método desde la *etnografía educativa*, desde la comprensión y análisis de las interacciones de los visitantes del Tour TM. Además, se usó la modalidad de *etnografía clásica* ya que se realizaron descripciones de las interacciones del guía y el público con relación al recorrido, mediante una encuesta que aportó datos relevantes acerca de las acciones de cada uno en el TTM, así mismo, se habló con expertos que permitieron profundizar y ampliar la información y dieron lugar a la generación de estrategias de mediación acordes a las necesidades de los visitantes. Por último, la herramienta etnografía

desde las temáticas de la museografía interactiva y neo museografía sirvió como ruta para identificar y evaluar la interacción del público con el recorrido, la función de los guías en el mismo y las estrategias de mediación que se desarrollaron al final de cada recorrido en el TTM.

2.1.1 Fase 1: recolección de datos

2.1.1.1 Identificación y caracterización del público visitante del TTM

Para la caracterización del visitante del TTM se usó la encuesta, una herramienta metodológica que nos permite acercarnos y conocer por medio del estudio de público al visitante. Se tuvieron en cuenta cuestionamientos de carácter demográfico y sociocultural, como género, interés en el recorrido, edad, manifestaciones culturales de interés, impacto del recorrido, entre otras. Este ejercicio permitió entender la relación que tiene el visitante con la museografía y los tipos de públicos que asisten a este tipo de espacios.

Por lo dicho en el párrafo anterior, se aplicaron 203 encuestas, con 28 preguntas (Ver anexo C, estructura de encuesta para públicos del TTM). Como referente para el desarrollo de la encuesta y su posterior análisis se tomó de base el estudio de públicos realizado por la investigadora social y politóloga Diana Riveros Palacios en el Museo Nacional de Colombia en el año 2013. Primero se indagó en la información pertinente para realizarla, con datos idóneos y concisos, además, se seleccionó días y horas en las que se aplicaría para su posterior sistematización y generación de gráficas que permitieran arrojar las conclusiones, para conocer el tipo de público que asiste al TTM y así mejorar los contenidos y las estrategias de mediación que se aplican con los talleres. También se aplicó una encuesta para el equipo de guías del Tour TM con el fin de conocer diferentes perspectivas y visiones de este a través del desarrollo de sus funciones.

2.1.1.2 Acercamiento a la información, expertos y guías

Las herramientas metodológicas utilizadas para el desarrollo de la monografía que implicaban un acercamiento a la información fueron la entrevista y el cuestionario. La

entrevista se realizó a la señora Gloria Amparo Sánchez Zuleta, directora del Museo Klaus Newman de Mesa, en el colegio Benedictino de Santa María, con el fin de conocer sus prácticas e identificar la labor pedagógica de la museografía en función de un currículo escolar. Para ello se aplicó la entrevista abierta (Ver anexo K. consentimiento informado para participantes de investigación). Por otro lado, se aplicó el cuestionario, éste estaba compuesto de 16 preguntas y en su resolución participaron Sara Correa, Julián Camilo Arroyave, Haminton Mora, Jenifer Vallejo, Santiago Restrepo, María Camila Arroyave (Ver anexo D, modelo de entrevista abierta; y, ver anexo E, cuestionario guías Tour Teledellín).

2.1.1.3 Observación participante

Se realizó un acercamiento a las dinámicas del TTM con el fin de caracterizar a los visitantes, lo que dio como resultado la generación de estrategias que cubrieron las necesidades del visitante a nivel educativo. Se requirió de la *verificación empírica* para arrojar muchos de las impresiones en el espacio con el visitante.

En primera instancia se abordó *la observación participante* que se define según Marshall Y Rossman como “La descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado”.²¹ En el TTM se realizó el seguimiento de los comportamientos que tienen los visitantes, cómo es su relación con el espacio, con sus acompañantes y con el guía, para así, lograr la caracterización de éstos en el espacio expositivo. Por otro lado, los autores Schensul y LeCompte definen la observación participante como “El proceso de aprendizaje a través de la exposición y el involucrarse en el día a día o las actividades de rutina de los participantes en el escenario del investigador”.²² Lo anterior se realizó por medio del guía quien se encargó de acompañar a los visitantes por todo el recorrido, además de brindar toda la información adicional que activa las infografías del sitio. El guía convierte la información en relatos digeribles y asociativos para el público

²¹ KAWULICH. Bárbara B. *La observación participante como método de recolección de datos*. En: Revista Forum: qualitative social research sozialforschung. Vol. 6, N°. 2, Art. 43. mayo 2005. p. 2.

²² *Ibíd.*, p. 2.

visitante. Otro rol importante en esta investigación fue el de tallerista, quien tuvo como función realizar talleres de interacción con base en los conceptos del TTM. En los dos roles, se hizo una interacción directa con los visitantes, niños, adolescentes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidades. Escuchar, observar e interactuar serían actividades primarias que permitirían generar conclusiones desde lo que los visitantes vivencian dentro y fuera del recorrido.

Para Schensul, y LeCompte es importante implementar la observación participante porque con ésta se pueden:

Identificar y guiar relaciones con los informantes; ayudar al investigador a sentir cómo están organizadas y priorizadas las cosas, cómo se interrelaciona la gente, y cuáles son los parámetros culturales; mostrar al investigador lo que los miembros de la cultura estiman que es importante en cuanto a comportamientos, liderazgo, política, interacción social y tabúes; ayudar al investigador a ser conocido por los miembros de la cultura, y de esa manera facilitar el proceso de investigación; y proveer al investigador con una fuente de preguntas para ser trabajada con los participantes.²³

Uno de los aspectos que se implementó tuvo que ver con la relación establecida con el visitante por medio de las preguntas, sus respuestas darían como resultado un panorama general de sus gustos, características, hábitos culturales y sociales. En las investigaciones culturales también se ha implementado esta metodología. Bernard uno de los autores citados en el texto *La observación participante como método de recolección de datos*, propone una lista con el fin de justificar la validez que tiene esto en la recolección de los datos, y frente a ello, dice:

- Hace posible recoger diferentes tipos de datos. Estar en ese espacio durante un periodo de tiempo familiariza al investigador con la comunidad, y por consiguiente facilitando el involucrarse en actividades delicadas a las cuales generalmente no habría sido invitado.
- Reduce la incidencia de "reactividad" o la gente que actúa de una forma especial cuando advierten que están siendo observados.
- Ayuda al investigador a desarrollar preguntas que tienen sentido en el lenguaje nativo, o que son culturalmente relevantes.
- Datos cualitativos como cuantitativos a través de encuestas y entrevistas.
- A veces es la única forma de recoger los datos correctos para lo que uno está estudiando.²⁴

En la presente monografía de grado, la observación participante fue relevante, debido al rol que asumió el guía durante el recorrido, al escuchar y observar las interacciones de los

²³ *Ibíd.*, p. 6.

²⁴ *Ibíd.*,

visitantes en el TTM, logrando recoger un insumo de datos que a su vez permitieron caracterizar al público.

2.1.2 Fase 2: aplicación de estrategias de mediación

En esta fase de la investigación se aplicaron las estrategias de mediación que se diseñaron a través de los diferentes autores como Joan Santacana, Carolina Piñol, Ricardo Rubiales y María Acaso, con el fin de poner en práctica y evidenciar su pertinencia o no. Estos se abordaron desde la narrativa neo-museográfica, y la museografía interactiva desde sus aportes educativos, aludiendo al lenguaje corporal, verbal y no verbal. Los talleres se realizaron con niños teniendo como sustrato la pintura, el dibujo, la escritura y la imaginación.

3. IDENTIFICACIÓN DE LOS VISITANTES DEL TOUR TELEMEDELLÍN

3.1 Estudio de público: diagnóstico en el Tour Teledellín

Los estudios de público son fundamentales para los museos y centros que reciben visitantes, debido a que, al conocer al visitante, se pueden generar actividades y puestas en escena, acordes con sus conocimientos, gustos y capacidades. En el texto *Conociendo a todos los públicos* del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España se hace una división de modelos de museo según su relación con los visitantes, identificándolos de la siguiente manera:

- *Los visitantes como “extraños”*. Es el modelo que adopta las funciones tradicionales del museo, es decir conservar, preservar y exhibir. En este caso, el museo se dedica a cumplir sus funciones canónicas sin tener en cuenta a los visitantes. Esta aproximación se refiere a la concepción más clásica del museo, como un lugar que se asocia con códigos que lo alejan de su visitante: elevación moral, culturización, restricción horaria, etc.
- *Los visitantes como “invitados”*. Este modelo se centra en la tarea educadora del museo. En este caso, no solo se interesa por tener visitantes, sino que se preocupa por ellos, promocionándose y ofreciendo servicios. Tiendas, cafeterías, talleres teatros, eventos, etc. Se han añadido a la institución museística para hacer su entorno menos hostil y más atractivo.
- *Los visitantes como “clientes”*. Este modelo implica una responsabilidad por parte de la institución en entender las necesidades y las expectativas de los visitantes y, por consiguiente, trabajar en dar respuestas a estas expectativas.²⁵

Teniendo en cuenta lo dicho en el párrafo anterior, se llega a visualizar, cuál es el tipo de museo al que apuntaría un espacio como el TTM, si este pretendiera ser una institución de estas características; se puede pensar que, por sus intenciones a nivel educativo este centro está en consonancia con el visitante como *invitado*, ya que apunta a las prácticas educativas para nutrir la visita guiada, y con el visitante como *clientes* ya que la institución se preocupa por entender las necesidades y expectativas de los visitantes. Bajo esta perspectiva, se determinaron los siguientes factores que perfilan al TTM en la categoría *invitado*:

- *Intenciones educativas*: el TTM es un espacio que busca generar conocimientos frente a la imagen televisada. Desde esta monografía se planteó al centro interactivo la posibilidad de crear talleres de interacción, lo que diera como resultado saberes

²⁵ MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. *Modelos sobre el comportamiento del público. Tipos de públicos*. Conociendo a todos los públicos. Secretaría general técnica. España. p.16.

adicionales al recorrido, a lo que las directivas del Tour TM respondieron positivamente, iniciando los talleres piloto con *Tallereando en el Tour* el 10 de marzo de 2018, talleres que se crearon a partir de esta monografía y que se abordarán en el apartado denominado 5. *El taller de arte como estrategia de mediación.*

- Cuenta con servicios de cafetería y con la “Tienda TM”.

En la categoría visitante como *cliente*, se determinó que:

- El TTM se encuentra en búsqueda constante del público visitante. Entre sus públicos objetivos resaltan instituciones educativas como colegios y universidades, además de empresas, grupos y asociaciones. Teniendo en cuenta las diferentes necesidades de éstas, el TTM genera actividades que responden ante dicha necesidad.

El estudio de público que se plantea para el TTM tiene como objetivo identificar a los visitantes en primera instancia, para así determinar las acciones de mediación más adecuadas al tipo de público que tiene mayor afluencia en este centro y que así lo requiera.

3.1.1 Encuesta

La encuesta se formuló con preguntas cerradas donde se daban varias opciones de respuestas dependiendo de la experiencia en el TTM para determinar las características especiales del visitante, para esto se organizaron los datos en cuatro bloques: el primero, identifica las características socio-demográficas; el segundo, los medios de difusión que le permitieron conocer la existencia del tour; el tercero, información sobre el consumo cultural, con el fin observar gustos y hábitos culturales para implementarlos en las estrategias de mediación complementarias para el TTM; y, por último, su experiencia en el TTM.

La encuesta (Ver anexo C) se realizó de manera individual. Se recopiló la información de martes a domingo de 12:00 m a 6:00 p.m. de la tarde y, en algunas ocasiones, los lunes de 10:00 a.m. a 12:00 m. El grupo de guías del TTM, era el encargado de proveer las encuestas

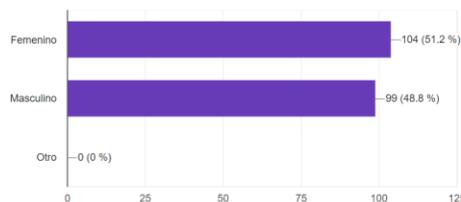
a los visitantes. En el periodo comprendido entre el 25 de abril y el 25 de mayo de 2018, el TTM recibió 795 visitantes, y en promedio se hicieron 203 encuestas.

3.1.2 Sistematización*

Bloque 1. Demográfico. En el estudio se identificó, en cuanto al género (Ver gráfica 1) de los visitantes que: el 51.2% son mujeres; y, el porcentaje de hombres es de 48.8%, esto incluyó público infantil, juvenil y adultos. En cuanto a la nacionalidad (Ver gráfica 2): los usuarios en su mayoría son colombianos con un 98.5% de participación; el 0.5% venezolanos; otro 0,5% colombo-estadounidense; y, por último, un 0.5% españoles. La gran mayoría vive en la ciudad de Medellín con un 50.8%; y, el otro 49.2% varía entre los municipios de Rionegro, Copacabana, El Santuario, La Ceja, Girardota, Itagüí, El Carmen de Viboral y la ciudad de Bogotá.

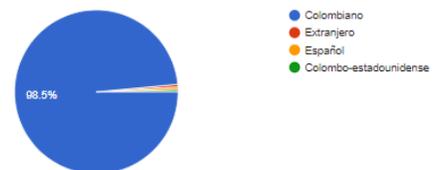
GRÁFICA 1: GÉNERO

203 respuestas



GRÁFICA 2: NACIONALIDAD

201 respuestas

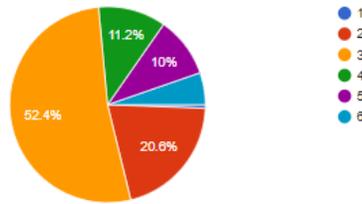


También se identificó el estrato socioeconómico (Ver gráfica 3) al cual pertenecen los visitantes. Esto arrojó los siguientes resultados: el 52.4% de los visitantes del TTM pertenecen al estrato 3; el 20.2%, pertenecen al estrato 2; el 11.2%, corresponde al estrato 4; el 10% corresponde al estrato 5; el 5.3%, corresponde al estrato 6; y, por último, el 0.6% correspondiente al estrato 1.

* Todas las gráficas que se verán en este capítulo se generaron a través de un estudio de público, aplicado en el Tour Telemedellín, realizado por María Isabel Marín Bedoya. Medellín, 2018.

GRÁFICA 3: ESTRATIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA

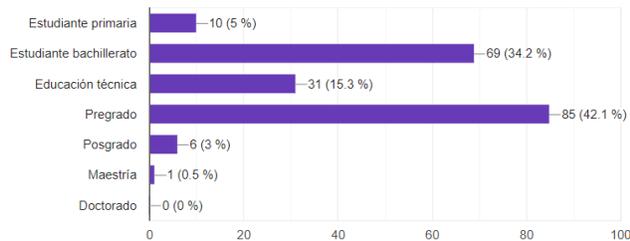
170 respuestas



En cuanto al nivel de escolaridad (Ver gráfica 4) se observó lo siguiente: el 42.2% son estudiantes de pregrado; y, el 39.2% pertenece a estudiantes de primaria y bachillerato; el 3% son estudiantes de posgrado; y, por último, 0,5% pertenece a estudiantes de maestría.

GRÁFICA 4: ESCOLARIDAD

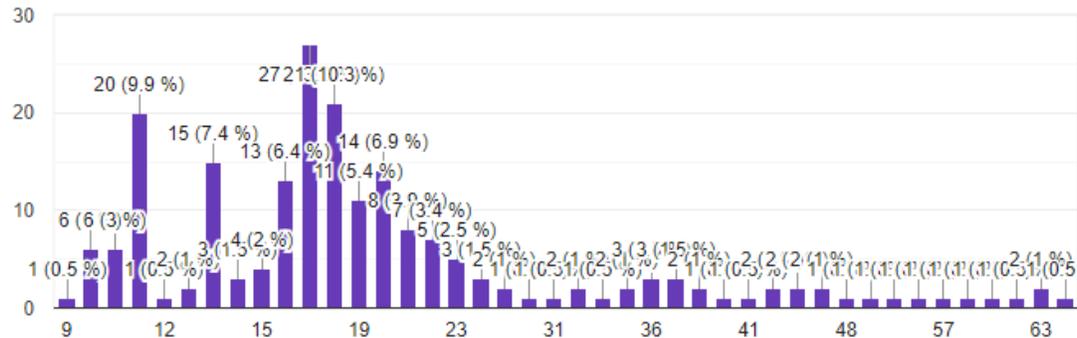
202 respuestas



En cuanto a las edades (Ver gráfica 5), estas presentan variaciones, así: varían en un rango de 9 a 65 años; el 13% de los visitantes corresponde a la edad de 17 años; el 10.3% a jóvenes de 18 años; y, la gran mayoría fue el 29.9%, correspondiente a niños entre 9 y 12 años; el otro 46.8% tiene un rango más amplio identificado entre los 19 a 65 años. Sin contar los niños que realizan el recorrido y no llenan las encuestas por la complejidad de ésta.

GRÁFICA 5: EDAD

203 respuestas

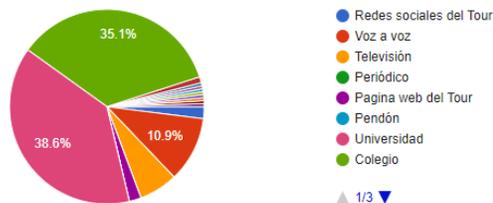


Bloque 2. Difusión. La intención de este apartado era conocer a través de qué medios de comunicación el visitante se enteró del TTM, y de esta forma saber si son televidentes activos de Teled Medellín, si hacen uso de las redes, y, además, si desde el colegio o la universidad se incentivó la visita; por otro lado, conocer con quién el visitante asistió al tour para determinar los comportamientos que pueden llegar a tener los usuarios dependiendo del acompañante. Cuál fue la motivación para asistir al recorrido, si fue de tipo académico, cultural, ocio, entretenimiento u otros.

Con relación a ¿cómo se enteró del TTM? (Ver gráfica 6) se determinó que: 38.6% se enteró del Tour a través de la universidad; y, el 35.1% se enteró por medio del colegio; el 10.9% lo hizo por medio del voz a voz, conocidos amigos, docentes, familiares, empleados de Teled Medellín, entre otros; además, el 6.4% se enteró por el canal Teled Medellín; el otro 9% conoció sobre este centro por medio de redes sociales, página web, radio y correo electrónico.

GRÁFICA 6: ¿CÓMO SE ENTERÓ DEL TOUR TM?

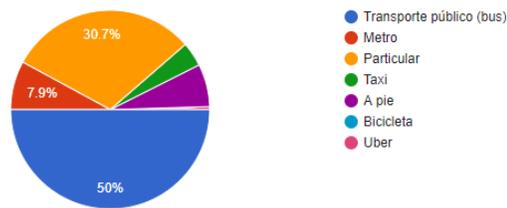
202 respuestas



Con el fin de identificar cuáles son las rutas (Ver gráfica 7) más frecuentes que utilizan los visitantes se determinó que: el 50% de los visitantes llegaron al TTM por medio de transporte público (bus); con la ruta verde y blanco 54%, que es el transporte utilizado por el público escolar (colegio); el 30.7% llegó en transporte particular; y, el 7.9 se acercó en metro entre las estaciones Industriales y Poblado; el 6.9% llegó caminando al TTM; y, el otro 4% en taxi. Esto se implementó para determinar si se pueden generar estrategias para captar la atención del público en sus recorridos hacía el centro interactivo.

GRÁFICA 7: ¿POR QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE LLEGO AL TOUR TM?

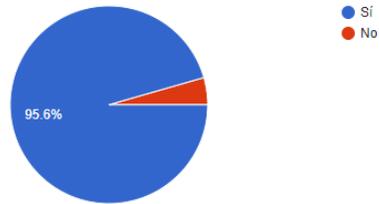
202 respuestas



Se identificó en cuanto a las visitas realizadas (Ver gráficas 8, 9 y 10) al TTM que: para el 95.6% de las personas del muestreo fue su primera vez en el TTM; y, el 81.1% manifestó que volverían a realizar el recorrido; el 14.6% afirmó que tal vez volverían; y, solo el 4.3% dijo que no volvería a realizar el recorrido. Además, se preguntó por los acompañantes con los que asistió al TTM, (Ver gráfica 11) el 70.9% de los visitantes que realizó la encuesta visitaron el TTM en compañía de sus compañeros de estudio; y, el 16.7% con su familia, demostrando la importancia de estos dos núcleos de relación; el restante 12.4% oscila entre parejas, amigos, grupos u organizaciones, compañeros de trabajo y en solitario.

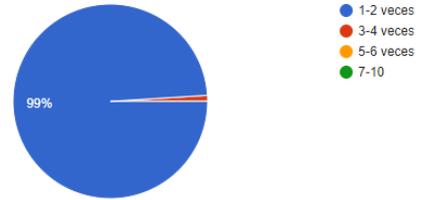
GRÁFICA 8: ¿PRIMERA VEZ EN EL TOUR TM?

203 respuestas



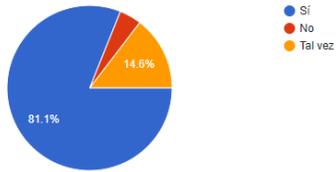
GRÁFICA 9: ¿CUÁNTAS VECES HAS ASISTIDO AL TOUR TM?

202 respuestas



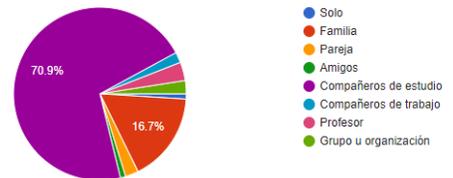
GRÁFICA 10: SI ES TU PRIMERA VEZ EN EL TOUR TM ¿VOLVERÍAS?

185 respuestas



GRÁFICA 11: ¿CON QUIÉN ASISTIÓ AL TOUR TM?

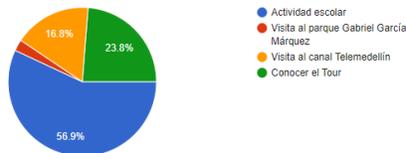
203 respuestas



La motivación y el interés particular para asistir al TTM (Ver gráfica 12 y 13) de acuerdo al público encuestado es la siguiente: principalmente, se estableció que fue por cuestiones académicas y actividades escolares respectivamente con un porcentaje de 56.9% y 64.4%; además, el 23.8% de la motivación fue conocer el tour; y, el 11.9% del interés fue por la temática que desarrolla el tour. Los mencionados anteriormente fueron los de mayor relevancia en el muestreo realizado en el TTM.

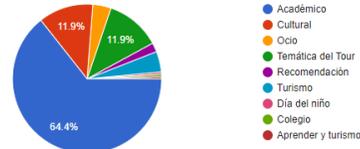
GRÁFICA 12: ¿CUÁL FUE EL MOTIVO DE SU VISITA?

202 respuestas



GRÁFICA 13: INTERÉS PARTICULAR CON LA VISITA AL TOUR TM

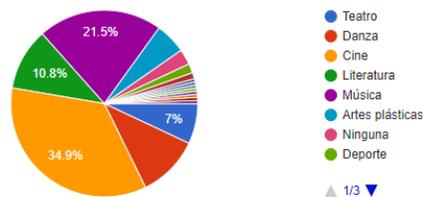
202 respuestas



Bloque 3. Espacio cultural. En el tercer y último bloque se alude al aspecto cultural, donde se apunta a las prácticas culturales que suelen realizar los asistentes al TTM (Ver gráfica 14), con el fin de perfilar sus gustos para generar estrategias educativas se determinó que: el 34.9% de los visitantes que hizo la encuesta van a cine en su tiempo libre; el 21.5% se interesa por la música; el 10.8% se interesa por la literatura; además, se encontró que el 7% de los visitantes están interesados por las prácticas teatrales; 5.4% se interesa por las artes plásticas; y, el 20,4% restante de los encuestados prefieren actividades como deportes, comunicación, y el uso de videojuegos.

GRÁFICA 14: ACTIVIDAD CULTURAL QUE SUELE REALIZAR

186 respuestas

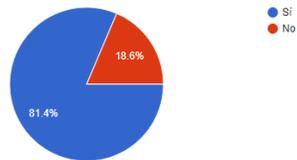


Para conocer la perspectiva de los visitantes del TTM acerca de los talleres de interacción como estrategia mediación se preguntó (Ver gráfica 15, 16 y 17) si como asistentes participarían en dichos talleres, y la respuesta que se obtuvo por parte de los usuarios fue muy positiva, la gran mayoría equivalente al 81.4% dijo que le gustaría participar; y, solo el 18.6% no los realizaría. Además, se brindó un listado de opciones para conocer sus preferencias temáticas para la realización de los talleres, estas van desde la fotografía, el vídeo, el maquillaje artístico, la creación de guiones y la pintura. Los resultados que arrojó la encuesta fueron los siguientes: el 39.7% prefieren la fotografía; el 22.2% quisieran que se tocara la temática de video; el 19.1% hace referencia a los talleres de maquillaje artístico; el 10.8% creación de guiones; y, el 5.2% prefiere la pintura para los talleres; el otro 2,8% de los visitantes prefieren temáticas diferentes a las planteadas tales como actuación, dirección

de cámaras y prácticas deportivas. Además, se les consultó a los participantes de la encuesta si asistirían a conferencias que se realizaran dentro del TTM. Los resultados que se arrojaron indican que el 75.8% de estos asistirían; y, el 24.2% no lo haría.

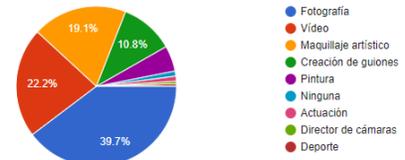
GRÁFICA 15: ¿LE GUSTARÍA REALIZAR ALGÚN TALLER EN EL TOUR TM?

199 respuestas



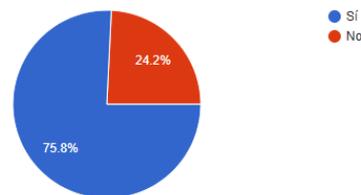
GRÁFICA 16: ¿QUÉ TEMÁTICA LE GUSTARÍA QUE TOCARAN LOS TALLERES?

194 respuestas



GRÁFICA 17: ¿ASISTIRÍA A CONFERENCIAS EN EL TOUR TM?

194 respuestas



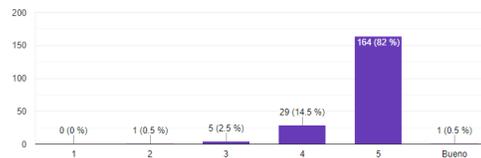
Un aspecto importante para la realización del diagnóstico del TTM implica conocer la experiencia que tuvieron los participantes (Ver gráfica 18). En este punto se les dio una escala de 1 a 5 siendo 1 poco satisfactoria y siendo 5 muy satisfactoria. Los resultados arrojados fueron: el 82% de los encuestados afirmaron que su experiencia fue 5; el 14.5% corresponde al 4; el 2.5% corresponde al 3; el 0.5% corresponde a 2; y, el 0% hace referencia al 1. Por lo que concluimos que para 164 personas la experiencia del Tour fue muy buena y por tal motivo 150 personas correspondiente al 81% de los visitantes volverían a realizar el recorrido.

Se les cuestionó acerca de lo que les generó impacto en el recorrido y qué mejorarían de éste (Ver gráficas 19 y 20), los resultados apuntaron a que: al 33.2% les impactó la zona interactiva dentro del recorrido y solo un 9.7% mejoraría ésta; el 21.3% se impactó con las experiencias didácticas del TTM y solo el 13.8% las mejoraría; al 29.2% se sorprendieron con la puesta en escena del recorrido y el 12.3% la mejoraría; un aspecto que nos interesa

profundizar es la percepción que tiene los visitantes con relación al discurso de los guías, estos concluyeron que se debería mejorar con un 7.2%, y, solo 11 personas dijeron que les generó impacto con un 5.4%; a un 4.5% le genera impacto la calidad del contenido teórico del recorrido, solo 20 personas mejorarían el contenido; el 0,5% apuntaron a realizar una explicación más sencilla de los contenidos; el mayor porcentaje de los visitantes no realizarían ninguna mejora dentro del recorrido, siendo estos el 37.4%; en general algunos de los visitantes apuntaron que les generó impacto espacios como la móvil, la simulación del noticiero y las transmisiones en vivo que se pueden observar desde el interior del TTM; por último, el 1,5% de los visitantes quisieran que el recorrido tuviera una mayor duración.

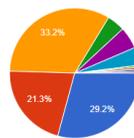
GRÁFICA 18: ¿CÓMO FUE LA EXPERIENCIA EN EL TOUR TM?

200 respuestas



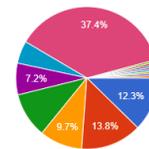
GRÁFICA 19: ELEMENTOS QUE LE GENERARON IMPACTO EN EL RECORRIDO

202 respuestas



GRÁFICA 20: ELEMENTOS QUE MEJORARÍA EN EL RECORRIDO

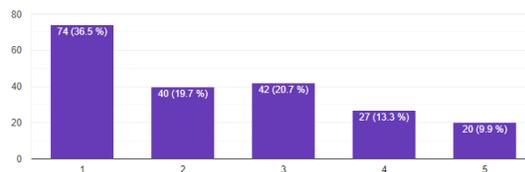
195 respuestas



Se preguntó a los visitantes acerca de la complejidad de los contenidos del TTM (Ver gráfica 21), siendo 1 poco complejo y 5 muy complejo, estos apuntaron que: los contenidos dentro del recorrido fueron fáciles de comprender con un 36.5% siendo 1; a un 19.7% siendo 2; a un 20.7% siendo 3; a un 13.3% siendo 4; y, a un 9.9% siendo 5; se determinó que los contenidos del tour son fáciles de comprender gracias al discurso que se implementa en todo el recorrido.

GRÁFICA 21: ¿COMPLEJIDAD DE LOS CONTENIDOS DEL TOUR TTM?

203 respuestas



3.2 Tipos de visitantes

Los visitantes llegan con cargas simbólicas y conceptuales definidas por experiencias individuales y grupales; por esto, la posible construcción de saberes a partir del recorrido por el TTM depende del lenguaje, conceptos y experiencias que anteriormente obtuvieron. Y, teniendo como base el estudio de público realizado en el sitio, se determinó a partir de los gustos, preferencias y relatos de los visitantes cuatro categorías de público que visitan el TTM: *el visitante televidente*, *el visitante educativo*, *el visitante experto*, por último, *el visitante general*.

El visitante televidente. Este tipo de público se caracteriza por consumir la programación del canal Telemedellín, por esto, logra asimilar fácilmente los contenidos expuestos dentro de la visita; además, se toma en consideración que éste ha generado, previamente, un vínculo emocional con Telemedellín, con la parrilla de programación, sus personajes, periodistas y presentadores, el contexto local del canal y con los objetivos del mismo “Aquí, en Telemedellín, te ves”²⁶ que crean expectativas en la visita, e intenciones más allá de la captación de conocimientos. El lenguaje de la visita adquiere otro significado, éste nos conecta directamente con la memoria y los recuerdos, catalizadores de experiencias que lograrán construir una identificación frente al contenido televisado y el contenido expositivo, generando vínculos emocionales e interpretativos con la exposición.

El visitante educativo. Este es un tipo de público con intenciones académicas, ya sea por la programación de una visita obligatoria como una parte de extensión escolar, o porque la visita tiene la finalidad de generar una visualización de los contenidos de la malla curricular

²⁶ TELEMEDELLÍN. Aquí te ves. ¿Quiénes somos? En: Pagina web Telemedellín. [en línea] (16 junio 2018) Medellín, sp. Disponible en: <https://telemedellin.tv/telemedellin/quienes-somos/aqui-te-ves/>

de un programa afín de alguna de las instituciones universitarias. Se identifican de la siguiente manera según la institución:

- ✓ Universidades: este tipo de público se caracteriza por querer aprender cómo es la labor real en un canal de televisión, su intención principal es conocer el medio, en especial los universitarios visitantes provienen de carreras afines a la comunicación social, audiovisual, producción audiovisual, pero también, carreras como administración. Han visitado el TTM universidades como: Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Universidad de Medellín, Universidad de Antioquia, Universidad Pontificia Bolivariana, ITM. Institución Universitaria, Universidad Católica Luis Amigó, Universidad Católica de Oriente, Universidad de Manizales, entre otras.
- ✓ Colegios: son el público que más acude al Tour Telemedellín. Su visita y relación con el espacio depende de dos factores fundamentales: si el colegio es privado o público y del interés por el tema. Existen diferencias notables entre estos dos tipos de público:

-Colegios públicos: este tipo de público tiene mayor disposición para aprender, el interés es genuino, esto es evidente en la interacción y la escucha activa, los niños y jóvenes se acercan a interactuar con los dispositivos museográficos, se nota el deleite con el que interpretan los roles en la zona interactiva. De este tipo de instituciones han visitado a TTM: I.E. José Celestino Mutis, I.E. La Sierra, I.E. Mariscal Robledo, I.E. Alcaldía de Medellín, I.E. Vida Para Todos, I.E. República de Uruguay, entre otros. Cabe resaltar que los colegios mencionados anteriormente asistieron al TTM gracias al programa de *Jornadas complementarias* de la Secretaría de Educación de Medellín.

-Colegios privados: este tipo de público maneja diversas personalidades en su comportamiento durante el recorrido, normalmente son atentos, pero influye la edad, pero no evidencias mayor interés, en comparación con los colegios públicos, esto se debe a los componentes que ya conocen, entonces, en un espacio como el TTM, para este tipo de público se pierde la novedad.

El visitante experto. Es uno de los públicos más difíciles porque tiene mayores conocimientos sobre los temas expuestos en el TTM. Por lo general son productores,

camarógrafos, cineastas, guionistas, editores, comunicadores, entre otros. Se trata de personas que se desenvuelven en el mundo de los medios de comunicación. Por esta razón, exigen al guía profundidad en el discurso que acompaña el recorrido, aportando datos relevantes de mayor interés.

El visitante general. En esta categoría se podría incluir a la figura del *televidente*. la mayoría, en algún momento de su vida, se ha enfrentado a la pantalla del televisor. Esto quiere decir que hay cierto misticismo ante la idea de la imagen televisada. En general, las personas no saben cómo funciona, por esto la expectativa al ingresar al sitio es mayor, lo cual facilita la labor del guía. Para estos visitantes las instalaciones del TTM son novedosas, sorprendentes y educativas. Este público se divide en:

✓ Visitantes infantiles: los niños son el tipo de público que más visita el TTM, y se caracterizan en dos tipos: *visitante estudiantil* y *familias con niños*. Este tipo de público requiere mayor esfuerzo del guía por aplicar un lenguaje lúdico pedagógico que logre captar su atención, identificando sus expectativas de tal forma que los aportes discursivos del guía entren en articulación con los dispositivos museográficos.

✓ Familias: son uno de los públicos más frecuentes del TTM, este tipo de público tiene muchas variaciones, algunas son solo adultos, adultos mayores o con niños y adolescentes. Y, las interacciones pueden variar dependiendo del tipo de familia. Se pueden clasificar *grosso modo* en dos categorías:

-Familias con niños²⁷: el comportamiento de los padres o líderes de la familia tiende a dejar en libertad a los niños, esto quiere decir que no ponen límites y suelen dejarlos sin límites dentro del recorrido, los adultos se convierten en espectadores dejando que los niños obtengan todos los conocimientos y conceptos, ellos solo realizan el registro de algunas experiencias. Los adultos suelen no ser tan interactivos en este tipo de grupo.

²⁷ KELLY. Citado por Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Antes de la visita al museo, La decisión de ir al museo. En: Conociendo a todos los públicos, un análisis de la visita al museo en familia. España. 2016, p. 22. *A diferencia de los grupos escolares (público infantil cautivo), las familias escogen voluntariamente visitar los museos. Normalmente se decide realizar la visita durante el período de vacaciones escolares, cuando los niños tienen tiempo libre y los adultos encargados de su cuidado se ocupan de realizar actividades para su entretenimiento. públicos*

-Familias personas adultas: este tipo de público tiende a ser más interactivo, además de realizar las actividades en grupo, su disposición está en escuchar, aprender y divertirse.

-Personas mayores: se identifican con los objetos más antiguos, como el *walkman*, *DVcam*, *Betacam*, cámaras de filmación caseras, entre otros. Estos aluden a la memoria y a los recuerdos por esto para ellos el recorrido resulta ser un viaje por las emociones y el pasado.

Cabe resaltar que nunca se tendrá un público igual a otro, todas las personas que asisten son diferentes, debido a sus contextos, creencias y gustos, lo que dificulta la catalogación del público, por este motivo es esencial el rol del guía dentro del recorrido, ya que a partir de las características del público puede modificar el discurso en función del tipo de público mencionado anteriormente.

4. CARACTERIZACIÓN DEL GUÍA

En este capítulo se abordarán cuatro factores esenciales en la caracterización del guía del TTM. El primer factor es: *Perfil del guía del centro interactivo en 2018-1*, en el cual se aborda su formación académica, características del perfil, fortalezas y desventajas en el cargo; el segundo factor habla sobre: *El guía como catalizador de la experiencia, en la transmisión de contenidos en el Tour Teledellín*, aquí se aborda la capacidad del guía para mediar los contenidos, y, enuncia las características que debería tener a la hora de entablar un recorrido según diferentes autores y la observación participante; el tercer factor habla sobre: *Análisis de los dispositivos interactivos del Tour Teledellín*, aquí se hace una división de relación dependiendo de las interacciones con los dispositivo museográfico y con el usuario; por último, el factor de: *Relaciones de interacción entre el guía y los visitantes*, éste habla sobre las formas de aprendizaje de los visitantes, además, de la diferencia de las interacciones con los distintos tipos de público del TTM, aborda un caso específico, el Museo Klaus Newmark López de Mesa del Colegio Benedictino de Santa María.

4.1 Perfil del guía del centro interactivo de visitantes: Tour Teledellín 2018-1

El perfil de los guías en el TTM, durante el primer semestre del año 2018, vincula a estudiantes de último semestre del programa Artes Visuales del ITM. Institución Universitaria. Se aprovecha el énfasis diferenciador que la carrera tiene dado que su malla curricular explora el campo de los museos a través de asignaturas como museografía, curaduría, museología, pedagogía y museos en donde se ofrece un insumo importante que favorece el recorrido del recorrido. Dada la formación recibida, estos futuros profesionales están preparados para desempeñar diferentes roles dentro de una institución, museo o centro alternativo de exhibición.

Para ejercer como guías se recibe una capacitación en cada una de las diferentes áreas del canal, su funcionamiento, conocimientos especializados descritos con explicaciones sencillas

y coherentes que puedan ser fácilmente asimilados por el lenguaje del guía, lo que permite asimilar tecnicismos desde un enfoque pedagógico. Adicionalmente, son capacitados para desenvolverse en el espacio, manejar un lenguaje corporal que genere empatía con los visitantes, en técnicas del lenguaje para atraer la atención de los niños, y cómo enfrentarse a las diferentes personalidades de los visitantes. Toda esta preparación está a cargo de uno de los presentadores del canal, el señor Andrés Rengifo. Finalmente, se hace un trabajo que permite al guía responder preguntas difíciles en el contexto de la televisión.

Para conocer la opinión de los guías con respecto al propio rol y la relación que tienen con los visitantes se realizó un cuestionario (ver anexo E) que incluyó al antiguo (2017-2) y al actual equipo de guías (2018-1). En el cuestionario el guía respondió sobre distintos tópicos asociados con la tarea del guía. Las preguntas fueron organizadas en tres bloques, así: primer bloque, *públicos visitantes, percepción del guía acerca del recorrido y visitantes*; el segundo bloque, *transmisión de conocimientos en el recorrido*; y, el tercero, *sentido de pertenencia que ha desarrollado en su labor como guía*. El objetivo de este cuestionario era indagar acerca de la relación del guía con el público, debido a que realizan un acercamiento directo con éstos.

Al analizar los resultados de los cuestionarios se identificaron varios aspectos relevantes que se visualizan en el siguiente esquema:

Características del guía Según equipo de guías del TTM

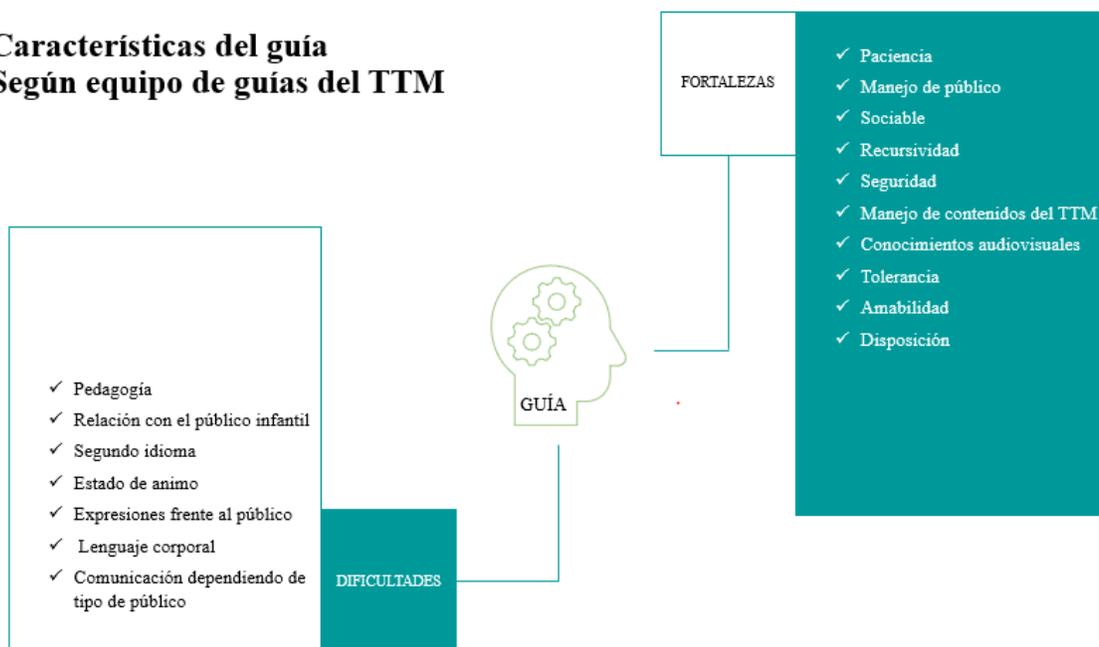


Ilustración 12 Esquema características del guía, según equipo de guías del TTM. María Isabel Marín Bedoya. [28 abril 2018].

Fortalezas

- La paciencia, como actitud importante para ejercer su labor como guías.
- Manejo de público, para liderar el recorrido, así como la circulación por el espacio.
- Ser amigables, recursivos, sociables y seguros a la hora de hablar frente al público.
- Contar con conocimientos previos sobre el mundo audiovisual o profundizar en ellos.
- Tolerar las diferencias de los visitantes, comprendiendo las dificultades que pueden presentar en cuanto a la retención de los contenidos, identificar si hay buena disposición para aprender y para hacer el recorrido.
- La actitud y amabilidad del guía se verá reflejada en la disposición del público.

En cuanto a las desventajas o dificultades se evidencia la necesidad de fortalecer las competencias en pedagogía y mediación, puesto que, la formación recibida en la carrera de Artes Visuales del ITM, Institución Universitaria, no se enfoca en las prácticas pedagógicas y de mediación. En especial se presentan dificultades con el público infantil, ya sea, *visitante educativo* o *visitante general*. A pesar de sus diferencias se identifica que uno está inmerso

en una actividad académica, en un marco institucional y educativo, y, el otro, se encuentra inscrito en un círculo familiar, donde la interacción con los padres es un factor que afecta el comportamiento de éstos en la sala.

Abordando entonces la transmisión de conocimientos en el espacio, y, teniendo presente las características mencionadas anteriormente, se hace un discernimiento entre la concepción que se tiene sobre la figura del guía y el mediador. Para esto se trae a colación la concepción de Rubiales, quien desde su práctica pedagógica en el espacio museal se ha encargado de generar un panorama sobre dichas figuras, y, haciendo una diferenciación entre lo que es un guía y lo que sería un mediador de un espacio museístico dice que “Aunque para muchas personas hablar de un mediador en un museo es hablar de un guía, la realidad es que desde una perspectiva pedagógica más académica ambos proyectos son contrarios”.²⁸

Las intenciones discursivas del TTM permiten evidenciar el interés por permitir que sus visitantes comprendan los contenidos desde el diálogo en el espacio, aludiendo a la imaginación y conocimientos previos que permita abordar las relaciones que han tenido con la televisión y con Telemedellín, dado que “La mediación está más ocupada en la persona que en los contenidos, considera un amplio espectro de posibilidades de acercamiento de un mismo objeto museal posibilitando el acercamiento de diversos públicos negando la “única” versión o perspectiva, prefiriendo la interdisciplina”.²⁹ En la capacitación que se brindó por parte del señor Rengifo en el TTM, éste aludía al visitante y a la experiencia, indicaba cómo relacionar y traducir los contenidos al lenguaje del visitante, hablar con misticismo, aludiendo a la magia, incentivando la creatividad y la imaginación de los espectadores. Uno de los guías recuerda que “Él nos decía... Si, llega un solo niño en un grupo que contiene muchas personas mayores, uno como guía se acerca al niño y le dice, ahora tú nos vas a dirigir, nos vas a guiar y cuando tú nos digas [que] es hora de moverse nos moveremos, es hora de aplaudir, aplaudiremos, así el niño sentirá que tiene un papel importante en el recorrido. De igual modo nos decía [que], si llegan muchos niños entonces debemos aludir a su imaginación diciéndoles, por ejemplo: recuerdan a Casper el fantasma, pues resulta que

²⁸ RUBIALES. Ricardo. *Mediador y guía*. Educación en museos. (28 mayo 2017). México. Disponible en: <http://educacionenmuseos.com/wordpress/mediador-y-guia/> [Fecha de consulta: 30 de mayo]

²⁹ Ibid.,

¡aquí hay un fantasma!”. Y con esto generar que la relación que el niño tenga en el sitio sea desde otro punto, desde otro discurso.

El guía del TTM es un catalizador de experiencias desde la mediación, este no tiene todos los conocimientos, pero se encarga de *guiar* desde sus capacidades y de *mediar* desde una relación basada en el diálogo discursivo. En otras palabras, se basa en el discurso para entablar una conversación que permita generar otras relaciones en el espacio expositivo. La conversación que se genera con el guía normalmente sería de un 90% afirma Rubiales, caso contrario con el mediador, se pensaría que debe hablar entre un 20% y 30%. Teniendo en cuenta lo anterior, concluimos que el guía del TTM contiene parte guía y parte mediador, ya que más de la mitad de las experiencias que tiene el TTM requieren de la relación de interacción con el guía. A pesar de esto no deja de estar impregnada por las posturas de mediación, cuya intención es promover las reflexiones, incentivar la creatividad, generar diálogos en el recorrido que nutran la experiencia educativa que se puede tener un espacio como éste.

4.2 El guía como catalizador de la experiencia, en la transmisión de contenidos en el Tour Teledellín

¿Cómo un guía puede ser un catalizador de experiencias? Para responderá esta pregunta es necesario definir qué es un catalizador. Según el diccionario de la Real Academia, se define como: “Un ente que estimula el desarrollo de un proceso”. Teniendo en cuenta esta definición, el guía dentro del TTM logra estimular el proceso del recorrido, para convertirse en catalizador de la experiencia mediante la mediación, el diálogo y el lenguaje. Estos factores pueden apoyar en la trasmisión de conocimientos, conceptos y actividades en sala. Por ello, el guía cuenta con un cúmulo de herramientas las cuales le permiten comunicar, expresar y generar diálogos entre los dispositivos museográficos y el público.

El guía como catalizador de la experiencia en la transmisión de contenidos en el TTM

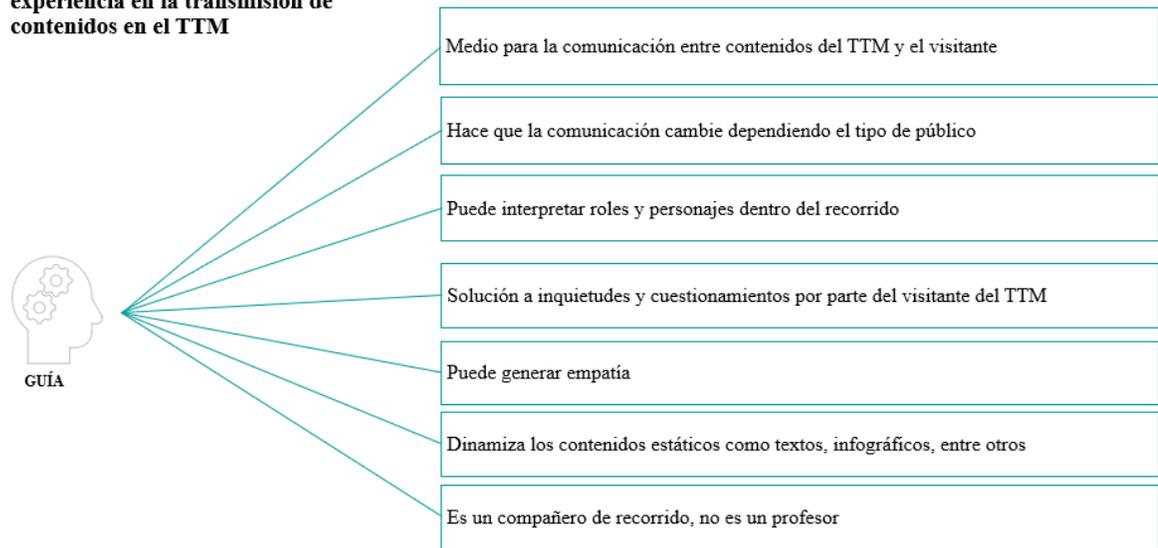


Ilustración 13. Esquema. El guía como catalizador de la experiencia en la transmisión de contenidos en el TTM. María Isabel Marín Bedoya. [28 abril 2018].

Con base en las características mencionadas en el esquema anterior (Ilustración 13) y exploradas a través de la observación participante, se puede decir que el aprendizaje en el rol de guía es continuo y recíproco. La experiencia con el público indica cómo abordar públicos similares; del público se aprende en cada visita, hay una relación de mediación por ambas partes. Otro de los guías del TTM indica al respecto: “Siempre trato de identificar qué tipo de público es al que está en el recorrido. Si hay muchos niños, intento ser más histriónico, trato de llamar la atención de éstos vinculando todo (conceptos) con la imaginación; en el tour hay una experiencia donde la intención es atravesar una cortina y pasar al mundo de la televisión; aquí intento ser misterioso, estimulando su curiosidad, los filo y les digo: Ahora vamos a cruzar la señal de Telemedellín, nos vamos a meter en la pantalla y vamos a descubrir la magia de la televisión. Es asombroso ver como los niños se emocionan con esas palabras y actitudes”. En este sentido, el lenguaje que se implemente puede servir de medio para lograr la captación de los contenidos del recorrido. El visitante puede estar conociendo el dispositivo museográfico más sofisticado, con alta tecnología e interactividad, pero si desde el discurso no se llega al visitante que realiza la interacción, esa mediación probablemente fracasará. El guía del TTM puede modificar el discurso con actitudes o actividades que

desempeña con diferentes públicos, todos los visitantes tienen el mismo recorrido, pues las instalaciones son las mismas, lo que cambia es el discurso, la experiencia y el guía es el que propicia eso.

A continuación, se abordan las seis características que debería desarrollar un mediador para el trabajo en el espacio museal de acuerdo con la propuesta realizada por Nayeli Zepeda, historiadora del arte y maestra en museografía didáctica, que además podrían ser reconocibles en el caso puntual del guía del TTM.

Activación de conocimientos previos de los visitantes desde lo emocional. En el “Manual de museografía didáctica” coordinado por Santacana Mestre y Serrat Antolí, se plantea la importancia de los conocimientos previos que obtienen las personas dentro el contexto académico e informal. En el TTM se da relevancia a estos contextos desde su propia realidad buscando que las personas construyan y expandan los vínculos que tienen con el canal local Telemedellín, y con su parrilla de programación. El público que se ve mayormente implicado en este contexto es denominado *visitante televidente*, ya que es el que observa el canal; pero no solo tiene que ver con los contenidos dentro del canal, también en el discurso del guía se hacen asociaciones con datos históricos desde películas como *Alicia en el país de las maravillas*, *Harry Potter*, *Rápidos y furiosos*, y *El discurso del rey*, entre otras, para que la mayoría de los visitantes se vean atraídos con ese tipo de contenidos, ya que, es algo que experimentan en lo cotidiano: todos en algún momento de la vida podemos estar enfrentados ante la pantalla de un televisor y ello genera en el visitante emoción, sorpresa y deleite.



Ilustración 14 Zona interactiva, Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya [27 marzo 2018].

Manejo de conceptos (integrar los conceptos al discurso desde lo emocional). Esto es fundamental para el desarrollo del recorrido. Los guías deben tener la capacidad de asimilar toda la información contenida en el TTM y en el canal Telemedellín. Anteriormente, en el perfil del guía, se vislumbra a un estudiante de artes visuales, carrera que no se enfoca en las prácticas televisivas, como sí lo hacen programas académicos de producción audiovisual, comunicación, periodismo, entre otros, pero esto no es un impedimento, ya que en el perfil de los estudiantes de artes visuales, se ahonda en las prácticas museales, la curaduría, la museología y la museografía que son las herramientas útiles para entender las dinámicas que se gestan en estos espacios, y, los contenidos propios del discurso teórico-conceptual del TTM los adquiere en las capacitaciones.

El manejo de los conceptos es de vital importancia ya que las personas tienden a hacer preguntas diversas, desde ¿Cómo es el funcionamiento del canal? ¿Cuál fue el primer gerente del canal? ¿Cómo funciona el rating en TV? ¿Por qué las luces de la sala de maquillaje son blancas y amarillas? ¿Cuál es la diferencia entre 4k, 2k, HD, SD? ¿Qué es un pixel? ¿Cuál es la diferencia entre colores luz RGB y colores primarios de la materia? Hasta preguntas salidas del contexto del TTM como ¿Usted qué estudio? ¿Cómo puedo trabajar acá? ¿Cómo puedo denunciar a alguien? Todos estos planteamientos surgen a través de situaciones reales dentro de los recorridos, muchas veces las personas creen que el guía tiene todos los conocimientos para cualquier tipo de pregunta, desde las más comunes, hasta las más raras y

siendo realistas sería casi imposible que el guía/mediador tenga todos esos conocimientos. Lo que sí es claro es que él debe tener la mayor cantidad de información y saber cómo responder de manera acertada y respetuosa a cada uno de esos cuestionamientos, pero no es necesario que lo sepa todo ya que esto se presta también para una relación recíproca con el visitante. Cuando el visitante genera preguntas que se salen de lo “normal” el guía/mediador asume el papel de investigador, para tratar de suplir correctamente esa pregunta y en el proceso mismo termina aprendiendo. El trabajo del guía/mediador implica un aprendizaje continuo.

Habilidad para comunicarse. Zepeda afirma que “El lenguaje es la herramienta principal del mediador. La mediación efectiva requiere de habilidades de comunicación oral y gestual que permitan al mediador transmitir el mensaje a los visitantes, adaptándose según sus necesidades, características y motivaciones, si es un individuo o un grupo, si son niños en edad preescolar o mayores, si realizan una visita escolar o familiar, etc.”³⁰ Además de esto hay que decir que el lenguaje que se utiliza en sala tiene que ser contextualizado para el tipo de público que visita el TTM, no es lo mismo preguntarle a un *visitante experto* ¿Qué es un VTR? que a un *visitante general*, pues sus contextos son diferentes, sus lenguajes y conocimientos aún más. Por esta razón, el guía debe saber cómo abordar estas situaciones.

Disposición. Debe tener disposición para aprender nuevos conceptos sobre la televisión y el manejo del público, para interactuar y asumir su rol con una actitud positiva que genere en los visitantes la confianza para abrirse ante las interacciones con él y con las experiencias.

Responsabilidad del rol de guía. Debe asumir una postura respetuosa ante su rol, entendiendo que en el momento del recorrido es el líder del grupo, quien brinda los espacios y pone límites para que todo fluya de la mejor manera, evitando accidentes, además, es quien debe saber qué hacer en caso de emergencia, mantener su postura y evacuar a todos correctamente. El guía debe saber comunicar sus ideas, establecer reglas y hacer que se cumplan de la mejor manera.

³⁰ ZEPEDA, Nayeli. Mediación en el museo [Parte 2]. En: NODO CULTURA. Perfil del mediador. [en línea] 2014, (enero 30): Disponible en: <http://nodocultura.com/2014/01/mediacion-en-el-museo-parte-2/> [Fecha de consulta: 16 mayo 2018]

Actitud y seguridad. Es quizás el aspecto más importante, ya que de su actitud y seguridad en sus conocimientos se desatarán las posibles interacciones con los visitantes.

4.3 Análisis de los dispositivos interactivos del Tour Telemedellín

El análisis que se realizó en este apartado fue necesario para entender desde diferentes teóricos, cómo actúan las personas frente a un espacio expositivo, dispositivos, infografías, activaciones, y, en nuestro caso específico, cómo actúan e interactúan en el TTM, lo que permitirá identificar las necesidades de los visitantes y, posteriormente suplirlas a través de estrategias de mediación (Ver tabla en anexo F).

Para lo anterior es necesario analizar la museografía ya que “Permite la comunicación hombre /objeto; es decir, propicia el contacto entre la pieza y el visitante de manera visual e íntima”³¹. Muchas veces la comunicación se da a través de los dispositivos museográficos, debido a que cumplen una función muy importante en los museos interactivos. Éstos facilitan la transmisión de conocimientos propios del espacio museal, contextualizan las exposiciones por medio de las interacciones, ya sean digitales o analógicas, verbales o no verbales.

El TTM se compone de numerosas experiencias didácticas que permiten que la interacción con el visitante sea participativa. El Centro Interactivo busca que el visitante tenga una relación de intimidad con los dispositivos museográficos, además, con un enfoque constructivista pretende que las personas que ingresen al sitio aprendan desde las acciones que realizan en el espacio.

Según Santacana Mestre y Martín Piñol las interacciones en los museos pueden tener una clasificación tripartita básica: “De carácter informático o electrónico: es decir, la interrelación con los usuarios se realiza a través de máquinas programadas informáticamente. De carácter mecánico o manipulativo. Se trata de una interacción que utiliza puzzles o conectores electrónicos. Interactividad de “carácter humano”. Utilizamos esta denominación

³¹ DEVER RESTREPO, Paula y CARRISOZA, Amparo. *¿Qué es museografía?* En: Manual básico de montaje museográfico. División de museografía. Museo Nacional de Colombia. Bogotá. p. 1.

para referirnos a aquella interacción provocada por agentes humanos, ya sean animadores de sala, actores, guías, etcétera”.³²

Bajo estas categorías se dividen los contenidos experienciales del Tour TM para conocer cuáles son los medios o los dispositivos que se implementan y generar realidades que ayuden a la proyección de habilidades que se deban desarrollar, para implementar los recorridos; el guía es esencial dentro de las actividades del Tour TM, es visible que más de la mitad de las experiencias no comunicarían de la misma manera sin un mediador, sin alguien que se caracterice y se apropie de los contenidos a tal nivel que sea capaz de impartir un contenido teórico desde una postura didáctica, interactiva y neo-narrativa.

³² SANTACASNA I MESTRE, Joan. Tipos de interactividad. *Una clasificación tripartita básica*. En: SANTACANA I MESTRE, Joan y MARTÍN PIÑOL, Carolina (Coords). Manual de museografía interactiva. España: Ediciones TREA, S. L. 2010, p.33.

4.3.1 División de relaciones con las interacciones en el espacio

Se consideran tres tipos de relaciones que se generan en el espacio con los dispositivos de exposición y contenidos teóricos, infográficos, y discursos de los guías. Estos tres tipos son: relación en una vía, relación de doble vía y relación cíclica con mediación de guía. A continuación, se explican en qué consiste cada una de estas.

Relación una vía. Esta relación habla de la interacción que se da desde el dispositivo museográfico, o experiencia didáctica con el visitante; se plantea que es de una sola vía, debido a que la experiencia entrega unos contenidos, pero no permite que el visitante le responda con una acción o una interacción, el público almacena la información recibida pero no hace nada con esta en el espacio.

Relación doble vía. Esta relación surge de la interacción que se da entre el dispositivo museográfico y el visitante directamente, es una interacción recíproca, el dispositivo brinda una información y el visitante reacciona ante esa interacción, apropiándose de los roles, personajes, ambientes y experiencias, generando contenidos ya sea teóricos o audiovisuales, como videos y fotografías.

Relación cíclica con mediación de guía. Esta es quizás la que más se evidencia en el recorrido, debido a que más de la mitad de los contenidos expuestos necesitan explicación por parte del grupo de guías. Éstos conocen la información que por sí sola no brindan los dispositivos, vitrinas o las experiencias, luego transmiten estos saberes a los diferentes públicos que asisten al Tour TM y de allí logran generar preguntas y cuestionamientos que son regresados al guía, dando como resultado respuestas obtenidas por medio de la interacción. Considerando otra *variación de la relación cíclica*, es el mismo proceso que se observa en la anterior con la única diferencia, que el visitante después de obtener la información del guía pasa a interactuar con el dispositivo de forma directa, así que la mediación se queda en un primer momento.

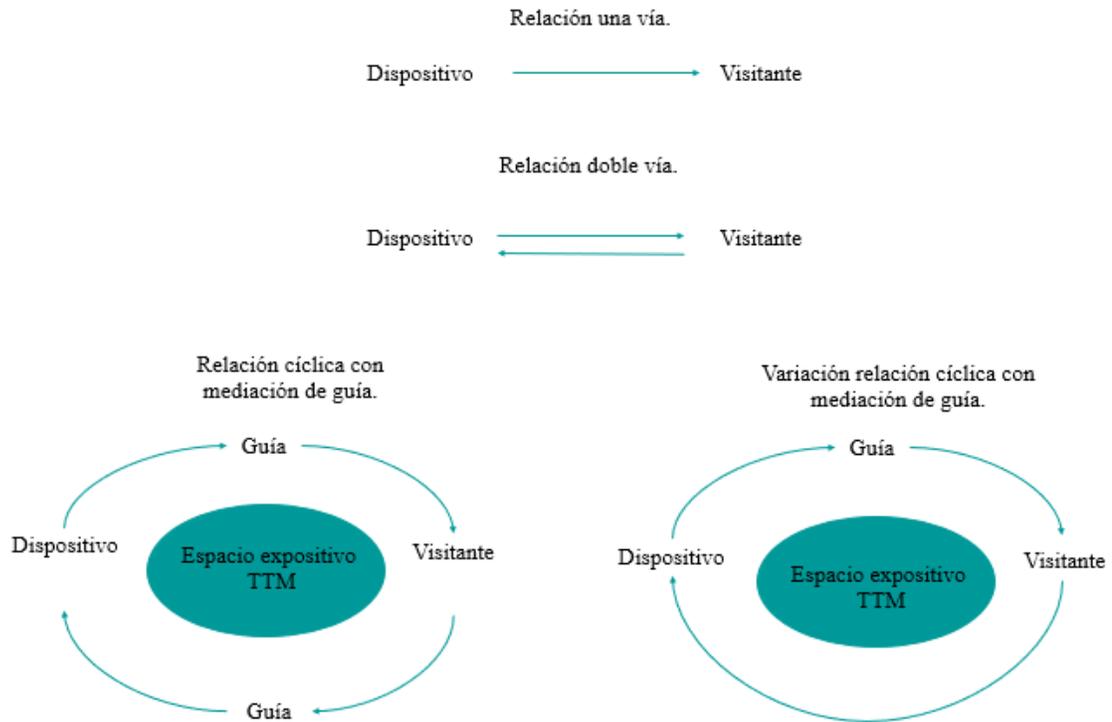


Ilustración 15 Esquema. Relaciones de interacción en el TTM. María Isabel Marín Bedoya. [28 abril 2018].

Cómo se mencionó anteriormente se realizó un ejercicio analítico de clasificación de los dispositivos museográficos del TTM, a partir de tres parámetros de interacción: de *carácter informático o electrónico*, de *carácter mecánico o manipulativo*. *Interactividad* de “*carácter humano*” (Ver anexo F). En el anexo se podrá observar el ejercicio de clasificación tripartita abordado por Santacana Mestre aplicado a las experiencias; se revisaron aspectos desde las vías de relación creadas a partir de la presente monografía, ya sea de una vía, de doble vía, cíclica y de variación, abordando la experiencia desde su descripción formal, referenciando el nombre, y, además indicando si requiere de mediación del guía.

En el siguiente apartado se define la relación de interacción del guía con los visitantes.

4.4 Relaciones de interacción entre el guía y los visitantes

Las interacciones que se pueden generar en los espacios museales son complejas, no todos los dispositivos museográficos están hechos para el mismo tipo de público, algunos podrían pensar que al ser un centro interactivo el TTM puede ser considerado un espacio lúdico que llamaría más la atención de un público infantil o juvenil. Como afirma Santacana Mestre “Hay muchas personas que penetran en un museo y, al descubrir que hay muchos elementos de interactividad, piensan automáticamente que se trata de un museo para gente joven, para niños o destinado a las escuelas, y por esta razón deducen que no se trata de “un gran museo”. Otros por el contrario al entrar en un museo donde solo ven “piezas” piensan que es un museo aburrido, y simplemente se van o lo visitan muy rápidamente”³³. En este sentido cubrir a cabalidad todas las necesidades y expectativas de los diferentes públicos es complejo, y, crear una imagen atractiva y educativa al mismo tiempo, lo es aún más, esto se debe a que las distintas interacciones que se generan en el espacio no son iguales para todos —como anteriormente lo enunciaba Santacana— debido a que algunas personas prefieren leer, otros escuchar o interactuar con los objetos, ya que se les facilita comprenderlos desde el tacto, otros desde la vista por ende observan todo antes de hacer un acercamiento, entonces, al contar con un público tan diverso se debe tener en cuenta que existen diferentes maneras de aprender y canales de comunicación para obtener el conocimiento.

Edward Gardner en su teoría de las *inteligencias múltiples* nos explica por qué suceden este tipo de interacciones o de diferencias, argumenta que todos los seres humanos aprenden de forma diferente, ya que cada uno desarrolla sus capacidades y actitudes dependiendo de las habilidades y preferencias. “Los seres humanos pueden conocer el mundo de ocho modos diferentes, que Gardner llama las ocho inteligencias humanas: lingüística, lógico-matemática, espacial, musical, corporal, naturalista, interpersonal e intrapersonal. Cada

³³ *Ibíd.*, p. 39.

sujeto tiene su propio perfil de inteligencia, o sea, será más competente en algunas disciplinas y menos en otras”.³⁴

Sabiendo esto el guía/mediador del TTM debe afrontar y enfrentarse en cada recorrido a diferentes formas de aprender y de interactuar. Uno de los comentarios más frecuentes de los guías es: “Los niños no me prestaron atención en el recorrido”. Entonces, es necesario reflexionar sobre lo siguiente ¿Qué hacer para captar la atención de los niños? ¿Se deben considerar otros aspectos desde la museografía articulada con la mediación de contenidos que vinculen mejor al guía en la experiencia? Teniendo conciencia de que el TTM es un espacio nuevo, en constante construcción, y evidenciando esa dificultad, se debería pensar en otro tipo de actividades que generen empatía con el *público infantil*, por tal motivo se revisa la experiencia de un museo escolar, donde las prácticas pedagógicas van de la mano de los contenidos escolares, pues la interactividad se aborda de manera diferente al TTM. La experiencia escolar sirvió además de base para la creación de los talleres de interacción, que como se había mencionado anteriormente se abordarán en el capítulo 3 de la presente monografía.

4.4.1 La experiencia del Museo Klaus Newmark López de Mesa

En el *Museo Klaus Newmark López de Mesa* existe un diálogo entre las obras y el lenguaje de los visitantes. Este museo pertenece al colegio Benedictino de Santa María, lo que indica que sus visitantes asiduos son los jóvenes estudiantes de la institución. La directora del Newmark, Gloria Amparo Sánchez Zuleta, es la encargada de crear estos diálogos. Ella con su amplia experiencia en el trato y educación de los niños crea estrategias pedagógicas novedosas e innovadoras que generan resultados increíbles en la vinculación de los niños con las prácticas museales. Al respecto la directora del museo afirma: “El objetivo principal del museo es crear un espacio agradable para los niños, que los atraiga y capte su atención”. Por

³⁴ MACÍAS, María Amarís. Las múltiples inteligencias. Psicología desde el Caribe [en línea] 2002, (agosto-diciembre): Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21301003> ISSN 0123-417X [Fecha de consulta: 3 mayo 2018]

esta razón es que ella trae a colación elementos, muñecos, figuras y personajes del mundo cotidiano de los jóvenes y niños que visitan este espacio.



Ilustración 16 Exposición sobre pensamientos mágicos de las culturas indígenas. En: Museo Klaus Newmark López de Mesa. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [24 mayo 2018].

En el mes de mayo de 2018 el Museo Klaus está creando una exposición que habla acerca del pensamiento mágico de los diferentes asentamientos indígenas del país, con los acervos culturales con los que cuenta dicho museo, entonces, para hablar de esos pensamientos, actividades y rituales que realizaban, lo que hacen en el museo, es relacionar los contenidos con la realidad de los niños, a través de personajes cercanos a estos: *el mago Merlín*, *Harry Potter* y *el Doctor Strange*. Gloria Amparo suele utilizar estos personajes creando una relación completa entre las leyendas de las culturas indígenas colombianas y el cotidiano de los niños. En la entrevista para el presente trabajo la directora comenta acerca de la leyenda del *hombre murciélago*³⁵ de la cultura Tairona, y, cómo ella lo relaciona con *Batman* para que los niños comprendan esta cultura por medio de personajes de ficción.

³⁵ Google Arts y Culture. *Pectoral en forma de hombre-murciélago*. [en línea]. *La sociedad tairona estuvo regida por una poderosa élite de chamanes y, tal vez, el más destacado de todos era aquel que por sus cualidades, aptitudes, conocimiento y sabiduría era reconocido como hombre-murciélago*. Disponible en: <https://artsandculture.google.com/asset/pectoral-en-forma-de-hombre-murci%C3%A9lago/QAFp3T1fG8B0UQ?hl=es> [Fecha de consulta: 24 mayo 2018]



Ilustración 17 Exposición sobre pensamientos mágicos de las culturas indígenas. Doctor Strange y el mago Merlín. En: Museo Klaus Newmark López de Mesa. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [24 mayo 2018].



Ilustración 18 Batman: las puertas de Gotham Deluxe Edition.
 Disponible en: <https://www.dccomics.com/graphic-novels/batman-gates-of-gotham-2011/batman-the-gates-of-gotham-deluxe-edition> [24 mayo 2018].



Ilustración 19 Pectoral en forma de hombre-murciélago. Sierra Nevada de Santa Marta - Periodo Tairona 900/1600 Colección Museo del Oro de Bogotá. Disponible en: <https://artsandculture.google.com/asset/pectoral-en-forma-de-hombre-murci%C3%A9lago/QAFp3T1fG8B0UQ?hl=es> [24 mayo 2018].

Sánchez Zuleta considera que lo más importante es saber mediar los contenidos con los visitantes. Ella reconoce —desde su experiencia— que las edades influyen en el acercamiento que el visitante puede tener con el espacio museal. Por esta razón el mediador o guía debe tener la habilidad mental para reconocer qué visitante ingresa, cuáles son sus objetivos con la visita y de ahí implementar lenguajes acordes a los mismos. Aprender a leer al público y descubrir sus necesidades e intenciones. Una de las actividades que se implementan en el Klaus es realizar la visita guiada dependiendo de la materia o clase que se imparta, ya sea matemáticas, artística, español, entre otras, dado que su función está asociada

al currículo de la Institución Educativa. Como resultado se crean diálogos muy diferentes con la misma colección que aporten a las diferentes materias.

Otra de las estrategias que utiliza la directora del museo Klaus es permitir que los niños cumplan el papel de curador, museógrafo y guía o mediador. Los niños tienen sus propias colecciones u objetos que para ellos son importantes, relevantes y significativos; de esta manera ellos se integran en las actividades del museo, investigan, exhiben y aprenden en el proceso expositivo. En la exposición que realizó, utilizaron diferentes figuras de *Dragon Ball* y lo relacionaron con los dioses ancestrales de la cultura Calima del Valle del Cauca.



Ilustración 20 Dioses ancestrales. Exposición sobre pensamientos mágicos de las culturas indígenas. En: Museo Klaus Newmark López de Mesa. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [24 mayo 2018].

Este Museo presenta una experiencia muy innovadora que pone al servicio de sus visitantes los contenidos de sus exhibiciones, vinculando lo cotidiano con la experiencia del Museo. En este sentido se entiende que las colecciones, conceptos y contenidos de un espacio museal se pueden activar de diferentes maneras dependiendo del discurso que se implemente, articulando elementos y estrategias novedosas que permitan que los visitantes se sientan incluidos, vinculados, escuchados en las exposiciones y en los recorridos, lo que permite que el lenguaje que implementa el equipo de guías acerque al público en vez de alejarlos.

5. EL TALLER DE ARTE COMO ESTRATEGIA DE MEDIACIÓN EN EL TOUR TELEMEDELLÍN

Reconociendo la importancia del público infantil y juvenil dentro de las actividades del TTM, y teniendo en cuenta los resultados arrojados en el estudio diagnóstico del TTM, se pudo constatar que los jóvenes entre 17 a 18 años y niños de 9 a 12 años, correspondientes al 23.3% y, 29.9% respectivamente, representan la gran mayoría del público visitante, por tal motivo, desde la presente monografía, se decidió, crear una estrategia de mediación que les permitiera tener un acercamiento fructífero ante los contenidos del TTM.

Se decidió usar la sala taller, concepto usado por Mikel Asencio, como herramienta conductora de los contenidos del TTM. Para la creación de la estrategia del taller se trabajó sobre el RGB —hilo conductor del TTM—. Los talleres tienen una metodología constructivista, abordan la experimentación y el constructivismo social de Ricardo Rubiales, bajo la premisa de: un conocimiento previo, sumado a un nuevo conocimiento, generará un conocimiento significativo, además, teniendo en cuenta las teorías de aprendizaje propuestas por Jean Piaget “[...] El hecho de que los niños no son adultos en pequeño. Sus representaciones mentales y procesos de pensamiento son particulares a ciertos momentos de su desarrollo. Sabemos que el niño entre uno y dos años comienza a acercarse con varios tipos de símbolos. Más adelante desde los 4 y 5 años los niños pueden trabajar con conceptos (como el tiempo) aunque necesita referentes tangibles y concretos. El adolescente ya razona con conceptos abstractos (símbolos lógicos) sin depender de los objetos tangibles”.³⁶ Por esta razón, se decidió generar unos dispositivos museográficos que ayuden a la contextualización de los contenidos, teniendo presente que el público elegido para realizar los talleres es de tipo *infantil* entre los 4 y 8 años. Se buscó que las interacciones de los niños que participaban fueran a través de objetos, elementos y materiales, partiendo de su realidad inmediata y su contexto. Mario Carretero señala que “El sujeto construye su conocimiento a medida que

³⁶ RUBIALES, Ricardo. *Constructivismo*. Educación en museos. (28 mayo 2017). México. Disponible en: <http://educacionenmuseos.com/wordpress/educacion-en-museos-parte-2-constructivismo/> [Fecha de consulta: 29 mayo 2018]

interactúa con la realidad”,³⁷ en este sentido hay que tener en cuenta el contexto de los participantes para poder crear actividades que sean idóneas para ellos.

Respecto a los talleres, Feliu y Masriera indican que “Podríamos afirmar que los talleres, junto con las visitas guiadas, son las actividades más comunes en las instituciones museográficas, hasta el punto de que se ha convertido en una técnica paradigmática dentro de las acciones de mediación humana. Una buena definición de taller didáctico, desde nuestro punto de vista, sería aquella actividad que pretende una profundización en un aspecto concreto de los contenidos de la institución requiriendo, además, un alto grado de implicación de los usuarios”.³⁸ A esto es a lo que apuntan los talleres del TTM, denominados *Tallereando en el tour*.^(*) Con esto se buscó abrir espacios de reflexión lúdica a través del uso de diferentes materiales, dispositivos museográficos y experiencias de mediación, lenguaje verbal o no verbal como complemento de los contenidos del recorrido, considerando el tipo de visitante y sus conocimientos previos.



Ilustración 21 Diseño. Tallereando. En: Tour Teledellín. Por: Haminton Mora. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BgHiDDnhjvj/?hl=es-la&taken-by=tourteledellin> [26 mayo 2018].

³⁷ PIAGET, Jean. Citado por: CARRETERO, Mario. Estadios del desarrollo cognitivo. En: Constructivismo y educación. Buenos Aires. 2006. p.36.

³⁸FELIU, María. MASRIERA, Clara. *Los talleres y las demostraciones: grandes estrellas de la interactividad humana*. En: SANTACANA I MESTRE, Joan y MARTÍN PIÑOL, Carolina (Coords). En: Manual de museografía interactiva. España: Ediciones TREA, S. L. 2010, p.405.

(*) Tallereando: en esta investigación se define como la acción a realizar en el taller, es una expresión que reúne en su conjunto todos los talleres que se llevaron a cabo en el TTM, en el desarrollo de la presente monografía.

Las autoras mencionadas anteriormente, plantean tres tipos de talleres didácticos. Primero están *los talleres de experimentación y demostración*, continuando con *los talleres de dramatización y empatía*, y, por último, *los talleres de expresión*. Estas clasificaciones permiten que los usuarios interactúen desde diferentes puntos de vista, ya sea desde la estimulación de la imaginación, la caracterización de personajes, o invitación a desarrollar la creatividad por medio de las manifestaciones plásticas. Los talleres que se pensaron para el TTM van por la línea de lo propuesto por ellas, en especial la estimulación de la imaginación:

Talleres de experimentación y demostración: en ellos, los visitantes participan del proceso de investigación propio de la disciplina de referencia del museo o equipamiento patrimonial. Usando procesos como la observación, formulación de hipótesis y la comparación de informaciones, el usuario puede aproximarse a los procesos de investigación y no solo llegar a construir su propio conocimiento, sino también aprender parte de la metodología científica.

Talleres de dramatización y empatía: persiguen transportar, a través de la imaginación a los usuarios, a otros momentos, otras situaciones, otras vivencias. Usando la empatía, podemos favorecer que el usuario se sitúe en la piel del otro y así permitir un conocimiento distinto del creado a partir de la exposición simple de contenidos. En estas actividades pretenden potenciar la imaginación, la capacidad de comprensión de síntesis, la búsqueda de información... Se suele usar mecanismos propios de la simulación, puesto que permite al usuario representar un papel que no es el suyo, trasportándolo a una época concreta. Así pues, en estas acciones en visitante puede usar todo aquello que el museo ponga a su disposición para fabricarse, por ejemplo, vestidos o complementos que le ayuden en la recreación de épocas o personajes distintos dada la versatilidad que la empatía nos ofrece, este recurso puede ser utilizado tanto en el interior del museo como en el aire libre, en la aproximación de determinadas obras de arte o en la construcción de conocimientos históricos.

Talleres de expresión: que son los que permiten desarrollar las capacidades creativas de nuestros usuarios. Con estas actividades se pretende que el visitante pueda desarrollar su creatividad mediante manifestaciones plásticas, musicales o literarias, potenciando habilidades como la imaginación, por ejemplo. Los talleres de arte suelen ser los que más potencian estos aspectos dado que el grado de creatividad que exigen suele ser elevado.³⁹

Tomando en cuenta lo anterior *Tallereando*, buscó fortalecer la imaginación para dinamizar los contenidos del TTM creando un diálogo entre los conocimientos previos de los visitantes y los contenidos del recorrido.

³⁹ Ibid., p. 406-407.

5.1 Taller de interacción RGB

Este taller responde a la categoría de *talleres de expresión* ya que su intención es que el visitante pueda desarrollar la creatividad por medio de materiales como pintura, tierra, flores, piedras, entre otros. Además, busca que los asistentes comprendan el concepto del color mediante la observación y la experimentación con colores pigmento para ejemplificar cómo surge de la mezcla de los colores primarios, los colores secundarios y terciarios. También, se hace una relación con los colores luz haciendo hincapié en la diferencia entre ambos. Los niños descubren infinitas gamas de colores a través de los pigmentos (Ver anexo G).



Ilustración 22 Trabajos de niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].

Todos los participantes de este taller eran niños entre los 4 y 10 años. Esto permitió observar cómo interactuaban con cada una de las actividades, y, teniendo en cuenta las diferencias de aprendizaje de estas edades, se pensaría que, a los más pequeños se les dificultaría la apropiación de los contenidos; lo que resultó de la experimentación fue que cuando los niños mezclaban los colores entendían cómo sacar otros, y así lo replicaban. Los niños lograron entender de dónde provenían los colores luz y los de pigmentos; lo que más sorprendió a la mayoría de las participantes, es que de las flores obtuvieran colores; el gesto de tomar el pétalo y pasarlo por la hoja para generar una mancha de color, ocasionó en los

niños curiosidad para seguir experimentando con distintos materiales. Así pueden comprender de dónde surgen los pigmentos.



Ilustración 23 Niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].



Ilustración 24 Niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [15 noviembre 2018].

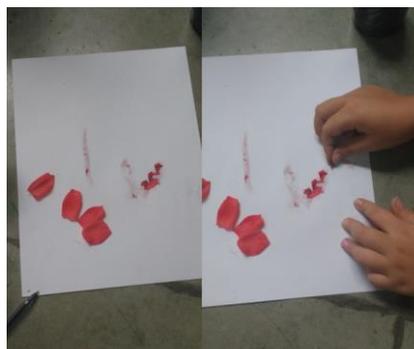


Ilustración 25 Trabajos de niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].

El taller se basó en un experimento⁴⁰ básico para comprender el color luz —RGB—. Para esto se diseñó un dispositivo museografico sencillo, que facilitó la experimentación. El guía ubicaba un papel blanco sobre una pared, posteriormente proyectaba las luces de colores rojo, verde y azul, a través de un papel con un orificio, y, así generando el círculo cromático de los colores primarios de la luz (Ver ilustración 26). En el desarrollo de este ejercicio se observó que los niños de 7 a 10 años asimilaban mejor las explicaciones derivadas de este experimento y estuvieron entusiasmados por descubrir las variaciones de colores al mezclar las luces.

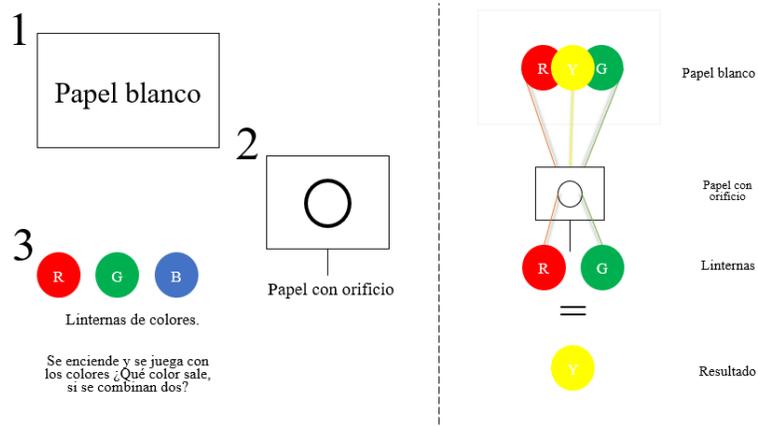


Ilustración 26 Esquema experimento RGB. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. María Isabel Marín Bedoya. [16 marzo 2018].

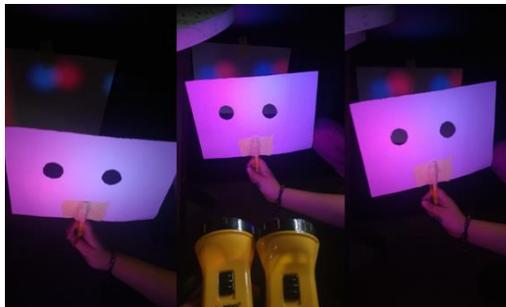


Ilustración 27 Experimento RGB. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].

⁴⁰ DINKITS. ¡Experimento con luz y color! Experimentos fáciles (video) (7 de marzo de 2014). Youtube Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=s7r-emyau3A> [Fecha de consulta: 15 marzo 2018].

5.2 Taller celebrando el día del idioma

Este taller es una mezcla entre los talleres de *dramatización y empatía, con los de expresión*. En primer lugar, busca que los niños se transporten a otra situación, aludiendo a sus conocimientos previos. El niño ya conoce los superhéroes, debido a su contexto, a los medios de comunicación como la televisión y el cine que propician este tipo de acercamientos, además, teniendo en cuenta que los niños aprenden desde muy temprana edad a reconocer diferentes animales, ardillas, perros, peces, aves, entre otras. En este taller se utilizaron esos conocimientos que ya poseen los pequeños para posibilitar otros diálogos entre los contenidos del TTM y de los participantes, potenciando así la imaginación y la creatividad por medio de los materiales.

Se realizó en el marco del día del niño (27 de abril), y, el día del idioma (23 de abril). Sus edades oscilaban aproximadamente entre 3 y 6 años; se realizaron actividades en donde los niños experimentaban con diferentes gamas de colores, no solo se buscaba que pintaran, también se esperaba que mezclaran diferentes tonalidades para crear los trajes de los personajes, como el superhéroe del canal: *el Cazapichurrias*, y muchos otros personajes que habitan en el Canal Parque, generando resultados acordes a las diferentes descripciones que se les hacía.



Ilustración 29 Superhéroe Cazapichurrias.
Disponible en: <https://twitter.com/cazapichurrias> [1 mayo 2018].

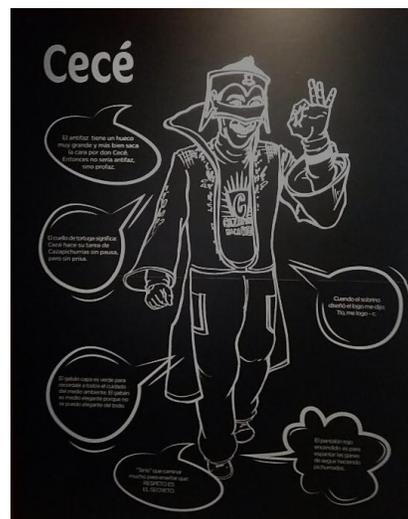


Ilustración 28 Cecé, cazapichurrias.
Tour Telemedellín. Fotografía: Haminton Mora.
[1 mayo 2018].



Ilustración 30 Trabajos de niños participantes. Taller Celebrando el día del idioma. En: Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].

Según Lois H. Silverman, en el texto “Los museos en una nueva era: los visitantes y la construcción de significado”, *los visitantes responden a la imaginación*, y, para estimular la imaginación mediante el lenguaje, en el taller se implementó una estrategia en la que se mezclan los conocimientos previos y la imagen que se hace de las cosas cuando son descritas. Como eje conductor se usó el cuento y la narración; el cuento se denominó *Somos amigos de colores*.

Somos amigos de colores

Érase una vez un lindo día de verano, el sol brillaba con intensidad. Roberta la ardilla jugaba con su amigo Miguelito el pájaro y Noel el perrito. De pronto los tres escucharon el agua correr con fuerza en una fuente que había en el parque. – ¿Qué es eso? Preguntó Roberta. – Es un lobo exclamó Miguelito. No lo creo, dijo Noel. No le prestaron atención y siguieron jugando.

Al día siguiente otra vez estaban jugando Roberta, Miguelito y Noel en el parque, de nuevo escucharon el agua correr, con un poco de miedo, pero también con curiosidad, se acercaron, vieron como el agua de la fuente se estaba saliendo, entonces corrieron a llamar a su amigo Don Cecé, el súper héroe de Teledellín, le avisaron que el agua se estaba saliendo y que esto podría afectar a los pececitos que nadaban ahí. Don Cecé inmediatamente se acercó a arreglar el problema, mientras lo hacía apareció Florecita, un lindo pez que nadaba con fuerza, y les dio las gracias a todos por haberla ayudado a ella, y a toda su familia, los peces, a no salir del agua y quedarse sin aire para vivir.

¡Hola, hola! Dijo alguien, me llamo Noel, soy el perrito de Teledellín y tengo mi propio programa de televisión. – ¿Cómo estás? Le dijo Roberta a Florecita, soy la ardilla más guapa del parque, estoy aquí desde hace mucho tiempo. – Hola amiguita, dijo Miguelito, soy el pájaro que vuela sobre la copa de los árboles, de vez en cuando bajo hasta la tierra y juego con mis amiguitos. Don Cecé sonrió y les dijo a todos: Aquí los dejo, ellos son los guardianes de nuestro parque, entre ellos se cuidan y los niños que nos visitan también

los protegen, salen cuando el sol brilla y regresan a dormir cuando la luna aparece. Todos sonrieron, y desde entonces son los mejores amigos y guardianes de nuestro Canal Parque.⁴¹



Ilustración 31 Trabajos de niños participantes. Taller Celebrando el día del idioma. En: Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].



Ilustración 32 Relación personaje: Noel interpretado por los niños participantes. Taller Celebrando el día del idioma. En: Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].

⁴¹ MORA. Haminton. Cuento. Somos amigos de colores. En: Tour Teledellín. Tallereando en el Tour, actividad día del niño. (27 abril 2018) Medellín. 2018 (Documento interno) s.d.

5.3 Taller caja de sensaciones

El taller buscó generar curiosidad, preguntas y estimular la imaginación mediante el desconocimiento de los objetos dentro del dispositivo museográfico. En el texto sobre la museografía didáctica dicen: “Resulta más fácil en la didáctica explicar con un objeto que trabajar sin él”.⁴² De acuerdo con esto, se reflexionó sobre ¿Cómo enseñarles a los niños sobre un lente de una cámara, sin ver ni conocer el lente? ¿Cómo explicarle a un niño como era una batería de cámara antigua, si las de la actualidad son pequeñas? Los objetos son necesarios para contextualizar las exposiciones. En las experiencias dentro del recorrido los niños podían observar las cámaras, manejarlas, tomar el rol de camarógrafo, explorar su composición, y mirar de cerca como es un lente.

Lo que se resalta de este trabajo es la creación de nuevos diálogos, y reflexiones sobre los objetos, debido a que, en primera instancia, los participantes no saben, cuál es el objeto que dibujan, y, por ende, sacan sus propias conclusiones sobre la forma, el tamaño, color y funcionalidad: “Los objetos son un soporte de la imaginación siempre; cualquier niño con un casco de plástico de la guerra de las galaxias se imagina multitud de escenas. Igual le ocurre a un adulto o a un anciano ante un objeto significativo de su propio pasado”.⁴³ El niño puede imaginarse infinitas posibilidades con el artefacto, asociando los conceptos previos con el contenido de la caja.

⁴² SANTACANA MESTRE, Joan. *Razones de carácter didáctico que estimulan el uso de objetos*. En: SANTACANA MESTRE, Joan y SERRAT ANTOLÍ, Núria (Coord.). *Museografía didáctica*. 5ª impresión. Barcelona: Editorial Planeta, S. A. 2011, p. 83.

⁴³ *Ibid.*, p. 83.



Ilustración 33 Dispositivo museográfico. Taller Caja de sensaciones. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].



Ilustración 34 Lente cámara antigua. Taller Caja de sensaciones. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].

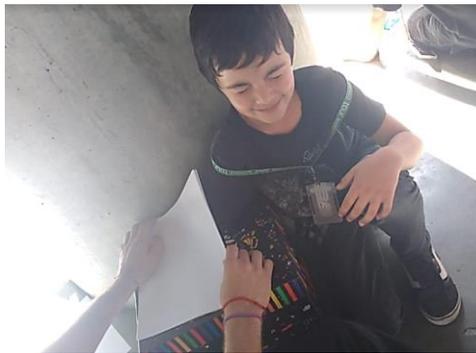


Ilustración 35 Niños participantes. Taller Caja de sensaciones. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [27 abril 2018].

Mediante la observación participante y la ejecución del rol de tallerista, que se desarrollaron para la presente monografía de grado, se logró concluir que los talleres de interacción son la estrategia que puede complementar los contenidos del TTM. Los diálogos, resultados y obras visuales que fueron creados a partir de las interacciones y la mezcla de conocimientos previos, con conocimientos nuevos dieron como resultado conocimientos experienciales con cierto grado de significancia tanto para los participantes como para el TTM, ya que permitió construir una identidad de mediación con diferentes públicos, aplicando estrategias que posibilitarían ser mejor en el futuro.

6. CONCLUSIONES

En la presente monografía de grado se llegaron a diferentes conclusiones, divididas en tres bloques, así: bloque 1: *Acerca del público que visita un espacio expositivo interactivo*; bloque 2: *En cuanto a los talleres de interacción*; y bloque 3: *En cuanto al guía como catalizador de la experiencia*.

Bloque 1. Acerca del público que visita un espacio expositivo interactivo. Con relación al público que visita un centro interactivo se puede decir que ningún es igual a otro, todos tienen características diferentes y están impregnados con conocimientos, experiencias y saberes adquiridos desde sus hogares y contextos sociales; además, todo lo que permea a una persona generara en ella actitudes frente a un recorrido guiado. No existe el público perfecto para realizar una visita, debido a que todos los que ingresan son diferentes, unos pueden ser más histriónicos, otros prefieren observar, o aprender desde el tacto y así generar una experiencia propia dentro del recorrido.

Según el párrafo anterior, se puede decir que los estudios de público son de gran importancia para las instituciones que pretenden integrar al visitante en sus actividades. Gracias al estudio de público y el diagnóstico que se realizó por medio de la presente monografía, se pudo perfilar a los visitantes, descubriendo sus gustos, intereses y relaciones en el espacio, atender a lo que le sorprende, entusiasmo o motiva. Se concluyó que el TTM tiene cuatro perfiles de visitantes *el visitante televidente, el visitante educativo, el visitante experto*, y por último, *el visitante general*, que actúan e interactúan de diversas formas frente al discurso del guía.

Entendiendo las diferencias de estos perfiles, se identificó que el público que mayormente se sintió vinculado, atraído y sorprendido frente a los contenidos, es el *público general y el televidente*, este último está permeado por la televisión, por los contenidos del canal, además, son consumidores de Telemedellín y por ende su recorrido se basa en algo que ya conocían, se interesan por los periodistas, presentadores y programas del canal. Los visitantes generales suelen interesarse más que los *visitantes expertos*, estos últimos no se sorprenden con

facilidad debido a que conocen el funcionamiento de un canal de televisión, por el contrario, los públicos generales al desconocer las prácticas de la televisión se sorprenden con más facilidad y por lo general realizan preguntas de los temas que más les interesan o llaman la atención.

Por otro lado, el equipo de guías concluyó que el tipo de público con el cual presentan mayores inconvenientes a la hora de captar su atención por medio del discurso es el *infantil*. Estos son diferentes, su manera de aprender varía dependiendo de la edad, el contexto social, familiar y escolar, tienden a lo didáctico y lúdico, y el discurso del guía en ocasiones quede relegado o pasa a un segundo lugar, y se ve opacado por las experiencias interactivas del espacio museal. Teniendo en cuenta que estos corresponden al 29.9% del público que se determinó en la encuesta, son niños de 9 a 12 años, se observa que estos están en dos categorías de tipo de público, *escolares y familias con niños*. Los niños-jóvenes actúan de forma diferente dependiendo del acompañante, en la mayoría de los recorridos con niños-jóvenes de colegios se observó que algunos de los pertenecientes a colegios privados se dispersaban con facilidad; por el contrario, los niños-jóvenes pertenecientes a colegios públicos se interesaban más por los contenidos. Muchos de ellos no habían tenido la posibilidad de estar en un espacio con las características del TTM, por esta razón se sorprendían e interactuaban; y, por último, los jóvenes que asistían con familiares fluctuaban entre la interacción o la restricción, muchos de los padres permitían a sus hijos interactuar libremente en el espacio sin reglas, ni restricciones. En estos casos el guía es el que se encarga de darles las restricciones, de indicar y corregir comportamientos que muchas veces sobrepasan los límites del recorrido, en el otro caso por el contrario se encuentran niños-jóvenes que se ven restringidos a tocar, por consideración de sus padres, estos se ven retraídos para interactuar con las experiencias didácticas en el espacio.

Bloque 2: En cuanto a los talleres de interacción. Teniendo en cuenta lo anterior, con relación al público infantil y juvenil, se encontraron *los talleres de interacción*, siendo la estrategia que se decidió aplicar en el TTM, puesto que son una herramienta que puede ayudar a fortalecer las actividades que se desarrollan en el sitio, y, con el apoyo de los resultados del estudio de público, se puede decir que serían acogidos no solo por el público

infantil, sino también por las personas mayores, ya que el 81.4% de los que realizaron la encuesta indicaron que participarían en estos, refiriéndose principalmente a las temáticas de fotografía, video, maquillaje artístico y creación de guiones, puesto que son los que recibieron mayormente respuestas positivas, porcentualmente así: 39.7%, prefiere la fotografía; el 22.2%, quisieran que se tocara la temática de video; el 19.1%, hace referencia a los talleres de maquillaje artístico; el 10.8%, creación de guiones. Teniendo en cuenta esos resultados, se podrían proyectar a futuro y así incentivar otras dinámicas en el TTM.

Se concluye que uno de los aspectos fundamentales fue la estimulación de la imaginación en los talleres de interacción, ya que permite obtener resultados satisfactorios con los visitantes. Con esta monografía se comprende el rol del visitante. Se concluyó que los niños son los más motivados a tocar, explorar e interactuar con los objetos que se les brindan en el espacio, ya que comprenden la realidad desde otra perspectiva. Además, vinculado a los conocimientos previos del visitante se logró crear varias aproximaciones a los contenidos del TTM.

La didáctica, la interactividad y la narrativa abordada desde la museográfica ha funcionado en las últimas décadas para fortalecer las experiencias educativas dentro de las instituciones museales, en esta monografía se concluye que estas constituyen una parte esencial para el desarrollo de las actividades del TTM y sus posturas fortalecen las relaciones de interacción con los públicos visitantes.

Bloque 3: En cuanto al guía como catalizador de la experiencia. La narrativa neo-museográfica fue fundamental para el desarrollo de la presente monografía. El lenguaje es uno de los pilares de ésta, y, por medio de éste se comprueban las variaciones en el discurso y se podían incluir a las personas dentro de la exposición. El lenguaje desde lo neonarrativo puede ayudar a fortalecer el discurso del guía frente a los talleres y en el recorrido guiado, debido a que muestra un panorama diferente para abordar la información; los conceptos especializados se pueden relacionar con los contenidos de la vida cotidiana, como se ve en el museo Klaus: relacionar una figura de acción con una cultura diferente logra una apropiación de los contenidos, especialmente con el público infantil.

El lenguaje que se implementa para el público general debe ser más pedagógico, se trata de un lenguaje sencillo y relacional, en el sentido que el guía asumiendo las características de mediador se prepara para hablar desde lo vivencial y experiencial, por ejemplo: *una vez pasó, hace veinte años en el canal, hace veinte años en Medellín, cuando yo era pequeño, y además haciendo preguntas al visitante desde la experiencia de estos ¿Cuándo ustedes eran pequeños que programas veían? ¿recuerdan cómo era la televisión? ¿recuerdan cómo era el televisor?* Desde esta forma de comunicación y lenguaje, se pueden generar dinámicas más enriquecedoras, fructíferas dentro y fuera de la visita. Esto se refiere a que los conocimientos que lograron comprender desde sus propios recuerdos y experiencias van a ser concebidos en su cotidiano ya que no se quedaron solo en conceptos, sino que pasaron a experiencias. Por otro lado, está el público representado por los adultos mayores. Con este hay que tener ciertas atenciones con su movilidad, con su sentido de la escucha, con el lenguaje corporal y el discurso porque están más atentos a cada una de las palabras que el guía transmite.

En conclusión, es posible decir que esta investigación aporta a la teorización de un espacio nuevo en la ciudad de Medellín, además, permite conocer al guía, resaltar sus cualidades e importancia en un contexto expositivo, brindando un derrotero de características que puede implementar el guía en su labor, así buscando fortalecer las relaciones entre guía, las experiencias didácticas e interactivas y el visitante dentro de las actividades del TTM. Desde el TTM se podría tener en cuenta los diferentes perfiles de visitantes, para generar variaciones en el discurso, que generen otras dinámicas entre el guía y el visitante en el espacio.

BIBLIOGRAFÍA

- ACASO, María. ELLSWORTH, Elizabeth. PADRÓ, Carla. El aprendizaje de lo inesperado. España. Libros de la catarata. 2011. (72p) ISBN: 978-84-8319-616-8.
- ACASO, María. La educación artística no son manualidades. Nuevas prácticas en la enseñanza de las artes y la cultura visual. España. Libros de la catarata. 2009. (205p) ISBN: 978-84-8319-413-3.
- ACASO, María. Con la colaboración de MEGÍAS, Clara. Pedagogías invisibles. El espacio del aula como discurso. España. Libros de la catarata. 2012. (95p) ISBN: 978-84-8319-733-2.
- ACASO, María. I Congreso Internacional: Los Museos en la educación. La formación de los Educadores. La educación en el Museo: modelos pedagógicos (Video). Youtube. Educa Thyssen (25 de febrero 2013). (consultado: 23 de marzo 2018) Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=onljzMIgmWw>
- AGUIRRE RESTREPO, Luz Análida. Método y metodología en el desarrollo de la investigación "La imagen en la revista Cromos 1916-1960. Valor visual y estético". En: Artes la revista. Universidad de Antioquia. Vol. 12, Núm. 19. 2013. (en línea) Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/artesudea/article/view/26288> ISSN:1657-3242
- ASENSIO, Mikel. MÉNDEZ POL, Elena. Aprender en el museo. En: Revista Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia, N.º 36. 2003. (10p) ISSN 1133-9810
- BAHAMÓN CARDONA, Carlos Augusto. Museografía interactiva: el pasado y presente de las telecomunicaciones. En: Calle14: revista de investigación en el campo del arte. Universidad Distrital Francisco José de Caldas Vol.13. N°23. 2018. (122-133p). DOI: <https://doi.org/10.14483/21450706.12993>
- BETANCOURT JAIMES, Rinarda. GUEVARA MURILLO, Leidy Nattali. FUENTES RAMÍREZ, Eliana Mayling. El taller como estrategia didáctica, sus fases y componentes para el desarrollo de un proceso de cualificación en tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con docentes de lenguas extranjeras. Caracterización y retos. Universidad de la Salle. Bogotá. 2011. (185p)
- CARRETERO, Mario. Constructivismo y Educación. Buenos Aires. Editorial progreso, S.A. 1997. (222p) ISBN: 970-641-143-7
- CORREA FUENTES, Miguel Ángel. Neo museografía: poética del espacio museístico. México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2017. (298p). ISBN 978-607-8519-31-6
- CORREA FUENTES, Miguel Ángel. Narrativa neo-museográfica. En Gaceta de Museos, Segunda Época. CONACULTA-INAH-ICOM, México, No. 21-22, enero-junio, 2001. p. 28-34. (7p)
- DEVER RESTREPO, Paula. CARRIZOSA, Amparo. Manual básico de montaje museográfico. Colombia. División de museografía Museo Nacional de Colombia. 5 de agosto de 2005. (en línea)(41p) Disponible en: <http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Doc>

[uments/manual_museografia.pdf#search=Manual%20b%C3%A1sico%20de%20montaje%20museogr%C3%A1%EF%AC%81co](#)

DR. ZAVALA, Lauro. Seminario de Narrativa Museográfica. 5 de agosto a 2 de diciembre de 2010 jueves de 19 a 21 horas.

EL INFORMADOR. El Murtv, más allá de lo contemplativo. Sección: Cultura-Espacio cultural. Un encuentro con las telecomunicaciones. México. 25 de Enero de 2016 - 23:16 (consultado: 29 de mayo de 2018) Disponible en: <https://www.informador.mx/Cultura/El-Murtv-mas-alla-de-lo-contemplativo-20160126-0242.html>

GONZÁLEZ ESCOBAR, Diana Marcela. GUTIÉRREZ LÓPEZ, Mónica. PÉREZ MESA, Lady Carolina. VÁSQUEZ SANTA, Marcela. La implementación de actividades y estrategias pedagógicas en el museo interactivo de EPM: una experiencia educativa para la vinculación del público infantil entre los 4 y 7 años de edad. Proyecto de grado de Licenciatura en pedagogía infantil. Colombia. Universidad De Antioquia. 2009. (271p)

GONZÁLEZ RUIZ, Nubia Janeth. Colombia en la pintura de Fernando Botero. El realismo mágico en el imaginario Boteriano. Tesis doctoral. España. Universidad Politècnica de Catalunya. 2006. (262p)

JIMÉNEZ HERRERA. Sebastián. Condena por bombarzo a 'El pájaro'. En: *El Espectador*. Sección: Noticias- judiciales. Bogotá. 4 marzo 2013, (consultado 2 marzo 2018) Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/condena-bombazo-el-pajaro-articulo-408311>

MACÍAS, María Amarís. Las múltiples inteligencias. Colombia. Psicología desde el Caribe, núm. 10, agosto-diciembre, Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. 2002. (13) ISSN: 0123-417X

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. Conociendo a todos los públicos, un análisis de la visita al museo en familia. España. Edita SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA Subdirección General de Documentación y Publicaciones. 2016. (122p) NIPO (electrónico): 030-16-641-1. DOI: 10.4438/030-15-091-7

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. Conociendo a todos los públicos ¿Qué imágenes se asocian a los museos? Edita SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA Subdirección General de Documentación y Publicaciones. (94p) NIPO 030-12-330-1

MUSEUM FÜR FILM UND FERNSEHEN BERLIN. Exhibición permanente. (consultado 29 de mayo de 2018) Disponible: <https://www.deutsche-kinemathek.de/en/exhibitions/permanent-exhibition>

NODO CULTURA. Mediación en el museo [Parte 1]. Objetivos y funciones del mediador. [en línea] 2014, (enero 30): [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2018] Disponible en: <http://nodicultura.com/2014/01/mediacion-en-el-museo-parte-1/>

NODO CULTURA. Mediación en el museo [Parte 2]. Perfil del mediador. [en línea] 2014, (enero 31): [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2018] Disponible en: <http://nodicultura.com/2014/01/mediacion-en-el-museo-parte-2/>

NODO CULTURA. Mediación en el museo [Parte 3]. Formación y evaluación del mediador. [en línea] 2014, (febrero 5): [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2018] Disponible en: <http://nodicultura.com/2014/02/mediacion-en-el-museo-parte-3/>

RIVEROS PALACIOS, Diana. Estudio de públicos. Dioses, mitos y religión de la antigua Grecia. Colombia. Museo Nacional de Colombia. Noviembre de 2013. (en línea) (73p) Disponible en: <http://www.museonacional.gov.co/el-museo/publicos/Paginas/Publicos.aspx>

PARQUE EXPLORA. Educadores y escuelas. Colombia. (consultado 29 de mayo de 2018) (en línea) Disponible en: <http://www.parqueexplora.org/educadores-y-escuelas>

PÉREZ CASTELLANOS, Leticia. Estudios sobre públicos y museos volumen ii apuntes para pasar de la teoría a la práctica. México. Publicaciones digitales ENCRyM – INAH. 2017. (265p) ISBN Obra Completa: 978-607-484-822-9. ISBN 978-607-484-970-7

PÉREZ CASTELLANOS, Leticia. Estudios sobre públicos y museos volumen i apuntes para pasar de la teoría a la práctica. México. Publicaciones digitales ENCRyM – INAH. 2016. (309p) ISBN Obra Completa: 978-607-484-822-9 ISBN Volumen I: 978-607-484-845-8

RUBIALES, Ricardo. Educación en museos. Notas sobre el aprendizaje, interpretación y sociedad del conocimiento. En: Educación en museos. México. 2013.(en línea) (43p) Disponible en: <http://educacionenmuseos.com/wordpress/>

ROJAS AMOROCHO, Andrés Alfredo. Mediadores-educadores en los museos: Los guías del museo interactivo de ciencia y tecnología Maloka de Bogotá 2008 – 2010. Bogotá: Magister en Educación. Universidad Nacional de Colombia. 2011. (109p)

SANTACANA I MESTRE, Joan. LLONCH MOLINA, Nayra. Manual de didáctica del objeto en el museo. España. Ediciones TREA, S. L. 2012. (124p). ISBN 978-84-9704-621-3

SANTACASNA I MESTRE, Joan. MARTÍN PIÑOL, Carolina (coords). Manual de museografía interactiva. Ediciones TREA, S. L. España. 2010. (655p) ISBN: 978-84-9704-531-5

SANTACASNA I MESTRE, Joan. SERRAT ANTOLÍ, Núria (coords). Manual de museografía didáctica. Editorial Planeta S.A. España. 2011. (653p) ISBN: 978-84-344-8274-6:

SILVERMAN, Lois H. et al. “V. Museos en una nueva era: los visitantes y la construcción de significado”, en La Educación en el Museo. Memorias del Coloquio Nacional. Desarrollo y proyección de la Misión Educativa en el Museo Nacional de Colombia. Septiembre de 1999.

SANDÍN ESTEBAN, María Paz. Método etnográfico Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones. Madrid. Mc Graw and Hill Interamericana. 2003.

TOUR TELEMEDELLÍN. Inicio. (consultado 2 de marzo de 2018). Disponible en: <http://tour.telemedellin.tv/>

TELEMEDELLÍN. Centro interactivo de visitantes. ¿Cómo se cuenta un cuento en televisión? Medellín. 2016.

UNESCO. El niño y el juego Planteamientos teóricos y aplicaciones pedagógicas. Publicado por Organización, de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura. 1980. (75p) ISBN: 92-3-301658

KAWULICH, Barbara B. La observación participante como método de recolección de datos. Forum: qualitative social research sozialforschung. Volumen 6, No. 2, Art. 43. mayo 2005. Traducido por LÓPEZ, David. (32p)

ANEXOS

A. ANEXO Taller de interacción

TALLER DE INTERACCIÓN			
Información básica del taller			
Sitio	Medellín, Colombia, Comuna Ocho, Villatina. Cll 56c #16-50(108)		
Participantes	Nombres	Edades	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mariángel Quintero • Valeria Quintero • Sofía • Juan José • Paulina Zuluaga • Susana Quintero 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 • 8 • 7 • 10 • 6 • 5 	
Fecha	Domingo 7 de mayo de 2017.		
Hora	Inicio: 2:00PM Finalización: 4:00PM		
Tallerista	María Isabel Marín Bedoya		
Un acercamiento a la obra de Fernando botero			
Actividad	Propósito	Material	Individual – Colectivo
Globos: Inflar globos para observar el cambio del volumen de estos.	El propósito de esta actividad es generar un acercamiento a la obra de Fernando Botero abordando dos aspectos encontrados en su obra: <i>los animales</i> y <i>el volumen</i> .	Plástico	Colectiva
Reconocimiento de mi propio volumen.	Para comprender que Botero se basa en la realidad para crear sus obras, los participantes del taller se van a apropiar de su cuerpo, entendiendo que se puede generar otras dimensiones con nuestro cuerpo mediante las prácticas artística como la pintura.	Pintura y Hojas de papel.	Individual
Distorsionando el volumen de mi compañero	Interacción colectiva: al reconocer su propio volumen, pueden identificar el de los demás, creando en el papel la idea magnificada del volumen de su compañero. El niño contornea la figura de su compañero en el papel y luego la expande por medio de la pintura, aumentando así el volumen.	Pliego papel periódico, marcadores y pintura.	Colectivo Parejas.

B. ANEXO Ficha de dispositivos de Sala Pedrito Botero.

Breve análisis de los dispositivos y estrategias de interacción en la Sala Pedrito Botero del Museo de Antioquia, Medellín, 2017.	
	<p>Estrategias pedagógicas a través de dispositivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altura apropiada para público infantil. • Dispositivo interactivo. • Experimentación: responde a aprender haciendo.
	<p>Elementos de gran formato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación de tamaño con relación a los visitantes. • Sigue la línea de la obra del artista Fernando Botero.
	<p>Distorsión de las proporciones del cuerpo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efectivo en relación con las proporciones del cuerpo de la persona que interactúa, y las proporciones de volumen que implementa el artista en su obra.
	<p>Elementos de caracterización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poseen relación con la estética de la obra del artista. • Los pocos trajes limitan las interacciones, al haber más podría crearse otras dinámicas de interacción en el espacio.
<p>Escenografía</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • Encontramos elementos como fotografías, impresiones con preguntas acerca de la obra del artista, la decoración de las paredes se basa en la obra del artista. Esto nos habla de una coherencia en el lenguaje que se está implementando. • En cuanto a la altura de los cuadros ubicados en la sala, se puede decir que, no se considera en totalidad la mirada del público infantil, debido a que estos se encuentran ubicados a una altura mayor que la de los niños.
	<p>Concepto sala taller</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apropiaada para las interacciones del público infantil. • Implica aprender haciendo.
	<p>Los dispositivos de exhibición</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las palabras claves son fáciles de asimilar y retener, los textos demasiado largos no son apropiados para el público infantil. • Los dispositivos son demasiado grandes, esto podríamos decir, se basa en dos razones, la primera en la idea del volumen de la obra del artista.
<p>Nota: Todas las fotografías en esta ficha fueron realizadas: <i>Sala Pedrito Botero</i>. Museo de Antioquia. Fotografías tomadas por: María Isabel Marín Bedoya. [27 febrero 2017]</p>	

C. ANEXO Encuesta



¡GRACIAS POR VISITARNOS!

Esperamos que tu experiencia en el tour haya sido grata y emocionante. Deseamos mejorar cada vez más este Tour, por eso tu opinión es muy importante.

Los datos aquí suministrados son única y exclusivamente con fines académicos. Se usarán con el fin de generar estrategias pedagógicas dentro de las actividades del Tour Telemedellín.

ESTUDIO DE PÚBLICOS TOUR TELEMEDELLÍN	
Nombre completo: <u>Camila Capadoc Velásquez</u>	Edad: <u>19</u>
Género: Femenino <input checked="" type="radio"/> Masculino <input type="radio"/>	
Estado civil: Soltero <input checked="" type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Unión libre <input type="radio"/> Viudo <input type="radio"/> Separado <input type="radio"/>	Nacionalidad: colombiano <input checked="" type="radio"/> extranjero <input type="radio"/> ¿Cuál? _____
Ciudad de residencia: <u>Medellín</u>	Barrio: <u>Conquistadores</u> Estrato: <u>5</u>
Escolaridad: Estudiante primaria <input type="radio"/> Estudiante bachillerato <input type="radio"/> Estudiante técnica <input type="radio"/> Pregrado <input checked="" type="radio"/> Posgrado <input type="radio"/> Maestría <input type="radio"/> Doctorado <input type="radio"/>	
¿Cómo se enteró del Tour? Redes sociales del Tour <input type="radio"/> Voz a voz <input type="radio"/> Televisión <input type="radio"/> Periódico <input type="radio"/> Página web del Tour <input type="radio"/> Pendón <input type="radio"/> Universidad <input checked="" type="radio"/> Colegio <input type="radio"/> Otra: _____	Nombre del medio o medios por el cual se enteró del Tour _____ _____ _____
¿Por cuál medio de transporte llego al Tour? Transporte público (bus) <input type="radio"/> Metro <input type="radio"/> Particular <input type="radio"/> Taxi <input checked="" type="radio"/> Bicicleta <input type="radio"/> A pie <input type="radio"/>	
Nombre de la empresa transportadora o estación del metro: _____	
¿Primera vez en el Tour? Sí <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/>	¿Cuántas veces has asistido al Tour? 1-2 veces <input checked="" type="radio"/> 3-4 veces <input type="radio"/> 5-6 veces <input type="radio"/> 7 o más <input type="radio"/>
Si es tu primera vez ¿volverías al tour? Sí <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/> Tal vez <input type="radio"/>	
¿Con quién asistió al Tour? Solo <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Compañeros de estudio <input checked="" type="radio"/> Compañeros de trabajo <input type="radio"/> Profesor <input type="radio"/> Grupo u organización <input type="radio"/> Otra _____	
¿Cuál es el motivo de su visita? Actividad escolar <input checked="" type="radio"/> Visita al parque Gabriel García Márquez <input type="radio"/> Visita al canal Telemedellín <input type="radio"/> Conocer el Tour <input type="radio"/> Otra _____	
Interés particular con la visita al Tour Académico <input checked="" type="radio"/> Cultural <input type="radio"/> Ocio <input type="radio"/> Temática del Tour <input type="radio"/> Recomendación <input type="radio"/> Turismo <input type="radio"/> Otra _____	
Actividad cultural que suele realizar Cine <input type="radio"/> Teatro <input type="radio"/> Danza <input checked="" type="radio"/> Literatura <input type="radio"/> Música <input type="radio"/> Artes plásticas <input type="radio"/> Otra _____	
¿Conoce los programas de talleres del Tour? Sí <input type="radio"/> No <input checked="" type="radio"/>	¿Le gustaría participar en alguno de los talleres? Sí <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/>
¿Qué temática le gustaría que tocaran los talleres? Fotografía <input type="radio"/> Video <input checked="" type="radio"/> Maquillaje artístico <input checked="" type="radio"/> Creación de guiones <input type="radio"/> Pintura <input type="radio"/> Otra _____	
¿Asistiría a conferencias en el Tour? Sí <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/>	¿Cómo fue la experiencia en el Tour? Poco satisfactoria <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Muy satisfactoria 1 2 3 4 5
Complejidad en los contenidos del tour: Poco complejo <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Muy complejo 1 2 3 4 5	
Elementos que le generaron impacto dentro del recorrido Puesta en escena <input checked="" type="radio"/> Experiencias didácticas <input checked="" type="radio"/> Zona interactiva <input checked="" type="radio"/> Contenido Teórico <input type="radio"/> Discurso de guías <input type="radio"/> Arquitectura <input type="radio"/> Otra _____ Edad: _____	
Elementos que mejoraría en el recorrido Puesta en escena <input type="radio"/> Experiencias didácticas <input type="radio"/> Zona interactiva <input type="radio"/> Contenido Teórico <input type="radio"/> Discurso de guías <input type="radio"/> Arquitectura <input type="radio"/> Otra <u>Ninguno</u>	

D. ANEXO Modelo de entrevista abierta

Hablemos un poco del Museo, es museo escolar, cuál es su trayectoria, su intención.

¿Cómo es la relación de los estudiantes con el museo?

¿Cuál ha sido su trayectoria en pedagogía, en museos y en colegios?

¿Cuál es la estrategia pedagógica que implementa con los jóvenes que asisten al museo?

¿Concretamente hablemos de las piezas de origen indígena las cuales compara con figuras de acción u objetos que los niños pueden reconocer?

¿Cómo surgió esa estrategia o que la derivo (autores, referentes, experiencia dictando clases)?

¿Cuál es la importancia de hacer estas comparaciones?

¿Para usted es importante hablarles a los jóvenes en un lenguaje conocido? ¿por qué?

¿Cómo es la experiencia cuando los niños se enfrentan ante estos objetos y sus respectivas comparaciones?

¿Considera que funcionan?

E. ANEXO cuestionario guías Tour Teledellín

CUESTIONARIO GUÍAS TOUR TELEMEDELLÍN

Con el fin de conocer el panorama general de los guías del Tour Teledellín, se genera esta entrevista. La información que deposite en ésta es confidencial, con fines académicos e informativos.

Bloque 1: Público visitante

¿Cuál diría usted que es el público más difícil que ha guiado?

- a) Infantil
- b) Adolescentes
- c) Adultos
- d) Adultos mayores
- e) Personas con alguna discapacidad
- f) Otras, ¿cuál?

¿Por qué considera que es difícil la interacción con ese tipo de público?

¿Cómo ha sido su experiencia con el público visitante?

Bloque 2: Transmisión de conocimiento dentro del Tour

¿Cuáles son las fortalezas que tiene como guía en la transmisión de conocimientos?

¿Cuáles son las dificultades (propias o del cargo) que ha encontrado en su rol de guía, que afecten la transmisión de conocimientos con el público visitante? Ejemplo: idioma, manejo de público en el espacio, etc.

¿Cree que es necesario la figura del guía en el Tour TM?

¿Considera que tiene las herramientas conceptuales y pedagógicas para generar una experiencia didáctica dentro del recorrido? (Universidad y capacitación)

Desde su experiencia, cómo debería abordar la visita guiada en los siguientes casos:

- a) Visitante interesado
- b) Visitante desinteresado
- c) Niños muy activos
- d) Personas con alguna discapacidad
- e) Público experto

¿Desde su experiencia, cómo es la interacción del visitante con la información brindada por medio de infografías dentro del tour?

Cómo ha sido la relación guiando al público:

- a) Conocedor y público experto.
- b) Público general
- c) Público escolar
- d) Público televidente (aquel que conoce los contenidos de la parrilla de programación de Teledellín)

Bloque 3: Sentido de pertenencia

¿Cómo ha sido su experiencia como guía?

¿Se siente a gusto con su labor de guía?

Describe el recorrido que más le ha gustado y ¿por qué?

¿Para usted, qué tan importante es un espacio como el Tour Telemedellín en la ciudad de Medellín?

¿Considera que ha obtenido conocimientos en su función de guía?

¿Qué tanto sentido de pertenencia ha desarrollado por el Tour Telemedellín?

Muchas gracias por sus respuestas.

F. ANEXO Tabla de interacciones

Clasificación	Nombre de la experiencia	Descripción de la experiencia
De carácter informático o electrónico	Somos Testigos de la Historia	Consta de tres pantallas donde se muestran acontecimientos noticiosos de la ciudad de Medellín y Colombia, con relación a las transmisiones del canal Telemedellín, en sus 20 años de historia.
	Conócenos:	Consta de una pantalla en la cual aparecen los diferentes roles que se maneja en la televisión. <i>Es una interacción de una sola vía, dispositivo-visitante.</i>
	Maquillaje video	Es un video explicativo de diferentes técnicas de maquillaje que se utilizan en televisión para distintas ocasiones. <i>Es una interacción de una sola vía, dispositivo-visitante.</i>
	Tu teatro en casa	Este es un espacio para conocer un poco más de las producciones que hace Telemedellín, transmisiones especiales, eventos y datos curiosos sobre cómo se hace la televisión. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Cuál es el truco	Es un video explicativo de diferentes técnicas de maquillaje para productos que se utilizan en televisión en función de marketing o trucos para disfraces, como heridas falsas, sangre falsa etcétera. <i>Es una interacción de una sola vía, dispositivo-visitante.</i>
	Como ven los animales	Se relaciona con un personaje del canal llamado Noel, él es un perro, y nos explica cómo ven los animales en la pantalla por medio de imágenes. <i>Es una interacción de una sola vía, dispositivo-visitante.</i>
	Paralelo	Video donde podemos observar como en paralelo trabaja el estudio 1 y el control de estudio 1 de Telemedellín. <i>Es una interacción de una sola vía, dispositivo-visitante.</i>
	Trochas	Es una experiencia compuesta por cinco pantallas de televisor, donde se proyectan algunos videos realizados con diferentes técnicas de animación. Y además muestra uno de los personajes del canal Juan Trochas. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
De carácter mecánico o manipulativo	Descubre el plano	Experiencia didáctica a modo de rompecabezas. Donde se pretende que los visitantes armen diferentes planos y puedan ver sus significados. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>
	Ahora tú eres el director:	Experiencia didáctica donde se asume el rol de director de cámaras por parte del visitante. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>
	Maquillaje aplicación	Esta experiencia te permite maquillarte digitalmente para diferentes ocasiones. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>
	Cuenta tu cuento	Experiencia didáctica donde se asume el rol de editor por parte del visitante. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>
	Zona interactiva — Locutor estrella — 3.2.1...al aire — Noticias Tour TM — Reporteros del mundo	En este espacio se pueden realizar diferentes actividades, cumplir diferentes roles como, presentadores, locutores, reporteros, director de cámaras, camarógrafos, coordinador de piso, director de programa, profesional de vestuario, etcétera. En este espacio la interacción tiene un enfoque constructivista, aprender desde el hacer. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i> Nota: en este espacio el guía brinda una corta explicación del funcionamiento de los dispositivos, pero no hace parte de la interacción con los dispositivos por esta razón se encuentra en esta categoría.
	Libro de visitas	En este el público visitante deja sus comentarios, positivos, negativos, sugerencias y experiencias dentro del Tour TM, estas quedan almacenadas en el sistema para que otros visitantes puedan leerlas. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>

	Así lo hacíamos	En esta experiencia las personas pueden ver, tocar y analizar cómo era la edición hace veinte años en el canal. <i>Es una interacción de doble vía. Dispositivo- visitante, visitante- dispositivo.</i>
Interactividad de “carácter humano”.	Así nos hemos visto	Está compuesta por varios árboles donde aparece todos los logos de los diferentes programas que ha tenido Telemedellín en sus veinte años de existencia. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Estudio 1	Ventanal por medio del cual se puede observar el estudio 1 del canal. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Cortina	Es el paso de la presentación del Tour a el resto de las experiencias. En este punto el guía invita a los visitantes a hacer parte de la magia y/o secretos de la televisión. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Recetario	Es un infográfico donde aparece todo el proceso que se hace cuando se está construyendo un programa u nota para el noticiero del canal. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Sala de redacción	Por medio de un ventanal las personas pueden observar cual es el espacio que utilizan los periodistas del canal, denominada sala de redacción de las noticias de Telemedellín Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Control estudio 1	Por medio de un ventanal las personas pueden observar el espacio que utilizan para controlar todo lo que se esté grabando en un set de grabación. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Sala de maquillaje	Por medio de un ventanal las personas pueden observar el espacio que utilizan para maquillar y peinar a todas las personas que van a salir ante la pantalla. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Switcher	en este espacio del recorrido se muestran artefactos que utilizaban hace veinte años en el canal para ponchar o seleccionar las cámaras que iban a salir al aire. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Grandes inventos e inventores	Es una línea de tiempo en la cual se explican algunos de los desarrollos tecnológicos que posibilitaron la televisión como la conocemos. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	La ciencia del ojo	Se compone por una infografía y por una serie de cámaras antiguas, donde se hace una relación entre el funcionamiento de los ojos y el de las cámaras. Esta experiencia requiere de explicación del guía y de indagación personal, por la complejidad del tema. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Estudio 2	Ventanal por medio del cual se puede observar el estudio 2 del canal. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Maquillaje infografía	Es una infografía donde se muestran algunos trucos de maquillaje para que las personas identifiquen su tipo de rostro y apliquen las sugerencias que en este aparece. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>	

Más allá de la ciencia ficción	Es un espacio en el que se pretende que las personas tengan una interacción directa con el desarrollo de la visión 3D, se brinda información de su funcionamiento. Además, se pretende que las personas conozcan el transporte de la ciudad. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Por donde llega Luis Alirio a tu casa	Esta experiencia consta de cinco botones, correspondiente a las cinco señales que encontramos en el canal Teledellín, con un mapa donde al presionar alguno de los botones se enciende las luces que muestran cómo se esparce la señal en nuestra ciudad. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Máster de emisión	Ventanal por medio del cual se puede observar el máster de emisión del canal, que sería el lugar donde se programa todo lo que saldrá al aire. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Control técnico o de contribuciones	Ventanal por medio del cual se puede observar el control técnico o de contribuciones del canal, que sería el lugar donde se verifica el correcto funcionamiento de las señales que llegan y se van del canal. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
El fantasma	Es una infografía a modo de comic donde se narra la historia de porque podemos ver televisión, explicando el proceso del espectro electromagnético. Se requiere activación por parte de guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
En la calle	Diseño modular donde se muestran los recorridos que hace la móvil del canal. Se explica cómo funciona y para qué sirve. Requiere de la activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Exposición itinerante	Se trata de un espacio que pretende ser itinerante, para que los jóvenes artistas de la ciudad expongan sus trabajos en el espacio. En este momento se encuentra la exposición <i>de Ambientalmente sostenible</i> , exposición que habla acerca de todos los recursos, animales y vegetales que se encuentran en el parque. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
Cerebro del canal	Ventanal por medio del cual se puede observar el cerebro del canal, que sería el lugar donde se administra toda la información que se maneja en el canal. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
El viaje de las imágenes televisadas	Es una línea de tiempo en la cual se explican algunos de las transmisiones de televisión a lo largo de la historia. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>

	Salas de edición	Ventanal por medio del cual se puede observar las salas de edición de sonido y de video. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Sala de graficación	Ventanal por medio del cual se puede observar la sala de graficación donde se encargan de hacer todos los contenidos visuales para los diferentes programas, ilustraciones, animaciones, esquemas, etcétera. Requiere activación del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
DE CARÁCTER MIXTO		
-De carácter informático o electrónico. -Interactividad de “carácter humano”.	Detalla la diferencia	Consta de cuatro pantallas de televisión para explicarle a los visitantes cómo funciona la resolución de la imagen por medio de los pixeles. Se realiza una interacción con el visitante desde la motivación, el guía invita a realizar una acción en la que los participantes deben detallar la diferencia entre las pantallas, observando el tamaño de los pixeles. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	El RGB en acción	Esta experiencia se compone de dos factores, el sonido y los colores, aquí los visitantes activan las luces del RGB con sus palmas. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
-De carácter informático o electrónico. -Interactividad de “carácter humano”. -De carácter mecánico o manipulativo	Cámara espía	Es una experiencia que responde ante un joystick, la intención es que las personas observen u espíen un pasillo al cual no tienen acceso. Además, el guía les explica que hay en cada espacio. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>
	Máquina absurda	Es un dispositivo el cual permite conocer los pasos que se vigilan antes de salir al aire en cualquier programa. Tiene una interacción directa con el guía y con los visitantes ya que el guía debe accionarla y los visitantes generar un video para el canal. Requiere activación por parte del guía. <i>Es una interacción de doble vía con mediación del guía, dispositivo- guía-visitante. Visitante- guía- dispositivo.</i>

G. ANEXO Taller de interacción: RGB

TALLER DE INTERACCIÓN: RGB		
¿Qué es el RGB? ¿Para qué sirve? ¿Cómo funciona? La intención de este taller es ampliar estas preguntas y generar respuestas desde la interacción con la luz, además de hacer una diferenciación entre los colores luz y los colores pigmentarios.		
Actividades	Concepto	Elementos
— Acercamiento a términos	En la fase inicial del taller se plantea hacer un acercamiento a la terminología (RGB, colores luz, color pigmentario, pigmento)	— Imágenes
— Color pigmentario.	El niño podrá mezclar los colores primarios para sacar los secundarios y luego los terciarios.	— Imagen de círculo cromático. — vinilos: amarillo, azul y rojo. — Paleta de color y pinceles. — Cartulina.
— Colores luz, RGB.	El guía ubicara tres luces de color, una roja, verde y por último una azul, con la ayuda de una cartulina de color blanco proyectara las tres luces a través de una paleta con un orificio lo que generara la aparición del círculo cromático del RGB.	— Bombillas de colores — 1 roja, 1 azul, 1 verde. — Cartulina blanca. — Tubos de ensayo. — Agua. — Paleta con orificio.
Requerimientos básicos		
Guía	Un guía por taller	
Tiempo	Estimado 30 minutos (experimentación)	
Cantidad de niños	Mínimo 1 máximo 6	
Implementos técnicos	Cámara fotográfica Trípode Listas participantes.	
Locación	Canal Parque Gabriel García Márquez / Teledellín.	

H. ANEXO Taller celebrando el día del idioma

TALLER CELEBRANDO EL DÍA DEL IDIOMA		
Se hará la descripción de cinco (5) personajes que hacen parte del Canal Parque y de Telemedellín, los niños después de escuchar cada una de las descripciones, pintarán, mezclando los colores, los personajes según ellos crean que son. Al terminar de pintar, se les leerá el cuento, que reúne todos nuestros personajes.		
Actividades	Concepto	Elementos
Personajes por describir	<p>Superhéroe: Él no tenía poderes, pero recorría toda nuestra ciudad cazando las embarradas que hacían algunas personas. Usaba antifaz, capa y tenía una letra C en su pecho. (Cazapichurrias)</p> <p>Roberta: Tiene un cuerpo esbelto, cola larga y peluda, ojos brillantes, dientes agudos y afilados. Come semillas y frutos secos. En nuestro parque tenemos varias de ellas, suben los árboles y tienen un color particular. (Ardilla)</p> <p>Florecita: Está en el centro de nuestro parque, está con sus amigos, nada demasiado y come de lo que nuestros visitantes le traen. (Pez)</p> <p>Miguelito: Como él, hay muchos en nuestro parque, revolotean por todos lados, vuelan casi alcanzando el cielo, se posa en los árboles, tiene pico y de vez en cuando lo escuchamos cuando saltan de árbol en árbol (Pájaro)</p> <p>Perrito Noel: Él es uno de los grandes protagonistas de nuestra casa, como él hay muchos en nuestra ciudad. Nuestro amigo tiene orejas negras, cuerpo blanco con manchas negras, sus dientes se salen de su boca. Se llama Noel y tiene su propio programa de televisión. (Perro)</p>	Texto
Interpretación personajes	Cada uno de los niños usando pinturas, y papel comenzaran a hacer una interpretación de los personajes que les acaban de describir, esto en función de sus conocimientos previos.	Pincel Vinilo Papel Paleta de pintura Vaso para pinceles

I. ANEXO Taller caja de sensaciones

TALLER CAJA DE SENSACIONES		
En una caja se introducirán diferentes objetos con relación al TTM, los niños meterán la mano y seleccionarán uno de ellos sin verlo, después de tocarlo varias veces pasarán a pintar, según las características que pudieron sentir de ese objeto, cómo se lo imaginan y de qué color creen que es.		
Actividades	Concepto	Elementos
¿Qué objeto estoy tocando?	los participantes del taller meterán su mano en la caja, y mediante el tacto trataran de replicar lo que hay en la caja, forma, color y tamaño, qué es y para qué creen que sirve.	Caja Objeto: Lente de cámara cámara antigua batería de cámara Radio
Interpretación objeto	Cada uno de los niños usando pinturas, y papel comenzaran a hacer una interpretación de los objetos que acaban de palpar.	Pincel Vinilo Papel Paleta de pintura Vaso para pinceles
Socialización	Socializaremos las diferentes piezas artísticas que surgieron a través del taller.	

J. ANEXO Fotografías



Ilustración 36 Niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].



Ilustración 37 Niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Teledellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].



Ilustración 38 Niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín. [31 marzo 2018].

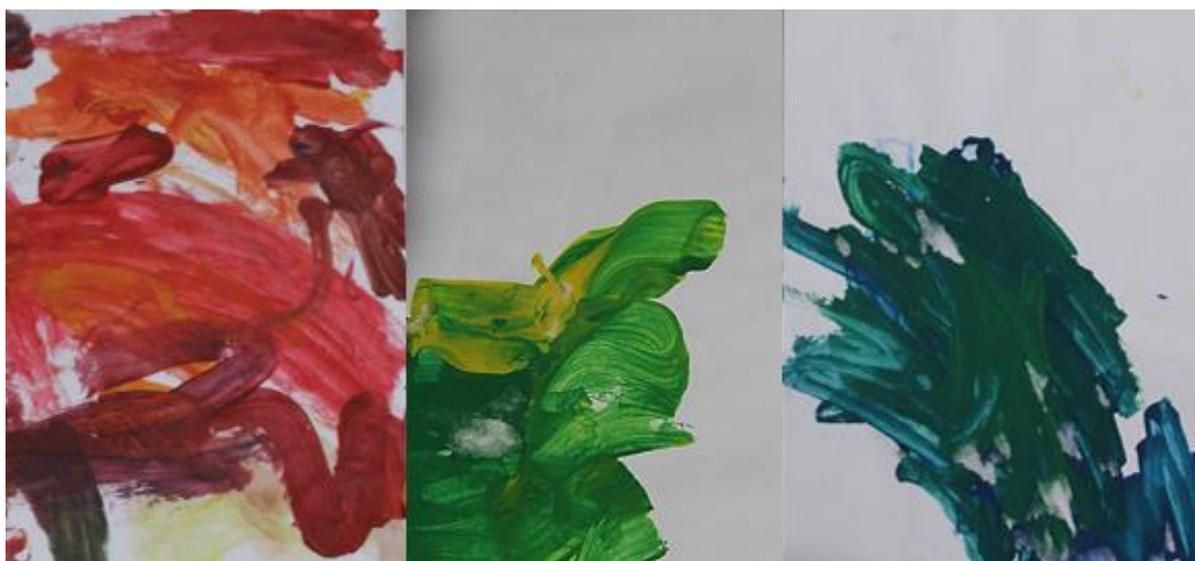


Ilustración 39 Trabajos de niños participantes. Taller interacción RGB. En: Tour Telemedellín. Fotografía tomada por María Isabel Marín Bedoya. [31 marzo 2018].

K. ANEXO Consentimiento informado para Participantes de investigación.

ANEXO (Consentimiento Informado para Participantes de Investigación)

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por María Isabel Marín Bedoya, estudiante del pregrado en Artes Visuales del ITM, Institución Universitaria. La meta de este estudio es la realización de una producción artística que dé cuenta de proponer estrategias de mediación desde la museografía interactiva y la narrativa neo – museográfica, que ayuden en la dinámica del trabajo del guía en el Tour Teledellín.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 90 minutos de su tiempo. Las conversaciones en las sesiones se transcribirán, de modo que el investigador pueda conservar las ideas por usted expresadas.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Si algunas de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por María Isabel Marín Bedoya. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es la realización de un texto escrito que dé cuenta de proponer estrategias de mediación desde la museografía interactiva y la narrativa neo – museográfica que ayuden en la dinámica del trabajo del guía del Tour Teledellín.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 90 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a su autor María Isabel Marín Bedoya al teléfono 3195818057.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puedo contactar a María Isabel Marín Bedoya al teléfono anteriormente mencionado.

Gloria Amparo Sánchez
Nombre del Participante


Firma del Participante

27- Noviembre 2018
Fecha