

Pasantía con el Ministerio de Cultura con los museos Colonial y Santa Clara

Julián Andrés Espitia Fonseca

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2022

Pasantía con el Ministerio de Cultura con los museos Colonial y Santa Clara

Julián Andrés Espitia Fonseca

Trabajo para optar al título de Comunicador Social

Directoras:

Vivian Elena Rey Buitrago

Nohra Novoa Vargas

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2022

Tabla de contenido

Lista de Figuras	5
Lista de Apéndices	6
Introducción	7
Definición del problema	8
Justificación	10
Objetivos	11
General	11
Específicos	11
Descripción de las actividades correspondientes al plan de trabajo	12
Metodología	13
Paradigma	13
Enfoque Metodológico	13
Tipo de Investigación.....	13
Muestra Representativa.....	13
Desarrollo y Análisis de Resultados	14
Desarrollo.....	14
Benchmarking	14
Encuesta	14
Entidades Seleccionadas	15
Análisis	15
Benchmarking	15
Discusión.....	19

Conclusiones	19
Referencias Bibliográficas	22
Apéndice	24

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Percepción general de los eventos en los museos Colonial y Santa Clara 2021</i>	17
Figura 2 <i>Relación porcentual de aspectos a mejorar en los eventos del Museo Colonial y Santa Clara 2021</i>	17

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Productos comunicativos destacados</i>	24
---	----

Introducción

Según la Universidad Peruana de los Andes “Los museos son un lugar de aprendizaje privilegiado, un lugar educativo por excelencia, donde mediante conferencias, narración de leyendas, exposiciones y más son una fuente de información de primera mano para sus visitantes.” (S.F) En ese sentido podemos comprender que estos escenarios hacen parte fundamental en los procesos de conservación de la historia; sin embargo, a raíz de los diferentes desarrollos tecnológicos, la preservación de estos espacios depende en un alto grado de las nuevas formas de comunicación que se gestan y finalmente permiten esa complicidad entre usuario y museo.

Teniendo en cuenta lo anterior, el trabajo de pasantía se centró en generar un proceso de caracterización y evaluación llevado a cabo en los Museos Colonial y Santa Clara, con el propósito de detectar experiencias exitosas en entidades culturales similares e identificar expectativas del público objetivo que actualmente tienen los Museos, con el fin de generar recomendaciones futuras que puedan ser implementadas en la agenda educativa y cultural de los mismos, además de llevar a cabo algunos ejercicios de difusión y producción alineados con la estrategia organizacional.

Definición del problema

Como expresa Andrade (2017) de acuerdo con la Encuesta de Consumo Cultural 2012 (ECC2012) de Colombia, la asistencia a museos (12.6%) ocupa el sexto lugar en preferencia como forma de participación cultural fuera del hogar para mayores de 12 años, luego de la participación en fiestas locales y nacionales (31.9%), el cine (31.1%), ferias y exposiciones artesanales (27.3%), la asistencia a bibliotecas (19.6%), y a monumentos y sitios arqueológicos (16.1%). (p. 1).

Tal como lo plantean Bourdieu y Darbel en el epígrafe a través de estrategias decididas de inclusión, reconociendo que el objetivo principal es el combate a la inequidad en el acceso y en el disfrute de la cultura. Asumir esta responsabilidad implica no sólo ampliar las puertas de los museos y multiplicar los visitantes, sino también brindarles las herramientas para que tengan un encuentro más pleno con las ofertas culturales, desarrollando políticas que impulsen en los públicos un alfabetismo integral múltiple: formación de ciudadanos capacitados para la lectura, la escucha, la escritura y el dominio de la visualidad. (Mantecón, 2007, p. 101).

Los servicios culturales de calidad es un componente que se ha considerado de especial tratamiento en los Museos Colonial y Santa Clara, por tal razón ante la necesidad imperante de generar nuevas experiencias para los usuarios que visitan los museos y su asistencia en mayor cuantía, es de vital importancia crear nuevas estrategias que aumenten el número de visitas por parte de los asistentes a los museos y crear nuevas actividades en la agenda cultural que motiven a los potenciales asistentes a asistir que generen constantes visitas.

Es por ello que uno de los grandes retos de los museos es atraer nuevos públicos y generar recursos, pero también el de reconceptualizar su función como instituciones incorporadas al desarrollo económico y cultural de la sociedad contemporánea. Buscando asumir estos retos,

algunos museos han intentado tornarse en lugares más acogedores, desarrollando sistemas interactivos, espacios lúdicos, talleres y actividades educativas vinculadas a las exposiciones.

(Mantecón, 2007, p. 97).

Justificación

El ejercicio de pasantía se da dentro de la convocatoria desarrollada por el Ministerio de Cultura, bajo la resolución 0243 del 23 de julio de 2021 y la resolución 0053 del 11 de febrero de 2022.

Por la cual se convoca a vinculación formativa , con el objetivo de desarrollar la pasantía-práctica resolución 3546 de 2018, correspondiente al grupo de museos Colonial y Santa Clara del Museo Nacional de Colombia, cuyo objetivo es apoyar el área de divulgación y prensa y al área de Educación y Cultura en el diseño de la agenda cultural, la gestión de las comunicaciones y la difusión de los eventos, novedades museales, identificando las necesidades y expectativas y atrayendo y fomentando la participación de los diferentes públicos en las diferentes plataformas y escenarios.

En ese sentido se parte del plan de trabajo expedido por el Ministerio de Cultura de acuerdo con las necesidades planteadas en dicha resolución.

Objetivos

General

Identificar tendencias y expectativas de los visitantes en los museos, para la creación de estrategias que mejoren el flujo de visitantes.

Específicos

Conocer las motivaciones de los visitantes.

Comprender qué hace que regresen al museo.

Fidelizar a los visitantes o usuarios del museo.

Descripción de las actividades correspondientes al plan de trabajo

Apoyar el registro fotográfico y la redacción de notas de las actividades culturales y educativas.

Identificar tendencias y expectativas del público y proponer eventos para la agenda cultural de los museos, que resulten afines a su misionalidad.

Asistir al área de divulgación en la creación de campañas para redes sociales y planes de medios para las exposiciones temporales.

Apoyar el diseño de piezas para divulgación digital en redes sociales y página web de las diversas actividades educativas y culturales.

Contribuir en la difusión de las colecciones de los museos a través de las campañas de “Efemérides”, “Piezas del mes”, la plataforma “Google Arts & Culture” y otras que resulten afines.

Apoyar la elaboración de comunicados de prensa sobre las diversas actividades, eventos y novedades de los museos Colonial y Santa Clara.

Mantener contacto (vía telefónica, presencial y correo electrónico) con los diversos medios de comunicación masivos e independientes, para divulgar las actividades y eventos de los museos.

Contribuir activamente en la formulación e implementación de estrategias de gestión cultural para incentivar la participación de los públicos en la oferta educativa y cultural de los museos y atraer nuevas audiencias.

Metodología

Paradigma

Para dar consecución a los objetivos trazados en el proceso de caracterización se determinó tomar los elementos propios del paradigma crítico, el cual considera las transformaciones sociales como objetivo investigativo, dando respuestas a problemas específicos en las comunidades además de tener en cuenta la participación de sus miembros. (Arnal, 1992). De igual forma, este paradigma escogido en su esencia busca cambiar realidades, elemento importante dentro del proceso exploratorio que se llevó a cabo.

Enfoque Metodológico

El enfoque planteado para el ejercicio exploratorio realizado fue netamente cualitativo, el cual representa métodos observables, técnicas, estrategias e instrumentos concretos. Se encuentran dentro de la lógica de observar necesariamente de manera subjetiva algún aspecto de la realidad. (Vargas, 2007)

Tipo de Investigación

La investigación realizada está enmarcada dentro de la investigación descriptiva, por un lado, se empleó el método de observación para identificar tendencias y seguidamente la encuestas como técnica para recolección de información.

Muestra Representativa

En la presente investigación se determinó dos muestras representativas. Para los sondeos aleatorios se exploró tres entidades culturales, las cuales fueron: Parque Explora, Museo Nacional y Museo de Arte Moderno. Por su parte, para identificar tendencias y expectativas se tomó como prototipo los mediadores externos de los museos, y egresados y egresadas destacadas de los Laboratorios de guías 2020 y 2021.

Desarrollo y Análisis de Resultados

Desarrollo

Se aplicaron dos herramientas para recolectar la información de la siguiente manera:

Benchmarking

Según la Comisión Directiva del International Benchmarking Clearinghouse del American Productivity & Quality Center (APQC) es un proceso en que las firmas determinan puntos claves de mejora en determinadas áreas, identifican y estudian las mejores prácticas de otros en dichas áreas, e implementan nuevos sistemas y procesos para mejorar su propia calidad y productividad. (Cardenas,2006)

Con el propósito de sugerir eventos futuros en las agendas de educación y cultura de los Museos Colonial y Santa Clara, se realizó periódicamente exploraciones y acercamientos a otras entidades culturales afines, esto con el ánimo de identificar actividades que puedan implementarse a futuro.

La técnica Benchmarking fue el método empleado para conseguir el propósito descrito, se evaluaron: eventos, exposiciones, talleres, cursos, conversatorios, redes sociales propias de cada entidad, para con esta información proponer una serie de sugerencias de mejora y obtener una experiencia de valor en los visitantes de los museos.

Encuesta

Con el fin de identificar la percepción que tienen los visitantes y público en general de los eventos de educación y cultural realizados durante el año en los Museos Colonial y Santa Clara y generar oportunidades de mejora a futuro, se compartió una encuesta a los Mediadores Externos de los Museos, al igual que los Egresados (as) destacados de los Laboratorios de guías 2020 y 2021

Entidades Seleccionadas

Inicialmente se identificaron entidades culturales que tuvieran propuestas novedosas y con estas hayan logrado fidelización y experiencias valiosas para sus visitantes. Una vez identificadas las entidades, se realizó un seguimiento de lo que proponían en sus actividades mes a mes dichas entidades para sus audiencias. Finalmente, se realizó un análisis de las actividades propuestas de cada entidad cultural seleccionada para profundizar en las que se podrían sugerir e implementar en los Museos Colonial y Santa Clara.

Adicionalmente se analizaron procesos llevados a cabo por entidades culturales similares al Museo Colonial y el Museo Santa Clara, con el fin de determinar cuáles de ella podrían servir para realizar un análisis detallado de sus agendas culturales. Para dicho procedimiento se realizaron sondeos semanales, donde se detallaba la agenda cultural publicada por dichas entidades por medios digitales (páginas web, Instagram, Facebook, twitter). Adicionalmente, se realizaron visitas esporádicas a diversas entidades de ámbito cultural, que complemento el estudio llevado a cabo

Análisis

Teniendo en cuenta las herramientas planteadas inicialmente, se procede a revisar los resultados de cada ejercicio planteado de la siguiente manera:

Benchmarking

Parque Explora.

Es un museo interactivo de ciencias en la ciudad de Medellín, Colombia, formado por un acuario con énfasis en la amazonia, un planetario, un taller público de experimentación - exploratorio- y un parque con más de 300 experiencias orientadas a la apropiación social del

conocimiento. tiene 22 mil metros cuadrados de área interna y 15 mil de plazas públicas, con jardines nativos que lo convierten en un atractivo parque

Este escenario educativo y de conservación recrea dos ecosistemas en riesgo: el bosque húmedo tropical y los arrecifes de coral. el acuario rebasa el nivel exhibitorio y promueve una nueva ética de la vida. más de 4 mil individuos de 400 especies, nos recuerdan que no estamos solos, que nuestro destino es común y que es preciso conocer y respetar no solo lo que se nos parece.

Museo de Arte Moderno.

La misión del museo de arte moderno de Bogotá es ser un espacio pluricultural y dinámico que investiga, comunica y expone su patrimonio cultural y las diversas manifestaciones del arte moderno y contemporáneo con el fin de generar experiencias significativas y procesos de aprendizaje que contribuyan a la transformación social.

Museo Nacional

El museo nacional de Colombia fue creado en 1823, y es uno de los más antiguos de América. Ofrece a sus visitantes diecisiete salas de exposición permanente, en las cuales se exhiben alrededor de 2.500 obras y objetos, símbolos de la historia y el patrimonio nacional. En su calendario de exposiciones temporales, el museo presenta muestras de historia, arte y arqueología nacionales e internacionales. Adicionalmente, brinda una variada programación académica y cultural que incluye conferencias, conciertos, presentaciones de teatro y danza y proyecciones audiovisuales, entre otros.

Encuesta.

La percepción de público de los eventos realizados dentro de los museos es fundamental para generar oportunidades de mejora

El siguiente diagrama circular evidencia la percepción que tiene el público con respecto a los eventos realizados durante el año 2021 en los Museos Colonial y Santa Clara, los porcentajes arrojados dan cuenta de la gran aceptación que hubo por parte de los visitantes frente a las actividades realizadas durante el año.

Figura 1

Percepción general de los eventos en los museos Colonial y Santa Clara 2021

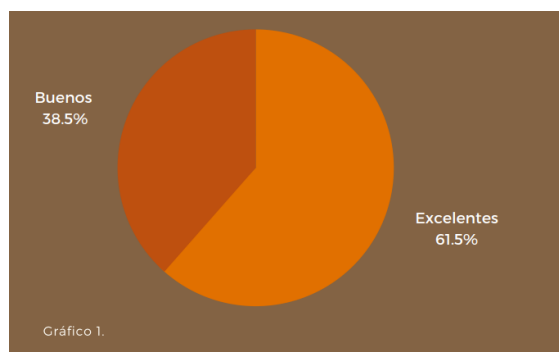


Figura 2

Relación porcentual de aspectos a mejorar en los eventos del Museo Colonial y Santa Clara 2021



Según la apreciación evidenciada por parte del público, el aspecto que se considera de mayor importancia a mejorar es el concerniente a divulgación. Por otro lado, es de destacar que, en el ítem de otros aspectos a mejorar, se presentaron repuestas en donde; los horarios, el tener

una mayor explicación del evento y la inclusión de todo tipo de públicos, son factores de igual forma a considerar para futuras mejoras de las actividades propuestas.

Con base a las expectativas que mostraron los usuarios de los museos Colonial y Santa Clara, se sugiere realizar actividades afines a los siguientes temas:

Realizar talleres o cursos certificados de Pintura Colonial

Generar conversatorios, conferencias o charlas que traten temas tales como: el papel de los indígenas en la Colonia, la educación en la Colonia, como se realizaban las festividades en la Colonia y lo que paso con los pueblos originarios después de la invasión española.

Realizar eventos o tratar temas en las diferentes franjas que posee actualmente el museo donde se hablen temas relacionados con museología y curaduría Incentivar mayores actividades dentro de los Museos, donde haya mayor participación de la familia.

Implementar una estrategia de gestión de las comunicaciones donde la divulgación tenga un papel preponderante en los eventos propios de los Museos, analizando métricas de audiencia con el fin tomar decisiones acertadas de cara al futuro.

La atención de los visitantes debe estar centrada en sus experiencias, con base a ello se podrá atraer mayores audiencias.

Considerar las actividades propuestas por medio del ejercicio de benchmarking como proceso de innovación y extensión de la agenda educativa y cultural.

Discusión

Conclusiones

a. Los conocimientos adquiridos a través de los cursos del plan de estudios propuesto por el Programa de Comunicación Social de la UNAD, contribuyeron en gran medida para adquirir las competencias necesarias y habilidades técnicas requeridas y con esto desarrollar los productos comunicativos exigidos por la entidad.

El haber estado en un entorno o contexto laboral real del área de conocimiento, contribuyó en gran medida al proceso de formación dado que este proporciono herramientas y competencias laborales de valor de cara al futuro.

Los procesos de creación gráfica expresados en el lenguaje visual, son herramientas que potencializan la comunicación y contribuyen de manera significativa a generar mensajes de persuasión. La importancia e impacto de estos diseños se visibiliza en la medida en que sean elaborados para comunicar y no tan solo para decorar.

b. Uno de los principales aspectos que pudieron ser tenidos en cuenta para mejorar las condiciones de las actividades llevadas a cabo fue una mayor participación en el que hacer del Comunicador Social, para que los procesos de practicas no se queden en temas netamente instrumentales.

Se debe enfatizar en aspectos tales como la comunicación estrategia, elemento preponderante para la mejora de procesos de comunicación dentro de la organización.

c. La encuesta realizada a los Mediadores Externos de los Museos, al igual que los Egresados y Egresadas destacados de los Laboratorios de guías 2020 y 2021, arrojo una serie de datos cuantitativos donde se evidencio que la percepción de las actividades realizadas durante el 2021 en los Museos Colonial y Santa Clara tuvo una importante acogida. Lo que se sugiere es

continuar en constante mejoría ampliando la agenda cultural y considerando para progresos futuros las sugerencias dadas por el público.

Ahora bien, para ampliar la agenda cultural y con esto permitir una mayor afluencia de público en los Museos, se realizó una técnica de benchmarking con lo que se logró identificar tendencias que vienen llevando otras entidades culturales afines a la misionalidad de los museos Colonial y Santa Clara. Con el ejercicio llevado a cabo, se sugirieron 4 actividades para incluir en la programación de los museos.

Se indagó sobre las expectativas de los usuarios, para con ello implementar nuevas actividades que sean de interés general en los públicos asistentes.

Se determinó implementar un modelo de fidelización centrado en las experiencias que cada persona tienen al visitar los Museos, para con esto generar nuevas actividades que satisfagan las expectativas culturales de los asistentes.

d. Una de las limitaciones principales fue el no tener un acercamiento con los funcionarios del Ministerio de Cultura, esto hubiera permitido un mejor ejercicio académico basado en los conocimientos que ellos me hubieran podido transmitir.

e. La Pasantía fue el poner en escena todos los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del plan de estudios del programa de Comunicación Social de la UNAD. Fue un ejercicio netamente práctico donde se crearon productos comunicativos que dieron respuesta a las necesidades de comunicación de la entidad.

Como componente adicional se realizó un ejercicio investigativo de tendencias y expectativas con el fin de generar estrategias de mejora y con ello incrementar la afluencia de público a los Museos.

A nivel profesional se potencializaron competencias laborales, desde el ejercicio mismo instrumental del que hacer del Comunicador Social, de igual manera, se desarrollaron habilidades en el ámbito laboral, tales como: creatividad, planificación, orientación a resultados y resolución de problemas.

f. Una de los resultados inesperados dentro del proceso de Pasantías fue el identificar que el aspecto a mejorar dentro de las actividades llevadas a cabo de los Museos es el de divulgación. Por tal razón, de cara al futuro, se deben generar estrategias que permitan a los públicos conocer de manera clara cual es la agenda cultural que desarrolla cada mes en los Museos, para que con ello los visitantes se interesen por la programación de las actividades de los mismos.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, Lusmidia y García, Margarita (2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 9 (2), 187-202. [Fecha de Consulta 15 de diciembre de 2021]. ISSN: 1317-5815.
- Andrade, D. (2017). Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Una perspectiva desde la economía de la cultura. [Tesis Doctoral]. <https://idus.us.es/handle/11441/55990>
- Cárdenas Cristia, Arianne. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *ACIMED*, 14(4) http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000400015&lng=es&tlng=es
- Falk, J. (2013). Understanding Museum Visitors' Motivations and Learning
- Parque Explora. (s.f.). <https://www.parqueexplora.org/> Museo de Arte
- Moderno de Bogotá. (s.f.). <https://www.mambogota.com/> Museo
- Nacional de Colombia. (s.f.). <https://museonacional.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Universidad peruana de los Andes. S.F. <https://upla.edu.pe/conoce-la-importancia-de-los-museos-en-la-educacion/>
- Rosas. A. (2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la Ciudad de México. <https://www.redalyc.org/pdf/694/69430504.pdf>
- Vargas, X. (2011). ¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía práctica para saber qué es la investigación en general y cómo hacerla, con énfasis en las etapas de la investigación cualitativa (Apropiada para quien hace investigación por primera vez.

<http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/981/94805617-Xavier-Vargas-B-COMO-HACERINVESTIGA.pdf>

Apéndice

Apéndice A *Productos comunicativos destacados*

En el siguiente enlace se encuentra los productos comunicativos más destacados en el proceso de la Pasantía

<https://drive.google.com/drive/folders/15jldPv3UIF7PjR0Q0EFgHth3limUgTJ5?usp=s>

haring