

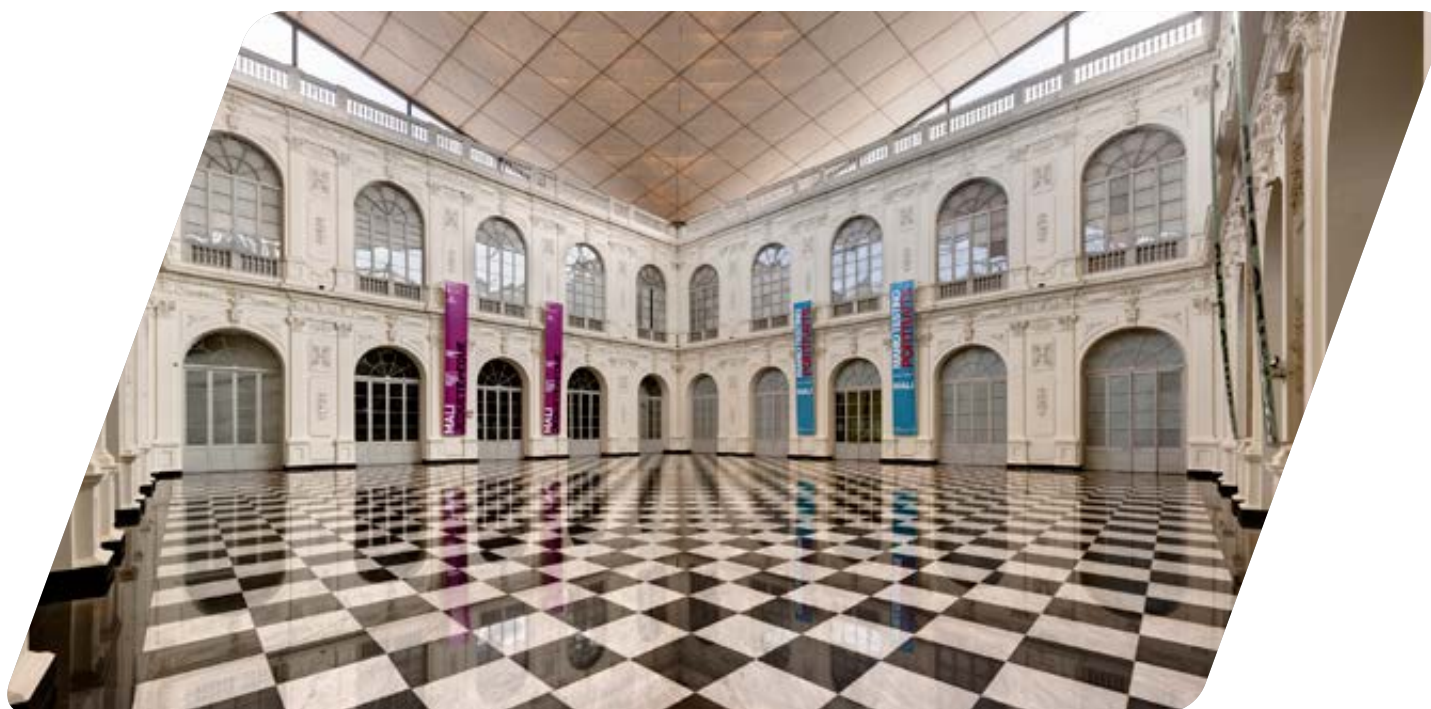
UN NUEVO PROGRAMA EDUCATIVO PARA EL MUSEO DE ARTE DE LIMA, MALI

Juan Pablo Murugarrá



Patricia Villanueva es artista visual representada por la Galería Del Paseo, docente y curadora peruana. Ganadora de la beca de la Pollock-Krasner Foundation en 2001 y de la beca UNESCO- Aschberg en 2005 entre otras distinciones. Desde 2016 se desempeña como Curadora de Proyectos Educativos del Museo de Arte de Lima – MALI.

En septiembre de 2015, el Museo de Arte de Lima – MALI abrió al público las nuevas salas de exhibición de su colección permanente y con ellas surgieron una serie de reflexiones acerca de la naturaleza del museo y de su misión como agente activo en la creación de conocimiento. En este contexto se establece en enero de 2016 la nueva área de Curaduría de Proyectos Educativos y se nombra a la artista y educadora Patricia Villanueva como curadora. Aquí revisa la historia de su área.



1. El Palacio de la Exposición

Es difícil no sentirse un poco abrumada cuando una se encuentra en el atrio del MALI. Su fachada blanca, pórticos en arco y escaleras de mármol pueden resultar un tanto intimidantes. Me pasó como visitante y hay días en que me vuelve a pasar, aún después de asumir el

puesto como curadora de proyectos educativos del museo. Y es que el Museo de Arte de Lima - MALI, se encuentra dentro del imponente Palacio de la Exposición en pleno centro histórico de Lima, Perú; edificio construido entre 1870 y 1871 y concebido para ser sede de la primera gran exhibición del país.



El museo es establecido formalmente como una institución sin fines de lucro en 1954 por el entonces recién formado Patronato de las Artes y fue en ese año que el Consejo de Lima le cede al Patronato el uso del Palacio de la Exposición en comodato renovable. En 1961 se funda oficialmente el museo y el presidente Manuel Prado y Ugarteche toma la decisión de donar al Patronato la colección conocida como la *Memoria Prado* que es la base sobre la que se han construido, y se siguen construyendo, nuestras colecciones.

Más de medio siglo después, en septiembre del 2015 y luego de una extensa remodelación, abrimos el segundo piso, exhibiendo de manera permanente más de mil obras que representan cerca de 3 mil años de historia del Perú. Hoy el MALI

conserva la mayor y más diversa colección de arte peruano, con más de 17,000 obras que abarcan desde el período precolombino hasta el presente, y somos el único museo nacional con una política activa de enriquecimiento de colecciones.

Desde nuestra fundación hasta hoy el museo ha sido dirigido de manera autónoma por un Consejo Directivo y con más de 350.000 visitas al año, el MALI es el museo más visitado del Perú y lo hacemos sin recibir fondos públicos para nuestras operaciones.

Para poner las cosas en perspectiva, sería importante considerar que desde el 2016, como parte del proyecto INNOVATE¹, se entrevistaron a 63 museos de Lima Metropolitana y solo 12 de ellos se consideran *museos grandes* (con un

1. Datos extraídos del diagnóstico de la oferta y situación actual de los Museos y centros Expositivos de Lima Metropolitana incluidos dentro del proyecto "Diseño de Estrategias para mejorar la Auto sostenibilidad de los Museos y Centros Expositivos de Lima Metropolitana". El Museo de Arte de Lima, en asociación con el Museo de Arte Contemporáneo, Fundación Telefónica, el Centro Cultural España y la Universidad San Ignacio de Loyola viene desarrollando este proyecto desde el año 2016 gracias al fondo INNOVATE del Ministerio de la Producción en la categoría Proyectos Sectoriales de innovación. El informe está pronto a su publicación.



Video institucional
Nuevo MALI

equipo fijo de 30 personas o más). El MALI, con un equipo de planta de más de 120 personas y alrededor de 150 más entre asociados, investigadores y colaboradores indirectos, es actualmente el museo más grande del Perú.

Pienso que está bien que no deje de impresionarme, porque eso quiere decir que aún luego de dos años sigo encontrando intrigantes al museo y a nuestras colecciones y cuando eso pasa, siento que es un buen día para hacer mi trabajo.

2. Una curadora de educación se sienta en la mesa

A inicios del año 2016 y luego de algunos meses de inaugurarse las salas de exhibición de la colección permanente, se crea el área de curaduría de proyectos educativos, independizando el diseño y la ejecución de programas públicos relacionados a las colecciones del área de *educación y cursos* del cual dependía².

Al decidir otorgarle el status de curaduría a proyectos educativos, el museo la sitúa en el mismo nivel que las curadurías de colecciones

(precolombina, colonial, republicana, moderna y contemporánea), algo que nominalmente no se había dado hasta ese momento en otros museos del Perú. Y no solo ubica al área educativa en la misma línea jerárquica, si no que la sienta en la misma mesa de trabajo con las demás curadurías. Esto no parece ser gran cosa, pero es importante entender que el tener un lugar en la mesa donde se toman las decisiones significa que el público tiene, desde ese momento, representación en las discusiones sobre cómo y qué mostrar y que ya no solo se hablará de las colecciones desde una perspectiva meramente académica, si no que se empezará a diseñar y a planificar incluyendo la mirada del visitante. El museo estaba cambiando.

La estructura del área es muy simple. Además de la curadora, está la coordinadora quien se encarga de la gestión y logística, y una asistente quien se encarga de coordinar con los mediadores y organizar la agenda general. A ellas se suman un coordinador y un asistente de auditorio.

Este equipo tiene a su cargo todo el diseño e implementación de programas educativos y de mediación relacionados a la colección permanente y a las exposiciones temporales. Asimismo, participa junto con las otras curadurías en el diseño de los programas públicos (no sólo en torno a la colección permanente sino también en torno a las exhibiciones temporales), y los gestiona. En ese sentido el área también ve la logística y programación del auditorio del museo, la cual incluye conversatorios, charlas, presentaciones musicales y temporadas de cine y teatro, tanto para adultos como para niños.

2. Aquí es necesario aclarar que existe en el museo el área de “educación y cursos” que en realidad está concebida como un área cuya misión es la generación de ingresos mediante la oferta de cursos de arte al público en general. Esta área se encargó por mucho tiempo de la subdivisión encargada de coordinar y gestionar las visitas educativas al museo. Esta subdivisión llevaba como nombre “proyectos educativos”.

/// AL DECIDIR OTORGARLE EL ESTATUS DE CURADURÍA A PROYECTOS EDUCATIVOS, EL MUSEO SITÚA EL ÁREA EN EL MISMO NIVEL QUE LAS CURADURÍAS DE COLECCIONES (PRECOLOMBINA, COLONIAL, REPUBLICANA, MODERNA Y CONTEMPORÁNEA) ///

3. El museo como laboratorio

En el muro junto a mi escritorio hay un pequeño cartel que dice:

*“Siempre recuerda:
Nosotros no sabemos más que
el público.
Solo sabemos cosas distintas.”*

En el MALI empezamos cualquier visita bajo la premisa que el mediador no sabe más que el visitante; simplemente maneja diferente información sobre diferentes cosas y nos estamos encontrando en el museo para construir conocimiento juntos.

La mayoría de espacios donde ocurren procesos de mediación entienden y reconocen las posibilidades que aparecen cuando se empieza a transformar el museo en

una escuela. Ya lo dijo Luis Camnitzer en el 2013, “El museo es una escuela: el artista aprende a comunicarse, el público aprende a hacer conexiones”.

En el primer año, nos dedicamos a analizar y a conocer a nuestros públicos y a ver cómo se relacionaban con las colecciones y con los programas que ya estaban instalados. Al mismo tiempo empezamos a ver de qué manera y hasta qué punto podíamos ser más disruptivos a la hora de plantear programas nuevos en los espacios del museo. Esto implicó sacar no solo al público de su zona de confort, sino también al equipo del museo.

Esto nos llevó a hacernos una pregunta que no había aparecido hasta entonces: si el museo es una escuela, como nos dice Camnitzer, ¿qué tipo de escuela queremos ser?

El MALI debe ser un espacio educativo dinámico, inclusivo y sobre todo permeable. Un museo donde el visitante se reconozca en sus colecciones y donde la representación de todos los públicos sea una meta. Debíamos ser un espacio





en el cual se pudiera experimentar, cuestionar, e interpretar y donde ese proceso pudiese darse de manera transformadora.

En pocas palabras, lo que necesitábamos era ser un laboratorio.

4. Públicos, públicos, públicos

Es importante recordar que las exhibiciones de un museo son en sí mismas agentes activos en la construcción del conocimiento, pero ¿quién construye ese conocimiento?, ¿quién inicia la conversación?, ¿los mediadores?, ¿el público?, ¿la obra de arte?, ¿el texto curatorial que está en el muro?

De los 50 museos de Lima Metropolitana entrevistados por el proyecto INNOVATE, solo 15 manifestaron contar con programas educativos y tan solo 9 han realizado

un estudio de visitantes. Esa estadística no es nada alentadora. Esto quiere decir que los museos locales no están acostumbrados a implementar estrategias más metódicas para conocer a sus públicos y que el conocimiento que manejan acerca de estos es sobre todo intuitivo.

Por su parte, el MALI realizó en 2017 un estudio de audiencias extenso y paralelo a ese proceso, en el área de curaduría educativa realizamos un análisis sobre los públicos que identificamos como usuarios.

Utilizando como base los cinco perfiles de motivación relacionados con la identidad descritas por John H. Falk en su libro *Identity and the Museums Visitor Experience*³ identificamos los siguientes perfiles de públicos⁴:

EL FACILITADOR

(o “el Transportador”)

Llega al museo gracias a sus ganas de apoyar los deseos y necesidades de otros más que por un interés personal.

EL EXPLORADOR (o “el Curioso”)

Llega al museo para satisfacer intereses y curiosidades personales. Busca aprender cosas nuevas y piensa que aprender debe ser divertido.

// TENER UN LUGAR EN LA MESA DONDE SE TOMAN LAS DECISIONES EN EL MUSEO SIGNIFICA QUE EL PÚBLICO TIENE, DESDE ESE MOMENTO, REPRESENTACIÓN EN LAS DISCUSIONES SOBRE CÓMO Y QUÉ MOSTRAR Y QUE YA NO SOLO SE HABLARÁ DE LAS COLECCIONES DESDE UNA PERSPECTIVA MERAMENTE ACADÉMICA. SI NO QUE SE EMPEZARÁ A DISEÑAR Y A PLANIFICAR INCLUYENDO LA MIRADA DEL VISITANTE //

3. Capítulo 7: “The museum visitor experience model” (Falk, Left Coast Press, 2009 - Pg. 158)

4. Es importante anotar que estos perfiles no incluyen de manera específica a los estudiantes que llegan al museo para realizar una visita con su institución. A ellos los consideramos “exploradores” de manera general.



EL BUSCADOR DE EXPERIENCIAS (o “el Coleccionista”)

Normalmente es un turista pero no siempre. Busca experimentar y ser parte de experiencias nuevas. Sobre todo de lugares considerados *must see*.

EI PROFESIONAL (o “El Pro”)

Suelen ser pocos pero son increíblemente influyentes. Suelen tener fuertes lazos con la comunidad del museo y sabe exactamente lo que quiere ver.

EL RECARGADO (o “El Flow”)

Los recargados ingresan buscando un lugar pacífico y estéticamente placentero para relajarse y reflexionar. Tienden a recorrer el museo solos.

Aunque estos perfiles nos ayudan a diseñar programas específicos, no podemos entender completamente la experiencia del visitante al museo observando solamente al visitante, ni solamente al museo. La experiencia de estos públicos no es algo tangible e inmutable, es una relación efímera que construimos una única vez, y lo hacemos nuevamente *cada vez* que el visitante interactúa con el museo.

Esto significa que nuestros programas educativos no pueden ser estáticos. Deben poder adaptarse fácilmente y ser sobre todo permeables.

5. Una colección + tres ejes temáticos = un programa con potencial

Primero que nada, para poder crear un programa que funcione tuvimos que definir bien cuáles serían los ejes temáticos que le darían forma. Luego de revisar materiales utilizados previamente en visitas y las líneas que cruzan la colección, llegamos a definir tres ejes transversales principales:

Identidad, entorno y conservación

Cuando hablamos de *Identidad* en realidad estamos hablando de retrato, género, raza, representación, oficios y un sinfín de otras conexiones. Cuando hablamos de *Entorno*, hablamos de paisaje, de colonización, de cambio climático, de lo urbano y lo rural y de muchos otros temas. Y cuando hablamos de *Conservación*, estamos hablando de patrimonio, de cultura, de memoria y sobre todo, del museo mismo.

Estos tres ejes recogen toda la experiencia humana y eso nos permite que mientras diseñamos pautas y programas que se encuentren bajo uno, dos o tres de estos ejes, éstos funcionan para cualquiera de los públicos, en cualquier momento.

Tras su implementación, los tres programas base se ofrecen de manera estándar y se han empezado a transformar y adaptar hasta ser la



Sumérgete este
verano en el
Universo Eielson

base de una serie de subprogramas especializados creados en función de las necesidades que aparecieron una vez empezamos a considerar los contenidos y objetivos de aprendizaje que nos iban proponiendo los mismos docentes. (Fig. 1 y 2)

Trabajar de esta manera tan personalizada es un compromiso que ha permitido diversificar la oferta de programas educativos temáticos, y continuamente probarlos y pulirlos para luego ofrecerlos oficialmente a otros docentes interesados en las mismas materias.

El resultado es un programa amplio, dinámico, orgánico y adaptable, que evoluciona y aprende de sus errores, pero con una base sólida que le brinda fuerza, estructura, carácter y relevancia.

Este programa nos permite imaginar nuestras colecciones como fuentes inagotables de interpretación y diálogo. También nos permite pensar constantemente en nuestros públicos y asegurar que encontrarán en el MALI un laboratorio donde reconocerse y aportar a la construcción de una identidad colectiva aun más grande.

6. ¿Qué aprendimos hoy?

a) Conoce a tu público.

Se debe invertir en hacer un buen estudio de públicos. En estos tiempos, la personalización de la experiencia es una tendencia que no se detendrá. No es realista pensar que se pueden diseñar programas públicos exitosos sin conocer a quién los va a disfrutar.

b) No planifiques programas complejos para el visitante que vino ayer o que sabes que viene hoy. Planifica para el visitante que aun no sabe que quiere venir; diseña programas flexibles, que puedan adaptarse con el paso del tiempo y recuerda que cada interacción es única e irrepetible.

c) Siempre recuerda, tú no sabes más que el visitante, solo saben cosas diferentes. Sé siempre horizontal en el diseño de tus programas. Nadie quiere sentarse frente a un sabelotodo.

d) No tengas miedo de romper las reglas. El eco de risas en los pasillos del museo, es de los mejores sonidos que existen.

e) Rodéate de gente que piense creativamente diferente a ti y escúchalos. Recuerda que tu museo es un laboratorio y que a veces hay chispas, y eso está bien. 🔥