

Trabajo Fin de Máster

Enfoques sobre la educación en museos: El ICOM y
el Museo de Zaragoza

Approaches about the education in museums: The
ICOM and the Museum of Zaragoza

Autor

Adiego Escolán, José Javier

Director

González González, José Manuel

Modalidad TFM – A. Línea 2. Estado de la cuestión sobre un tema o problema relacionado con la didáctica de las Ciencias Sociales.

Máster Universitario en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idioma, Artísticas y Deportivas.

FACULTAD DE EDUCACIÓN

2019

Índice

1. Resumen/Abstract	3
2. Introducción	4
3. La oferta didáctica de los museos	6
2.1. Qué es un museo	6
2.2. La capacidad educativa de los museos	7
2.2.1. El uso de la teatralización	9
2.2.2. Los educadores del museo	10
2.3. La capacidad comunicativa del museo.....	11
2.4. El uso de los espacios en los museos	13
2.5. Internet y sus aplicaciones	13
2.6. Cómo mejorar el papel educativo de los museos	14
2.7. La situación en España	15
3. El Museo de Zaragoza	17
3.1. Objetivos del museo de Zaragoza vinculados a la educación	18
3.2. Departamento de Educación y Acción Cultural	18
3.3. Relación entre el Museo de Zaragoza y los centros educativos	20
3.4. Historia de su oferta didáctica	20
3.5. Cómo se aproxima el contenido a los visitantes	21
3.5.1. Sección de Arqueología	22
3.5.2. Sección de Bellas Artes	23
3.5.3. Sección de Etnología	23
3.5.4. Sección de Cerámica	23
4. Conclusiones	25
5. Bibliografía	27
5.1. Lecturas complementarias	28
6. Anexos	30
6.1. Formas de aproximación al público de los museos	30
6.2. Participaciones de colaboración desde el Museo de Zaragoza	30
6.3. Historial de la oferta didáctica en el Museo de Zaragoza	31

Resumen

Desde la segunda mitad del siglo XX, los museos han tenido un claro objetivo educativo. Para cumplirlo, han realizado diversos proyectos y propuestas buscando integrar a la mayor parte de los ciudadanos posible. Sin embargo, los objetivos no se han modificado desde los años 60, de manera que podrían no ser válidos en el mundo actual. Aunque el ICOM de una serie de pautas generales, al no operar a nivel local puede que sus ideas no sirvan a la hora de tratar al público.

Así pues, se realiza un estudio sobre el avance en lo relativo a la acción educativa dentro de los museos, con los cambios producidos desde ambas instituciones –el ICOM y el Museo de Zaragoza– en lo referente a la educación como entendemos actualmente. Por ello, se observan sus capacidades de comunicación, difusión y educación.

Palabras clave: Comunicación, Difusión, Educación, ICOM, Museo, Museo de Zaragoza.

Abstract

From the second half of the twentieth-century, museums have had a specific learning purpose. To achieve it, museums have realised different projects and approaches looking to integrate the most population as possible. Nevertheless, those objectives had not been changed from the 60's decade, so them could be useless nowadays. Even the ICOM has a general guideline, but not working on a local scale could make their ideas not appropriated to work with visitors.

Keeping that in mind, a research about the progress about the educative action on museums has been don, with the changes carried out by both institutions –the ICOM and the Museum of Zaragoza– about education as we understand at this moment. Based on that, their capability about communication, diffusion and education had been observed.

Key words: Communication, Diffusion, Education, ICOM, Museum, Museum of Zaragoza.

2. Introducción

Durante nuestra formación como docentes, se ha realizado un especial hincapié en la necesidad que tenemos de ofrecer nuestros proyectos didácticos de formas diferenciadas al currículo clásico, basado, para el caso de Historia en particular, en la memorización de contenidos. Lamentablemente, la Historia en particular no se caracteriza por la presencia de un elevado número de actividades prácticas que los alumnos puedan desarrollar, y los contenidos están siempre presentes y el trabajo con ellos implica conocerlos. Esta es una de las razones por la que los alumnos consideran que ésta es una asignatura aburrida y poco práctica. Es por ello que han de buscarse soluciones que impliquen al alumno y le hagan sentir que ésta es una asignatura útil cuya función va más allá de la adquisición de una cultura general que de poco o nada le servirá en la vida.

Los museos resultan un destino muy atractivo para el colectivo docente por varias razones. En primer lugar, permite que los alumnos puedan observar por ellos mismos los bienes materiales, que en el aula siempre se observan a través de imágenes o vídeos, y en muy raras ocasiones con algún tipo de réplica; formas con las que los alumnos no llegan a tener una imagen mental completa de lo que están observando. En segundo lugar, gracias a la observación de los distintos bienes, se puede profundizar en aspectos que no son habituales en el aula, como la conservación del patrimonio. Finalmente, como se trabaja fuera del aula, los alumnos pueden estar más motivados fuera de un contexto en el que están acostumbrados a ciertas rutinas de comportamiento, por la libertad de movimiento que puede ofrecer un museo, y esto puede conducir a un impulso educativo. La diversidad temática de los museos actuales implica que es un tema que se puede extrapolar a multitud de situaciones y asignaturas, no sólo de aquellas relacionadas con las Ciencias Sociales.

Así pues, en el desarrollo de la acción docente, tenemos que preguntarnos si en los museos los alumnos pueden encontrar una educación asentada y diferenciada de lo que experimentan en el aula. El museo debe ofrecer a los alumnos un contenido apropiado para su edad y los contenidos que están viendo en el aula, de manera que se potencia la propia utilidad de la visita. De la misma forma, el docente ha de realizar una aproximación a lo que se va a hacer en el museo, para que los alumnos no se sientan perdidos o confusos y se rentabilice mejor el tiempo empleado dentro del museo. Por ello, resulta vital conocer qué actividades realizan los museos, si utilizan técnicas apropiadas y no se queda en un simple discurso que no presenta ningún valor añadido.

Sin embargo, la visita de los alumnos a los museos continúa siendo un tema cuya aproximación sigue siendo difusa. Por ello resulta tan importante el ICOM (Consejo Internacional de Museos, por sus siglas en español), fundado por la UNESCO en 1946 y cuyo objetivo es representar a la comunidad museística mundial en su conjunto, incluyendo la educación dentro de estas instituciones¹. A tal fin, se creó la CECA (Comité de Educación y Acción Cultural, por sus siglas en español), siendo uno de sus principales

¹ icom.museum/es/sobre-nosotros/historia-del-icom/. Vista por última vez el 26 de agosto de 2019.

propósitos el de proporcionar un foro internacional para el intercambio de información y cooperación entre los profesionales, museos, e instituciones relacionadas, para desarrollar acciones a favor de la educación y la cultura². Si el ICOM tiene una relevancia tan importante para nuestro país es porque España es miembro de esta organización, y, aunque sus propuestas no sean vinculantes, permiten a la red de museos nacional acceder y formar parte de una de las redes de museos más grandes del planeta, permitiendo compartir información sobre todos los temas relativos a la museología, lo que incluye la educación de los museos.

No se puede olvidar que el ICOM tiene más de 70 años de historia, y a lo largo de estos años ha publicado mucha información. Al tratarse de una Organización de tanto peso, sus propuestas rara vez se actualizan con el paso de los años. Aun entendiendo que el ICOM trabaja con proyectos destinados a ser longevos en el tiempo, conviene plantearse si éstos todavía continúan vigentes a día de hoy. Esta perspectiva queda acompañada de si los modelos plantados por el ICOM son realmente viables para su ejecución, o por el contrario, son teorías que no pueden llevarse a la práctica.

Por ello, la elaboración de este trabajo implica comparar la información recabada a lo largo de todos los años de existencia del ICOM con las actividades realizadas en el Museo de Zaragoza, y comparar de esta manera si este museo se aproxima a los ideales teóricos que se proponen desde el ICOM, en cuyos documentos se analiza el éxito de actuaciones relacionadas con estudiantes en todo el mundo. De esta manera, se pueden observar las fortalezas y debilidades de este museo, para saber cómo orientar sus próximos proyectos educativos. Para esto, es preciso analizar los documentos generados por el propio museo, como son su plan museológico y sus memorias generales, que expresan las actuaciones que han considerado oportunas en este campo y los resultados que se extraen de las mismas. Esta comparativa puede servir de ejemplo para posteriores análisis sobre la situación educativa de los museos en España.

El aspecto positivo de este trabajo es que se trata de dos fuentes que generan y publican sus documentos de forma abierta de cara a la población, de manera que la obtención de información resulta adecuada a los objetivos, pero limitar el campo de acción al ICOM, reduce la bibliografía disponible. De la misma manera, documentos externos sirven para alcanzar las mismas conclusiones teóricas de cómo ha de ser la educación de un museo si se comparan con el ICOM, mientras que el museo de Zaragoza no puede tener más documentación que la propia que genera con sus resultados, siendo el resultado de trabajar con esa información lo que genera nuevos documentos.

Con la información recogida se puede, finalmente, observar aquellos puntos que se consideran de mayor fragilidad en ambos enfoques, y dar una posible respuesta a dichas debilidades. El enfoque multidisciplinar permite una visión más amplia sobre temas determinados, de modo que resulta lógico pensar que desde la docencia se puede colaborar con los museos en el ámbito educativo.

² network.icom.museum/ceca/sobre/los-propositos-de-ceca/L/1/. Vista por última vez el 26 de agosto de 2019.

3. La oferta didáctica de los museos

3.1. Qué es un museo

Para saber si los alumnos de un centro educativo pueden beneficiarse de un aprendizaje real que no sea la obtención de datos anecdóticos y/o curiosos, es necesario saber qué es exactamente un museo, y qué ventajas ofrece, necesitamos conocer exactamente qué es un museo y cuáles son sus funciones.

El museo, según lo define el Consejo Internacional de los Museos, es una *“Institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”*^{3 4}.

Esta definición (a expensas de su previsible cambio) ha servido de base para el trabajo acerca del concepto de museo en nuestro país, como puede apreciarse en la definición de museo según la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, que en su artículo 59.3, define los museos como *“instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural”*. Para el caso de Aragón, la Ley 7/1986, de 5 de diciembre, de Museos de Aragón, deja conceptualizados a los museos en su artículo 1 como: *“Instituciones de carácter permanente abiertas al público, sin finalidad de lucro, orientadas al interés general de la comunidad y de su desarrollo, que reúnen, adquieren, ordenan, conservan, estudian, difunden, exhiben de forma científica, didáctica y estética, con fines de investigación, educación, disfrute y promoción científica y cultural, conjuntos y colecciones de bienes muebles de valor cultural que constituyen testimonios de la actividad del hombre y su entorno natural”*, especialmente vinculadas al patrimonio histórico-cultural de Aragón.

Estas tres definiciones muestran claramente como uno de los objetivos principales de los museos el comunicar y exhibir los bienes conservados en los museos, siempre con un matiz educativo. Si consideramos la nueva definición que plantea el ICOM, se concibe el

³ El 7 de septiembre iba a votarse por un previsible cambio de definición, que quedaría como sigue: *“Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos.*

Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.”

Sin embargo, esta votación ha sido pospuesta como puede leerse en: icom.museum/es/news/la-conferencia-general-extraordinaria-pospone-el-voto-sobre-una-nueva-definicion-de-museo/. Visto por última vez el 8 de septiembre de 2019

⁴ icom.museum.es. Visita por última vez el 1 de agosto de 2019. También disponible en el Código de Deontología del ICOM para los Museos. 2018

acceso al patrimonio para todos los pueblos (la exhibición) y la exposición de las comprensiones del mundo (la comunicación). El concepto de educación queda más difuminado dentro de la función del diálogo crítico, el reconocimiento y trato de los desafíos y conflictos del presente, además de que la educación es un factor democrático que contribuye a la dignidad humana, la justicia social, y la igualdad de derechos.

Otro factor que especifica la labor educativa de los museos es la 38ª Conferencia General de la UNESCO en noviembre de 2015 (ICOM, 2015). En esta conferencia se estableció que los museos comparten un número de objetivos, entre los que se incluyen la educación y la divulgación de la cultura y el acceso a la educación para todos por igual, junto a otros objetivos que se observan en la previsible nueva definición del ICOM –trabajar en pro de la justicia, la libertad y la paz, contribuyendo a la construcción de una solidaridad moral e intelectual entre los pueblos-. A través de la protección y promoción de la diversidad cultural y del patrimonio han de participar en el desarrollo sostenible y en el diálogo intercultural.

Para lograr estos objetivos, hace falta un proyecto museológico (Guasch i Canals, 1991), con unos objetivos culturales bien definidos y que estén desarrollados en los programas y en la organización del museo, así como en sus presentaciones museográficas, servicios y publicaciones.

En los últimos años, las funciones de los museos han sido acaparadas por otras instituciones (Domínguez; Lavado, 2007), de manera que los museos necesitan reinventarse. Según García Jurado (Domínguez; Lavado, 2007), en el ámbito museístico debe ser una prioridad replantearse la acción educativa, con propuestas y reflexiones académicas sobre el mundo contemporáneo.

3.2. La capacidad educativa de los museos

Los museos son, en definitiva, lugares apropiados para la educación, pero no sólo de los alumnos, sino de todo el mundo. Por ello desde el ICOM llevan años alentando a la educación de todos los colectivos, sin importar factores como la edad, género, origen o nivel previo de estudios. Este es un papel que la sociedad recibe de forma positiva (ICOM; OECD, 2018). Bien ejecutado, incluso puede tener un impacto positivo en el desarrollo local si la sociedad se implica. Sin embargo (García, 2015), la educación todavía es un reto importante en los museos, y resulta necesario promoverla como forma de valoración del patrimonio.

Es por esta labor educativa, que los museos han trabajado desde 1964 (ICOM Anales, 1969), cuando se observó la necesidad que tenían con la educación, para poder hacer accesibles los contenidos museísticos a toda la población. Primero se empezó recibiendo a niños y jóvenes durante su período escolar (ICOM, 2018), proporcionando además formación profesional a técnicos culturales y gerentes. Estos estudios se ampliaron con el tiempo para añadir la formación continua y de adultos, de modo que la difusión de los museos alcanzara verdaderamente a toda la sociedad. La búsqueda de la democratización de la cultura a través de la educación es uno de los principales retos que se plantean desde el ICOM (ICOM, 2016).

La educación en un museo (Domínguez y Lavado, 2007) implica trabajar con personas de todas las edades y niveles culturales, conociendo el funcionamiento y contenidos de la institución en la que se trabaja, pero con la capacidad de ampliar esa formación durante el desarrollo profesional. En la actualidad (García, 2015) el enfoque del proceso de enseñanza-aprendizaje dentro de un museo debe enfocarse en el desarrollo de habilidades del pensamiento e incluso a que los visitantes se hagan más preguntas que respuestas. Dentro del espacio del museo (ICOM; OECD, 2018) se puede ayudar no sólo a estudiantes o a mejorar la confianza de los adultos que retoman los estudios, sino que puede ser un aliciente para continuar aprendiendo. En este sentido, el mismo museo ha de ser una fuente de reflexión para la guía hacia otras perspectivas (Mandel, 2009).

En 1992, Van-Praët indica que los museos se enfrentan a diversas dificultades específicas cuando se trata de grupos escolares, ya que se intenta reproducir la escuela dentro del Museo. Defiende que el personal del museo no puede ser un simple sustituto del profesorado, que la exposición tampoco puede tener un programa pautado, ni ser un simple centro de documentación. En su opinión, la exposición ha de ser lo más breve posible para evitar la fatiga museal –que causaría el hastío de los alumnos-, y se debería aprovechar la mayor libertad de movimiento que ofrece el museo en comparación a las aulas. Los museos quedan así como lugares excepcionales para perfeccionar los sentidos de la observación y el razonamiento, permitiendo la reflexión sobre los conocimientos que ya se tienen. También destaca que para saber cómo hacer que la visita al museo pueda aprovecharse al máximo, los docentes han de ir a los museos.

La educación que se busca así desde los museos es informal (Domínguez; Lavado, 2007), que pueda servir como complemento de la que se recibe en los centros académicos, buscando el desarrollo intelectual y emocional de las personas. Se realiza desde un marco que busca potenciar el lenguaje y las representaciones mentales (García, 2015), de manera que se abandona el conductivismo presente en la primera mitad del siglo XX, en favor del constructivismo (Nichols; Sani, 2013). Se debe buscar la aplicación de la información (Domínguez; Lavado, 2007), que implica saber hacer, saber convivir y saber ser. El aprendizaje como base es útil y aplica los conocimientos adquiridos en cualquier etapa. Se busca aprovechar los conocimientos y habilidades de los museos para adoptar métodos creativos e inclusivos (ICOM, 2018). Los museos han de combinar esfuerzos con otras entidades locales (ICOM; OECD, 2018) para elaborar programas que se enfrenten a los retos locales, a la par que identifican su propio potencial educativo de manera acorde a sus propias colecciones. Lo más apropiado (Nichols; Sani, 2013) sería el aprendizaje multimétodo, que consiste en la utilización de todos los sentidos, la experimentación activa, el uso del entretenimiento y los desafíos mentales para lograr el objetivo educativo, la reflexión sobre la validez de los conocimientos adquiridos.

En los museos se habla tanto de educación como de acción cultural. Sin embargo, mientras la educación tiene un recorrido bastante amplio, la acción cultural (Hervás; Tiburcio; Tudela, 2018) se confunde con la idea de mediación y animación cultural, alejándose del concepto establecido por Freire en 2005 de acción cultural ((Hervás; Tiburcio; Tudela, 2018. Pág. 57):

Una forma sistematizada y deliberada de acción que incide sobre la estructura social, en el sentido de mantenerla como está, de verificar en ella pequeños cambios y transformarlos

Los museos pueden facilitar que los centros escolares piensen en ellos como un recurso educativo (UNESCO, 1960), con medidas como la gratuidad para grupos de escolares, la creación de organismos para trabajar conjuntamente museos y centros educativos, la puesta en valor en los museos del personal educativo, etc.

3.2.1. El uso de la teatralización

La teatralización puede ser una gran herramienta si la visita al museo se realiza correctamente (Carter, 1992). La implicación de los estudiantes que se consigue con esta dinámica presenta una serie de ventajas:

- Si los adultos están preparados, los alumnos se implican en situaciones con un contexto humano mucho más desarrollado para los objetos y entornos con los que trabajan.
- Un buen intérprete es un recurso muy flexible y adaptativo.
- Los lugares en los que se puede practicar no siempre son aptos para la museología tradicional.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que se trata de un trabajo muy intensivo. En grupos muy numerosos hace falta un mayor número de personal para poder hacerlo adecuadamente.

Para poder llevar a cabo correctamente la teatralización hay varios aspectos a tratar correctamente (Van-Praët, 1992):

- Vestuario: Incrementa la sensación de participación. Lo ideal sería la utilización de técnicas originales en su confección, y que se disponga de un servicio de lavandería.
- Entorno: Aunque los alumnos tengan la capacidad de imaginarse en otros espacios diferentes a los que están (especialmente los más pequeños), cuanto más fácil y mejor se haya tratado este aspecto, más exacta será la visión de los alumnos de lo que se está recreando. Incluso las ruinas (planteadas como entornos de construcción según objetivos) son mejores que las aulas.
- Preparación: Es muy beneficioso que se trabaje previamente en el aula la actividad que se va a realizar. Los alumnos pueden incluso investigar y desarrollar a los personajes que van a interpretar (dónde viven, datos de su familia: a qué de dedican, cuántos son...)
- Comida: Necesario pensar en ello para actividades que van a durar un día entero, pues es un factor que potencia la atmósfera. La implicación ha de venir del centro o del museo, para preparar un menú acorde a las características históricas y geográficas⁵ del contexto representado.

⁵ Por ejemplo, un error que se podría cometer sería incluir patatas en una comida del Imperio Romano.

- **Objetos:** En la medida de lo posible, los alumnos han de entrar en contacto con los objetos apropiados. Si bien los objetos utilizados no serían originales salvo excepciones, sí que se recomienda el uso de réplicas que, al igual que el vestuario, tengan una producción similar a la original.
- **Oficios:** Las habilidades de los trabajos de una época son una técnica en los museos, que se ve potenciada en un ambiente de interpretación/recreación.
- **Programación:** La actividad ha de tener un inicio y un final preconcebidos para poder adaptar la actividad y los objetivos al grupo y su nivel sin improvisaciones. Esto puede aprovecharse para dar un tiempo entre dos sesiones de la actividad a los alumnos para que puedan investigar algún factor por su cuenta.

Los museos han ido implementando nuevas tecnologías (García, 2015) con el tiempo, que son una forma de aprendizaje que, bien aplicada, es interactiva y colaborativa, además de ser una vía por el que la sociedad actual apuesta en su día a día. Autores como Sabelli indican que incluir estas nuevas herramientas implica rediseñar la propuesta educativa, pues los dispositivos han de funcionar como herramientas para buscar y encontrar información con un enfoque crítico, y para proponer argumentos más complejos, que permitan la creación de nuevos productos y/o soluciones.

3.2.2. Los educadores del museo

Hay que remarcar que la educación que se imparte dentro del museo es sensiblemente diferente a la que se imparte en el interior de un aula. Dentro de un museo la labor recae en los educadores, definidos por Helmet Holtzauer (Holtzauer, 1970) como todos aquellos que van al museo y enseñan a otras personas. Esta definición incluye a los profesores, aunque especifica que el museo ha de estar preparado para poder dar a todo el mundo una educación veraz que los estimule, con profesionales propios preparados para todos los escenarios. Este educador ha de investigar cómo lograr que el visitante se relacione con el museo exclusivamente a través de los objetos expuestos (Canals i Guasch, 1991).

Los educadores del pasado guiaban a los estudiantes a través de un orden concreto (Graña, 1971). Empezando por el objeto, su discurso avanzaba hacia la visión del hombre y de la ciudad, de manera que al alumno se le hacía partícipe mediante una percepción de integración dentro de la comunidad –el objeto es importante porque tu sociedad actual se basó en este objeto-. Esta forma de educar daba a entender el museo como un lugar para entendidos de la materia, de manera que sólo los iniciados podían disfrutar del museo, lo cual podía resultar muy peligroso.

Los educadores actuales han de desarrollar estrategias didácticas creando diferentes materiales para permitir una reflexión sobre los materiales y contenidos del museo, buscando que se acomoden a las inquietudes y preocupaciones de los museos. Para ello, el equipo educativo (García, 2015) realiza propuestas académicas a partir del discurso de las colecciones elaborados por los curadores. Han de saber considerar el diseño de los contextos y elementos para promover el aprendizaje como una posibilidad innata.

El educador ha de ser un buen comunicador (Domínguez; Lavado, 2007). Ha de ser capaz de realizar demostraciones y promover el diálogo con el público, de adaptarse a los conocimientos de este público (García, 2015) para que los estímulos no sean aburridos y no significativos por ya conocerlos, ni tampoco demasiado complejos para no generar experiencias angustiantes. Ha de saber aportar nueva información sin que resulte en un avance lento, pero que tampoco suponga un desafío. Dicho de otra manera, el educador ha de ser un mediador cultural (Hervás; Tiburcio; Tudela, 2018), que permita que el objeto expuesto transmita un aprendizaje a la diversidad de visitantes existente, utilizando para ello la propia cultura, conocimientos, ideas previas y experiencias personales de los visitantes. Con esto, se refuerza la educación dentro del museo en base a las ideas de Reuven Feurstein, quien propuso a los humanos como entes totalmente sociales, ente los que el aprendizaje quedará determinado tanto por el ambiente como por el contacto con otras personas en su Teoría de la Modificabilidad Cognitiva Estructural. Así, el educador acompaña constantemente al visitante, de manera monitoriza las palabras y acciones de los visitantes, actuando como un guía que ayuda a que el público interprete, soluciona y responda a diferentes cuestiones. El educador, por ello, ha de tener en cuenta y saber reaccionar ante las distintas actuaciones de los visitantes.

Para esto (Domínguez y Lavado, 2007), ha de poseer una buena preparación museológica, y la falta de lugares que la proporcionan implica que este oficio no acostumbra a tener la relevancia adecuada en los organigramas de los museos.

3.3. La capacidad comunicativa del museo

Sin comunicación, no puede haber educación en un museo. Para ello hace falta un proceso dinámico (Guasch i Canals, 1991), donde la explicación objetiva del pasado –en el supuesto de un museo de historia/arqueología- provoque una reflexión sobre el presente y el futuro.

David Rose escribió en 2006 la obra *El Diseño Universal de Aprendizaje*, donde se subraya que es necesario volver a una educación más abierta, con accesibilidad física, intelectual y afectiva del aprendizaje. Si el público es la razón de ser de un museo (García, 2015), ha de existir una preocupación sobre la experiencia de estos visitantes –que serán educados- cuando recorren el museo y cómo entran en contacto con las exposiciones y colecciones que hay en su interior. Si el público se encuentra un espacio museal frío, ilegible, o demasiado complejo, el diálogo termina. Es por ello que hace falta crear espacios que faciliten el diálogo, la interpretación del público y la construcción de sentido que convierten en acciones pertinentes la labor museística. El visitante ha de tener la oportunidad de explorar el museo, pudiendo interactuar y utilizar diversos recursos y tiempo como vea conveniente.

Los museos pueden comunicarse entre sí para compartir recursos. Esto implica un proyecto ideológico, cuyos propósitos pueden encontrarse entre la lista de objetivos del CECA⁶ (Comité de la Educación y Acción Cultural)⁷:

- Promover el desarrollo de acciones educativas y culturales en los museos.
- Proporcionar un foro internacional para el intercambio de información y cooperación entre los profesionales, museos, así como las instituciones relacionadas en favor del desarrollo de acciones a favor de la educación y la cultura, para discutir de sus problemas y prever su evolución.
- Formular y llevar a cabo un programa de actividades para sus miembros.
- Propiciar la investigación científica.
- Facilitar la divulgación del conocimiento, delimitar y mantener niveles de profesionalismo.
- Contribuir tanto al desarrollo como a la implementación de la filosofía y los programas de ICOM.
- Apoyar los esfuerzos de ICOM para mejorar las relaciones educativas y culturales del mundo de los museos con los públicos.
- Asesorar al ICOM en temas de educación y acción cultural.
- Cooperar con los Comités Nacionales e Internacionales, así como con las Organizaciones Regionales en favor de la promoción y mejoramiento de la educación y acción cultural alrededor del mundo.

Las capacidades comunicativas del objeto (Guasch i Canals, 1991) están sujetas a un contexto, y se comunica con el visitante a través de la información que se aporta del mismo y las capacidades e intuición que posee el público antes de entrar en contacto con este. Se debería apreciar una relación directa entre las referencias, la información y la comunicación técnica aplicada a las exposiciones, las publicaciones y los propios servicios del museo. No todos los objetos pueden cumplir con estos criterios, y por ello, es necesario hacer una selección.

Lamentablemente, los museos no han avanzado al ritmo de la sociedad (Domínguez; Lavado, 2007). Los discursos que presentan actualmente no son atractivos para el conjunto de los visitantes. Resultan obsoletos y sólo accesibles para una parte de la sociedad, de manera que se asocian (García, 2015), a currículos tradicionales en vez de a modelos contemporáneos. Museos de Canadá o Estados Unidos, por ejemplo (Domínguez; Lavado, 2007), tienen educadores de museos con una formación especializada en secciones de visitantes, como pueden ser la familia, estudiantes, etc.

Los museos en la actualidad presentan el problema de la falta de actualización de sus discursos (Domínguez y Lavado, 2007), que deberían ser acordes a las nuevas peticiones de la sociedad. Los discursos presentados son estancos, elaborados en una situación

⁶ ICOM International Committee for Education and Cultural Action.

⁷ [Network.icom.museum/ceca/sobre/los-propositos-de-ceca/L/1/](http://network.icom.museum/ceca/sobre/los-propositos-de-ceca/L/1/) (vista por última vez 20 de agosto de 2019).

determinada y que han pervivido en el tiempo, de manera que es necesario plantearse si esos modelos todavía son vigentes en la actualidad.

Finalmente (García, 2015), en los museos todavía no se ha realizado una investigación en profundidad sobre los procesos de construcción de sentido que el público requiere, ni sobre los procesos internos que se interpretan. Básicamente se envía un mensaje sin saber exactamente si éste es asimilado e interpretado por el receptor. Se ha de revisar el diseño museográfico, las pautas que rigen la creación del discurso curatorial y qué mensajes se elaboran. Es necesario estudiar las aproximaciones sociales y culturales a las propuestas del museo, para que el público absorba la propuesta museística.

3.4. El uso de los espacios en los museos

Los diferentes espacios que se generan en el interior de un museo presentan diferentes funciones cuyo fin último es la comunicación con el visitante. Es un espacio pedagógico (Mandel, 2009) y es por ello, que al diseñar estos espacios han de tenerse en cuenta diversos factores (García, 2015):

- El propio programa del museo.
- Que se privilegie el juego y la exploración, con distintos niveles de retos que lleven a la búsqueda de posibilidades y respuestas innovadoras.
- Que sean un lugar predominante para la imaginación como motor de nuevas ideas y relaciones.
- Que el museo, en su totalidad, sea concebido como un gran laboratorio que incluya espacios para investigar y experimentar de forma abierta y libre
- No mantenerse al margen de las realidades del mundo actual. Es preciso que dentro del museo se traten temas especialmente relevantes para la sociedad, como la violencia o la migración.
- Inclusión de la diversidad cultural y étnica de la comunidad en la que se inserta el museo.
- Multiplicar las voces y reconocer diversos puntos de vista.
- Fomentar el pensamiento ético a través de cuestionamientos sobre decisiones sociales.
- Fomentar la tolerancia y el pensamiento respetuoso entre los jóvenes

3.5. Internet y sus aplicaciones

En el año 2019 internet se encuentra perfectamente asentado en nuestro día a día. Es por ello que esta herramienta debería ser dominada por los museos para dar a conocer su oferta cultural al mayor espectro posible de visitantes. Las tecnologías 2.0 (Rivero, 2011) facilitan la labor de la participación de los usuarios en los entornos digitales, y pueden dar a los museos una mayor difusión a escalas que de otra manera serían impensables, especialmente para museos de entidad local.

En primer lugar, se resalta que los museos deben aparecer en la red (Abanlex; dosdoce.com, 2009). Los museos han de presentar su propia página en la que, además de la propia información del museo, haya una zona reservada a salas para profesorado y

prensa virtuales, información para contactar con el equipo de prensa, un buscador interno, enlaces tanto externos como internos, que se puedan descargar contenidos y que se pueda elegir el idioma. Además, resultaría muy recomendable que se pudiesen realizar visitas virtuales que potencien la libertad del usuario para moverse por la exposición (Rivero, 2011) –ya sea a través de la propia web como mediante enlaces externos- y que los usuarios puedan acceder a una zona para intercambiar experiencias y comentarios.

Además de la propia página web, las redes sociales son una gran ventana de cara a los usuarios (Abanlex; dosdoce.com, 2009), de manera que la presencia en páginas como Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, etc. crearía una publicidad basada en las reacciones de aquellos que ven el contenido, pudiendo atraer a nuevos visitantes o captar la atención de personas que desconocían el museo. En algunos casos (Rivero, 2011), son los propios usuarios los que se ponen al frente de los perfiles en las redes sociales, a través de las asociaciones de amigos de los museos. De la misma forma (Abanlex; dosdoce.com, 2009), en los últimos años se ha extendido la publicación de podcast, que facilitarían la labor de difusión de los contenidos del museo, sin abandonar la presencia en redes de corte profesional.

Por último, hay que buscar tratar al usuario de los servicios digitales mediante la fidelización, la continuidad de estos usuarios a buscar noticias sobre el museo (Abanlex; dosdoce.com, 2009). Para ello existen el formato de los canales RSS que permiten al usuario recibir de forma periódica noticias de su interés sobre la institución.

Existen herramientas digitales que muestran el crecimiento de Internet en la difusión de los museos (Rivero, 2011). Algunas de estas aplicaciones no han funcionado como se esperaba –Museum of Me-, mientras que otras como Panoramio o Google Latitude permiten geolocalizar imágenes de las colecciones de los museos para acceder a las mismas desde dispositivos móviles. La combinación de tecnologías, como puede ser el uso de repositorios como Ceres (Rivero, 2011) con aplicaciones pensadas y diseñadas para la red como Google Arts & Culture, pueden servir para que el usuario llegue a acceder a los museos sin tener que desplazarse hasta estos, si bien la tecnología, pese a llevar varios años de desarrollo, aún resulta incipiente.

Para finalizar, que el uso de internet y las redes sociales sea la tónica en el día a día de la sociedad actual, no implica que el museo deba abandonar los medios de comunicación tradicionales, como son las reseñas en medios de comunicación. Esto se debe a que el museo es por y para toda la sociedad, y por ello ha de utilizar todos los medios pertinentes con el objetivo de lograr que todas las personas posibles tengan constancia del museo y de las actividades que se pueden realizar en su interior.

3.6. Cómo mejorar el papel educativo de los museos

Los museos están imbricados dentro de la sociedad. Por ello, el museo no puede ser el único que potencie las actividades. Para realizar las actividades hacen falta una serie de recursos como tiempo y espacio, que no se tienen en una visita tradicional y que el museo por lo general no posee.

El papel de los gobiernos locales (ICOM; OECD, 2018) resulta vital. Es necesaria una legislación que vincule los museos y los gobiernos a largo plazo, y no según principios fiscales como se ha realizado hasta ahora. Esto permitiría una mayor libertad a los museos para establecer planes museográficos con estrategias más ambiciosas. Entre las materias a legislar que permitiesen este vínculo entre museo e instituciones se puede:

- Reconocer a los museos como motores del impulso cultural.
- Clarificar el mandato dado a todos los museos subrayando este objetivo.
- Eliminar las barreras físicas e intelectuales para acceder a los museos.
- Reconocer, incluyendo en documentos estratégicos y programas, el papel de los museos en educación, en todas sus vertientes.
- Hacer de los museos una decisión para dar soporte económico a través de iniciativas educativas, de entretenimiento y de empleo.
- Facilitar la cooperación entre los implicados, como las escuelas, los proveedores de educación, universidades y servicios de empleo.
- Apoyo a los museos con movilización de recursos, como espacios para realizar las actividades fuera de los museos. En cualquier caso, han de cumplirse las normas de conservación y protección de los bienes del museo.

A su vez, los museos han de crear una cartera específica, en caso de que sea necesario, para implementar estos programas educativos y asegurarse de su cumplimiento.

3.7. La situación en España

Aunque ya se había empezado una reforma pedagógica en los museos (Sánchez; López, 2011) durante los años 60, en España no fue hasta las décadas de los 70 y de los 80 cuando se comenzó a tratar de una forma más profesional el enfoque de la educación en los museos (López; Alcaide, 2011). En 1980 (Hervás; Tiburcio; Tudela, 2018), gracias al apoyo del CECA (Comité de la Educación y Acción Cultural, por sus siglas en español) se realizaron las I Jornadas de difusión museística en Barcelona, con el fin de construir la profesión de educador de museos. En 1985, en la celebración de las IV Jornadas DEAC celebradas en Madrid, fue cuando se propuso la nomenclatura de Departamento de Educación y Acción Cultural, para reemplazar la denominación de Departamento de Difusión Cultural. De esta manera, se concretaron las funciones y líneas de actuación, que se han mantenido hasta la actualidad.

Así pues, fue como se conformaron los conocidos en España como DEAC (Departamentos de Educación y Acción Cultural) a partir de 1970, como una forma de aplicar las últimas tendencias en pedagogía, lo que incluye el recurso pedagógico para el conocimiento del patrimonio cultural, ya afincados en muchos museos a partir de 1980 (López; Alcaide, 2011), con la unificación de nomenclatura como Departamentos de Educación y Acción Cultural en 1985. Inicialmente (Sánchez; López, 2011), estos departamentos se compusieron por docentes y equipos de monitores, de manera que no siempre se cumplían las cualificaciones necesarias con una alta precariedad y provisionalidad. El contexto con el que nacieron estos departamentos era claramente educativo, pero no tenían definidas las funciones ni didáctica ni cultural. Estos se

acabaron concretando en la planificación de visitas escolares guiadas para estudiantes y en el diseño de materiales que se utilizarían tanto en las aulas como durante las visitas.

En España hay museos (Hervás; Tiburcio; Tudela, 2018) que distinguen claramente entre sus actividades de educación informal y las formales, como talleres, etc., de manera que se distinguen perfectamente de aquellas pensadas para la accesibilidad de todos los colectivos, la inclusión, la integración y compromiso social, la mediación, la diversidad cultural y desarrollo comunitario.

Las actuaciones de los Departamentos de Educación y Acción Cultural (López; Alcaide, 2011) han buscado desde sus inicios aproximar el contenido de las exposiciones en aras de hacer accesibles los museos a todos los niveles

No obstante, los profesionales de este campo siempre han manifestado su preocupación por su situación y reconocimiento (López; Alcaide, 2011). Se entiende que la educación reúne a profesionales desestimados incluso en las propias estructuras museísticas, sin los recursos económicos necesarios, lo que también impide vías de investigación y difusión de la propia área. Según la Asociación Profesional de Museólogos de España, no ha habido una respuesta adecuada a las demandas profesionales de los museos en este sector (López; Alcaide, 2011), y ello explica los pequeños tamaños de estos departamentos dentro de los museos (Sánchez; López, 2011). El acercamiento por parte de los museos a técnicas de acercamiento culturales similares a las del entretenimiento implica que los esfuerzos de los museos giren en torno a grandes exposiciones que han de renovarse continuamente, abandonando el factor educativo pese a la insistencia de éstos por encontrar su espacio.

4. El Museo de Zaragoza

Como otros tantos museos de España, su origen tiene lugar en las desamortizaciones de Mendizábal de 1836, y su primera apertura fue en 1848. Fue la Comisión Artística de la Real Academia de San Luis la que acumuló un patrimonio de gran volumen que la Comisión de Monumentos se encargó de ordenar (Beltrán, 2000). Como la Comisión de Monumentos era una entidad nacional, el Museo de Zaragoza también lo era.

Así pues, el Museo de Zaragoza presenta una titularidad estatal, pero es el Gobierno de Aragón quien lo gestiona. Esto es posible a través de las competencias que la Constitución Española de 1978 delega a las Comunidades Autónomas que así las soliciten en su artículo 148. El Gobierno de Aragón, a través de su Estatuto de Autonomía en su Título I, Capítulo II (Principios rectores de las políticas públicas).

Para que esto fuese posible, se firmó el convenio, de 2 de junio de 1986, entre el Ministerio de Cultura y la Comunidad Autónoma de Aragón, sobre la gestión de museos y archivos de titularidad estatal.

Para finalizar, el museo está sujeto a diversas leyes:

- Como museo estatal, a la Ley 16/1985, de junio, de Patrimonio Histórico Español.
- Real Decreto 620/1987, de 10 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema Español de Museos (donde queda fijado por ley la gestión por parte del Gobierno de Aragón sobre el Museo de Zaragoza, pese a la titularidad estatal).
- Ley 7/1986, de 5 de diciembre, de Museos de Aragón.
- Decreto 56/1987, de 8 de mayo, de desarrollo parcial de la Ley de Museos de Aragón.
- Ley 3/1999, de 10 de marzo, del Patrimonio Cultural Aragonés.

Dentro de la institución, la mayor a nivel museístico de Aragón, podemos encontrar cuatro sedes que exponen una selección de su colección, basada en la Arqueología, las Bellas Artes y la Etnología y cerámica:

- El edificio principal de la Plaza de los Sitios, que alberga colecciones de Arqueología y Bellas Artes.
- La casa pirenaica en el parque José Antonio Labordeta, sede de la sección de etnología⁸.
- La casa de Albarracín en el parque José Antonio Labordeta, sede de la sección de cerámica.
- La colonia Celsa en Velilla de Ebro, con materiales sobre el propio yacimiento arqueológico de época romana sobre el que se levanta.

⁸ En el momento de redacción de este trabajo, esta sede se encuentra cerrada por motivos de reacondicionamiento.

4.1. Objetivos del museo de Zaragoza vinculados a la educación

En su Plan Museológico (2009), el Museo de Zaragoza busca garantizar, justificar y razonar la existencia de este museo. Para ello, atiende a la relevancia de sus fondos y se presenta como pieza de gran pieza dentro de la realidad museística aragonesa.

Dentro de este discurso, destaca que el Museo “facilitará por todos los medios el libre acceso a sus fondos y documentos y la fórmula del descubrimiento-aprendizaje en la aproximación a los mismos”.

De esta manera, los objetivos vinculados específicamente a la educación son los siguientes:

- Máxima accesibilidad de las colecciones materiales y de los fondos documentales, centralizadas en los dos grandes centros de atención que sustentan el Museo: *Caesar Augusta* y Goya.
- Necesidad de presentar un lenguaje innovador y unos niveles de exposición asequibles a los distintos visitantes del centro a través del discurso museográfico que ha de abordarse.
- Distribución coherente, reordenación de fondos y puesta al día de las distintas áreas espaciales y de la arquitectura del Museo, de acuerdo con las exigencias sociales del siglo XXI y los ámbitos de ampliación del Museo, operación necesaria para satisfacer las necesidades enunciadas y la puesta al día de la sede de la Plaza de los Sitios.

4.2. Departamento de Educación y Acción Cultural

El Departamento de Educación y Acción Cultural del Museo de Zaragoza, hoy Área de Difusión y Educación (Beltrán, 2000), se conformó en 1979, comenzando sus actuaciones de cara al público en 1980. Se encarga de las funciones educativas y de difusión del Museo.

Se inició con grupos de enseñanza reglada, tratando de adaptar el contenido del museo a sus programas. Sin embargo, sus prioridades pasaban por acercar el museo a todos los sectores de la población, especialmente a los más alejados, posibilitando la relación visitante-pieza para cualquier visitante gracias a programas concretos para públicos específicos. Sus objetivos son los siguientes (Beltrán, 2000. Págs. 283 – 286):

- Mayor proyección exterior de la institución museística.
- Adquisición de criterios para la valoración de los objetos históricos o artísticos en la explicación de la Historia.
- Toma de conciencia de la necesidad de conservar los objetos históricos o artísticos como patrimonio común.
- Facilitar la comprensión del mensaje del Museo.
- Que el alumnado se convierta de espectador pasivo a actor.
- Contribuir al desarrollo de la capacidad artística.
- La educación en el museo se ve propiciada por la utilización creciente que el público escolar hace del espacio museístico.

- Hay que reconsiderar los criterios expositivos desde la perspectiva de la accesibilidad a todos los tipos de públicos, especializados o no, que además se inician en el mundo educativo y cultural.
- El Museo ha de cubrir la demanda de la educación no formal y del público no visitante habitual de museos, lo que sirve para mejorar las funciones comunicativas del propio museo.
- Se editan materiales específicos
 - o Búsqueda del debate e intercambio de ideas.
 - o Jornadas, cursos y seminarios, nacionales e internacionales
- Investigar sobre la metodología adecuada a estos objetivos

Se publicó el folleto “¿Qué es un Museo?” Actualizado, se sigue utilizando para todos los colectivos. Este incluye dibujos, y sintetiza el origen del museo, planteamientos, organización espacial, funciones y personal.

Así pues, el Área de Difusión atenderá todos los aspectos relativos a la exhibición y montaje de los fondos en condiciones que permitan el logro de los objetivos de comunicación, contemplación y educación encomendados al museo. Acercará al museo a la sociedad mediante métodos didácticos de exposición, aplicación de técnicas de comunicación y la organización de actividades complementarias tendentes a estos fines

Desde 1990, desde el departamento hubo una reorientación de las tareas hacia otros sectores que no fuesen los escolares, como la educación de personas en paro. En 1992, se priorizaron las propuestas abiertas al gran público, posibilitando un acceso diferenciado y múltiple, adaptando materiales y métodos a sectores socio-culturales diferentes, como las exposiciones temporales, las actividades de animación, o el acercamiento a temáticas como el medio ambiente.

No fue hasta el período comprendido entre 2005 y 2012 (Museo de Zaragoza, 2012) que el Museo de Zaragoza no se implicó en el uso de los recursos que ofrece internet para la visibilidad. Además de la página web, el Museo entró en las redes sociales de Facebook y Twitter. En la actualidad, además de su página web, el museo es visitable a través de sus perfiles de Facebook, Twitter, Youtube y Google Arts⁹. Los contenidos planeados para las redes sociales serían la publicación de eventos del museo, publicar de manera periódica obras destacadas de las colecciones del Museo, subir un calendario anual con una selección de obras en base a festividades o hechos reseñables, crear álbumes de fotos de los eventos del museo, recordatorios para dichos eventos, y divulgar sobre la naturaleza y acciones de las distintas áreas de trabajo y profesiones intrínsecas en el funcionamiento interno del Museo como institución. Además, este espacio puede ser utilizado por los usuarios como un espacio de sugerencias y aportaciones, en formato gráfico o escrito. Todas estas funciones están planeadas para fidelizar al visitante.

La web se revitalizó en 2013 (Museo de Zaragoza, 2014), al igual que se modificó el Salón de Actos del Museo para convertirlo en un espacio plurifuncional, debido a los

⁹ Enlaces disponibles en la página oficial del Museo de Zaragoza, museodezaragoza.es. Visto por última vez el 31 de agosto de 2019.

defectos arquitectónicos del edificio y a la falta de idoneidad de espacios debido a la cancelación de la ampliación del edificio de la Plaza de los Sitios prevista para 2008.

Entre los años 2013 y 2014 (Museo de Zaragoza, 2014) se buscó desde esta Área la consolidación de una oferta educativa acorde al desarrollo de las competencias básicas del currículo escolar según cada ciclo y en torno a las colecciones generales, con una atención diferenciada para la educación básica y reglada, de personas adultas y la no formal. Para lograrlo, se colaboró con otras áreas de trabajo del Museo desde un punto de vista pedagógico y divulgativo.

4.3. Relación entre el Museo de Zaragoza y los centros educativos

Al principio hubo una entusiasta acogida de los centros escolares a la convocatoria. Muchos centros se integraron. En 1983, un 71% de los docentes consideraba al Museo un recurso didáctico necesario en su labor docente (Beltrán, 2000).

El objetivo inicial era que el profesorado adquiriese un dominio en la utilización didáctica del Museo, capacitándolos para el aprovechamiento del amplio campo didáctico que proporcionan los museos. Para ello, se diseñaron propuestas curriculares dentro de las áreas de Sociales y Artística que las aplicaciones de los nuevos programas iban demandando.

Lamentablemente estos cursos llegaron a su fin en 1990. Entre las razones que se dan desde el museo para ello están:

- La creciente actividad desarrollada por las instituciones vinculadas a la formación del profesorado
- La Universidad, el CEP, y movimientos de renovación pedagógica incluyeron cursos de postgrado, grupos de trabajo, cursillos, etc. que giran en torno al museo y su papel educativo
- El Área de Difusión dejó de tener una oferta propia y se basó en desempeñar tareas puntuales de colaboración como experta en las diferentes ofertas de las instituciones (ver Anexo 6.2).

Aun habiendo finalizado los cursos, el Museo sigue a disposición de los profesores –al ser uno de los aspectos más trabajados desde el Área de Difusión (Museo de Zaragoza, 2004) los martes por la mañana, si bien es una fecha flexible para adaptarse a los horarios docentes. En 2004 se atendió a 96 profesores, cifra que ha ido aumentando año a año. En el curso 2013 (Museo de Zaragoza, 2014), el total de colectivos atendidos (incluyendo a profesores, que no fueron desglosados) en 214, cifra que para el año siguiente aumentó a 315. Lamentablemente el museo no desglosa más su información.

4.4. Historia de su oferta didáctica

Desde la creación del Departamento (Beltrán, 2000), se han llevado diversas actividades (ver Anexo 6.3) que inicia primero pensando en los cursos escolares y que con el tiempo se fueron ampliando hacia otros sectores de la población. Se realizó un proyecto de los cursos de prácticas para postgraduados y personal especializado en animación de grupos

culturales enviados por las instituciones (Ayto., Diputación Provincial, Universidad Popular)

- Formación sobre museología.
- Familiarización con los materiales didácticos del Área de difusión.
- Experimentación con visitas de grupos.

Todas estas modalidades de la oferta de Difusión fueron debidamente evaluadas. En todos los casos, se logró un alto grado de satisfacción con lo aprendido y experimentado, el tutelaje ejercido por el departamento se valoró positivamente, los alumnos se sintieron acompañados y reconocidos por el museo, y se mostró motivación para continuar profundizando en métodos y estrategias museísticas.

Tras la reestructuración del departamento en 1990 se continuaron con las actividades, pero tuvieron un valor más centrado en la educación informal de personas fuera del mundo académico, mientras se sigue trabajando para adaptar los materiales a nuevos planteamientos educativos, diseñando actividades de animación cultural destinadas al público en general, con especial atención a determinados grupos como la tercera edad, mujer, jóvenes, etc. que faciliten el acceso a los recursos museísticos a todos los sectores de la población.

En 2004 (Museo de Zaragoza, 2004) había 4 personas dentro del Área de Educación, una cifra que se mantiene hasta 2014¹⁰ (Museo de Zaragoza, 2012, 2014), con una reforma dependiente de la transformación museográfica y la ampliación del museo.

El propio Museo reconoce que entre los años 2008 y 2009 (Museo de Zaragoza, 2012) se centraron en la realización de exposiciones temporales aprovechando la coyuntura de la Expo 2008, que atrajo un gran número de visitantes a la ciudad, y el espacio del museo se centró para realizar exposiciones temporales, renunciando a un sector que hasta el momento significaba el 25% de sus visitas totales. Si bien se continuaron con los planes educativos en la sección de cerámica, el déficit presupuestario sumado a los problemas técnicos de los edificios impidió que se mantuviera esa relación.

Si bien desde 2012 el museo ha intentado revertir esta situación (Museo de Zaragoza, 2012), el incremento de la oferta cultural en Zaragoza, la continuidad de los problemas por falta de presupuesto incidía en una alta temporalidad con horarios de visitas muy reducidos para los grupos, lo que dificulta la llegada de colegios.

4.5. Cómo se aproxima el contenido a los visitantes

Entre las labores del Departamento de Educación (Beltrán, 2000) está la de conseguir que aquello que se quiera transmitir de la colección llegue a los visitantes. Es por ello, que desde el Museo se trata este tema habiendo alcanzado ciertas conclusiones:

- Ningún método es exclusivo.

¹⁰ La última memoria anual publicada es de 2014 y el museo no facilita información del personal a través de la página web.

- El método expositivo, considerado aburrido para el oyente, es en determinadas ocasiones un instrumento útil y hasta necesario.
- El valor didáctico del Museo viene determinado por su carácter de guardián de los testimonios materiales históricos, posibilitando ver de forma directa los objetos de su colección, ya sean arqueológicos, pictóricos, escultóricos, etc.
- Según la pieza, es imposible desarrollar al completo el método escogido, y no se puede ser fielmente riguroso a la educación formal o no formal.
- Metodología secciones Arqueología y Bellas artes.
- Adiestrar al alumno en la percepción visual para que le permita a través de la formulación de preguntas establecer hipótesis, analizar las informaciones recibidas, organizar estas informaciones hasta llegar a la abstracción conceptual y así lograr una correcta explicación de la época histórica a la que pertenece el objeto expuesto.
- Método empleado en el Área de Difusión:
 - o Método inductivo activo por el razonamiento lógico que emplea el visitante, en el que a partir del análisis del objeto concreto se llega a la formulación del concepto abstracto.

Cabe resaltar que, en lo referente a la metodología, no siempre es necesario abarcar todos los puntos en una sola visita, y se han de seleccionar según la ocasión y objetivos propuestos, y que la metodología ha de adaptarse a los niveles de experimentación. Lo ideal es lograr un clima de trabajo que favorezca la participación de todos, de forma individual, en equipo y en grandes grupos. En todos los propuestos, se incluye una evaluación de la actividad.

4.5.1. Sección de Arqueología

Extraer un objeto de su contexto lo transforma, enfatizando su lejanía al visitante. Si bien es un factor que puede aprovecharse para que el visitante reciba más información, el profesorado ha de ser consecuente con la elección de piezas que se enseña a los alumnos.

La metodología de esta sección (Beltrán, 2000) se basa en:

1. Descripción del objeto
 - a. Observación directa del objeto. Ninguna réplica o imagen puede mejorarlo
 - b. Análisis del material con el que está hecho, técnica de ejecución, forma, tamaño, elementos, etc.
2. Comparación de la pieza con otras de la misma vitrina o cercanas a ella
 - a. Identificación de semejanzas y diferencias
 - b. Reflexión sobre el número de piezas iguales para establecer un criterio de accesibilidad que tuvo en su época y durabilidad
3. Realización de hipótesis sobre el posible uso o funciones que pudo tener la pieza en su contexto cultural
 - a. Alusiones a objetos actuales que tienen la misma función
 - b. Si no existe un relativo actual, las causas de su desaparición del objeto/función. (Ejemplo: candil -> luz eléctrica)

4. Cronología de la pieza
5. Ejercicio de síntesis para conocer aspectos de la época histórica a la que pertenecen los objetos estudiados
 - a. Vida cotidiana, leyes, política, características culturales, etc.

4.5.2. Sección de Bellas Artes

Las obras de arte han de ser entendidas como una expresión creativa de la visión que tiene el artista del mundo que le rodea, condicionado por su sociedad histórica. Es por ello que el arte es un testigo fiel de la época en la que se realizó. Por ello, la metodología ha de lograr una lectura personal por parte de los visitantes de la obra de arte en clave histórica, desarrollando habilidades relacionadas con la percepción de la obra y con el deleite estético, con una reflexión sobre la naturaleza y características del hecho artístico.

La metodología de esta sección (Beltrán, 2000) se basa en:

1. Observación directa
 - a. Descripción de los datos que el Museo refleja: título, fecha, autor, soporte y técnica, medidas
 - b. Descripción de lo que se ve: personajes, ambientes, fondos...
2. Análisis del significado de la obra a través del tema representado y de la iconografía del mismo
 - a. Mención a quienes encargan la obra, la procedencia de la misma y la finalidad a la que fue destinada
3. Lenguaje visual de la obra
 - a. Estudio de la línea de dibujo, luz, volumen, uso de color, pincelada, creación del espacio, composición, calidades pictóricas, etc.
4. Autor de la obra
 - a. Biografía: especial referencia a su relación con quienes encargan la obra, los artistas contemporáneos, el poder, su sistema de trabajo, la situación de la obra en la totalidad de sus trabajos y el estilo artístico al que pertenece
 - b. Se estudia la sociedad contemporánea del artista, sus relaciones sociales y económicas, sistema de gobierno y los hechos históricos de la época.

4.5.3. Sección de Etnología

Esta sección tiene un claro objetivo que es el de la reivindicación de la memoria-historia colectiva (Beltrán, 2000). Por ello, los materiales didácticos se elaboran con la intención de incitar a la búsqueda de datos fuera del espacio museístico, dirigiendo la investigación hacia los familiares más ancianos. El objetivo final es cuestionar, saber plantear preguntas y desarrollar la curiosidad. La percepción de la realidad es parcial y sesgada, lo que la convierte en subjetiva, y el espacio museístico es un lugar privilegiado para constatarlo.

4.5.4. Sección de Cerámica

En esta sección se puede trabajar desde un triple punto de vista: histórico-antropológico, funcional-evolutivo y estético, que se trabajan en las diferentes actividades didácticas.

La metodología de esta sección (Beltrán, 2000) se basa en:

1. Concienciación del visitante-participante sobre el papel primordial de un material como el barro: accesibilidad, universalidad, adaptabilidad. Experiencia personal para mayor accesibilidad a los conocimientos teóricos.
2. Cerámica a lo largo de la vida de la humanidad. Estudio de piezas concretas que aún se siguen utilizando.
 - a. Curiosidad como recursos activo
 - b. Conectar con parcelas de la vida cotidiana en el momento presente, mediante el descubrimiento de piezas concretas en las vitrinas para establecer hipótesis que han de investigar y confirmar
3. El estudio evolutivo del material cerámico como reflexión sobre las diversas técnicas empleadas
 - a. Las propuestas didácticas recurren a la observación detallada y cuidadosa de semejanzas y diferencias de las piezas, derivando hacia cuestiones relacionadas con los objetos expuestos.
4. Etnocentrismo. Origen y difusión de las piezas (cerámicas árabes, porcelana...)
5. La selección de piezas. Como se propicia el papel activo del visitante para comprender lo expuesto, y criterios para ayudar a elegir entre montajes.

Además, en el Museo de Zaragoza se utilizan piezas de Muel, Teruel y Villafeliche para estudiar aspectos formales de la cerámica decorada: técnicas, formas, decoraciones, colores, motivos, utilidades, signos diferentes de cada alfar, gustos compartidos, modas impuestas...

5. Conclusiones

La educación en los museos está perfectamente asentada. Durante décadas, se ha escrito mucho sobre este tema y hay una base sólida en la que los museos pueden reflejar las políticas que llevan a cabo en su interior.

Sin embargo, en lo referente a la acción particular, no hay tanta información. Desde el ICOM la información aportada que finalmente sirve de referencia para los museos son datos genéricos, y que al final inciden en un trato similar a todos los visitantes. Si bien es un enfoque necesario, la falta de especialización en cada uno de los campos educativos resulta en propuestas pobres que difícilmente hacen abandonar la idea tradicional de visita guiada cuando se acude desde un centro educativo. La solución resulta difícil en museos de ámbito principalmente local como lo es el Museo de Zaragoza dado que no cuenta con los recursos necesarios para aplicar totalmente las políticas necesarias para revertir la situación actual.

Ante la incapacidad de movilizar los recursos necesarios, los museos han de tomar la decisión de continuar manteniendo políticas desfasadas que pueden afectar a la calidad de las visitas, no sólo para los estudiantes. La idea de Domínguez y Lavado (2007) de educadores especializados en cada una de las áreas en las que es necesario comunicar (familia, estudiantes, etc.) resultaría fantástica para poder adaptar el museo a las necesidades de cada visitante, pero resulta inviable, no sólo por la falta de recursos endémica de los museos, en el caso del de Zaragoza visiblemente notable desde 2008, sino por la necesidad de colaboración entre instituciones.

Las ideas propuestas desde el ICOM han mantenido una homogeneidad ideológica desde sus comienzos. Ya desde las publicaciones de los años 70 se observa que se ha configurado una red museológica estable y que permite el trabajo incluso cambiando aspectos sociales. De esta manera, la teoría, pese a tener más recorrido que su aplicación práctica, todavía no ha llegado a desplegarse completamente, de manera que los museos todavía pueden fijarse en estas ideas, más allá de la antigüedad que supongan. Con los años, estas teorías se han ido haciendo más populares, más museos han buscado aplicarlas, y también resulta más sencillo en aquellos museos de nueva planta que han ido surgiendo con los años, y que desde su origen buscan implantar estas medidas. El problema parece centrarse en museos con un mayor recorrido, pues han de adaptarse a nuevas situaciones cuando históricamente no han estado preparados para ello.

Dado que España es un país miembro del ICOM, el Museo de Zaragoza presenta muchas similitudes con las ideas presentadas desde el ICOM. En los dos casos, se piensa en la educación para todos los sectores de la sociedad, y desde el Museo de Zaragoza se está plenamente inmerso en la red y desde su página web se ofrecen multitud de alternativas, enlaces, e información de colecciones, incluso una visita virtual gracias a Google Arts. Es decir, desde el museo se está al corriente de las últimas tendencias en museología educativa y se intenta adaptarlas al contexto del museo.

Sin embargo, el Museo de Zaragoza tiene todavía margen de mejora. Debido a la práctica parálisis de sus actividades con estudiantes durante las campañas de 2008 y 2009, si la cifra de alumnos que visitan el museo aumenta, es debido a que se ha tenido que hacer un gran esfuerzo por parte del Museo para revertir la situación, con una actualización en estos últimos años de su plan educativo.

Además, persiste el problema dentro de Zaragoza de la legislación actual. Las duplicidades legislativas con dos gobiernos (el nacional y el autonómico), con capacidad de decisión sobre el museo impiden, reforzado por la situación de falta de fondos, establecer programas a largo plazo como se pide desde el ICOM para reforzar los proyectos educativos dentro de los museos. Aunque el museo se encuentre imbricado en las dinámicas actuales de comunicación y educación, tiene pendiente revisar la formación de los educadores.

Por ello, como forma de mejorar los museos, el trabajo colaborativo con los docentes puede ser una forma de mejorar el museo. El uso compartido de recursos puede facilitar que los docentes se interesen más por los museos y acudan con sus alumnos a estas instituciones. De la misma forma, los Departamentos de Educación y Acción Cultural han de replantearse si diseñar programas iguales para el conjunto de población, y que recaiga sobre los educadores la labor de especificarlo para los visitantes a los que atienden es el mejor sistema. El rumbo actual de los planes educativos en los museos ha sacrificado programas específicos para determinadas edades por planes generales, que pueden diluir el mensaje.

Para finalizar, indicar que la situación no es irreversible, pero los museos no pueden resolver esta encrucijada por su cuenta. Aunque tengan una estructura y red comunes, son los fondos de cada museo los que deciden el programa educativo que puede ofrecer un museo. El trabajo con otras entidades locales permite que departamentos con dificultades como son los de Educación puedan centrarse en trabajar para elaborar un mensaje que pueda ser entendido, pero no de forma genérica, sino específica y atendiendo a las necesidades del visitante. Si no realiza de esta forma, ampliar el espectro de visitantes del museo aparece como una utopía ensombrecida por el hecho de que el mensaje no queda claro, volviendo a la idea de que los museos están hechos para los iniciados en la materia. Resulta necesario volver a las ideas y al espíritu de colaboración de los museos españoles de 1980, para que los sectores implicados en la educación, puedan trabajar de forma conjunta y aprender los unos de los otros. Durante este trabajo se ha hablado de lo que los museos pueden aportar al mundo educativo, pero también puede darse a la inversa. Un docente también puede ser un educador, porque también ha de saber comunicar y guiar a los alumnos a través del conocimiento. Si el objetivo es el mismo, necesitamos considerar que las herramientas y recursos también han de serlo.

5. Bibliografía

- Abanlex Abogados y dosdoce.com (2009). *Estudio visibilidad de los museos en la web2.0*. Disponible a través de www.dosdoce.com.
- Beltrán, M. (coord.) (2000). *Museo de Zaragoza. 150 años de historia (1848 – 1998)*. Zaragoza: Diputación General de Aragón: IberCaja.
- Carter, G. (1992). “The Importance of Role Playing”. *ICOM Education 1992 – 1995*, nº 14, págs. 6 – 9.
- Constitución Española, 1978.
- Domínguez, A. y Lavado, P. (2007). “El Museo, Un Espacio Para Educar”. *ICOM Education* nº 21, págs. 85 – 92.
- Estatuto de Autonomía de Aragón, 2007.
- García, R.R. (2015). “Reflexiones desde la educación contemporánea – el visitante en el centro de la acción museística”. *ICOM Education* nº 26, págs. 21 – 46.
- Graña, C. (1971). “The museum and the public”. *ICOM Annales*, nº 3, págs. 4 – 9.
- Guasch i Canals, M.T. (1991). “Recherche pédagogique sur l’objet de musée”. *ICOM Education*, nº 12-13. Págs. 7 – 9.
- Hervás, R.M., Tiburcio, E., Tudela, R. (2018). “Aproximación a la acción cultural de los museos en España. De la democratización a la democracia cultural”. *ICOM Education*, nº 28, págs. 49 – 68.
- Holtzauer, H. (1970). “Museum and Museum Education”. *ICOM Annales*, 1970, págs. 44 – 46.
- icom.museum.es. Página oficial del ICOM en español.
- ICOM (2017). *Código de deontología para los museos*. Disponible a través de <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-codigo-Es-web-1.pdf>.
- ICOM, OECD (2018). *Culture and Local Development: Maximising the Impact. Guide for Local Governments, Communities and Museums*. Disponible a través de <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/12/OECD-ICOM-GUIDE-MUSEUMS-AND-CITIES.pdf>.
- Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Ley 7/1986, de 5 de diciembre, de Museos de Aragón.
 - o Decreto 56/1987, de 8 de mayo, de desarrollo parcial de la Ley de Museos de Aragón.
- Ley 3/1999, de 10 de marzo del Patrimonio Cultural Aragonés.
- López, A y Alcaide, E. (2011). “Una historia sobre los departamentos de educación y las educadoras en los museos españoles: mirando atrás poder seguir adelante”. Págs. 13 – 30.
- Mandel, C. (2009). “Representaciones de la memoria: la Arquitectura como espacio de significación simbólica”. *ESCENA. Revista De Las Artes* nº 65(2). Disponible a través de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/escena/article/view/8298>.
- museodezaragoza.es. Página oficial del Museo de Zaragoza.
- Museo de Zaragoza (2004). *Memoria General, 2004*. museodezaragoza.es/la-institucion/memorias-anuales.

- Museo de Zaragoza (2012). *Memoria General, 2005 – 2012*. Disponible a través de museodezaragoza.es/la-institucion/memorias-anuales.
- Museo de Zaragoza (2014). *Memoria General, 2013 – 2014*. Disponible a través de museodezaragoza.es/la-institucion/memorias-anuales.
- network.icom.museum/ceca/. Página oficial del Comité de Educación y Acción Cultural.
- Nichols, A.; Sani, M. (2013). “Learning Facilities and Learning Spaces in Museums”. *The Learning Museum* nº 8. Disponible a través de online.ibc.regione.emilia-romagna.it/I/libri/pdf/LEM_report_n8.pdf.
- Real Decreto 620/1987, de 10 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema Español de Museos.
- Rivero, M. (2011). “Museografía web 2.0 en Aragón”. *Los museos de Aragón: novedades y análisis*, volumen III, nº 3 Págs. 108 – 114.
- Sánchez, A.; López, E. (2011). “Políticas educativas en los museos de arte españoles. Los departamentos de educación y acción cultural”. *Desacuerdos 6. Sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español*. Educación, 2011. Disponible a través de https://www.macba.cat/uploads/publicacions/desacuerdos/textos/desacuerdos_6/Aida_Sanchez.pdf.
- UNESCO (1960). “Recomendaciones sobre los Medios más Eficaces para Hacer los Museos Accesibles a Todos”. Disponible en Instituto Nacional de Cultura (2007). *Documentos Fundamentales para el Patrimonio Cultural. Textos internacionales para su recuperación, repatriación, conservación, protección y difusión*. Lima (Perú), págs. 325 – 328.
- Van Mesc, P. (1991). “Nouvelles orientations en muséologie: Nouvelles orientations dans le domaine de l’éducation dans les musées”. *ICOM Education*, nº 12 – 13, págs. 63 – 64.
- Van-Praët, M (1992). “Lettre ouverte aux enseignants venant au Musée, réflexions sur une didactique muséale”. *ICOM Education 1992-1995*, nº 14, págs. 6 – 9.

5.1. Lecturas complementarias

Revista Icom Education. Números disponibles en:

network.icom.museum/ceca/publications/icom-education/

- Nº 1. ICOM Annales, 1969.
- Nº 2. ICOM Annales, 1970.
- Nº 3. ICOM Annales, 1971.
- Nº 4. ICOM Annales, 1972.
- Nº 5. ICOM Annales, 1973.
- Nº 6. ICOM Annales, 1974.
- Nº 7. ICOM Education, 1975 - 1976.
- Nº 8. ICOM Education, 1977.
- Nº 9. ICOM Education, 1979 – 1981.
- Nº 10. ICOM Education, 1982 – 1983.
- Nº 11. ICOM Education, 1984.

- N° 12. ICOM Education, 1991.
- N° 13. ICOM Education, 1992 – 1995.
- N° 14. ICOM Education, 1995.
- N° 15. ICOM Education, 1996 – 1997.
- N° 16. ICOM Education, 2001 – 2002.
- N° 17. ICOM Education, 2003 – 2004.
- N° 18. ICOM Education, 2005.
- N° 19. ICOM Education, 2006.
- N° 20. ICOM Education, 2007.
- N° 21. ICOM Education, 2011.
- N° 22. ICOM Education, 2012.
- N° 23. ICOM Education, 2013.
- N° 24. ICOM Education, 2014.
- N° 25. ICOM Education, 2015.
- N° 26. ICOM Education, 2016.
- N° 27. ICOM Education, 2017.
- N° 28. ICOM Education, 2018.

ICOM. Informes anuales.

Disponibles a través de

<https://icom.museum/es/recursos/publicaciones/?q=informe+anual&y=&type=>

Informe Anual 2007 – 2010.

- Informe Anual 2011.
- Informe Anual 2012.
- Informe Anual 2013.
- Informe Anual 2014.
- Informe Anual 2015.
- Informe Anual 2016.
- ICOM Milano 2016.
- Informe Anual 2017.
- Informe Anual 2018.

Actas de las Jornadas de Departamentos de Educación y Acción Cultural

- IV Jornadas. Madrid, 1985.
- XVIII Jornadas. Madrid, 2014.

6. Anexos

6.1. Formas de aproximación al público de los museos

El museo ha de ser activo y atraer al público para que quiera ir al museo. Es por ello que hay una tipología sobre las formas en que un museo puede acercarse a la sociedad (Van Mensc, 1991):

1. Aproximación demagógica: El contenido de las actividades educativas se define como un trabajo de asistencias. El valor de su entretenimiento se lleva al máximo.
2. Aproximación dogmática: El contenido está definido por la ideología, los valores políticos y sociales del educador y lo que desee comunicar.
3. Aproximación culturalista: La propagación y el desarrollo de los valores culturales
4. Aproximación sociodinámica: Busca fomentar el cambio social constructivo.

Con esto en mente, Jan Vaessen, sociólogo holandés, distinguió cuatro puntos de vista posibles sobre la función de comunicación del museo (van Mensc, 1991):

1. Comunicación tradicional: El museo se considera una institución que ante todo conserva y mantiene vivos los valores tradicionales para las generaciones venideras.
2. Comunicación autónoma: Profesionalidad y competencia del museo, sin tener que justificar su existencia. En este contexto, la educación tiene un papel minoritario.
3. Comunicación sensible: Se recogen las necesidades de la población y se prepara una exposición acorde a dichas necesidades con antelación. Sus conceptos clave son la emancipación, la igualdad y la participación.
4. Comunicación de vanguardia: Adopta una actitud de cambio, donde se busca la experimentación y la renovación.

6.2. Participaciones de colaboración desde el Museo de Zaragoza

Extraído de *Museo de Zaragoza: 150 años de historia (1848 – 1998)* (Beltrán, 2000)

- Muestra Nacional de Experiencias en el Aula (ICE).
- Diferentes Jornadas Nacionales de DEAC de Museos.
- Celebración del día Internacional de los Museos.
- Cursos de Museología.
- Cursos para profesores en los Centros de Profesores de La Almunia y Calatayud.
- DIDART 89 (Santander).
- Cursos de postgrado de Educador de Museos (Huesca).
- XII Seminario de Artes Plásticas (Universidad de Gerona patrocinado por Nestlé).
- Curso para profesores (Museo de Lugo).
- Tutorías de alumnos del postgrado de Huesca.
 - o Experimentado y evaluado la maleta didáctica "La Talla de Sílex".

6.3. Historial de la oferta didáctica en el Museo de Zaragoza

Extraído a partir de *Museo de Zaragoza: 150 años de historia (1848 – 1998)* (Beltrán, 2000) y las memorias generales entre los años 2004 y 2014.

- 1980: Primeros proyectos, pensados para los alumnos de 4º y 8º de EGB, para las asignaturas de Prehistoria y Pintura del siglo XIX respectivamente. Durante cursos sucesivos, el Área de Difusión y Educación continuó elaborando materiales didácticos dirigidos a otros niveles de la EGB.
- 1982 en adelante: Educación no formal con colectivos de mujeres, tercera edad, educación permanente de adultos, compensatoria, entidades sociales y culturales.
- 1984: Actividad “El Museo por dentro”. Realizada en dos sesiones, la primera en el centro educativo, y la segunda en el museo. En la visita se recorren todas las dependencias (taller de restauración, investigación, secretaría, biblioteca y almacenes. El objetivo es la comprensión de las diferentes funciones y el trabajo del personal. Calificada como positiva.
- 1984: Serie de experiencias didácticas destinadas a escolares y profesores de E.G.B. y niveles superiores de Enseñanza dentro del programa «Qué es un Museo», se paralizó en 1996 y se retomó a partir de 2005, orientado ahora a todos los objetivos didácticos propios de cada ciclo y curso de Educación Primaria, Secundaria y Bachillerato (Museo de Zaragoza, 2012).
- 1986: Cursos sobre “Utilización Didáctica del Museo”
 - Dirigidos a profesores en activo en colaboración con los Centros de Profesores de la ciudad
 - Doble orientación
 - Teórica: Conocimiento de los fondos específicos del Museo y de la metodología de la didáctica en las diferentes secciones del mismo
 - Práctica: Elaboración de propuestas educativas de aula y museo. Fueron experimentadas y evaluadas.
 - Dossier sobre cada uno de estos cursos (ver apéndice)
 - Surge grupo de trabajo permanente, formado por profesores de EGB y EEMM
 - Elaboran propuestas de actividades que los alumnos realizan en el aula y en el museo
 - Objetivo: Mayor profundización en la oferta didáctica del Museo mediante metodología activa.
- 1986: Actividades de dramatización para Roma y Gótico
 - Objetivo: programaciones atractivas y abiertas para el alumnado con carácter lúdico para profundizar en el conocimiento de dichas épocas
 - Alumno como artífice de su propio aprendizaje
 - Conocimiento de los fondos del museo y su significación histórica.
- 1987: Oferta en colaboración con la Escuela Universitaria de Formación del Profesorado de EGB, para alumnos del último curso de la especialidad de Ciencias Humanas, tras coincidir plenamente con el profesorado de la Escuela en la laguna

formativa existente en los alumnos de la Sección de Humanas en las enormes posibilidades didácticas del museo. En este curso se realizó una parte de prácticas del curso académico en centros escolares, dedicando un tiempo dividido en 4 fases:

- Sesiones teóricas de Museología dentro del marco teórico de sus programas
 - Sesiones teóricas en el Museo para conocer los materiales didácticos de Difusión
 - Conocimiento de la práctica
 - Una práctica dirigida a los grupos que seguían la oferta didáctica del Museo.
- Verano de 1989: Campañas de trabajo de restauración (Museo de Zaragoza, 2000) esporádicos con la Escuela Superior de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Madrid.

Las memorias generales del Museo entre 1990 y 2003 no se encuentran disponibles en su catálogo virtual, de manera que las acciones llevadas a cabo durante estos años no aparecen reflejadas.

- 2005 – 2012: Se realizaron diversas inclusiones en los elementos didácticos:
 - Planta de *Caesar Augusta RETROILUMINADA INTERACTIVA*
 - *Voces del pasado*: textos en las tres lenguas de *Kontrebia Belaiska*.
 - *Escribe tu nombre*: juego para conocer el signario ibérico
- Cursos 2012 – 2015 (Museo de Zaragoza, 2014): Actividades planteadas por la renovación de su oferta educativa:
 - *Un paseo por el Museo*: Para alumnos de infantil
 - *Romanitos, los mellizos de Caesar Augusta*: Para primer ciclo de Primaria.
 - *Un día cualquiera en la Prehistoria*: Segundo ciclo de Primaria.
 - *Francisco de Goya, arte aragonés de los siglos XIX y XX*: Educación para adultos
 - *Exposición temporal Avgvstvs. Annvs Avgvsti MMXIV*: Educación para adultos.
- Curso 2013 – 2014: Hubo reuniones con el Equipo Decanal de la Facultad de Educación para ofertar desde el Museo la Actividad universitaria Cultural (AUC) “El Museo como recurso didáctico”, para los alumnos de 3º y 4º del Grado de maestro en la facultad.
- Talleres adicionales complementarios:
 - Taller de observación y manipulación de algunas piezas del museo (hacha, cerámica, moneda, grabado...) para después completar una ficha técnica de cada uno de ellos
 - Taller de arcilla: Se realizaba una vasija de barro a imitación de las observadas en las vitrinas de las salas del Museo
 - Taller de Mosaicos: Con teselas blancas y negras se intentaban imitar los artesanados romanos

- Taller de telares: Para facilitar la comprensión del proceso del tejido ibérico
- Taller de Pintura: Selección y posterior copia de un cuadro
- Realización de autorretratos, montaje de un retablo gótico, etc.
- Ciclo de cine. Objetivos:
 - Facilitar la comprensión de los contenidos del Museo
 - Complementa el contenido de las visitas
 - Contenido arqueológico y artístico
 - Bien aceptado por los visitantes.
 - Proyección de vídeos como labor difusora
- Programa de Actualización Didáctica
 - Proyecto de colaboración Museo-Aula desde Ministerios de Cultura y Educación
 - Dirigido a museos estatales, se sumó el Área de Difusión del Museo de Zaragoza
 - Público muy definido: Profesorado de la educación formal

Fuera del mundo académico:

- 1990. Educación de personas en paro
 - Curso: "Animación socio-cultural en Patrimonio Histórico artístico", dirigido a diplomados y licenciados universitarios.
 - Conocimiento de los fondos del Museo y de Patrimonio Histórico Artístico de Zaragoza y Provincia
 - Profundización técnica en un idioma extranjero
 - Conocimiento y práctica de la animación sociocultural
 - Final de curso: diseño, realización y evaluación de una propuesta de animación sociocultural
 - Resultado: muy interesante, alto nivel de satisfacción de los participantes
- 2007 – 2010 (Museo de Zaragoza, 2012):
 - Montemos un museo: Para escolares de 1º a 3º de primaria
 - ¿Qué es un Museo?: Para escolares de 4º a 6º de Primaria
 - El Museo de Zaragoza: Para alumnos de 4º de la ESO. Recoge iniciativas del alumnado para futuras ofertas didácticas
 - Maleta didáctica sobre la Prehistoria: Para alumnos de Primaria y Secundaria, se trata de un conjunto de 30 piezas que recorren la prehistoria, con información para los docentes y material didáctico para los alumnos.
- 2012
 - Elaboración y desarrollo de la oferta educativa a partir de los cursos 2012-13 con especial atención a los centros escolares. Se busca realizar actividades didácticas a través de los educadores del museo para primer y segundo ciclo de primaria, secundaria y alumnos universitarios. Se decide prestar atención y asesoría a centros de educación formal e informal para

la realización de visitas autónomas al Museo. También se realiza una actividad de sensibilización sobre la institución museística y el patrimonio cultural, realizada en centros educativos y en centros socioculturales por el propio personal del Área de Difusión.

- Exposiciones temporales:
 - "La Tauromaquia": con ocasión de los Primeros Festivales de Goya.
 - "En Navidad"
 - Mostrar los fondos del Museo en 3 áreas expositivas: Anunciación, Natividad y Epifanía
 - Actividades paralelas a la exposición: Taller de cocina navideña, ciclo de conferencias sobre la Navidad y sus tradiciones, animación infantil y visitas a la exposición acompañadas de material didáctico
- Experiencias didácticas: "El agua, el río y la ciudad"
 - En colaboración con el Servicio del Medio Ambiente del Ayuntamiento de Zaragoza y la Dirección Provincial del Ministerio de Educación
 - Dirigida al profesorado de Educación Primaria y Secundaria participando en la fase formativa y ofreciendo el museo como marco
 - Posterior exposición de trabajos prácticos realizados a partir de la actividad: dibujos, maquetas, murales,
 - Varias áreas expositivas:
 - Ciclo natural del agua
 - Medio Físico
 - Aspectos sociales ligados al uso del agua
 - Apadrinando un trozo de ribera
 - Canal Imperial de Aragón
 - Propuestas de futuro
 - El río ayer