
INTERACTIVIDAD Y MUSEOS

LA EXPERIENCIA DEL MUSEO INTERACTIVO DE ECONOMÍA (MIDE) EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Claudia Esther Calva Montiel
Estudiante del Máster en Comunicación y Educación, Universidad Autónoma de Barcelona
Licenciada en Economía, especialidad en educación económica y financiera
E. mail: calvamontiel@gmail.com

Resumen

Tomando como eje central y punto de partida la descripción de la creación, operación y generación de otros proyectos del Museo Interactivo de Economía (MIDE) en la Ciudad de México, se pretende revisar, analizar y abrir las puertas a otros debates sobre la importancia en la evolución edu-comunicativa de espacios culturales y educativos, como son los museos (de ciencias, artes u otros).

El uso de las tecnologías y nueva narrativa en los museos ha llevado a la creación de experiencias vividas a través de los sentidos, generado así un punto de inflexión en la concepción de la experiencia educativa de los espacios culturales. Actualmente la experiencia del visitante es tan importante como el diseño conceptual, lo cual ha hecho que el MIDE sea un ejemplo de vanguardia y diseño moderno en el estudio de la museología en México y otros países.

Abstract

Through a description about MIDE's (Museo Interactivo de Economía in Mexico City) construction, operation and other projects, it is expected to review, analyze and open another interesting questions about the importance of the evolution of edu-communication in cultural and educational institutions, as the museums are (science, arts or others).

Technology and a new narrative use in museums has been taking us to a new construction of visitor's experience that has to be through senses, generating in this way a new educational experience in cultural institutions. Actually, visitor's experience is as important as concept design, and that's why MIDE is a vanguard example of modern design in museographer studies in Mexico and other countries.

Palabras clave: museo interactivo, edu-comunicación, interactividad, multisensorialidad, experiencia del visitante.

Keywords: interactive museum, edu-communication, interactivity, multi-sensitivity, visitor's experience.

Introducción

“Un recurso que posibilita la mejor adquisición por parte del alumnado de contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales puede ser el museo, y si este es interactivo, mucho mejor” (Pérez, Díaz, Echevarría, Moretín y Cuesta, 1998)

La interactividad en los museos no es un tema nuevo, las tecnologías han sido utilizadas para la divulgación de la ciencia desde hace ya muchos años. En México, particularmente, el uso de las tecnologías para la divulgación científica también ha sido un recurso utilizado pero, se podría decir, poco explotado. Por el otro lado los museos de historia, antropología, arte y ciencias sociales en general, no han sabido cómo aplicar la interactividad para desarrollar un diálogo entre el visitante y la exposición. Pero como toda regla o generalidad tiene excepciones, a través de este documento se presenta una fotografía de cómo es posible acercarse a las personas a temas que parecen “difíciles”, “aburridos” o peor aún, “alejados a mi realidad” a través de recursos que la era digital nos ofrece.

El objetivo de este artículo es hablar y dar a conocer la experiencia del museo Interactivo de Economía (MIDE) que se ha conformado a partir de nuevos lenguajes, diferentes a los que reconocíamos en espacios culturales y educativos como éstos, presentar algunas de las experiencias en la conceptualización y diseño de interactivos y por último reconocer la importancia de los medios digitales para el logro de objetivos educativos, como fue por ejemplo la edición de libros digitales para el uso libre. El discurso museográfico del MIDE es ágil, dinámico, atractivo, personalizado y muy importante: inter-comunicativo.

El eje conceptual de este documento es el concepto de museo interactivo, el diálogo que actualmente estos espacios culturales deben de integrar en la experiencia del visitante y la edu-comunicación representada en una experiencia multisensorial importante para que las personas construyan su propio conocimiento y conclusiones. Al final se establecen algunas preguntas sobre el cambio de paradigma en la edu-comunicación y los museos, generando así una puerta de investigación abierta para otros documentos de investigación.

El concepto de museo interactivo

El museo es un espacio de educación informal, a través del cual se pretende que el alumnado y la población en general adquieran conocimientos a través de métodos que generan un complemento a la educación formal. Si este espacio educultural se presenta como un espacio de ocio —entendida la palabra ocio como el momento en el que las personas aumentan su riqueza personal— en el que la interactividad tiene un lugar privilegiado y el diálogo es más ágil y divertido, el museo tendrá con seguridad cumplida su meta de divulgación.

Si bien es cierto que el éxito de los museos interactivos radica principalmente en la forma de divulgar la ciencia a través de herramientas divertidas, es importante relacionar también que este tipo de museos ofrecen espacios interesantes para la comunicación y el aprendizaje. En estos espacios lo importante no solo es ver,

sino integrarse en la exposición a través de una experiencia multisensorial, manipular los contenidos, generar conclusiones, exponerlas en el mismo espacio comunicativo y llevárselo consigo.

La relación entre museo y tecnología se está haciendo cada vez más estrecha, ya que muchos museos no se limitan al espacio físico, siendo de alguna manera los espacios arquitectónicos y virtuales complementarios.

“Por una parte, las tecnologías están transformando el espacio mismo del museo; por otra, la tecnología –en su concepción de herramienta- genera nuevas formas de creación artística” (y de divulgación científica). (Regil Vargas, Laura)

Cuando hablamos del concepto de museo interactivo, nos podemos encontrar con dos ideas, que en algún momento pueden llegar a ser nociones complementarias:

- 1) El museo virtual: conocido también como museo digital o museo on-line, y que nos puede evocar al “Museo Imaginario” de André Malraux¹, en donde la muestra física ahora es transportable, itinerante e imaginaria, es un entorno digital de acceso a través de internet que tiene la principal característica de la interactividad. Como ejemplo de museos que podemos visitar de manera virtual, se tienen: Museo del Prado, Louvre y Guggenheim, por mencionar solo algunos.
- 2) Museo interactivo (*in situ*): es el uso de las herramientas tecnológicas para crear un diálogo con el visitante a través de pantallas interactivas, juegos de video, audiovisuales, herramientas táctiles y/o sonoras. Un museo interactivo, en palabras de la Directora del Museo Interactivo de Economía, Silvia Singer, es: *“un laboratorio que explora la comunicación a través de experiencias interactivas, visuales, auditivas y táctiles”*.

En el recorrido que haremos por la creación, operación y resultados del MIDE, veremos cómo se ha aplicado la interactividad en este museo dedicado a la divulgación de la economía como ciencia social, qué herramientas se han adoptado, cuál es la experiencia del visitante y sus opiniones, la forma en que el Museo es creador de material interactivo en México para otras exposiciones y la manera en cómo traspasa la comunicación con el visitante hasta llegar a su casa.

Los inicios del MIDE

En 1989 el Banco Central Mexicano –Banco de México- compra un inmueble ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México, conocido como el Antiguo Convento y Hospital de Pobres y Convalecientes de Nuestra Señora de Belén y San Francisco Xavier (orden de los Betlemitas), en el cual el día de hoy reside el

¹ Para más información se recomienda visitar: <http://www.byd.com.ar/mv99sepintro.htm>
Malraux dejaba ver la importancia de compartir el arte con la población, sin embargo le restaba importancia a la edificación del museo como tal.

Museo Interactivo de Economía, conviviendo el presente con el pasado, la tradición con la tecnología, la arquitectura del siglo XVII con la museografía del nuevo siglo.

La historia nos cuenta que durante los siglos XVII y XVIII el establecimiento de órdenes religiosas hospitalarias a lo largo del territorio novohispano responde a las muy precarias condiciones de salud pública y abandono en que se encontraban los enfermos y convalecientes de todos los estratos sociales. Con base en estas necesidades, Pedro de Betancourt García llega a tierras Guatemaltecas desde la Península Ibérica, en donde centra las bases de la congregación hospitalaria de Nuestra Señora de Bethlem en 1658.

Dieciséis años después, el Virrey de la Nueva España solicita la presencia y fundación de un hospital de convalecientes en su territorio y es como así llega la orden religiosa de los Betlemitas al edificio, obra del arquitecto Lorenzo Rodríguez.

Es “curioso” que el edificio que hoy alberga un museo dedicado a la divulgación de la ciencia económica como herramienta de toma de decisiones conscientes y reflexión de la importancia de todos los actores en la sociedad, haya nacido como albergue de una congregación que entre sus acciones más importantes constituyen uno de los antecedentes de la moderna asistencia social y médica en el continente, involucrando la participación y compromiso económico de los patrones, dirigentes de gremios y corporaciones, la sociedad en general y el mismo gobierno.

El edificio ha albergado a partir de 1821, escuelas, bibliotecas, comercios, un hotel y una vecindad que incluso contaba con viviendas en la azotea.

“Una muestra del paso de la historia se expresa en el hecho de que en una sola habitación se encontraron veinticuatro capas de pintura y papel tapiz que habían sido colocadas en las paredes a través de los años” (Carpeta MIDE).

El proceso de restauración del espacio duró alrededor de 15 años, el cual estuvo coordinado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Banco de México. En este edificio, hoy sede del Museo Interactivo de Economía, se conjuntan historia y divulgación de la economía. La historia se puede respirar desde la entrada al edificio a través de la arquitectura, el arte y exposiciones como la llamada “voces del edificio” en donde con una experiencia multimedia, que se lleva a cabo en el patio principal (central) del edificio, 16 pantallas ofrecen una panorámica de 360°, en la que se habla de la historia del inmueble contada por quienes llegaron a vivir ahí y por los restauradores del mismo.



Edificio del MIDE visto desde el patio central
(Fuente: Colección fotográfica del museo)

El MIDE y su operación

El Museo Interactivo de Economía (MIDE) que abrió sus puertas el 14 de julio de 2006, es un proyecto original del Banco de México y en el que diversos expertos de muy diferentes campos de estudio (museógrafos, diseñadores, arquitectos, expertos en tecnología, economistas, historiadores, entre otros) conjuntaron conocimiento, esfuerzo y creatividad para llevar a cabo un proyecto que se vislumbraba como todo un reto lleno de obstáculos.

Uno de los primeros puntos que se tuvo que tomar en cuenta al llevar a cabo el proyecto de museo interactivo fue que existían en ese momento pocos modelos de referencia en el mundo, y por el otro lado, que en otras partes existen muchos museos de numismática (lo más cercano a la divulgación de la economía) pero ninguno con temas y contenidos sólidos de esta ciencia social que se muestra tan lejana y a la vez es tan cercana de la población.

Por el otro lado, el concepto de economía puede llegar a ser un tema sumamente controversial en la sociedad, ya que existen diversos puntos de vista o preconcepciones sobre estos temas. Es por esto que el museo tuvo que tomar en cuenta estrategias puntuales de educación y comunicación que ayudaran a promover el desarrollo de una cultura de economía y finanzas a través de un diálogo con los visitantes integrando así, diferentes voces y la construcción de una plataforma de credibilidad.

“El Museo Interactivo de Economía, MIDE es un museo de ciencia y un laboratorio de comunicación que tiene como tema central la economía, líder por su novedosa temática y exhibiciones. Su objetivo es la divulgación de la ciencia económica y la promoción de la educación financiera en nuestro país”. (Silvia Singer, Directora del MIDE)

Y fue así que, desde un principio se tuvo muy claro que entre los objetivos que debía tener el museo estaban: un concepto educativo que atendiera a distintas formas de aprendizaje, conciencia a través de estrategias edu-comunicativas y ser un espacio de encuentro, diálogo y reflexión que promueve la diversidad cultural.

La creación del museo tuvo como punto de partida una serie de investigaciones preliminares para conocer los intereses y necesidades de los visitantes potenciales - ya que no se contaba con una colección que dictaminara el diseño del museo- siendo así la experiencia del visitante el inicio del proyecto. Como segundo escalón se trazó un plan maestro en el que se ubicaron espacialmente los temas y se determinó el tipo de experiencia.

Por su parte, la propuesta museográfica fue el trabajo en conjunto de arquitectos, diseñadores, museógrafos y comunicadores que pudieran desarrollar un concepto en el que la tecnología pudiera convivir con más de dos siglos de historia.

“Cabe mencionar que en cada caso, los materiales, texturas, iluminación y colores responden a una cuidadosa reflexión museográfica, con el fin de que en el Antiguo Convento de Betlemitas, sede del MIDE, los visitantes disfruten de una experiencia estética que los invite a tener una actitud abierta al conocimiento y que este proceso se dé de forma gozosa. Lo anterior se logra a través de la armoniosa convivencia entre lo antiguo y lo moderno. La propuesta estética del MIDE es un motivo más para conocer un museo único en el mundo, y de valorar la historia y la calidad de una de las joyas arquitectónicas más importantes de la del Centro Histórico de la Ciudad de México” (Silvia Singer, directora del MIDE).

Dentro de la creación del MIDE, la experiencia multisensorial a través del uso de las tecnologías, es el eje rector del proyecto. La tecnología es aprovechada en primer lugar para la creación de diversos interactivos que hacen de la visita una experiencia en la que la persona crea su propio conocimiento, se divierte aprendiendo, reflexiona jugando y se comunica integrando (más adelante se habla de algunos ejemplos puntuales).

Por el otro lado la tecnología también es aprovechada para facilitar la actualización de los contenidos y para tener acceso a la información, centralizándola en un administrador de datos en el cual los contenidos y base de datos están ligados a un programa en el que se pueden cargar y actualizar archivos de cualquier tipo en el momento que se requiera. Un claro ejemplo de ello es el servicio de impresión a demanda que consiste en un sistema electrónico instalado en la mayoría de las salas que le da la opción al visitante de enviar la información de las cédulas del MIDE que selecciones a su correo electrónico personal o bien llevársela impresa.

Visita al MIDE... hagamos un pequeño recorrido

Esta plaza, con casi cinco años de existencia, lleva a cabo su cometido a partir de tres ejes fundamentales:

- a) Reconocer cómo la economía afecta en la vida diaria de las personas.
- b) Conocer, aprender y comunicar a través de recursos tecnológicos diseñados para hacer que la experiencia del visitante no sea solo visual sino además sensorial.
- c) Personalizar, enriquecer y disfrutar más de la experiencia a través de “llevate el museo a tu casa” en donde, a lo largo del recorrido el visitante puede escoger las exposiciones que más le interesen y pedir final del

recorrido (en unos ordenadores puestos para este fin) que la información llegue a su correo electrónico.

Estos ejes fundamentales son alcanzados a través del recorrido a través de cuatro temas principales:

1. Conceptos básicos:

En este primer recorrido el visitante se da cuenta que todos somos parte de la economía pues a diario tomamos decisiones y que esas decisiones tienen consecuencias. Así también, las empresas y el gobierno toman decisiones a cada momento. A través de experiencias de tipo auditivo, visual, audiovisual e interactivas, el visitante recorre el problema de la escasez, la toma de decisiones, el vivir en sociedad, la producción, el movimiento de la economía, el intercambio y el simulador del mercado.

En este primer punto me gustaría hablar principalmente de dos experiencias que reflejan muy bien la interactividad que existe en el museo:

- I. Toma de decisiones: exhibición que consiste en una pantalla grande en la que el visitante puede ver el video y los resultados de sus decisiones y una pantalla personal sensible al tacto “touch screen” con la que juega. La introducción al juego es un audiovisual, posteriormente se narra la historia elegida y se le pide que a través del uso de la pantalla sensible al tacto tome decisiones que harán que la narración tome uno u otro camino. Al tomar todas las decisiones posibles se presenta una conclusión a través de un árbol de decisiones que pretenden hacer reflexionar al jugador sobre las opciones tomadas en cuenta². Para poder ver un ejemplo de la interactividad.

Este tipo de interactivos han cuidado perfectamente tres cuestiones principales de la comunicación y la educación:

- a) Las herramientas visuales, ya que están a la disposición del visitante dos videos diferentes dirigidos a dos tipos de visitantes: niños (video que se presenta como ejemplo en este documento) y para adolescentes, video con imágenes más modernas.
- b) La narrativa de la historia, ya que cuenta con los puntos básicos de una comunicación eficaz³, de acuerdo a la secuencia lógica de la dimensión retórica de la comunicación: *exordium* (en la introducción que se hace del juego), *narratio* (narración de la historia en donde la interactividad llega a su punto máximo), *confirmatio* (con cada decisión se confirma a través de pruebas, las decisiones tomadas) y *epílogo* (a través de un árbol de decisiones que lleva a una conclusión).

² En el siguiente video se presenta uno de los ejemplos de audiovisual del interactivo:
<http://www.youtube.com/watch?v=VN8yr1nt3L8>

³ Tropea, Fabio. “El antiguo arte de la comunicación eficaz...”

- c) La comunicación y educación; a través de un mecanismo de acción y respuesta en la actividad. Yo, como jugador construyo mi propia historia y por lo tanto concientizo de mejor forma el concepto de decisiones y costo de oportunidad.
- II. El simulador del mercado, ganador del premio *Gold Muse Award 2007 otorgado por la American Association of Museums*⁴. A este interactivo yo le llamo “la joya de la corona” porque es un interactivo que conjunta de manera sumamente efectiva, la transmisión de conceptos “difíciles” a través de un juego que contiene imágenes, sonidos, interactividad a través de la tecnología y comunicación entre los jugadores. Esta experiencia multisensorial explica -la escuchada por todos, entendida por pocos- famosa “Ley de la oferta y la demanda”. Los visitantes son divididos en dos equipos, en la que unos son compradores y otros vendedores. A través de unos dispositivos similares a una agenda electrónica el comprador va reportando sus compras (precio) y el vendedor sus ventas (también el precio). Al final, todos los visitantes pueden visualizar, a través de una gráfica que se crea a partir de los datos ingresados por los jugadores, cómo la cantidad y el precio generan un equilibrio cuando todos estamos en un mercado competitivo.



Visitantes en el simulador del mercado
(Fuente: Colección fotográfica del museo)

⁴Se recomienda visitar la página:

http://www.mediaandtechnology.org/muse/2007_interpretinstall.html

2. Instituciones y la economía:

¿Cómo interviene el gobierno en la economía? ¿Qué es un intermediario financiero? ¿Quién es Banco de México?

Estas y algunas otras preguntas son resueltas a lo largo de un recorrido en el que se presentan exposiciones que hablan sobre los bancos, el Banco central, las aseguradoras, los fondos de inversión, la inflación, la política fiscal y el gasto, entre otros.

En este punto, una de las exhibiciones centrales es la que muestra el tema de inflación, ya que es un elemento clave en el desarrollo conceptual y visual del museo. La inflación es un concepto doblemente difícil de explicar, por lo que implica y ha implicado en la historia económica de países como México y por la compleja estructura de creación del indicador. Para poder hacer frente estas “dificultades”, el MIDE optó por crear una experiencia interactiva en la cual se ve una gran pantalla con los componentes de la inflación en México y la posibilidad de visualizar los indicadores históricos y presentes.



Exhibición: Así se mide la inflación
(Fuente: Colección fotográfica del museo)

Frente a esta gran pantalla llena de indicadores, existe un juego interactivo con pantalla sensible al tacto, en la que el visitante calcula su propia inflación a través de un cuestionario de sus gastos. Este es un mecanismo para completar el ejercicio de divulgación, ya que de un lado se ve el concepto general y del otro una experiencia interactiva personal.

3. Crecimiento y bienestar

Esta área habla principalmente sobre el índice de desarrollo humano en México y en otros países. Esta es una sala en la que los elementos visuales e interactivos son el centro de atracción. Por un lado la exposición está enmarcada por fotografías realizadas por el fotógrafo Peter Menzel, para su libro “Hungry Planet,

what the world eats”⁵, en donde se trata de plasmar –como se hace en el museo con reproducciones a gran escala de las mismas- las diferencias en el estilo y nivel de vida de diversos países.

En el centro de la exposición el visitante se encuentra con una mesa interactiva en la que puede comparar los diferentes indicadores de bienestar alrededor del mundo y en diversos años. Este interactivo, no está resuelto a partir de una pantalla de ordenador o de audiovisuales, sino que es un mapa mundial en el que se tienen gráficas de barras interactivas en 3D para que el visitante tenga una mejor visión y comprensión de las diferencias mundiales.



Mesa con gráfica en 3D
(Fuente: Colección fotográfica del museo)

4. Numismática y fábrica de billetes

En esta sala se presenta una colección parcial –perteneciente al Banco de México- de los billetes y monedas más representativos de las diferentes épocas históricas del país, así como la función de la fábrica de billetes. En esta sala es digno de mencionarse la posibilidad que dan las pantallas de gran dimensión en la que se presentan los billetes y el visitante puede ver los elementos de seguridad que son cuestión clave en la que la fábrica de billetes del Banco de México tiene grandes adelantos tecnológicos.

Uno de los elementos con mayor difusión del MIDE es la impresión del billete con tu fotografía. Al salir de la sala de numismática y fábrica de billetes, el visitante puede ir a tomarse una foto y en el momento tener un billete personalizado con el diseño escogido. Este ha sido un gran acierto del museo, pues el visitante se lleva un recuerdo del mismo.

⁵ El libro tiene una nueva edición que se puede encontrar como: Menzel and Aluizio; What the world eats, Tricycle press, 2008. Y en google libros:
http://books.google.com.mx/books?id=TFCER7w_dooC&printsec=frontcover&source=gbs_v2_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false



Ejemplo de un billete personalizado
Fuente: s221.photobucket.com

Para concluir con el recorrido, es importante mencionar que muchas de las cédulas que se leen en las exhibiciones se pueden llevar a casa, aprovechando la conectividad a través de internet, la digitalización de contenidos y transmisión a una cuenta específica a través de código de barras. El visitante con su boleto de acceso al museo puede registrar la información que vaya siendo de su interés en los lectores específicos para esta acción que se encuentran en algunas de las exhibiciones. Al final de su recorrido, en unos ordenadores puestos para este fin, el visitante “vacía” toda la información que ha solicitado y la envía a través de su correo electrónico. Con esto se evitan niños escribiendo en cuadernos y perdiéndose de la experiencia completa, también se ayuda a que el visitante pueda leer la información con más calma y tenga una referencia de tipo bibliográfico para incrementar su conocimiento con la investigación más a fondo de un tema.

La aplicación de la tecnología, la comunicación y la educación de manera que se complementan e incrementan la experiencia del visitante y el desarrollo continuo de espacios en los que la historia y la tecnología se conjuntan para divulgar la ciencia económica han hecho que el MIDE haya ganado premios internacionales como:

- Mayo 2007: Gold Muse Award por la exhibición del Simulador del Mercado (experiencia interactiva que explica las fuerzas de la oferta y la demanda).
- Octubre 2007: Association of Science and Technology Centers, por la experiencia del visitante.
- Mayo 2008: Premio del Consejo Internacional de Museos en la categoría de desarrollo de estaciones interactivas.

Espacios itinerantes y material para maestros y la familia.

La experiencia del MIDE ha captado la mirada de diversas instituciones públicas y privadas en México y en el extranjero que han establecido contacto con el Museo como patrocinadores, colaboradores y clientes.

Instituciones como la Asociación de Bancos de México (ABM) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) han pedido al MIDE unir esfuerzos en pro de

la educación financiera del país. Con la ABM ha trabajado en diversos programas y esfuerzos conjuntos, en este documento hablaré solamente de uno de ellos, los libros publicados en papel y digitalmente:

1. Entrenando en Familia: Por la salud financiera⁶
2. Salud Financiera: Mi responsabilidad⁷

Estos libros que la ABM editó con la colaboración del MIDE se crearon a partir de publicaciones ya hechas por el Council on Economic Education de Estados Unidos de Norteamérica⁸. Al ser el uno de los primeros esfuerzos por crear material educativo que fuera complementario –a mi parecer- a lo que se muestra en el Museo y como guía para hablar de estos temas en el aula de clase y en familia, estas instituciones partieron de la gran experiencia que tiene el Council y decidieron comprar los derechos y hacer una adaptación cultural de los mismos.

En su formato impreso, estos libros han sido distribuidos en diferentes foros, como por ejemplo: a través de talleres de educación económica y financiera para maestros. En su forma digital se ha aprovechado la plataforma de la ABM para agregarlos al sitio de la institución a través de la página web de educación financiera. En esta página de internet existen dos versiones de los libros: on-line y de descarga, es decir el primero se visualiza en formato html y el otro en formato PDF para poder guardarlo e imprimirlo de manera más fácil, ya que ambos libros contienen ejercicios y juegos para realizar en grupo.

Con la SHCP no ha sido de otra forma, ya que ésta al ser la autoridad hacendaria del país, se ha propuesto también ser parte de un conjunto de actividades y recursos comunicativos con la población, a través de los cuales de manera directa y sencilla se habla sobre los temas de economía y finanzas, lo cual a largo plazo se retribuirá en población con capacidad de decisión consciente e informada. Entre los proyectos que ha tenido el MIDE con esta institución pública, uno de ellos en el que tuve la suerte de trabajar, fue la exposición itinerante “Finanzas y Bienestar: El ciclo de la vida”⁹

Esta exposición itinerante fue la creación del primer “mini-museo de economía” con un tema específico y que pudiera ser llevado a las plazas dentro de la República Mexicana. La expresión que utilizo como mini museo no es despectiva, al contrario la tomo como un primer esfuerzo de duplicar la tecnología, esquema de comunicación y educación manejada en la creación del MIDE. Este proyecto fue un trabajo de alrededor de año y medio en el que de nuevo se reunieron

⁶ Este libro puede ser consultado en la siguiente liga:

http://www.abm.mx/educacion_financiera/Libro1/index.html

⁷ Este libro puede ser consultado en la siguiente liga:

http://www.abm.mx/educacion_financiera/Libro2/index.html

⁸ El Council on Economic Education es una institución que promueve la educación económica y financiera en EUU y otras partes del mundo. Para mayor información, visitar la página:

www.councilforeconed.org

⁹ Se recomienda ver el siguiente video: <http://www.youtube.com/watch?v=5T0HocD4ZKM>

diseñadores, museógrafos, economistas, comunicadores, pedagogos, entre otros, para elaborar una exposición que la SHCP junto con la Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (CONDUSEF) están itinerando en diferentes puntos de México.

El objetivo principal de esta exposición es descubrir, identificar y conocer que todos tenemos un ciclo de vida, que a lo largo de él debemos tomar decisiones con sus consecuencias y que los instrumentos financieros y el conocimiento de ellos pueden ayudarnos en diferentes momentos.

El público meta para el que fue creada esta exposición es de niños y adolescentes entre 8 y 15 años, así como la visita de familias que puedan reflexionar en conjunto sobre los temas que se tratan. Fue sumamente importante en la creación de cada una de las exhibiciones mantener el espíritu edu-comunicador del MIDE por lo que se puso mucho cuidado al diseñar interactivos, espacios de comunicación y juegos para crear un punto de divulgación atractivo, dinámico y con una comunicación clara.

El resultado fue la creación de un espacio en el que la experiencia del visitante fuera multisensorial a través de ocho grandes áreas con sitios:

- ✓ visuales (fotografías lenticulares de personas a tamaño real en la entrada),
- ✓ audiovisuales (pantallas en alto que reflejan todos los resultados de los juegos interactivos),
- ✓ sonoros (al entrar el sonido del paso del tiempo “tic-tac”),
- ✓ gráficos (infografías que reflejan estructuras complejas de manera clara y fácil),
- ✓ de comunicación entre los visitantes (el juego de decisiones en conjunto, en el que participan de dos a cinco personas)
- ✓ e interactivos (cuatro estaciones de juego interconectadas, en las que el visitante interactúa en unas pantallas sensibles al tacto y toma decisiones a lo largo de su vida hasta obtener un resultado de ellas en el retiro).



La creación de este espacio itinerante con diferentes formas de divulgación a través de diversos sistemas edu-comunicativos, ha sido una gran experiencia en la que estoy segura ha dado la pauta para seguir con más proyectos de este tipo en el Museo, tomando en cuenta las experiencias de este primer producto.

Conclusiones

Como se ha presentado a lo largo del recorrido por la creación, operación y otros proyectos, el MIDE es un espacio en el que se ha podido conjuntar de manera muy acertada la comunicación, la divulgación de la ciencia, la tecnología y la educación. El uso de tecnologías que integran al visitante en una experiencia diferente, en la que los sentidos tienen un papel preponderante y la comunicación es efectiva desde el punto de vista narrativo, este Museo es un ejemplo claro de la nueva etapa por la que está cruzando la gestión cultural y en este caso –y especialmente- la de los museos de divulgación de la ciencia, en la que quizás se esté desarrollando otra visión.

A partir de este último punto, me gustaría abrir exponer dos preguntas para posteriores investigaciones:

- ¿Existe un nuevo paradigma de la edu-comunicación en museos?
- ¿Cómo podríamos definirlo?

La reflexión personal en primera instancia es:

Es claro que hay un nuevo paradigma de la edu-comunicación en museos en el tipo de estrategias comunicativas que deben ser diversificadas, en evitar la superposición del contenido sobre el diálogo y la experiencia del visitante, en no querer suponerse un complemento a la educación formal sino una experiencia educativa independiente que está en el campo de la educación no formal, en que la experiencia no se reduce a lo visual y el pensamiento sino que es un conjunto de experiencias multisensoriales, en la que el visitante se vuelve parte de la exposición.

Por lo tanto, me arriesgo a definir de manera informal que el nuevo paradigma de la edu-comunicación en museos y otras gestiones culturales se basa –entre otras cosas y que deben ser objeto de estudio y demostración en otro documento de investigación- en crear una experiencia a través del diálogo involucrando emociones y sensaciones a través de la participación activa del visitante y la construcción particular de una realidad individual.

Bibliografía

MUSEO INTERACTIVO DE ECONOMÍA (2008). "Catálogo en español del MIDE".

REGIL, Laura (2006). "Museos virtuales: entornos para el arte y la interactividad". Revista Digital Universitaria, Coordinación de publicaciones digitales, DGSCA-UNAM. www.revista.unam.mx/vol.7/num9/art78/int78.htm

TROPEA, Fabio. "El antiguo arte de la comunicación eficaz: la dimensión retórica de la comunicación". Gabinete de Comunicación y Educación, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 20-25.

VANEGAS, J.; ORTIZ E.; BALLESTEROS C. (1996). "Historia del Hospital de Betlemitas de la Ciudad de México" IX Simposio de Investigaciones Arqueológicas en Guatemala, p. 601-606.

VARELA, C; STENGLER E. (2004). "Los museos interactivos como recurso didáctico: El museo de las ciencias y el cosmos". Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias Vol. 3 No. 1, p.1-5.

ZAVALA, Lauro (2006). "El paradigma emergente en educación y museos". *Opcion*, ago. 2006, vol.22, no.50, p.128-141. ISSN 1012-1587.