

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
INGENIERÍA EN DISEÑO DE PRODUCTOS
VALPARAÍSO – CHILE



EXPERIENCIA INFANTIL DE ACERCAMIENTO A LOS MUSEOS
DE ARTE COMO ENTE EDUCATIVO EN CHILE,
“VIVART, EXPERIENCIA CREATIVA”

PAULA ANTILLANCA MANTEROLA
MEMORIA DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO EN DISEÑO DE PRODUCTOS
PROF. LEONARDO MADARIAGA BRAVO
NOVIEMBRE – 2017

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a mi familia porque gracias a su soporte he llegado hasta este lugar en la vida.

A las amigas y amigos que han estado en esta etapa, pero especialmente a Sabrina y Javiera por su apoyo para poder avanzar en la universidad y su real amistad.

A las personas que estuvieron dispuestas a compartirme todos sus conocimientos y experiencia en sus distintas áreas de trabajo tanto en museos como profesores de artes plásticas y alumnos, en favor de este proyecto.

A Leonardo Madariaga, Profesor Guía, por su tiempo y acompañarme a terminar esta etapa universitaria. A los profesores que han podido aportar desde lo humano más allá de lo académico.

Y a Maite Barros, por ser guía desde el arte y de la vida.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo, da cuenta sobre el proceso investigativo acerca de la falta de educación ciudadana y valórica que existe hoy en día en el país y de cómo el museo de arte, cumple una función social y creadora en el desarrollo del ser humano siendo un aporte para esta carencia. De esta manera, se analiza lo que ocurre hoy en día en Chile respecto a las visitas a los museos de arte y la relación con el contenido de ellos, que hace falta en la sociedad.

El pasado 2016, según un estudio realizado por el Consejo Nacional de la Cultura, el Museo Nacional de Bellas Artes sólo recibió un 2% de asistentes en relación al total de la población chilena, lo cual da cuenta del hecho de que no existe un conocimiento de las artes plásticas y lleva a una falta de interés por lo mismo. Hoy en día, en los colegios sólo está establecida una hora y media semanal de clases de esta asignatura, pues la educación se centra

principalmente en potenciar conocimientos de lenguaje y matemáticas, sin tener en cuenta el desarrollo integral de la persona a través de la capacidad creadora que cada ser humano tiene.

Así, se considera que, en la etapa infantil es cuando se debe dar énfasis al fomento de las artes plásticas, generar un acercamiento y cautivar, de tal forma que el interés se mantenga en el tiempo, y hayan futuros ciudadanos que participen en la cultura. Donde, en este caso, el museo es la instancia educativa que permite lograr un apoyo al aprendizaje mediante la experiencia práctica y el encuentro vivencial con los elementos.

A partir de esto, se busca tomar la oportunidad de lo lúdico y experiencial que admite el museo, y por otro lado, el apoyo educativo en el tiempo que se puede lograr

gracias al establecimiento educacional en las clases de artes plásticas. De este modo, se crea una experiencia creativa para el usuario infantil, a nivel de prototipo y para efectos de esta instancia de 9 a 11 años, denominada “VivArt”, experiencia que se completa gracias a una estación de trabajo móvil.

Esta estación de trabajo móvil, contiene en su interior una croquera con actividades en apoyo al aprendizaje que se sitúan en cuatro etapas a desarrollar. Primero en el colegio, luego la visita al museo, en seguida nuevamente una instancia en el aula escolar, y finalmente una visita de cierre y en comunidad al museo. Todas las cuales, se describen en detalle paso a paso en el presente desarrollo del proyecto, además de las mejoras a realizar con el fin de pasar del prototipo al producto final.

ABSTRACT

The present work, tells about the investigative process about the lack of value and civic education that exists today in the country and how the art museum fulfills a social and creative role in the development of the human being, in contribution for this deficiency. In this way, what is happening today in Chile regarding visits to art museums and the relation between the content of them and this needed in the society.

Last 2016, according to a study presented by the National Council of Culture, the National Museum of Fine Arts received only 2% of attendees in relation to the total Chilean population, which accounts for the fact that there is no knowledge of the plastic arts and leads to a lack of interest in the same. Nowadays, only one and a half hours of classes of this subject, are established in schools, because education focuses mainly on enhancing knowledge of language and

mathematics, without taking into account the integral development of the person through the creative ability that every human being has.

So, it is considered that, in the infant period is when emphasis should be given to the promotion of the plastic arts, generate an approach and captivate, in such a way that the interest is maintained over time, and there are future citizens who participate in the culture. Where, in this case, the museum is the educational instance that allows to achieve support for learning through practical experience and the encounter with the elements.

From this, it seeks to take the opportunity of the playful and experiential that the museum admits, and on the other hand, the educational support over the time that can be achieved thanks to the educational

establishment in the plastic arts classes. In this way, a creative experience is created for the child user, at the prototype level and for the purposes of this instance from 9 to 11 years old, called "VivArt", an experience that is completed thanks to a mobile workstation.

This mobile workstation contains inside an art book with activities in support of learning that are located in four stages to be developed. First in the school, later the visit to the museum, afterward again an instance in the school classroom, and finally a closing visit and in community to the museum. All of which are described in detail step by step in the present development of the project, in addition to the improvements to be made in order to move from the prototype to the final product.

GLOSARIO

Artes plásticas: Expresión humana por medio de distintos materiales usando elementos compositivos para construir la obra.

Aula de clases: Se refiere al espacio físico dentro del establecimiento educacional donde es impartida una asignatura.

Creatividad: Hace referencia a la capacidad de desarrollar nuevas ideas a través de la expresión propia.

Didáctico: Método que tiene la finalidad de enseñar, mediante la estimulación de las habilidades creativas y de la comprensión, valiéndose de la práctica

Elementos plásticos de la pintura: Se refiere a los elementos que forman parte de la composición de una obra de arte.

Infancia: Período de la vida humana desde el nacimiento hasta la pubertad.

Lúdico: Que tiene relación con el juego.

Producto: Objeto físico elaborado con el fin de satisfacer las necesidades de un usuario.

Propuesta de valor: Se refiere al valor agregado que estratégicamente se genera en un producto o servicio para entregarle una diferencia importante por sobre el mercado en el cual se va a poner en marcha.

Requerimiento: Requisito que se debe cumplir desde el punto de vista de la

pertinencia y conformación de un objetivo de diseño.

Servicio: Elemento intangible creado con el objetivo de satisfacer las necesidades de un usuario.

VivArt: Experiencia creativa, basada en la vivencia del arte plástico.

ÍNDICE	AGRADECIMIENTOS	2
	RESUMEN EJECUTIVO	3
	ABSTRACT	5
	GLOSARIO	7
	INTRODUCCIÓN	12
	OBJETIVOS DEL PROYECTO	15
	Objetivo General	15
	Objetivos Específicos	15
	CONTEXTO	16
	1.1 Educación cívica y su conformación en Chile	18
	1.2 Mirada general sobre el rol del museo	21
	1.3 Importancia del museo en la educación artística escolar	24
	1.4 Incorporación de los escolares en el museo para el fomento de la educación artística	26

1.5	Importancia del conocimiento y desarrollo de las artes plásticas en la infancia	29
ÁREA DE OPORTUNIDAD Y NECESIDADES		32
2.1	Actores dentro de la visita escolar a los museos	34
2.2	Museos de arte en Chile	36
2.3	Necesidades del usuario	39
2.3.1	Descripción entrevistas y encuesta	39
2.3.2	Resultados encuesta	41
2.4	Participación en museos y exposiciones de arte en Chile	48
2.4.1	Conclusiones encuesta y entrevistas	48
2.4.2	Estadísticas nacionales	51
2.5	Conclusión de la necesidad del usuario	54

DESARROLLO DE LA IDEA DE PROYECTO Y SOLUCIÓN		56
3.1	Referentes extranjeros	58
3.2	Primeras propuestas de producto	62
3.3	“Experiencia Creativa”: Evolución de la propuesta	66
3.4	Referentes para el producto	69
3.5	Desarrollo del prototipo y propuesta de valor	73
3.5.1	Producto final	73
3.5.2	Proceso de diseño y desarrollo del prototipo	81
VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO Y MODELO DE NEGOCIOS CANVAS		91
4.1	Validación del prototipo	93
4.2	Modelo de negocios CANVAS	95
CONCLUSIONES Y PROYECCIONES		107
5.1	Conclusiones	108

5.2	Proyecciones	110
REFERENCIAS		113
ANEXOS		117

INTRODUCCIÓN

Hoy en día hay una falta de educación ciudadana en el país, desde 1997 desaparece la “Educación Cívica” como asignatura independiente y se define como objetivo transversal al currículum escolar. La ausencia de educación formal en la materia ha dejado en evidencia la **carencia de habilidades para una ciudadanía activa y participativa**, preocupada por “el otro”, que se ve reflejada en situaciones como el **maltrato de patrimonio, la falta de participación electoral y el desinterés en asuntos públicos**, entre otros. De hecho, se evidencia en los resultados obtenidos por los jóvenes chilenos en el marco de evaluaciones internacionales comparadas sobre la educación cívica, donde están por debajo de la media entre los países a nivel mundial encuestados (Schulz, Fraillon, Ainley, Losito & Kerr, 2010).

Debido a esto, se hace necesario incentivar la formación cívica desde la temprana

infancia, para que los/as niños/as como futuros ciudadanos tengan la capacidad de respetar y convivir en armonía con el otro, de participar de forma activa y consciente, reconocer la identidad nacional, etc., es decir, aprendan sobre el cumplimiento de responsabilidades y ejerzan sus derechos dentro de una comunidad.

Un camino para promover la educación cívica y valórica es **fomentar al museo de arte como ente educativo**, ya que permite el **desarrollo del pensamiento** crítico a partir de contemplar obras que posibiliten la libertad de imaginación e incentiven el potencial creativo de la persona.

En Chile, en general, la gente visita poco los museos de arte, y si lo hace, no entiende lo que observa. De hecho, el Museo de Bellas Artes en el año 2016 sólo recibió alrededor de 350.000 asistentes, es decir, un 2% si se

compara con el total de la población (Dirección de bibliotecas, archivos y museos, 2017). Pareciera que hay un déficit en el contenido educativo en lo que respecta a la teoría e historia del arte a nivel escolar, lo que genera personas que, a la hora de enfrentarse a una obra plástica, no comprenden lo que ven. De este modo, no existe conexión con los museos de arte y, por tanto, no hay una asistencia permanente a ellos.

Así, se procede a una investigación del contexto social en este sentido, para luego, mediante estos resultados distinguir una oportunidad de diseño, encontrar las necesidades reales del usuario y generar una serie de requerimientos que permiten llegar a un concepto de diseño.

De esta manera, nace el desarrollo de una propuesta de proyecto que consiste en

tomar la **experiencia práctica** como eje fundamental para potenciar el **conocimiento en el arte y el desarrollo de la creatividad**, y que, a su vez, esta estimulación sea un apoyo al aprendizaje y a la motivación en el tiempo por el interés por el arte y museos. Así, para este proceso, se llevan a cabo prototipos de producto que permiten llegar a una idea propuesta final de diseño.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Acercar y cautivar a la sociedad infantil chilena con el arte plástico, a través del museo de arte como instancia educativa.

Objetivos Específicos

1. Generar una solución que permita una conexión niños/museo de manera que se logre un apoyo al aprendizaje significativo.
2. Cautivar al espectador a través del aprendizaje en museos de arte.
3. Generar una mayor afluencia de niños en los museos, donde se les explique desde la lectura plástica, la observación y el análisis del tema, de las obras.

CAPÍTULO 01

CONTEXTO

CAPÍTULO 01 / CONTEXTO



CAPÍTULO 01

CONTEXTO

En el presente capítulo, se muestra la investigación contextual del medio, donde se halla la problemática en que se encuentra la sociedad actualmente, y que permite generar un conocimiento de las diferentes áreas que forman parte de una visita a un museo de arte y lo que ello conlleva, de manera de poder desarrollar un proceso de concepción de productos desde el problema a la solución.

Así, en primera instancia, se da a entender la importancia del **conocimiento de las artes plásticas a nivel escolar y cómo pueden favorecer al desarrollo del ser humano**, el rol que cumple el museo dentro de la sociedad y la unión de estas dos aristas con un fin educativo.

1.1 Educación cívica y su conformación en Chile

La educación cívica, hace referencia a la formación de los futuros ciudadanos para que sean capaces **de convivir y relacionarse socialmente dentro de una comunidad en armonía y respeto con el otro**, con conciencia acerca del cumplimiento de responsabilidades y ejecución de derechos.

Según la RAE, los conceptos ciudadano y civismo se definen de la siguiente manera:

- **Ciudadano:** Perteneciente o relativo al civismo. Persona considerada como miembro activo de un Estado, titular de derechos políticos y sometido a sus leyes.
- **Civismo:** Comportamiento respetuoso del ciudadano con las normas de convivencia pública.

En la actualidad, este concepto ha evolucionado a “formación ciudadana”, una

visión más amplia acerca de la enseñanza de la Educación Cívica e Historia Nacional, en la que se fomenta el aprendizaje de conocimientos focalizados en los derechos humanos, la democracia y la diversidad. Más allá de los sistemas administrativos, estructuras gubernamentales y hechos históricos, se potencian las habilidades y valores que promueven la formación de las personas como ciudadanas dentro de una comunidad (Soysal y Wong, 2008). Esto permite, además, dar relevancia a la educación no formal, ya que da cuenta de la relación entre la forma de vida cívica y lo que ofrece la comunidad en sí para la educación de sus miembros (Ministerio Nacional de Educación, 2005).

Por otro lado, en referencia a la formación ciudadana, la “Guía de Formación Cívica” publicada en 2016 por la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (en adelante BCN) describe:

“Si se entiende la formación ciudadana como el desarrollo de las competencias necesarias para formar ciudadanos conscientes de sus derechos y deberes, tanto en el aspecto político como social; se puede decir que su participación en organizaciones de la Sociedad Civil permite empoderarse de derechos, y asumir responsabilidades respecto de los problemas que afectan a la sociedad y hacer un llamado a tomar parte en la solución de estos problemas” (BCN, 2016).

En Chile, la educación formal de esta materia a nivel escolar ha pasado por diferentes etapas. En 1912 se establece la “Educación cívica” como asignatura independiente en 5to y 6to humanidades, pero en 1967 es integrada dentro del plan de la asignatura de “Ciencias Sociales”. En 1980 vuelve a formar parte de la malla curricular de los mismos niveles con el nombre de “Educación cívica y economía”, y

en 1984 nuevamente como “Educación cívica”. Finalmente, en 1997, la educación cívica se define como objetivo transversal, anulándose por completo del currículum escolar (BCN, 2013).

El hecho de que no existiese dentro del plan educativo este contenido, se vio reflejado en los resultados obtenidos por los estudiantes chilenos que participaron en el Estudio Internacional sobre Formación Cívica ICCS en 2009, en el cual, sobre conocimiento y habilidades cívicas, adquirió 483 puntos, mientras que el promedio entre los países participantes fue de 500. Esto pone en evidencia la falta de habilidades con que cuentan las personas para una ciudadanía activa y participativa (BCN, 2016).

Lo anterior se ejemplifica concretamente en situaciones como el maltrato de patrimonio, la falta de participación electoral y el

desinterés en asuntos públicos, entre otros. A nivel global, la importancia de educar en este ámbito, se visualiza como consecuencia de los ataques terroristas y las respuestas que debería dar la sociedad civil, con el fin de conseguir una democracia más sostenible y lograr una participación social en diversos objetivos, desde motivaciones religiosas hasta la defensa de los derechos humanos o la protección del medioambiente (Schulz, Fraillon, Ainley, Losito & Kerr, 2010). Es un tema que debe abordarse desde la infancia para preparar a los futuros ciudadanos.



Figura 1, Maltrato de patrimonio en la V Región

Fuente: Propia

Entre los conceptos de escuela y ciudadanía se da una fuerte relación, pues al ingresar al colegio los niños/as se ven enfrentados a formar parte y participar de una experiencia en conjunto con sus pares de forma independiente, es decir, no conducida por

sus familias, y, por lo tanto, comienza a desarrollarse su primera experiencia ciudadana, su incorporación a la ciudad. Allí se crea una vivencia en común, con significados compartidos que potencian la comunicación y el sentido de comunidad al igual como ocurre en el entorno público (Ministerio de Educación, 2007).

En esta misma línea, el Mineduc destaca dentro de sus contenidos a enfatizar para mejorar la formación ciudadana, las llamadas “Virtudes básicas”, donde hace referencia a potenciar dentro del ambiente cotidiano de la escuela las características y destrezas de cada niño/a que contribuyen al desarrollo de su persona, de modo que sea un ciudadano participativo, reflexivo y respetuoso. Se distingue el hecho de que ocuparse de la formación ciudadana tiene por propósito no saber más conocimientos, sino el mejorar como persona (MINEDUC, 2007).

De esta manera, al entender la educación como un proceso de socialización formado a través de la acumulación de experiencias transmitidas en el tiempo, lo que sucede durante toda nuestra vida, viene a ser justamente parte de un gran proceso educativo (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2017).

1.2 Mirada general sobre el rol del museo

Para abarcar el aprendizaje de la educación cívica dentro de una sociedad, se pueden tomar diferentes caminos tanto dentro de la educación formal como desde la educación no formal, es decir, fuera del aula de clases. Pues al irse complejizando las sociedades, el proceso educativo no solamente es tarea de la familia o de un grupo social reducido como el espacio escolar, sino que entran a participar los agentes culturales encargados

de transmitir conscientemente el saber cultural (DIBAM, 2017).

Dentro de esto, uno de ellos es fomentar al museo de arte como ente educativo, ya que permite generar un pensamiento crítico a partir de contemplar, desde el entendimiento, obras que permiten la libertad de imaginación e incentivan el potencial creativo de la persona. Un museo, a modo general, según el Consejo Internacional de Museos (ICOM) se define de la siguiente manera:

“Un museo es una institución permanente sin fines de lucro para el servicio de la sociedad y su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe la herencia tangible e intangible de la humanidad y su entorno, con propósitos de educación, estudio y disfrute” (Estatutos ICOM, 2007).

En su origen, el museo de arte se establece como un espacio institucional centrado en el resguardo y colección de obras, es decir, ligado totalmente a cumplir una funcionalidad práctica (Harrison, 2013). Su existencia nace de la idea principal de salvaguardar la identidad cultural de la sociedad siendo así un testimonio de la historia de la época. Sin embargo, estos conceptos fueron evolucionando con el tiempo, de manera que en 1683 el Museo Ashmolean de la Universidad de Oxford abre una exposición privada por primera vez al público. Más tarde, en 1946 se crea el Consejo Internacional de Museos (ICOM) con el fin de proteger y promover los bienes culturales de los museos para y por la sociedad y su desarrollo, de modo que se genera un primer y gran impulso a la evolución de los museos. Ya en el 1977 se instaure el Día Internacional de los Museos, bajo el objetivo de promover al museo como ente favorecedor al desarrollo de la sociedad. Se establece entonces un legado

de vinculación con el medio y abierto como espacio de educación no formal (Consejo Internacional de Museos, 2017).

Hoy en día, el museo asume y favorece el aprendizaje del contenido educacional a través de la experiencia contextual, pues entiende el resultado de esta vinculación, como la búsqueda, transformación y difusión de la identidad cultural de la sociedad. De este modo, se produce una comunicación con el medio social en conjunto con el desarrollo de la sociedad (Delgado y Recamán, 1990).

Como se menciona a Godoy, 2003, en Dibam, el museo es el espacio donde se desarrolla la cultura en su máxima expresión, donde se encuentra la creación del ser humano, el significado de ésta, y así se genera la discusión a través de lo que estos objetos son capaces de contar y del

discurso propio que generan. Es decir, el espacio cuya materia prima es la cultura, es el museo, los elementos y el ejercicio de ella se encuentran de tal modo que en esta convergencia proporciona una nueva forma de entender el mundo y a la vez de entenderse a sí mismo (DIBAM, 2017).

Un museo, debe saber cumplir con **su doble responsabilidad** de preservar con integridad sus objetos de colección como también favorecer a la evolución de la sociedad, siendo un ente educador a través de la comunicación con el medio. Por ello, es importante llevar de manera equilibrada ambos puntos, pues de esta manera se puede lograr que quienes visiten el museo se reconozcan en las obras de arte mediante extrañeza/curiosidad, admiración y ganas de aprender. En definitiva, sean capaces de resonar con lo que ven, interiorizarlo, y de esta manera hacerlo parte del contexto en que crecen y se desenvuelven.

1.3 Importancia del museo en la educación artística escolar

Cuando se habla del valor de las artes y la cultura, en realidad, por lo que se debe partir es por la esencia de cómo estas materias se introducen y son parte del interior del ser, de las emociones, y cómo afectan, por tanto, al desarrollo del entorno social. El arte va mucho más allá, por ejemplo, de una simple reproducción de manualidades. El arte tiene la capacidad de ser un transformador social.

Alicia Vega (2016), investigadora chilena de cine y experta en cinematografía, así lo afirma en una entrevista a “Fumosla”, sitio web que promueve contenidos, iniciativas y actividades culturales:

“Yo creo que es una vía de reflexión que permite una libertad interior, a través de la cual los niños pueden

desarrollarse a su propia costa, sin que nadie intervenga allí. La condición del país no les puede quitar la cultura que ellos van adquiriendo personalmente, no les puede quitar la sensibilidad que tienen. El arte tiene el poder de agrandarles el mundo, potenciar la fuerza interior que ellos tienen para poder resistir la crudeza de la vida. Creo que alguien que tiene desarrollada la capacidad de apreciación artística está mucho más preparada para sentirse persona, para sentirse que vale la pena, que es libre y respetado.”

Es decir, da cuenta del trasfondo humano que tiene el conocimiento, entendimiento y expresión del arte, pues independiente de la práctica concreta de esta materia que pueda ejercer el individuo, decida dedicarse o no a ello, sea la actividad que sea que

desempeñe en los diferentes aspectos de su vida, éste va a estar presente de manera intrínseca, ya sea como ciudadano, trabajador, reconocedor de su historia, al generar un pensamiento crítico, etc.

De hecho, en el museo Crystal Bridges (Arkansas, EEUU) se hizo un estudio, con alumnos de entre 5 y 17 años edad, que formaron parte de un programa de visitas constantes a museos de arte. Se quitó la dificultad en cuanto a temas monetarios y de transporte, y se permitió de este modo el desarrollo óptimo de salidas a terreno a museos de arte con un plan educativo incluido. Así, se llegó a una serie de conclusiones sobre la mejora en el aprendizaje que adquieren con respecto a ser jóvenes más civilizados que poseen conocimientos sobre arte, forman fuertes habilidades de pensamiento crítico, muestran mayor empatía histórica, niveles

de tolerancia y gusto por consumir arte y cultura (Greene, Kisida y Bowen, 2014).

Actualmente, se considera que en la educación artística con el objetivo de ir en avance tiene que ser global e integradora, esto hace referencia a que la educación del arte debe ser por y en el arte, ambas visiones en comunión. El contenido se tiene que manifestar a través de la práctica, pues hay una fuerte implicancia entre actitudes y el conocimiento conceptual (Juanola, Calbó; 2005).

Dentro del contexto museológico se da la posibilidad a esta práctica. Los objetos sirven de mediadores del traspaso del conocimiento a través de su aspecto físico, permiten que el proceso de aprendizaje se logre por el interés que supone la experiencia vivencial más allá de lo que se puede inferir de un texto. Según E. Hooper-

Greenhill (como se citó en Juanola, 2008) los objetos son capaces de comunicar y expresar información a través de las sensaciones, es decir, permiten generar ideas más allá de lo evidente

Es así como esta metodología de aprendizaje se vuelve más significativa, pues el conocimiento es menos impuesto e invasivo, nace a partir del propio individuo, de su propio interés a través del desarrollo de una actividad de descubrimiento. A su vez, el museo permite tanto el aprendizaje desde sus objetos como también sobre los museos en sí y su funcionalidad en el contexto social, por lo que sabiendo crear una conexión en cooperación entre museos y educadores, el potencial del aprendizaje se ve totalmente favorecido en beneficio de sus visitantes (Juanola, 2008).

1.4 Incorporación de los escolares en el museo para el fomento de la educación artística

Acorde a la investigación sobre las diferentes etapas de la vida referida en Wilkenin & Chung (como se citó en Mahoney, 2015), las experiencias tempranas que tengan los niños/as en asistencia a los museos influyen directamente en cómo se comporten al respecto durante toda su vida, y también el hecho de sentirse cómodo y de que adquieran la costumbre de estar en un ambiente de museo. Así, en un futuro puedan ser, además, personas “defensoras” de los museos, en el sentido de potenciar que sean visitados y cuidados, de adquirir un compromiso y confianza en ellos llegando incluso a tener membresía, y a hacer donaciones financieras en favor de su progreso.

En la siguiente infografía, se aprecia cómo un usuario se relaciona con la experiencia de

visita al museo y cómo es su proceso de motivación al respecto.

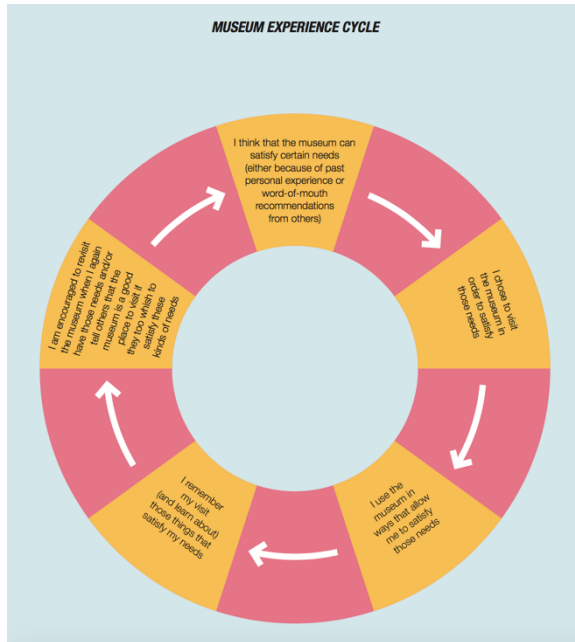


Figura 2, Infografía ciclo de la experiencia museográfica

Fuente: (Falk, 2013)

De esta manera, se reconoce la importancia que tiene guiar en la infancia a los niños/as para desarrollar su potencial creativo e interés por el arte. En este período, es donde

se desarrollan tanto cognitiva como socialmente, por lo que cabe destacar el juego como una actividad de suma importancia al formar parte por esencia del niño y permitir el desarrollo de estas capacidades (Mahoney, 2015). Piaget reconoce las fases del juego que se corresponden con cada etapa del desarrollo infantil, lo que sirve para mostrar cómo se formaliza la comprensión y el dominio mediante la práctica. Al respecto de lo mismo, Dewey explica las experiencias del juego son momentos donde se produce la indagación (como se citaron en Mahoney, 2015). De esta manera, el aprendizaje entre lo cognitivo y la experiencia práctica del juego, adquieren coherencia para darle sentido al mundo y su rol dentro de él.

Para potenciar la imaginación y capacidad de resolución de problemas a través de actividades lúdicas, es importante fomentar oportunidades de juego donde los niños

puedan tener libertad de experimentación y descubrimiento por sí mismo, sin entregar, por ejemplo, herramientas o utensilios de tipo real que condicionan su actuar. El fin es conducir al desarrollo del lenguaje y del pensamiento mediante la experimentación y de forma gradual, acorde al aprendizaje de cada uno (Mahoney, 2015). Así, la experiencia en el museo cobra sentido a través del juego y lo lúdico con un fin educativo.

Esta experiencia en sí, debe ser cargada de contenido, es decir, premeditada para que el niño/a pueda absorber el trasfondo a la que ésta apunte y así le haga sentido, de tal manera que, por ejemplo, una superficie sea vinculada a otra si esto se lleva a cabo de la forma correcta. Pues un niño/a, se expresa más allá del conocimiento, también lo hace según lo que siente, ve y toca, por lo que, aunque sus mentes puedan encontrarse bloqueadas o estereotipadas por alusiones

previas, y carezcan de experiencias sensibles, éstas se deben encausar, darles motivos para que surjan y se ensanche el campo de ellas (Lowenfeld, 1947).

Luego de interiorizadas estas experiencias sensibles, conseguida esta base de fondo, se da el paso para que se generen individuos capaces de pensar de un modo más sensible y valorativo respecto al contexto en que vive. De tal manera, se ha aprendido a “apreciar las necesidades del otro” dentro de la sociedad, justamente uno de los pre-requisitos de la cooperación, del desarrollo social, que es la “identificación con las necesidades de los demás”. Es decir, de esta forma, a través de la experiencia de acercamiento en el arte, se potencian elementos de crecimiento que son responsables de la formación equilibrada de un ser humano, que por lo tanto favorece la existencia de una sociedad en armonía (Lowenfeld, 1947).

1.5 Importancia del conocimiento y desarrollo de las artes plásticas en la infancia

Como hipótesis se ha establecido: En la actualidad, el país se encuentra en una situación educativa respecto al arte donde no se le da mayor importancia. Se considera dentro del plan curricular establecido por el MINEDUC (2017) **solamente una hora y media de clases** para ello y en la mayoría de los establecimientos educacionales al llegar a cierto nivel, generalmente a la educación media, aunque incluso en algunos antes, se debe optar por seguir la asignatura de artes plásticas o la de artes musicales quedando parte importante del alumnado con un vacío en esta área.

La educación en Chile, se basa principalmente en el estudio científico-humanista, que **privilegia el conocimiento de matemáticas y lenguaje**, es decir, tiene

un enfoque unilateral en el desarrollo del ser humano donde, además, existe un sistema de evaluación numérica y estadística constante, que no contribuye en la formación de una sociedad más valórica, reflexiva, ética y justa. Contrario al valor que entregan las artes, que no pretende medir habilidades o técnicas aplicadas por el alumno, sino desarrollar la capacidad creadora de cada individuo, potenciar cualidades del crecimiento que permiten el desenvolvimiento de la sensibilidad del sujeto con el fin de desenvolverse de forma colaborativa dentro de la sociedad con que se vincula durante la vida. Lo que lo inflencie en las matemáticas, por ejemplo, puede ser también observado cuando se expresa plásticamente, y a su vez en el sentido contrario. Si un niño/a se siente impedido a manifestarse en un área de trabajo el mismo hecho se hará sentir en otras (Lowenfeld, 1947).

Hay que mencionar que esto no significa que la educación focalizada en un área sea una práctica negativa, pero sí lo es, cuando se lleva a límites extremos donde el sujeto termina siendo malogrado y pierde o deja de lado las facultades emocionales que le permiten formarse como persona y llevar un equilibrio con lo intelectual, de modo de ser capaces como sociedad, de saber llevar y enfrentar tanto los problemas prácticos como los espirituales (Carrizo, 2017)

En la educación de las artes plásticas lo que cobra significado en el tiempo, no es el producto final al que llega el niño a través del esfuerzo que pone en ello, sino el proceso creativo por el que pasa para esto. Por otro lado, mientras más actúa la capacidad creadora y la sensibilidad referida a sus propias experiencias en complemento con la habilidad de integrarlas, hará que el producto final mejore estéticamente (Lowenfeld, 1947). De esta manera, la idea

de una educación por el arte, es que este proceso creativo sirva como actor para generar seres humanos más creadores, independiente del ámbito de la vida cotidiana en que se utilice o en el campo de trabajo en el que se desenvuelva en el futuro.

Es por esto, que la errada enseñanza que existe hoy en día, con un método centrado en el conocimiento que se logra sobre las asignaturas del programa establecido por el MINEDUC y medido por diferentes instrumentos como Simce, Psu, etc., privilegia resultados académicos, mientras que el método referido por las artes plásticas es la formación del niño mismo, en aporte del desarrollo integral y humano del alumno.

Según Lowenfeld en su libro “Desarrollo de la capacidad creadora” (1947), afirma acerca de la educación artística en la niñez:

“Bien podría ser, la introducción de la educación artística en los primeros años de la infancia, la causa de las diferencias visibles entre un hombre con capacidad creadora propia y otro que, a pesar de cuanto haya sido capaz de aprender, no sepa aplicar sus conocimientos, carezca de recursos o iniciativa propia y tenga dificultades en sus relaciones con el medio en que actúa... ..Puesto que el percibir, el pensar y el sentir se hallan igualmente representados en todo proceso creador, la actividad artística podría muy bien ser el elemento necesario de equilibrio que actúa sobre el intelecto y las emociones” (Lowenfeld, 1947).

CAPÍTULO 02

ÁREA DE OPORTUNIDAD Y NECESIDADES

CAPÍTULO 02 / ÁREA DE OPORTUNIDAD Y NECESIDADES



CAPÍTULO 02

ÁREA DE OPORTUNIDAD Y NECESIDADES

Al tener en conocimiento la problemática y su contextualización, en este capítulo se pone en manifiesto lo que existe y sucede en la actualidad respecto a los museos de arte en el marco nacional, y a partir de ello, las necesidades que surgen en la sociedad respecto al arte, en centros educacionales, museos y al profesorado de artes plásticas; de tal modo de tomar esta oportunidad para el desarrollo de la propuesta de diseño.

Así, resultan de forma directa los objetivos que se deben cumplir y en seguida, los requerimientos necesarios para focalizar y delimitar el producto, y de este modo poder alcanzar estos objetivos de manera adecuada.

2.1 Actores dentro de la visita escolar a los museos

Quienes forman parte de una visita escolar a un museo no sólo son los estudiantes y profesor de artes, sino que también se requiere de varios actores, cada uno participante desde un lugar diferente, pero en conjunto permiten que se pueda llevar a cabo y funcionen este tipo de actividades.

- **Profesor de artes:** Es el profesional encargado de fomentar el desarrollo de habilidades, actitudes y conocimientos en educación artística en los niños/as durante su formación escolar. Es quien influye directamente en la motivación de los alumnos hacia el arte, por lo tanto, pasa a ser el actor principal que permite que la actividad de visita un museo o exposición de arte suceda. Se debe encargar de hacer los

contactos necesarios con el área de mediación del museo, conseguir los permisos en el colegio tanto con dirección como otros profesores que le hagan clases al curso el día de la visita, obtener autorización de los apoderados y a la vez, entre otros, preparar e interesar a los alumnos.

- **Estudiantes:** Son los receptores del aprendizaje de arte, es decir, son los usuarios directos a quienes se les van a entregar los estímulos y herramientas para el desarrollo de la capacidad creadora. Son quienes se ven beneficiados por el producto y/o servicio que se realiza en función de sus necesidades en contribución de su formación como personas.
- **Equipo de mediación y guías de los museos:** Son las personas que

trabajan en los museos y tienen a su cargo distintas actividades dependiendo del museo y del período del año. Por una parte, están a cargo de construir actividades para las visitas de los niños a los museos teniendo en cuenta el programa del Ministerio de Educación, hacer promoción de éstas, ponerse en contacto con los profesores de arte de cada colegio que quieran hacer visitas, mostrar qué tiene para entregar para cada etapa escolar, organizar días y horarios de visitas, recibir y guiar a los visitantes en el museo, y finalmente, entregar toda la información referente a lo que éste posee, de manera de crear un aprendizaje significativo para los estudiantes.

- **Padres y apoderados:** Los padres y apoderados, son quienes permiten y

favorecen que sus hijos/pupilos reciban la formación educativa respecto al arte en este contexto de visitas a terreno. Es por esto, que son importantes en cuanto al apoyo que den a la actividad, tanto al formar parte de las actividades académicas como al fomentar estas mismas más allá del espacio escolar.

- **Dirección y profesores de otras asignaturas:** Son las personas que dentro del establecimiento educacional van a permitir y facilitar el proceso de salida para que el profesor de la asignatura de artes y los alumnos correspondientes puedan adherirse a la participación a estas actividades.

A partir de estas definiciones, obtenidas mediante investigación, encuestas y

entrevistas realizadas, se considera que el producto en cuanto a uso, se debe enfocar en los alumnos, pero que a su vez debe facilitar al profesor de la asignatura, ya que es el motivador principal de que la actividad funcione. A su vez, se debe tener en cuenta el trabajo que hace el personal de mediación del museo, pues son el nexo para que la actividad suceda.

2.2 Museos de arte en Chile

En Chile, como se ha mencionado previamente, el área educativa dentro de los museos de arte, se encuentra en un período más bien inicial, y dentro de este contexto se realizan distintas actividades, las cuales se muestran a través de ciertos ejemplos, seleccionados por su calidad expositiva y afluencia de visitantes y según su ubicación geográfica, descritos a continuación:

Museo de Bellas Artes

Se realizan visitas mediadas abiertas a diferentes grupos etarios, que tienen como fin provocar un diálogo compartido en la estética, donde cada uno pueda aportar desde su percepción, vivencias, visiones del mundo, etc., dando paso también a la entrega de contenido informativo de la obra para complementar la apreciación y estimular la participación.

Por otro lado, en vacaciones, se llevan a cabo talleres para los niños en una sala, que comprenden la confección de un “regalo” para llevar (Museo Nacional de Bellas Artes, 2017).

Centro Cultural La Moneda

Describe la realización de una actividad de cuentacuentos para niños que relaciona su temática con las figuras geométricas, donde luego de esto, se invita a los niños junto a sus padres a representarlas mediante

cintas, reforzando la valoración de la identidad, respecto a las formas de crear y potenciar el trabajo en equipo. Además, destaca el impartir talleres creativos complementarios a la visita al museo separado por edades (Centro Cultural La Moneda, 2017).

Por otra parte, en el marco del desarrollo de esta tesis, se visita a la exposición de Andy Warhol, donde se aprecia un espacio habilitado para desarrollar actividades infantiles, pero éstas se focalizaban en colorear o rellenar un dibujo igual para todos, sin dar paso a la creatividad de cada niño/a.



Figura 3, Trabajos de actividad en exposición Centro Cultura La Moneda,

Fuente: Propia

CorpArtes / Jardín de las esculturas

Posee recorridos guiados infantiles y en su página web muestra un cuaderno educativo con textos informativos sobre El Jardín de las Esculturas (CorpArtes, 2017).

A su vez, en entrevistas realizadas a personas del área educativa de tres museos con el fin de conocer diferentes

metodologías más allá de su temática, se conocen con mayor cercanía y detalle sus actividades. De esta manera, se describe lo siguiente:

Museo de Artes Decorativas

Se desarrollan visitas temáticas y se tiene un espacio para talleres complementarios a ellas donde a su vez se expone lo realizado con los niños que participan. Éstos son generalmente organizados según lo que se le ofrezca al museo, tenga disponibilidad en el período y no incurra en grandes gastos de recursos, pues el museo se financia solamente por el Mineduc. Además, se hacen talleres para vacaciones en torno a las manualidades, y finalmente, se destaca la iniciativa de entregar una tetera (representante del museo) a los cursos de enseñanza básica para reflexionar acerca de sus usos, decoración y su concepto

patrimonial en el imaginario de los estudiantes más allá del espacio museístico.

Museo de Historia Natural de Valparaíso

Para las visitas escolares se cuenta con dos modalidades, una para grupos grandes, que consta de una charla apoyada con materiales concretos en relación a la exposición permanente del museo que dura media hora, y otra para grupos más pequeños que dura una hora y está conformada por una charla con materiales enfocada al medio ambiente, un taller práctico asociado al tema y el recorrido por el museo.

Museo Baburizza

Mantiene visitas guiadas para cualquier edad previa reserva, pero se exige un adulto por cierta cantidad de niños, y las cuales se hace acorde a lo que tiene el museo y lo que

el plan educativo exija según la edad. Aparte, se hacen talleres acorde a las temáticas históricas o contextuales de las obras durante vacaciones.

En general la experiencia de visita al museo está comprendida por un momento de mirada e información de las obras, para luego pasar a un taller. Cabe mencionar que en ninguno de los casos se entrega o da la posibilidad de una preparación previa de los visitantes para asistir a la visita por parte del museo como aseguramiento anticipado de calidad de que lo que se vaya a enseñar haga sentido en los alumnos. Tampoco se tiene conocimiento de que lo que se haya vivenciado haya sido una situación memorable para los niños/as ni sus profesores, es decir, no se utiliza alguna herramienta de medición sobre lo que pueda significar en el tiempo ni de seguimiento sobre los contenidos dados.

Se destaca el hecho de que, en ciertos casos, se incluya la entretención y lo práctico como facilitador motivacional de la visita, como también a los padres y/o apoderados en las instancias previas al recorrido del museo o posteriores a ellas como ente integrado al proceso de aprendizaje mediante lo lúdico y que a su vez permite una comunicación sobre lo que está pasando en el museo, de manera que se amplía el espectro de visitantes.

2.3 Necesidades del usuario

2.3.1 Descripción entrevistas y encuesta

Para entender las necesidades del arte en el país respecto a los potenciales usuarios y clientes, un camino dentro de la investigación, es la realización de encuestas y entrevistas. Sobre todo en este tema donde

en Chile, por no dársele real importancia a la cultura en sus distintas formas de expresión, existe poco análisis a través de instrumentos de medición de la participación y conocimiento en cuanto a museos y galerías de arte, como también del desarrollo en la práctica de la asignatura de artes plásticas, es decir, más allá de lo que está escrito en el plan del MINEDUC.

De esta manera, se realizan tres entrevistas a profesores de artes plásticas, dos de la V Región y uno de la VI Región, de manera de conocer principalmente las necesidades tanto de ellos como de sus alumnos desde el punto de vista educacional teniendo en cuenta lo que sucede en las clases y las oportunidades según los diferentes contextos en que desarrollara cada uno, especialmente por ser de región al igual que el contexto donde se localiza el proyecto de forma inicial.

Por otro lado, se hacen tres entrevistas más, a personas encargadas del área de mediación y educación de diferentes museos, para conocer desde distintas perspectivas y de una manera más cercana, el tipo de actividades que se desarrollan, cómo es la vinculación con el medio, porqué implementan un área especial para niños, cómo es la afluencia, etc.

De este modo, se llevan a cabo entrevistas en los mismos espacios museísticos del Museo Baburizza, el Museo de Artes Decorativas y el Museo de Historia Natural de Valparaíso.

Para el caso de las entrevistas a profesores de artes plásticas, se hacen doce preguntas, sobre la aplicación de la asignatura, elección de los alumnos de la misma y de la asistencia a museos y exposiciones (revisar preguntas en el ANEXO 1). Para las entrevistas a trabajadores del museo, están

formadas por diez preguntas enfocadas en la participación de los alumnos en el museo, el contacto con los colegios y la importancia que se le da a nivel país al museo (revisar preguntas en el ANEXO 2). Ambas en un contexto de conversación oral de aproximadamente 40 minutos cada una, las cuales se pueden revisar en el audio digital ANEXO 3, y más adelante se resumen cualitativamente en conjunto a las encuestas.

Además, paralelamente, se utiliza una encuesta a 61 estudiantes de entre 18 y 24 años de la Casa Central de la Universidad Técnica Federico Santa María, que están iniciando la asignatura de Visión Estética del Quehacer Humano, asignatura que se dedica a entregar el conocimiento básico para aprender a leer una obra de arte, y por otro lado, porque se tiene acceso inmediato a la clase en la misma Universidad. Esta encuesta, está formada por nueve

preguntas, siete de ellas de respuesta cerrada y las dos finales de respuestas abiertas, cuyos resultados se analizarán luego.

2.3.2 Resultados encuesta

Respecto a la encuesta a los alumnos sus resultados se analizan cualitativa y cuantitativamente mediante el programa Excel, el cual se puede revisar en detalle en el archivo digital ANEXO 4. Se compone de siete preguntas cerradas y dos abiertas, las cuales se detallan en el ANEXO 5, y a continuación se muestran los resultados más relevantes:

3.- ¿Hasta qué curso tuviste artes en el colegio?

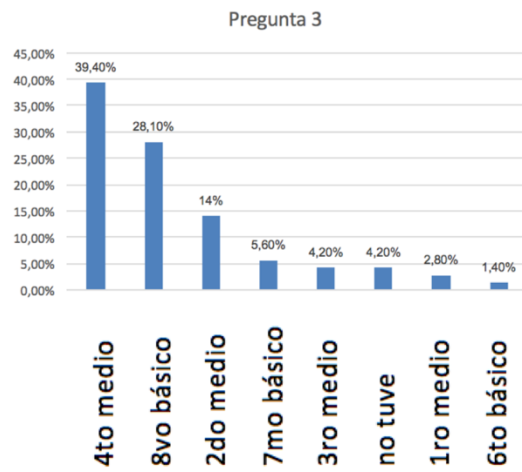


Figura 4, Gráfico escolaridad sobre la asignatura de Artes Plásticas.

Fuente: Propia

5.- ¿Te enseñaron teoría e/o historia del arte?

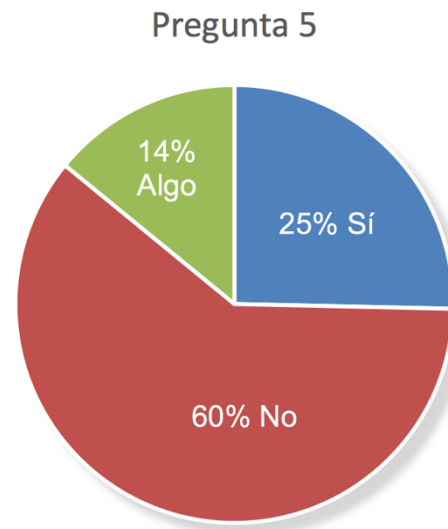


Figura 5, Gráfico enseñanza de teoría e/o historia del arte.

Fuente: Propia

6.- ¿Hiciste alguna visita a exposición o museo de arte? ¿A cuál/es recuerdas?

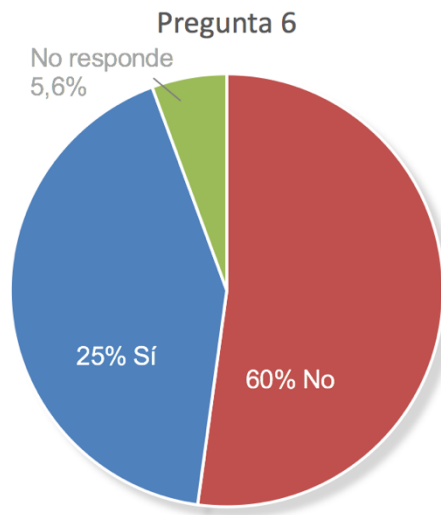


Figura 6, Gráfico visitas a exposición en el ámbito escolar,
Fuente: Propia

7.- Si hoy día asistes a una exposición de obra plástica, ¿entenderías desde el punto de vista teórico lo que observas?

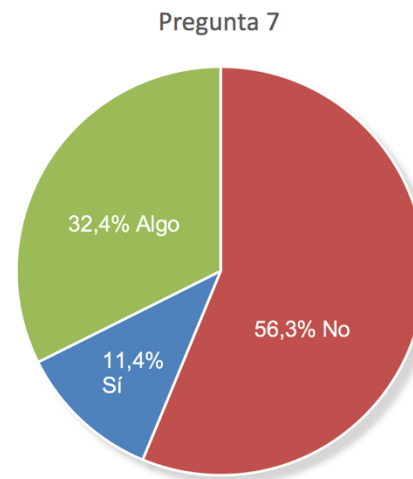


Figura 7, Gráfico visitas a exposición en el ámbito escolar,
Fuente: Propia

Luego, se realizan dos preguntas abiertas:

8.- “¿Por qué piensas que sería útil visitar museos de arte?”

9.- “¿Qué se puede potenciar en el aprendizaje con la visita a un museo?”

Con ellas, luego de analizar sus resultados, se llega a que ambas respuestas apuntan al mismo, en cuanto a poner de manifiesto lo que puede contribuir la visita al museo para las personas. A partir de esto entonces, se generan siete conceptos definidos gracias a la recolección de otros subconceptos que se repiten en el total de las encuestas, los cuales se describen de la siguiente manera:

Desarrollo de pensamiento crítico

Habla sobre crear conciencia no sólo sobre sí mismo, sino también del entorno que lo rodea. Dentro de este ítem se engloban los conceptos: “Pensamiento crítico”, “habilidad

de analizar”, “capacidad de análisis”, “habilidad de analizar”, “análisis de situaciones”, “comprensión”.

Conocimiento teórico

Hace referencia al aprendizaje de ciertos saberes en específico, que permiten conciencia de lo que rodea al individuo. Los conceptos que se abarcan en este ítem son: “Conocimiento de técnicas de arte”, “conocimiento de historia”, “ver lo que ocurrió en otras épocas”, “conocimiento lúdico de la historia”, “cultura”, “fomentar conocimientos de arte / la armonía y el trasfondo del arte”, “naturaleza”, “conocimiento del lenguaje del arte”.

Sensibilidad

Se refiere al desarrollo de la capacidad de experimentar emociones por causas externas o internas. (sensaciones impresiones percepciones). Los conceptos recogidos para este ítem son los siguientes:

“Sensibilidad”, “sensibilidad del ser”, “empatía”, “mejorar algunos sentidos”, “contemplación”, “apreciación”, “imaginación”, “observación”.

Amplitud de lenguaje

Describe el hecho de desarrollar y entender diferentes y nuevas percepciones, permitiendo conocer otra forma de comunicación. Los conceptos representados son: “Diversidad de pensamiento”, “empatía”, “ampliar el punto de vista propio”, “ampliar el horizonte”, “abrir partes de la mente hoy olvidadas”, “opinión”, “conexión entre el artista y la persona”, “desarrollar puntos de vista abstractos”.

Autoconocimiento

Se refiere a generar conciencia del ser interno de la propia persona. Los conceptos son: “Recompensa (personal) por un buen análisis”, “reconocimiento de la vida y sus facetas”.

Experiencia motivacional

Da cuenta de que el hecho de vivenciar una situación en contexto real, enriquece el aprendizaje y permite la posibilidad de cautivar a quien lo experimente. Los conceptos recogidos para este ítem son los siguientes: “Motivación por el arte a través de la experiencia”, “motivación”, “querer aprender”, “presenciar en vivo lo que se ve en clases”, “practicar lo que se aprende en clases”, “dimensionar las obras”, “la interacción, lo lúdico -> recuerdo”, “deseo de crear y expresar a través del arte”, “leer obras”, “creatividad”,

Educación estética/Educación “del ojo”

Hace referencia a generar a alguien con sensibilidad estética desarrollada, que por tanto tiene la capacidad de diferenciar entre lo que pertenece y aquello que no pertenece al arte. Los conceptos tomados son: “Interpretación”, “capacidad de abstracción”, “procesar información”, “memoria visual”,

“inteligencia visual”, “sensibilidad”,
““moldear” el ojo”.

Con esto, se valida la idea de lo que pasa en el espectador, conocer y reconocer lo que ocurre al enfrentarse a una obra de arte, solamente con tener un primer acercamiento al conocimiento teórico del lenguaje de éste.



Figura 8, Infografía conceptos en relación a la visita al museo

Fuente: Propia

2.4 Participación en museos y exposiciones de arte en Chile

herramientas innovadoras para llevarlo a cabo.

2.4.1 Conclusiones encuesta y entrevistas

Ahora, a partir de las entrevistas y encuestas descritas y explicadas anteriormente, se llega a las siguientes conclusiones:

- Hoy en día, Chile se encuentra en un período de transición respecto a la educación cívica, ya que se está intentando introducir nuevamente y de forma progresiva dentro del plan escolar. Es por esto que nos encontramos frente a una sociedad que, en el tema de utilizar los museos en este caso, como espacios abiertos a la educación no formal está en plan de visiones de progreso, pero no los aborda de la manera más adecuada o no conoce el uso de

- En la actualidad, en Chile sí existen actividades educativas para niños/as en los museos. Éstas hablan a cerca de la temática de las obras, de la historia, relacionadas al desarrollo de manualidades, etc., pero no están vinculadas a la comprensión del lenguaje plástico de las obras e identificación a través de ellas.

- Hay una parte de población infantil (no hay estudios específicos al respecto) que sí asiste a los museos, más por salidas escolares que por motivación propia o familiar.

- En general, no se tienen datos, sobre si las visitas educativas en los museos chilenos

tienen una trascendencia más allá de quedar en la experiencia entretenida del momento.

- Se debe generar una visita lúdica y didáctica más que entretenida para que sea significativa desde el punto de vista del aprendizaje (de contenido).

- Dentro de una clase de arte como también en relación a la misma visita al museo, el profesor de la asignatura tiene una fuerte influencia y responsabilidad en cómo y cuánto logre motivar a los alumnos/as como también en tomar decisiones respecto a las salidas que hagan.

- Los niños/as son los que motivan a los padres a realizar ciertas actividades o acercarse a ciertos temas, en este caso en relación a los museos de arte. Es por eso que es importante generar un espacio de

encuentro y comunicación familiar sobretodo hoy en día que a veces no se da por diferentes motivos.

- Tanto en el sector de museos como en los colegios, se cuenta con pocos recursos monetarios para la realización de actividades educativas en el museo. Los museos en sí, forman parte de la Dirección de Bibliotecas y Museos de Chile (DIBAM), los cuales son financiados por el Ministerio de Educación para cubrir los gastos básicos. Luego, cada uno por su cuenta puede conseguir otros aportes monetarios para realizar actividades o contar con recursos extra para comunicar información a sus visitantes.

- El programa de educación de artes entregado por el Ministerio de Educación, se sigue y se ocupa dependiendo de cada nivel, tanto en los colegios como en los museos.

En clases depende del profesor y el tipo de alumnos y su contexto, qué es lo que se haga de él y qué no. En los museos, generalmente a partir de lo que ya hay en cada museo se estudia qué sirve y se relaciona para cada curso y desde allí se ofrecen las visitas.

- En general, los museos están más preparados para recibir niños como visita escolar que en plan familiar.

- Para el caso de las visitas de regiones se hacen salidas por el día y ahí visitan variadas partes donde incluyen algún museo, por lo tanto, tiene una mayor restricción en cuanto a costos y transporte.

- En los museos, y en las estadísticas en general con respecto a esto, se tiende a medir el número de asistentes a un museo,

que lo significativo que pueda ser para ellos y la fidelización que exista al tema.

- Para los profesores, en sus establecimientos educativos se hace difícil conseguir todos los permisos necesarios (tanto desde la dirección, colegas y padres) para visitar un museo. A la vez, se debe hacer coincidir la visita con la unidad que se está estudiando y ver temas prácticos como movilización y recursos monetarios. Por lo que finalmente, aparte de las motivaciones que pueda generar el profesor de la asignatura a los alumnos y que por sí mismo tenga, está sujeto a varios agentes y factores para llevar a cabo la actividad.

- A nivel universitario de hoy en día, se recuerda como máximo haber asistido durante toda su época escolar a un museo o exposición de arte. A su vez, en general no

se ha visto dentro de la asignatura o muy poco sobre teoría e historia del arte.

- Los alumnos que hoy se encuentran en edad universitaria reconocen no comprender obras de arte con lo aprendido en sus respectivos establecimientos educativos.

2.4.2 Estadísticas nacionales

Según un estudio publicado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes el 2013, muy por debajo de la mitad de la población (sobre 15 años de edad), asiste a exposiciones de artes visuales.

ASISTENCIA A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES

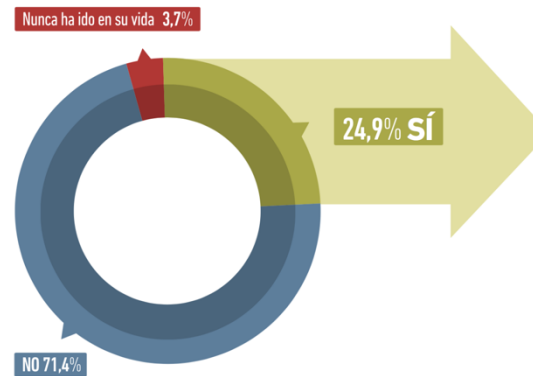


Figura 9, Gráfico asistencia a exposiciones de artes visuales.

Fuente: (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2013)

En relación a ello, se observa en el Gráfico que “para el año 2005, el número de concurrencia alcanzó un 23,6%, mientras que para el período 2009 descendió levemente a 22,2%. En el período 2012, en tanto, este número experimentó un aumento hasta alcanzar un 24,9%.” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2013). Es

decir, la variación en el tiempo de siete años ha aumentado sólo en un 1%, demostrándose que los planes existentes que podrían potenciar a una mayor concurrencia de asistentes, no cumplen este objetivo ni logran que se mantenga en el tiempo.

ASISTENCIA A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES SEGÚN AÑO

■ 2005 ■ 2009 ■ 2012

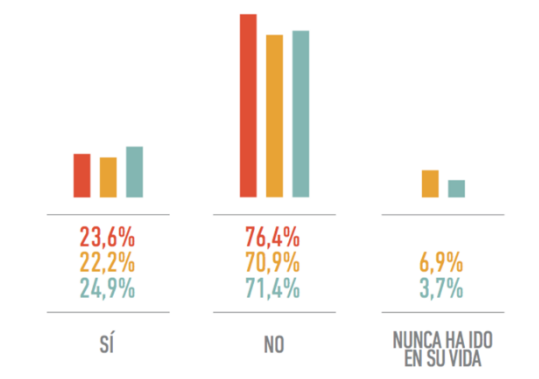


Figura 10, Gráfico asistencia a exposiciones de artes visuales según año.

Fuente: (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2013)

Se puede extraer, además, que en las generaciones que ya han pasado por estudios escolares, no hay una participación significativa en este tipo de actividades, que no existe una motivación hacia ellas y, por lo tanto, que no hubo un aprendizaje en años anteriores que promovieran el entendimiento y sentido a las artes visuales tanto a nivel personal como de sociedad.

A su vez, cabe destacar, que aún hay un porcentaje, pequeño, pero existente que nunca en su vida ha participado de este tipo de actividades, lo cual deja en manifiesto que hay un grupo de la población al que ni si quiera se ha alcanzado y por lo tanto no tiene ni el conocimiento mínimo del tema.

Paralelamente, los resultados a los estudios relacionados a la asistencia a museos, son similares a la visita a exposiciones de arte. Tal como se aprecia en el Gráfico, los

porcentajes se encuentran entre un 20,5 y 23,6%, mostrando un aumento tan solo de un 3% y que al mismo tiempo están muy por debajo de si quiera la mitad del porcentaje total de la población chilena.

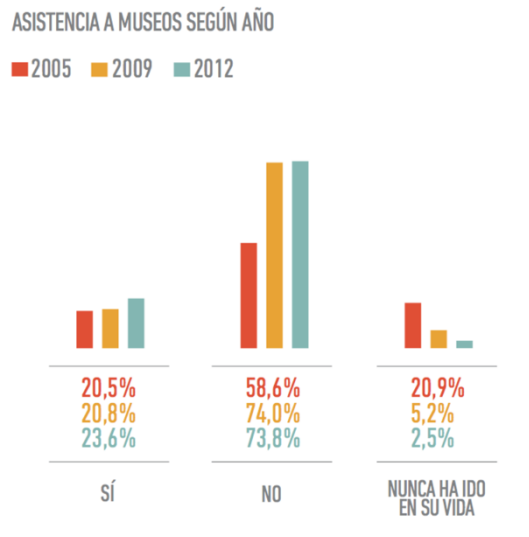


Figura 11, Gráfico asistencia a museos según año.

Fuente: (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2013)

De esta manera, lo que hay en la actualidad, es un espectador desconocedor del lenguaje del arte plástico. La confusión respecto a la obra de arte es de quien mira, no del artista, pues al ser inexperto no tiene la capacidad de distinguir entre lo sensible estéticamente y lo que no pertenece a ello (Simpson, 1951).

Todas las formas de irse acercando a una obra de arte, partiendo por querer encontrar en ella imitaciones de la naturaleza o de lo real que se pueda interpretar, o los estados de ánimo que pueda provocar, hasta llegar a la sensación de emociones tan inexplicables que no se puedan representar con palabras, son un sustento espiritual pues se relaciona con el alma humana, pasando a ser una acción purificadora para la persona (Kandinsky, 1911).

Por tanto, es necesario generar maneras de acercamiento al arte para cultivar la forma de observar de la sociedad, generar este proceso de enriquecimiento mental y espiritual, de reeducación, de entrar a un mundo nuevo, pero que en realidad existe desde los inicios del hombre y es universal (Simpson, 1951). Así, Martha Simpson en “El arte es para todos” (1951), dice que el arte nos pertenece a todos, es una herencia que no se debe desperdiciar, así mientras más profunda y universal es la emoción expresada por el artista, más valiosa es la obra de arte.

2.5 Conclusión de la necesidad del usuario

Una vez reconocidas y entendidas las necesidades en el arte en la sociedad, mediante estos instrumentos, y a su vez, gracias a las investigaciones previas realizadas, es que se llega a los siguientes

objetivos a cumplir por parte del producto para proceder a la idea de desarrollo de éste:

Objetivos del producto:

- Innovación respecto a generar un aprendizaje significativo, es decir, que lo que se enseñe vaya más allá de los meros conocimientos conceptuales.
- Innovar respecto a lograr un aprendizaje del lenguaje del arte.
- Tener una duración de un período en el tiempo y así se logre un enganche con las obras de arte.
- Generar una situación didáctica y lúdica más que entretenida.
- Formar un encuentro familiar, y por lo tanto sirva para atraer a los padres a través de los hijos.
- Incluir a los profesores de asignatura como ente mediador y potenciador en el tiempo, de los contenidos.

- Que haya una parte de aprendizaje en el museo como también una parte fuera de él, ya sea en casa o colegio, con el apoyo del producto que se realice.
- Que el producto no tenga altas limitaciones para los diferentes colegios en cuanto a recursos monetario que implique su uso.
- Generar un impacto en los/as niños/as sobre todo al momento de su primera etapa de uso.
- Adecuar el producto para el rango etario en que se va a disponer.
- Existencia de apoyo para la persona o pequeño equipo de mediación que hay en el museo.

Luego, a partir de ellos, se generan de tres a cinco requerimientos por objetivo que se pueden ver en la tabla en el ANEXO 6, y que

permiten focalizar y delimitar el producto a desarrollar de una manera más precisa.

Así, el área de oportunidad se define dentro del aula de clases, para potenciar la visita al museo desde el apoyo educativo y la retroalimentación de las instancias, como también en el mismo museo para aumentar sus visitantes y generar una relación activo participativa con la comunidad.

CAPÍTULO 03

DESARROLLO DE LA IDEA DE PROYECTO Y SOLUCIÓN

CAPÍTULO 03

DESARROLLO DE LA IDEA DE PROYECTO Y SOLUCIÓN

Una vez estudiado mediante la observación y análisis el contexto, las necesidades respecto a los museos de arte y el área de oportunidad donde focalizar el concepto de diseño al verificarse la falta de innovación en el medio para acercar al público infantil al museo, se procede a desarrollar la idea de proyecto para generar un producto adecuado en respuesta de lo previamente investigado.

De esta manera, se avanza a favor de un producto que innove en cuanto a potenciar las visitas en el tiempo y el aprendizaje significativo a la hora de ir a un museo de arte en plan escolar. Por lo que, en el siguiente capítulo, se ven los trazados y formaciones generales para el desarrollo del producto, pasando por referentes, ideas, maquetas de prototipos, etc. hasta llegar a una propuesta final y mostrar sus características y detalles.

3.1 Referentes extranjeros

Mediante la investigación, se conocen variadas formas de llevar a cabo las actividades para el área infantil en los museos de arte en países de Europa y en EEUU principalmente, dentro de los cuales se destacan como referenciales, de acuerdo al formato y realidad del proyecto de tesis, los que se mencionan a continuación:

1. Visita escolar Museo del Prado



Figura 12 y Figura 13, Dossier educativo
Fuente: (Museo Nacional del Prado, 2017)

Este referente surge del Museo del Prado de Madrid, España; se trata de una visita escolar al museo para niños de entre 6 a 8 años, que para llevar a cabo la experiencia lo hace complementada a través de un dossier para el profesor que incluye diferentes etapas: en el colegio previo a la visita, luego la visita al museo en sí y finalmente de nuevo en el colegio posterior a la visita.

Más específicamente, al hacer el contacto de reserva entre el museo y el profesor o colegio, se destaca la idea de hacer entrega de un dossier digital de sugerencia de actividades en estas distintas etapas. La primera, indica al profesor ciertos trabajos a realizar en el aula, de tipo experiencial con diferentes objetos y materiales, y su temática va en relación a lo que luego se va a ver en el museo según las obras seleccionadas para dicha actividad. Así se destaca el hecho de que, al llegar al museo

en sí, previamente ya hayan ido desarrollando mediante sus propios medios algunos conceptos que se retoman en la visita, en la segunda etapa.

Luego, viene la visita al museo, que destaca el hecho de usar el diálogo y uso de material didáctico, de hacer preguntas en vez de explicar, pues de esta manera los alumnos se interesan más por sus propias observaciones que por lo que el adulto les pueda decir. Así, hablar sobre las imágenes les proporciona algo mejor que información, y además, les familiariza de una manera extraordinaria con las obras. Se aprovechan las características de experimentación, dialogo, observación y búsqueda que poseen los niños.

Para terminar el proceso, se lleva a cabo una tercera etapa en el aula, que incluye una

serie de actividades ya con los contenidos observados y aprendidos previamente, de modo que mediante las actividades se relaciona con la vida cotidiana para asimilar de mejor manera lo visto también acompañado por preguntas que permiten que sea el niño el que vaya dándose cuenta, guiado obviamente por el profesor, de lo aprendido. (Museo Nacional del Prado, 2017)

2. Visita infantil MoMA



Figura 14, Fab Lab MoMA

Fuente: (Museo de Arte Moderno, 2017)

Este referente se encuentra en el Museo de Arte Moderno en Nueva York, EEUU; se trata de nueve salas diferentes llamadas “Laboratorios de Arte” abiertas a todo niño que vaya de visita al museo de forma individual (en compañía familiar) y por lo tanto están abiertas y a disposición de niños/as para su uso durante toda la jornada. Cada una de ellas se encuentra ambientada con el fin de dar a conocer diferentes conceptos de la composición del arte como “Color”, “Forma”, “Línea”, “Movimiento”, etc., y de manera que los niños/as puedan realizar actividades didácticas en relación a ello para interiorizarlo a través de la participación con el arte, en la práctica e interacción con distintos objetos.

Estos “Art Lab”, al estar disponibles todo el tiempo dentro del contexto de visita, pero fuera de un recorrido guiado, deben tener la cualidad de ser capaces de comunicar por sí mismos sobre todo tratándose de que su público son niños/as que puede que por primera vez tengan un acercamiento a un museo de arte y a las artes plásticas en sí, como también que no van a leer explicaciones ya sea por ser de diferentes nacionalidades o simplemente porque aún no lo hacen. De esta manera, contar lo que se puede hacer con los elementos que allí se encuentran para aprender es de suma importancia y así, conceptos como experimentar, jugar y crear a partir de las técnicas vistas en el museo, pasan a ser fundamentales para la formación de las salas en las cuales se rescata justamente el vivenciar los diferentes elementos plásticos en el arte para comprender el lenguaje mediante la conexión entre las propias exploraciones creativas de los visitantes y las ideas, herramientas y técnicas que se

encuentran en las galerías del museo. Todo esto, para generar de igual modo, un momento significativo para el visitante y se recuerde en el tiempo (Museo de Arte Moderno, 2017).

3. Talleres de verano Museo Reina Sofía



Figura 15, Taller Museo Reina Sofía.

Fuente: (Museo Nacional del Centro de Arte Reina Sofía, 2017)

Este referente se desarrolla en el Museo Reina Sofía de Madrid, España; son diferentes talleres para niños de entre 8 y 11 años aproximadamente, a desarrollarse

durante cinco días y tienen la particularidad de ser impartidos por los propios artistas que participan de las exposiciones temporales del museo y por lo mismo a partir de éstas se hace cada taller.

En estos días se llevan a cabo actividades partiendo por la observación de la obra del artista, permitiendo adentrarse físicamente en ellas y conociendo en primera persona el lenguaje de los mismos. En seguida, a través del conocimiento de este lenguaje, se realiza de forma grupal y con diferentes materiales, un proyecto de instalación en el espacio desde la exploración, la capacidad transformadora del arte y el potencial transformador de cada uno. De manera que proporcionan la oportunidad de adentrarse en la instalación física, y a través de la implicación corporal que generan, se intensifica la actividad y resulta más estimulante para los niños.

Finalmente, se destaca también, el hecho de que se involucra a los padres en el último día del taller, donde éstos visitan el espacio de trabajo de los niños/as con el proyecto culminado y expuesto para involucrarlos en el mismo. De este modo, se crea un momento de compartir vivencias y la experiencia en el arte en su totalidad. Así, el vínculo familiar permite generar una instancia de comunicación y expresión, de conocimiento padre-hijo y a su vez, de integración de los padres en el museo en sí (Museo Nacional del Centro de Arte Reina Sofía, 2017).

3.2 Primeras propuestas de producto

Una vez que se tiene en conocimiento de lo anteriormente desarrollado, con objetivos y requerimientos, se procede a generar ideas de productos que permitan cumplir con ellos de diferentes maneras. Así, se muestran a

continuación algunas de ellas, las cuales sirven para llegar al prototipo final.

Propuesta “Experiencia artística móvil”

Esta propuesta de diseño, consiste en desarrollar una carpa móvil con espacios interactivos del arte. La idea, es que esta carpa sea de rápido y fácil armado, y que se pueda trasladar junto a sus componentes en un pequeño camión de manera de tener la cualidad de ir pasando por diferentes colegios dentro de la región como también del país, el cual, a su vez, es publicitario del servicio.

En el interior de ella, existen cinco estaciones modulares, donde cada una de éstas se compone por objetos y materiales que enseñan y permiten que el niño/a explore y vivencie ciertos elementos compositivos de la pintura, como por ejemplo las formas a través de objetos 3d,

suaves y blandos que permitan interactuar con ellas de un modo lúdico para los niños, conocimiento de la línea en una pizarra magnética que dé la posibilidad de jugar con ellas de diferentes maneras, aprendizaje sobre las texturas con elementos táctiles con distintas superficies, encuentro con colores cálidos y fríos a través del uso de lanas, etc.. Es decir, dar paso a un primer acercamiento a los conceptos, a través de un aprendizaje indirecto y libre de éstos y a su vez, acompañados por un tutor por estación.

Esta metodología itinerantica por los colegios, tiene la característica positiva de poder ir a las mismas instituciones escolares de modo que los alumnos y sus profesores no tengan que verse enfrentados a problemáticas de traslado a los museos.

Lo negativo de la propuesta, es que podría mantener la distancia entre las personas y

los museos, debido a la costumbre de que se les alcancen las actividades de forma fácil, y también, el que sólo trate de los elementos compositivos en el arte sin relacionarlo con las obras.

Finalmente, se descarta, debido al gran despliegue económico y alcance en magnitud física que posee para efectos del desarrollo de una tesis.

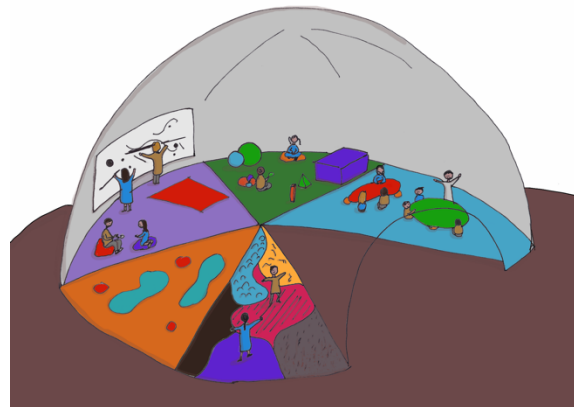


Figura 16, Propuesta “Experiencia artística móvil”.

Fuente: Propia

Propuesta “Proyección digital de elementos compositivos”

Este proyecto, tiene la idea de ocupar la tecnología proyectiva de forma integrativa con los elementos de la composición de las obras. El propósito es que, al detenerse a observar las obras en un recorrido programado en el museo para cursos escolares, mediante el uso de la tecnología, se reconocieran elementos como formas, colores, “cielo” y “tierra” de la obra, y se proyectaran sobre la imagen diferentes luces de colores para indicar cada uno de ellos, de manera que un guía a cargo fuera explicando con mayor claridad y dinamismo las obras y su contenido. Así, se podría ir descubriendo lo que “hay tras la obra” a simple vista y potenciar la mirada más profunda y reflexiva de la imagen.

Lo negativo de esta propuesta, es que se limita a cierto tamaño de obras, pues en las

de formato más pequeño, costaría distinguir las diferentes luces. Por otro lado, el uso de luces sobre las obras, podría dañarlas con el tiempo por lo cual habría que usar otra plataforma por sobre ellas para protegerlas y tal vez no permitiría llevar a cabo la actividad distinguiendo de forma adecuada lo que se indique perdiéndose el objetivo final.

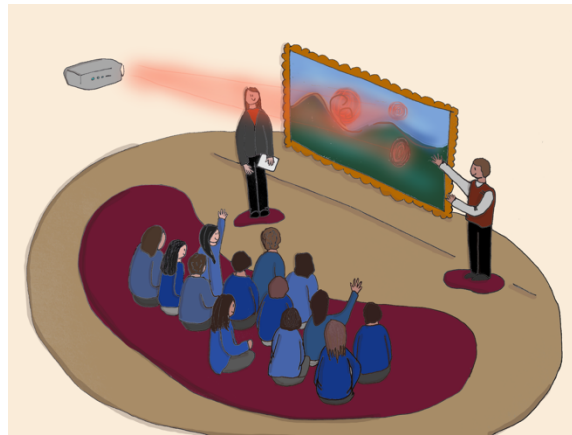


Figura 17, Propuesta “Proyección digital de elementos compositivos”.

Fuente: Propia

Propuesta “Museo al colegio”

Esta propuesta tiene el fin de “llevar el museo al colegio”, se trata de hacer una selección de las obras más significativas de ciertos museos dentro del país, siendo inicialmente puesto en marcha con los de la región, que estén dispuestos a unirse a este tipo de exposición colectiva. Éstas, se seleccionarían de acuerdo a su importancia, nivel adecuado para escolares y fácil posibilidad de reproducción, ya que se harían copias de ellas para su constante uso, traslado y exposición en el medio. Lo cual, además hace que se pueda hacer un montaje en cualquier espacio multiuso de los colegios usando atriles para armar y desarmar rápidamente.

Para ello, se contaría con personal para el traslado como también para constituir una charla y guía en cada colegio en que se exponga, de manera que, en previo acuerdo

con el profesor, se lleve a cabo un recorrido más dinámico que sólo informar y así haga sentido con lo que se está viendo en clases y luego se pueda relacionar con ella en alguna actividad artística directamente.

Este proyecto permitiría además que los propios museos sean promocionados por el transporte que lleve las obras por las calles y obviamente en los colegios, potenciando el conocimiento de ellos para la sociedad, sobre todo para quienes no es de fácil alcance acudir a ellos. Lo negativo, es que ya se ha hecho con algunas exposiciones temporales específicas dentro de la región por parte de algún museo y que a lo mejor no exista una disposición para trabajar en conjunto o sea complicado esta parte para las obras originales. Lo otro es que sólo produciría un acercamiento de las obras de forma puntual, pero no permanente en el tiempo.



Figura 18, Propuesta “Museo al colegio”.

Fuente: Propia

3.3 “Experiencia Creativa”: Evolución de la propuesta

Desde lo mencionado y estudiado anteriormente, es que se determina primeramente, que el producto a realizar debe ser capaz de ocupar el espacio donde hay un vacío en cuanto a la apreciación del arte desde un punto de vista formado.

Según expresa Carrizo (2017) en el catálogo de exposición “Camilo Carrizo, Tributo al maestro”: “Hay varias formas de mirar lo que nos rodea. En primer lugar, está la visión cotidiana, visión superficial, en segundo lugar la visión intencionada. Visión práctica y en tercer lugar la visión profunda o cultural. Visión cultivada y que es la que practica el hombre al amparo de las artes plásticas y visuales.”

De esta forma, hace sentido poder comprender la obra plástica desde los elementos que la componen, a través de los que el artista se expresa. Color, línea, luz, sombra, textura, etc., son elementos que logran actuar en la sensibilidad de los individuos provocando un efecto estético, que va a tener mayor contundencia e intensidad según el artista cree más variadas combinaciones de forma armoniosa (Oyarzún, 1981). De tal modo,

que cuanto más se desarrolle esta práctica, mayor será el sentido para el sujeto.

Justamente, la idea es que la persona tenga las competencias para desarrollarse a sí misma, identificarse con lo que observa a través de los valores que se perciben y de esta manera, formar individuos capaces de relacionarse para con la sociedad, de modo colaborativo, responsable, empático, que comprende las necesidades del otro y se incorpora en favor de la sociedad actual.

Así, se decide generar un dossier de actividades en apoyo al aprendizaje teórico del lenguaje plástico, las cuales tienen la particularidad de ser vivenciales por los alumnos en vez de teóricas. De tal manera, la idea decanta en la realización de una croquera con actividades para los niños/as, donde éstas puedan ser leídas tanto por ellos como por sus profesores o guías, para

que, una vez utilizado en plan escolar, puedan de igual modo seguirse haciendo las actividades por el niño en otras instancias para desarrollar su creatividad y seguir en conexión con el aprendizaje.

Luego de esto, se comienzan a crear las actividades, para lo cual se conversa y revisan todas con una Profesora Universitaria de la asignatura de Estética y con una Profesora de Artes Plásticas de colegio, para que éstas coincidan adecuadamente con el contenido de la composición plástica como con lo pedagógico y correcto para los niños de esta edad, así como también con lo investigado, pues aquí es donde se determina que el producto estará focalizado en niños de 9 a 11 años aproximadamente, debido a que es en este momento cuando se entrelazan para hacer mayor sentido: lo lúdico, la capacidad de ir absorbiendo indirectamente el contenido teórico de la composición plástica

y el uso de diferentes materialidades con conciencia de ello.

El modo lúdico de llevar a cabo las actividades es substancial para que el niño/a pueda percibir espontáneamente el arte, inmiscuirse en su potencial transformador y descubrir un nuevo mundo con el que relacionarse, y a la vez, la experiencia es el otro pilar fundamental, para que, desde la vivencia intensa y significativa de ellas, se produzca la necesidad propia de expresarse libre y creativamente. La actividad lúdica en la educación básica, proporciona un soporte importante para el desarrollo afectivo, la socialización y también para fomentar la acción cognitiva (García y Llull, 2009). Ahora, esto en asociación con lo que se enseña, permitirá la incorporación y expresión creadora intrínseca del arte.

Paralelo a lo mencionado, se toma la decisión de que es fundamental que para que la visita al museo tenga una trascendencia en los niños/as, el producto debe poder ocuparse en varias instancias para que cobre significado lo que se les está entregando. Por tanto, se pone en plan, armar la parte de las actividades respecto al lenguaje plástico, para una etapa previa al museo, luego hacer una actividad especial en él, y posteriormente generar una instancia de retroalimentación para incorporar a modo concluyente lo aprendido. Seguido esto, se considera que aparte de ello, es positivo tener un encuentro vinculante con el medio, de compartir lo vivenciado y de encuentro, por lo que se determina que debe existir otra etapa más, una cuarta, donde se unan niños/as, profesores, padres y/o apoderados y el museo en función del trabajo previo realizado.

La propuesta es generar una experiencia de usuario que engloba los conceptos de creatividad, artes plásticas y permanencia. Ésta viene a cambiar el tipo en que los niños/as se vinculan con el arte, con las obras de arte, con el museo; ahora, se pasa de la mera mirada informativa y efímera, a la interacción. Una interacción educativa, que tomando los elementos que ofrece el medio, permite obtener un máximo de beneficios para los alumnos.

3.4 Referentes para el producto

Al ya tenerse en consideración la propuesta final, se observan otros productos en el medio que cumplen con funciones similares a ciertas partes del proyecto, los cuales sirven de ayuda para generar mejores soluciones en el prototipo de acuerdo a lo que ya existe.

1.- Cajas contenedoras de materiales con soporte para pintar.



Figura 19 y Figura 20, Cajas contenedoras de materiales con soporte.

Fuente Figura 19: (eBay)

Fuente Figura 20: Propia

De ésta, se destaca el uso del cartón como espacio de soporte y distribución de los materiales, y que incluya también un atril desplegable para usarse en diferentes lugares. Además, es importante que se esté vendiendo hoy en el mercado, ya que apoya el tener cabida como producto.

Se destaca la forma, pues tiene la capacidad de ser una caja contenedora de materiales y que, a su vez, manteniendo su mismo formato se le atribuya el concepto de atril, los cuales pueden ser portátil en conjunto.

2.- Libros sensoriales personalizados para la primera infancia.



Figura 21, Libros infantiles sensoriales

Fuente: (Babybookspain, 2017)

Son libros de fieltro utilizados como herramienta de enseñanza y aprendizaje

para la primera infancia desde la estimulación sensorial mediante actividades manipulativas y multisensoriales en cada página compuesta por colores y materiales distintos para cada tipo. Así, lo que se recoge de este referente, es el hecho de que a través de un cuaderno y la experiencia práctica que éste propone, se genere aprendizaje en los niños donde además a través de su propia creatividad van descubriendo los conceptos y conocimientos (Babybookspain, 2017).

3.- Libros infantiles con personajes del arte y baraja de naipes español con pinturas



Figura 22, Cuentos infantiles con personajes del arte

Fuente: Propia



Figura 23, Baraja de naipes con pinturas

Fuente: Propia

Son libros de cuentos ya conocidos, pero que utilizan en sus ilustraciones a personajes del arte, tanto pintores como figuras de obras famosas, de tal manera de acercar este tema a los niños a través de elementos didácticos que utilicen de forma cotidiana para entretenerse. Además, incluye algunas referencias en torno a los personajes y las temáticas relacionadas a ellos. De este mismo modo, lo hace el naipes español para jugar a las cartas, las cuales

poseen pinturas de distintos artistas de España para mostrarlos a la gente a través de otra actividad lúdica que realicen.

4.- Cartas Método IDEO



Figura 24, Cartas Método IDEO

Fuente: Propia

Estas cartas, tienen el propósito de aportar en la creatividad e ideas de las personas que trabajan a nivel empresarial principalmente, pues se usan como actividad dentro del proceso creativo de un producto o servicio.

Las cartas por un lado tienen una imagen y por el otro, una actividad a desarrollar, de este modo las personas interactúan entre sí a partir de lo propuesto y se les van ocurriendo ideas, comprendiendo y sintiendo el producto a través de la práctica imaginaria. Por lo tanto, de este producto, se destaca la dinámica personal y de grupo, el hecho de desarrollar la creatividad mediante actividades prácticas propuestas y que toman por sorpresa al usuario, pues cada vez salen distintas al hacer uso de la imaginación (Cartas Método IDEO, 2017)

3.5 Desarrollo del prototipo y propuesta de valor

3.5.1 Producto final



Figuras 25 y 26, “VivArt, Experiencia creativa”

Fuente: Propia

El producto final, nace en relación a todo lo expuesto anteriormente y se denomina “VivArt, experiencia creativa”, se trata de una experiencia de usuario infantil para escolares (de nueve a once años para efectos de este prototipo), se acompaña del apoyo pedagógico del profesor/a de artes plásticas como guía fundamental para el uso y correcto beneficio de éste, y se potencia por el área educativa de los museos. Este producto integra el período previo a la visita a un museo de arte, la visita en sí y el período posterior incluyendo también un cierre; todo esto, a través del acompañamiento de una croquera de actividades que está contenida en una estación de trabajo móvil la cual permite ir desarrollando cada una de estas etapas en ella.

Este producto llega como un apoyo a la educación de las artes plásticas a nivel escolar. El objetivo, es que mediante la

experiencia práctica se ayude a que los niños/as adquieran los conocimientos de forma lúdica, pues éstos se vivencian de forma individual y grupal; y que, además, se genere una relación con la visita al museo de arte gracias al vínculo permanente durante las diferentes etapas en relación a esta instancia.

Al abrir la estación de trabajo móvil “VivArt”, lo primero que se encuentra es una infografía que con palabras simples da cuenta al usuario del proceso educativo que se vivenciará en cuatro etapas: “Etapa 1”: Experimentación y creación, “Etapa 2”: Visita al museo de arte, “Etapa 3”: Compartir la experiencia y retroalimentación, “Etapa 4”: Exposición en el museo y encuentro de comunidad.

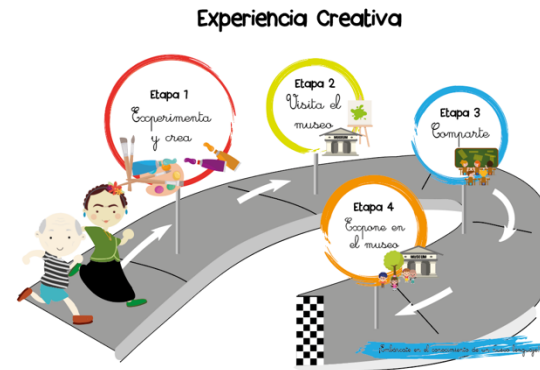


Figura 27, Resumen experiencia creativa “VivArt”

Fuente: Propia



Figura 28, estación de trabajo móvil abierta

Fuente: Propia

Ésta, interiormente está dividida en cinco secciones más un espacio para un soporte:



Figura 29, Interior “VivArt”, con cuatro etapas indicadas con color

Fuente: Propia

La primera sección y de mayor tamaño, sirve de contenedor de la “Croquera Creativa, VivArt”, croquera que contiene todas las actividades a realizar en las diferentes etapas las cuales se explicarán en detalle más adelante.

Luego, la sección de la derecha, ya indica la “Etapa 1”, y en ella se contienen: cuatro pequeños ovillos de lana, palitos de helado de colores, un par de jeringas de juguete, cuatro corchos y una mini-linterna que van a servir para el uso durante las actividades pedagógicas de esta primera etapa mencionada.

En seguida, hay una sección para la “Etapa 2”, donde se encuentran 12 lápices de colores de pastel seco, los cuales se usarán especialmente en la visita al museo según se indica en la “Croquera Creativa, VivArt”.

Más abajo, se encuentra una sección para la “Etapa 3”, y en ella vienen post-it de dos colores para ocupar posteriormente a la visita al museo, en una actividad de retroalimentación en el colegio.

Finalmente, la última sección para indicar la “Etapa 4”, contiene un porta-credencial, el cual utilizará cada niño en la actividad final de cierre en el museo.



Figura 30, Interior del contenido de las secciones con materiales para cada etapa

Fuente: Propia

Aparte, considerando que el producto se utiliza a nivel de curso, contiene un “Kit del Profesor”, el cual contiene en su interior: Tiza, una cuerda de saltar, cintas de colores, una lámina dividida en cielo y tierra, y la misma “Croquera Creativa” con las actividades propuestas. Para efectos del

alcance del presente trabajo, se ha desarrollado a nivel de prototipo digital, pues el elemento central del producto es la estación de trabajo móvil y sus contenidos que guían la experiencia total del usuario y permiten generar iteraciones, experimentos y validaciones significativas.

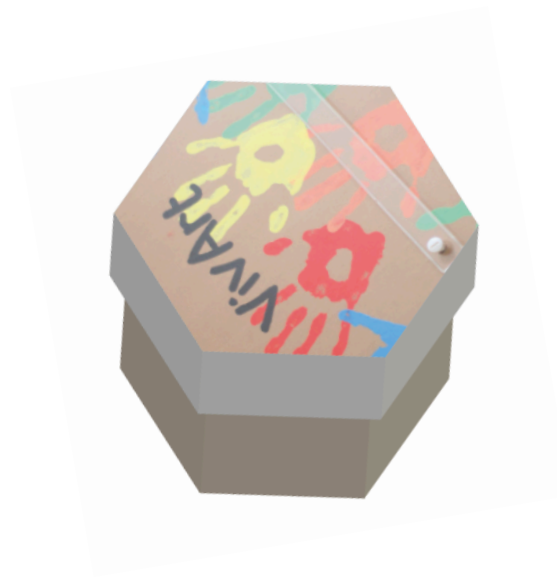


Figura 31, Prototipo digital “Kit del Profesor”

Fuente: Propia

Ahora, se procede a explicar la “Croquera Creativa, VivArt” en sí, y las actividades para la experiencia de usuario que lleva a realizar:

Etapa 1: La croquera, muestra una bienvenida inicial con personajes relacionados al arte y caricaturizados para luego comenzar el proceso experiencial del todo. Consiste en la realización de actividades pedagógicas en relación a los elementos plásticos de la composición que permiten leer una obra de pintura, y se llevan a cabo en las clases previas a la visita programada al museo de arte, en el colegio. De estos elementos, se seleccionan algunos de acuerdo a su importancia y a que sean compatibles con actividades experienciales que puedan realizar los niños/as en el contexto de clases.

Cada actividad se corresponde con un elemento plástico de la pintura. Todas ellas

buscan que, a través de la experiencia práctica, vivencia propia y/o grupal y la expresión creativa, estos conceptos se vayan incorporando indirectamente en la memoria de cada niño/a. De esta manera, se componen de la siguiente estructura:

1.- Actividad inicial en el patio del colegio o en el interior del aula, que mediante la experiencia sensorial y corporal da cuenta de forma vivencial, a través del movimiento, la acción, las sensaciones, etc. el concepto plástico expuesto.

2.- Actividad creativa, que mediante el uso de materiales artísticos adecuados tanto a la edad de los niños como del proceso plástico que se llevará a cabo, se corresponde con el concepto previamente vivenciado y permite que cada niño/a se exprese según lo indicado libremente en la hoja siguiente a la explicación dada.



Figuras 32, Ejemplo de uso de VivArt, realizando una actividad de la Etapa 1

Fuente: Propia

3.- Finalmente, el profesor/a muestra según sea su conveniencia mediante proyector digital o con láminas, las obras propuestas según cada concepto para cerrar la actividad con pinturas reconocidas universalmente, y en las cuales se puede apreciar de forma práctica lo experimentado.

Ejemplos de las actividades se muestran en las imágenes a continuación, y todas las contenidas en la “Croquera Creativa, VivArt” se pueden revisar en el ANEXO 7.



Figuras 33, Actividades croquera en digital

Fuente: Propia



Figuras 34, Actividades croquera impresión en papel

Fuente: Propia

Etapa 2: Trata precisamente de la visita misma al museo de arte, la cual, programada previamente con el profesor y el museo, se lleva a cabo con un recorrido por las cinco obras más importantes del museo donde el guía realiza una explicación de cada una de ellas desde la lectura plástica, la observación y el análisis del tema, y a la que se debe asistir con la maleta portátil. En seguida de esto, cada alumno debe escoger una obra y desarrollarla con los lápices pastel que se encuentran en la maleta, a partir de la experiencia vivenciada en el museo, en la “Croquera Creativa, VivArt”. Para poder de mejor manera esta última parte, se usa la barra contenida en la maleta, se encaja como está indicado y se apoya la croquera sobre la tapa de la maleta para poder realizar la réplica de la obra escogida frente a la obra en el museo.



Figura 35, Boceto instancia de la Etapa 2
Fuente: Propia

Etapa 3: Esta etapa, se realiza nuevamente en el aula de clases de artes plásticas en conjunto a la estación de trabajo móvil de “Vivart”, luego de la visita al museo. Primero hay una parte dedicada a terminar el trabajo plástico que se llevó a cabo en el museo el cual, una vez terminado, usando el prepicado de la hoja, se retira la hoja de la croquera con el trabajo terminado, y el profesor/a los guarda para facilitárselos al museo junto a los datos de cada alumno/a al reverso.

Terminado esto, se pasa a un proceso de cierre y retroalimentación de la visita, donde se repasa y comenta en conjunto de todo el curso, los datos de la exposición y se realizan preguntas abiertas: ¿Qué dice el artista a través de su obra? ¿Qué interpretas, qué percibiste de la obra?.

Para finalmente, proceder a una actividad usando los pos-it contenidos en la maleta en la sección de la Etapa 4, y se responden ciertas preguntas que refuerzan el desarrollo emocional, pensamiento crítico, conocimiento propio y del resto, etc., las cuales se van pegando en la pizarra como se indica en la “Croquera Creativa, VivArt” para cada pregunta.

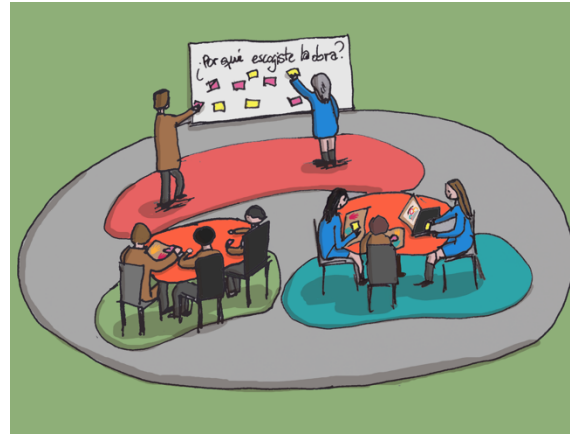


Figura 36, Boceto instancia de la Etapa 3

Fuente: Propia

Etapa 4: Ésta, es la etapa final del proceso experiencial, la cual tiene la particularidad de regresar al museo y de vincular con el medio, de una nueva forma. ¿Qué quiere decir esto? Esta vez, los niños/as visitan el museo, pero no especialmente a ver lo que ya conocieron, sino a la sala de taller con que cuenta éste, a revisar la exposición de sus propios trabajos, en compañía de su profesor/a y también de sus padres o apoderados. Así, ellos son los “nuevos

expositores” por un día y acá, se debe llevar y usar la credencial incluida en la maleta en la Etapa 4, disfrutar de un snack y se produce una vinculación entre curso/colegio, familia y museo, compartiendo la instancia en todos sus aspectos.



Figura 37, Boceto instancia de la Etapa 4

Fuente: Propia

Una vez terminado el proceso total, usando el código QR, enseñado al abrir la maleta portátil, se podrá acceder un sitio web que muestra las actividades en el museo

realizadas y las obras de los niños/as. En esta misma, se muestra el producto y los diferentes museos y colegios pueden acceder a contactarse para adquirir la experiencia creativa “VivArt”.

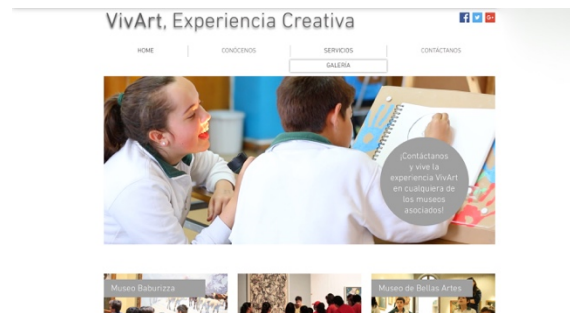


Figura 38, Ejemplo de web para revisar el producto, actividades y contactarse

Fuente: Propia

3.5.2 Proceso de diseño y desarrollo del prototipo

El proceso de elaboración de este producto consta por un lado del desarrollo de la “Croquera Creativa” con todo su contenido pedagógico y de diseño que ésta contiene,

es decir, de las etapas para la experiencia de usuario como el contenido total de ella; y, por otro lado, de la manufactura para la realización de la maleta contenedora de la croquera, los materiales, y las etapas que se ven vinculadas gracias a la misma.

Para la croquera, primero se inicia con las actividades pedagógicas de la Etapa 1, las cuales se estructuran en actividad, lugar, y materiales y se hace un diseño contenedor de estas indicaciones para estructurarlo y darle una coherencia infantil inicial con animales como personajes participantes del diseño; donde al abrir la croquera al lado izquierdo va el contenido pedagógico y al derecho queda una hoja con el borde del mismo color, un ícono en la esquina para identificar el tipo de elemento plástico y al centro vacía para realiza el trabajo propuesto. De este modo, se hace la primera maqueta de diseño gráfico.



Figura 39, Diseño inicial del interior de la croquera

Fuente: Propia

En seguida, teniendo en cuenta que los usuarios directos serán niños/as de entre 9 y 11 años, se determina que los personajes deben ser amigables para ellos, dejando de lado la ternura que puedan tener los animales previamente pensados, se desarrollan nuevos personajes acorde al tema de las obras de arte, de tal manera que Frida Kahlo, Pablo Picasso, Diego Velázquez, Van Gogh, las bailarinas de Edgar Degas, El Grito de Edward Munch y

Venus de Botticelli, llegan a integrar el diseño en coherencia con potenciar la vinculación con el arte, éstos son ilustrados por Sabrina Niño. A la vez, se considera que, al abrir la croquera, la página derecha sea la que trae el contenido, para posteriormente usar la hoja de atrás para llevar a cabo la actividad, debido al uso común de los libros entrega mayor facilidad de comprensión para el usuario y para tener más libertad de vacío visualmente a la hora de trabajar.



Figura 40, Diseño etapa intermedia del interior de la croquera

Fuente: Propia

En esta misma etapa del diseño gráfico, se considera que los colores a utilizar deben ser uniformes y llamativos, dentro de la gama básica para su adecuada legibilidad y atención para los niños/as.



Figura 41, Diseño etapa intermedia interior de la croquera

Fuente: Propia

A continuación, se simplifica la idea para ordenar y guiar al usuario en la lectura, tanto niños como profesores guías, para reducir costos de impresión y para darle un sentido más pictórico. Por lo que, se escoge sólo un color por página y dos colores primarios:

azul y rojo, descartando el amarillo por su baja legibilidad, y en seguida los tres secundarios: morado, verde y naranja, y un personaje por página según sea coherente con el elemento y su temática artística.



Figuras 42, Simplificación diseño interior de la croquera

Fuente: Propia

Finalmente, ya con el diseño se realiza en la misma línea de diseño gráfico de todo el interior, tanto para la sección de actividades pedagógicas, como también las indicaciones

para las diferentes etapas, las cuales son representadas por un color cada una y también mostrará la relación con las divisiones de la estación de trabajo móvil. “Etapa 1”: rojo, “Etapa 2”: naranja, “Etapa 3”: azul claro, “Etapa 4”: verde.

Contenidos de tu “Experiencia Creativa, VivArt”



Figuras 43, Resumen de contenidos de las etapas de “VivArt”

Fuente: Propia

Luego de esto, y con todas las actividades artísticas en mente a desarrollarse en la croquer, se escoge papel de 160 gr/m², grano fino, apropiado para trabajar con

distintas técnicas plásticas de forma resistente como papel de impresión y de trabajo para ésta.

Además, se elabora un logo con el fin de crear una imagen referencial de marca del producto “VivArt”, a partir de los conceptos de diseño del producto: creatividad, artes plásticas y permanencia. Por lo que se escoge la huella de una mano hecha con pinturas y se pone el nombre del producto sobre ella.



Figuras 44, Logo “VivArt”

Fuente: Propia

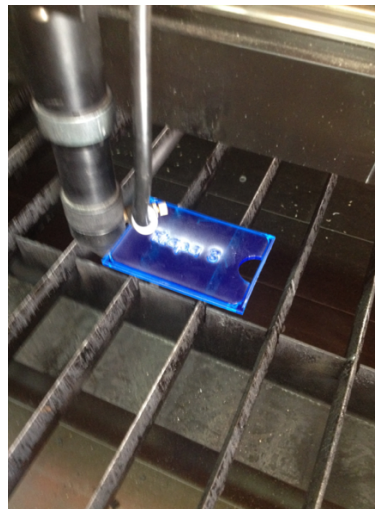
Ahora, para el desarrollo del prototipo de manufactura, es decir, la estación de trabajo móvil, contenedora de la experiencia y los materiales que ésta conlleva se inicia con probar la estructura con un MVP (minimum viable product) y se usa una caja de pizza, para en seguida desarrollar la primera maqueta. Se selecciona el cartón como material, ya que es eco-amigable, funciona

Fuente: Propia

CAPÍTULO 03 / DESARROLLO DE PROYECTO Y SOLUCIÓN

usar un sistema se cerrado magnético pues sino se corre el riesgo de que se caigan los materiales o no se soporte bien el cerrado de la maleta, usar acrílico en la tapa de la maleta y en las divisiones para mejorar la estética como también para genera un mejor soporte de apoyo para la hora de trabajar sobre ésta. Además, los acrílicos encima de las divisiones permitirán guiar al niño/a a través de colores y nombres para una experiencia de usuario interactiva al generar cierto suspenso sobre lo que vendrá.

Para el acrílico se usa el corte láser para darle las formas y medidas como también para realizar decoraciones y palabras en ellos, para ponerlo sobre la tapa se hacen pruebas de uso de pasadores y cosido, pues el pegado quedaría visible.



Figuras 46 y 47 Corte láser acrílicos

Fuente: Propia



Figura 48, Pruebas de uniones acrílico-cartón

Fuente: Propia



Figura 49, Prototipo etapa intermedia

Fuente: Propia

Una vez, realizadas estas modificaciones, se da cuenta de que las medidas en el papel no siempre coinciden adecuadamente con la manufactura de la maqueta, que se debe usar un pasador interno para la manilla, que las magnéticos deben ser de mayor potencia para que vayan bajo el papel y de igual forma imanten, que para el estampado del nombre se debe usar otra forma que lo deje más claro, que se deben redondear los bordes del acrílico.

Finalmente, se hace un nuevo prototipo donde mejorar las falencias pasadas, el cual es el concluyente al que se llega en esta etapa.



Figura 50, Prototipo final cerrado

Fuente: Propia



Figura 52, Prototipo final, exterior

Fuente: Propia



Figura 51, Prototipo final interior

Fuente: Propia



Figura 53, Prototipo final con croquera en uso

Fuente: Propia



Figura 54, Ejemplo imagen interior croquera final

Fuente: Propia

CAPÍTULO 04

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO Y MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

CAPÍTULO 04

VALIDACIÓN DEL PROTOTIPO Y MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Este capítulo, se refiere al testeo y proceso de validación del producto con ciertos actores pertenecientes a la visita al museo, a través de la muestra y entrevista a éstos.

Seguidamente, se desarrolla el modelo de negocios correspondiente a lo que fuera la puesta en marcha y venta del producto a escala.

4.1 Validación del prototipo

Para la propuesta final, se realiza una validación con el prototipo a nivel de expertos. Para ello, se entrevistan a dos profesores de artes plásticas y a tres niños/as de 10 y 11 años acerca de la utilidad en el apoyo al aprendizaje, la potenciación de la visita al museo y el uso, previo a una presentación verbal del proyecto.

Las preguntas para los profesores fueron:

- 1.- ¿Te parece útil? ¿Te parece que los niños aprenderían y sería un apoyo al aprendizaje para ellos?
- 2.- ¿Tú crees que promueve la visita al museo?
- 3.- ¿Qué le cambiarías o mejorarías?

4.- ¿Cómo crees que se podría hacer un enganche para que se continúe usando el producto, y para que sea utilizado por otros colegios también?

A partir de éstas, se concluye que los profesores consideran que la propuesta es un elemento útil para aportar con el aprendizaje de sus alumnos, tanto en las horas de clases como en las visitas a los museos, pues incorpora conceptos teóricos del arte en los niños/as de manera práctica, incentivan a acercarse al arte de forma lúdica y vivencial, da la posibilidad de enfrentarse de una manera diferente a lo común a las artes plásticas, a los materiales y al museo en sí, y a su vez, no queda en la mera visita por entretenimiento sino que va más allá a través de lo conceptual. También creen que es útil para los alumnos en el sentido de ser portátil, porque permite usarse en diferentes partes en el colegio como en el museo.

Por otra parte, creen que la propuesta de producto se puede dar a conocer en ferias, redes de contactos de profesores, en seminarios, y, sobretodo por el “boca a boca” mediante la recomendación entre usuarios tanto por profesores como por los mismos niños/as al usarlo en el coelgio, fuera de él y en los museos donde otras personas también tendrían la opción de verlo en la práctica. Éste, se podría promocionar tanto por el área de educación como por el área de la cultura paralelamente.

Las preguntas para los alumnos/as:

- 1.- ¿Te parece novedoso respecto a artes plásticas?
- 2.- ¿Lo usarías? ¿Te parece fácil?
- 3.- ¿Te motivarías a ir al museo con esto?
- 4.- ¿Qué le cambiarías o mejorarías?

De esta manera, se llega a que los alumnos ven en la propuesta que es novedosa, ya que permite aprender jugando, es creativo y apoya a lo que se enseña desde la experiencia en vez de la teoría, de tal manera que motiva a acercarse a los conocimientos y al museo que a veces para los niños puede parecer lejano, sobretodo porque opinan que recordando una vivencia van a poder mantener el contenido en su memoria mucho más que por un texto extenso escrito. Además, incluye explicaciones de cómo se usa, por lo que se puede interactuar con él fácilmente. Por otro lado, da la posibilidad de poder usarlo en diferentes lugares y compartirlo con más personas.

Finalmente, otro punto que se repite, es que podrían hacerse más productos similares, que dieran la posibilidad de aprender más cosas a través de la experiencia.

Todas las entrevistas, se pueden revisar en los videos en el ANEXO 8.

4.2 Modelo de negocios CANVAS

Se responden cada una de las dimensiones asociadas al proyecto desarrollado en esta tesis que se proponen para el funcionamiento de “VivArt”. Se da a conocer la propuesta de valor, y cómo a partir de ésta se generan los socios clave, clientes y canales. Así como también, se tiene en consideración cómo sería el flujo de ingresos. De manera de tener una idea general acerca del ingreso en el mercado del producto.

Dimensión: Socios Claves

¿Quiénes son nuestros socios clave?

Los socios claves están constituidos por:

- Todos los museos de pintura y galerías del país que tenga un área infantil o estén dispuestos a integrarla en sus visitantes. Dentro de la región, ejemplos de ello donde ya está abierta esta posibilidad son el Museo Baburizza, Museo Artequín, Sala Viña del Mar, etc.
- Colegios con enseñanza básica y con enseñanza obligatoria de la asignatura de artes plásticas, donde el profesor de artes y dirección del colegio son los actores principales en cuanto a comunicación.
- Padres y apoderados interesados en que sus hijos se relacionen con el arte desde la infancia.

¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

- Proveedores nacionales de cartón microcorrugado, acrílico y materiales de librería, pues son los elementos básicos para el desarrollo del producto y así, de las actividades planteadas. Así, se deben tener aliados estratégicos para conseguir bajos costos sin perder la calidad de los materiales.

¿Qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?

- Los espacios para generar las actividades tanto en el establecimiento educacional: patio y aula de clases, como en el museo: salas comunes de exposición de las obras y sala para que los alumnos expongan sus trabajos.
- Profesor/a de artes plásticas del establecimiento educacional para que dentro de las horas de clases de la asignatura desarrolle las actividades propuestas en la “Experiencia creativa”.

- Guía en el museo para mostrar y enseñar cinco obras donde se puedan leer claramente al menos dos elementos de los previamente trabajados a la visita.

- Equipo de mediación o de educación del museo para realizar los contactos organizacionales con los colegios.

¿Qué actividades clave realizan los socios?

- Guía por parte del equipo de mediación o educación hacia los alumnos participantes de la actividad en el museo.
- Guía y motivación directa de parte de los profesores de arte en los colegios para el uso y beneficio adecuado del material.
- Apoyo y comunicación entre colegios y museos para la vinculación con los visitantes infantiles.
- Difusión de la actividad de “Experiencia Creativa” por parte de los museos.

Dimensión: Actividades clave

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- Cumplimiento del desarrollo de cada etapa en su totalidad y en los tiempos correspondientes.
- Cumplimiento de las cuatro etapas propuestas por la “Experiencia Creativa”, es decir, desarrollo de las actividades iniciales indicadas en la “Croquera Creativa”, visita al museo y conocimiento de cinco obras significativas y coherentes con el trabajo previo, retroalimentación en el aula con el profesor/a de artes plásticas, nueva visita al museo en conjunto de padres y apoderados con exposición de los trabajos de los alumnos montada.
- Organización y contacto con anticipación entre el museo y el profesor para adquirir el producto y servicios incluidos.

- Adquirir permisos de parte del profesor en el establecimiento educacional tanto a nivel de dirección como de apoderados, para tomar el producto y servicio completo.

- Difusión del producto con las actividades que conlleva, de parte del museo.

¿Nuestros canales de distribución?

- Sitio web: El sitio web y correo electrónico dan la posibilidad de mostrar el producto físico y el uso de éste de forma práctica a través de imágenes y videos para que museos interesados puedan adquirir el servicio para los cursos de los colegios que se contacten para hacer visitas donde ellos, o para que los colegios en sí se vean motivados a tomar este servicio de visita al museo.

- Visita física: El mostrar el producto en museos de arte más visitados, dará la

oportunidad de que sea conocido y adquirido gracias a este medio.

¿Nuestras relaciones con clientes?

- La relación con el cliente, se basa en la experiencia práctica, dada por el servicio, como método de apoyo al aprendizaje y motivación por el arte. A su vez, el diseño del producto será importante en la relación con el cliente, ya que permitirá conocer los requerimientos que con el tiempo van surgiendo.

¿Nuestras fuentes de ingresos?

- A partir del conocimiento y uso del producto, éste se podría desarrollar e implementar para otros rangos etarios, lo cual influiría positivamente en los ingresos.
- El uso de nuevos materiales según lo que ofrezca el mercado y que cumplan con la funcionalidad del producto, manteniendo la idea de ser un obsequio incluido dentro de la experiencia, podrían afectar

positivamente por la conveniencia en los ingresos.

Dimensión: Recursos claves

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

- Requiere que el recurso humano, tanto como cliente museo como cliente profesorado, tengan la motivación de hacer del producto y servicio, una experiencia provechosa para todas las partes.
- Requiere que la manufactura sea nacional y tercerizada para poder disminuir costos en la fabricación del producto.

¿Nuestros canales de distribución?

- Reparto y distribución del producto en los colegios que lo solicite al museo de acuerdo a la cantidad de alumnos que lo requieran por establecimiento y en los períodos correspondientes previos a la visita misma al museo.

¿Nuestras relaciones con clientes?

- Relación con los clientes focalizada en el seguimiento de uso y respuesta por parte del usuario. De manera de asegurar el correcto funcionamiento y motivación para el aprovechamiento máximo en el tiempo.

Dimensión: Estructura de Costos

¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

- Manufactura: Ésta se debe tercerizar debido al desarrollo y construcción de cajas, y a su vez se debe considerar recurso humano para adquirir los materiales contenidos en la caja, todo en función de la calidad/conveniencia con respecto a los proveedores.

¿Qué recursos clave son los más caros?

- El uso de ciertos materiales (acrílico) para la construcción de la caja, como también los materiales contenidos (lápices

pasteles secos especialmente) para utilizar por los niños/as que hay en ella, tomando conciencia de que deben ser de la calidad adecuada para su correcto desempeño en las actividades como también a las características de uso propias de niños/as de esa edad.

¿Qué actividades clave son las más caras?

- Horas hombre de diseño y desarrollo de actividades: Debido a que el material posee contenido pedagógico, es de suma importancia que lo que se exponga en ello sea de real apoyo al aprendizaje escolar teniendo en cuenta el rango etario de los estudiantes como también los objetivos a enseñar en la asignatura. Por otro lado, el diseño debe ser adecuado para el mercado objetivo.

Dimensión: Propuesta de valor

¿Qué valor entregamos al cliente?

- Apoyo al aprendizaje a través de la experiencia práctica motivacional y lúdica. Vivencia de ciertos elementos plásticos del arte, apreciación de las obras de arte desde el conocimiento previo y posterior resonancia en ellas, revisión y retroalimentación de la vivencia en el museo mediante lo lúdico, y finalmente integración y comunicación de lo realizado y del museo en sí con la comunidad en este caso padres y apoderados.
- Aseguramiento de una participación en el tiempo, mediante un proceso de acompañamiento en el conocimiento y reconocimiento del museo de arte.
- Crear conciencia en el arte del lenguaje plástico y lo que éste implica en cada persona en sí y en su desenvoltura en el contexto social.

- Para el Museo:

Generar visitas al museo con un conocimiento previamente adquirido a través de una experiencia lúdica.

Potenciar la visita infantil a los museos de arte, tanto en el momento de uso del producto como a futuro.

- En los colegios:

Ser una herramienta de apoyo didáctico para el profesorado de la asignatura de artes plásticas en los colegios, dentro del plan curricular.

- Para los estudiantes:

Generar una clase de artes y una visita al museo de arte dinámica, motivada y entretenida.

- Para los padres y apoderados:

Crear una conciencia cultural desde la infancia para sus hijos.

¿Cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver?

- Para el Museo:

La falta de visitas al museo que hay hoy en día, por debajo del 50% de la población lo hace, y también en el futuro al acercarse a un público objetivo infantil.

La falta de actividades dinámicas y experiencias memorables, con que cuentan los museos en Chile.

- Para los profesores de artes plásticas:

La carencia de actividades con contenido de fondo en los trabajos de arte y que, a su vez, a partir de actividades lúdicas se potencie la clase más allá de ocupar materiales sin que el alumno vea el sentido.

- Para los estudiantes:

El problema de ver una clase de arte como un momento de manualidades y la visita al

museo como una situación aburrida y sin sentido que trascienda en ellos.

- Para los padres y apoderados:

El que los hijos puedan sentirse desmotivados a asistir a museos o por a cultura en general.

¿Qué paquete de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?

- Se ofrece un paquete de acuerdo al segmento etario del usuario, en este caso de 9 a 11 años de edad.

¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

- El cliente requiere un producto que fomente e incremente la visita al museo de arte de los estudiantes, mismos que en un futuro serán posibles visitas de adultos.

- El cliente requiere un producto que mantenga la visita del usuario en el tiempo.

Dimensión: Relaciones cliente

¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?

- Feedback a través de correo y del sitio web del museo por parte de los usuarios post-servicio entregado: profesores y alumnos.
- Feedback post-venta al museo.
- Seguimiento de uso: Para conocer las posibles mejoras que se le pudieran hacer al producto en función de los requerimientos que surjan a momento del uso del producto de forma constante.
- De esta manera, se ve la posibilidad de abarcar otros rangos etarios cumpliendo los requerimientos de aprendizaje necesarios para cada uno.

¿Cuáles hemos establecido?

- Para el nivel de prototipo se han generado relaciones con profesores y

museos para testearlo, de manera que las mejoras en cuanto a contenido vayan en función de sus requerimientos.

¿Cómo están integrados con nuestro modelo de negocio?

- Están integrados directamente al ser quienes guíen la entrega del conocimiento / apoyo en el aprendizaje y permitan el desarrollo correcto de las diferentes experiencias en los tiempos establecidos.
- Por otro lado, los actores del museo son los que promocionan el uso del producto/servicio, pues favorece la visita al museo, y los profesores, son quienes se ven motivados por éstos y motivan a sus alumnos a participar de ello y a que las actividades sean un apoyo en el aprendizaje.

¿Cuánto cuestan?

- A estas relaciones no se les puede establecer un valor monetario extra porque son parte de las actividades propias de un

profesor y de un trabajador dentro del museo.

Dimensión: Segmentos clientes

Los principales segmentos son:

- Alumnos de educación básica de 9 a 11 años de edad, cursantes de la asignatura de artes plásticas.
- En caso que se desarrollara el producto para otros rangos etarios, es aplicable desde los 9 hasta los 18 años, es decir, hasta cuarto año medio.
- Museos de artes plásticas y galerías de arte.
- Profesorado de la asignatura de artes plásticas en colegios.

Dimensión: Canales

¿Para quién estamos creando valor?

- Estudiantes de 9 a 11 años, y hasta 18 años si se desarrollan nuevos paquetes de producto.
- Profesores/as de arte de educación básica de colegios y escuelas.
- Dirección de los colegios.
- Padres y apoderados de niños de 9-11 años y posiblemente hasta cuarto año medio.
- Equipo de mediación de los museos de arte.

¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

- Museos y galerías de arte del país: El cliente más importante debido a que es quien decide adquirir el producto para conseguir más visitantes en el museo e incentivar el gusto por las mismas desde la

temprana edad de quienes serán sus usuarios.

Dimensión: Flujos de ingreso

¿Para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?

- Estarán dispuestos a pagar por una solución diferente y nueva a lo que ya existe, donde se incluyen etapas que permiten el seguimiento de la visita al museo previa, en el momento y posterior a ella, y en la cual el componente fundamental y distintivo es la experiencia práctica que sus usuarios vivenciarán.
- Estarán dispuestos a pagar por otro lado, por el producto que aparte de las vivencias que tendrán los alumnos, será de uso en el tiempo y podrá guardarse y llevarse a casa o a posteriores visitas para continuar su uso.

- Por asesoría de uso y puesta en marcha del proyecto.

¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando ahora? ¿Cómo preferirían pagar?

- Actualmente, se paga por cuadernillo u hojas individuales para colorear, por talleres de pintura o manualidades luego de una visita por el museo, por recorridos con guía informativo por el museo, etc.
- Hoy en día, los museos cubren este tipo de gastos en su mayoría financiados por el MINEDUC (Ministerio de Educación de Chile) a través de la institución llamada DIBAM (Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos), en otros casos también puede ser por organizaciones que colaboran a beneficio y en menor cantidad, ciertos museos cobran entrada y financian algunas cosas con ello.
- Podrán estar dispuestos a pagar por un producto que se pueda usar repetidas

veces en el tiempo y que a su vez asegure próximas visitas al museo.

¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

- El producto se vende de a varios debido a que está focalizado para su uso de manera grupal, y tiene un precio fijo por unidad.

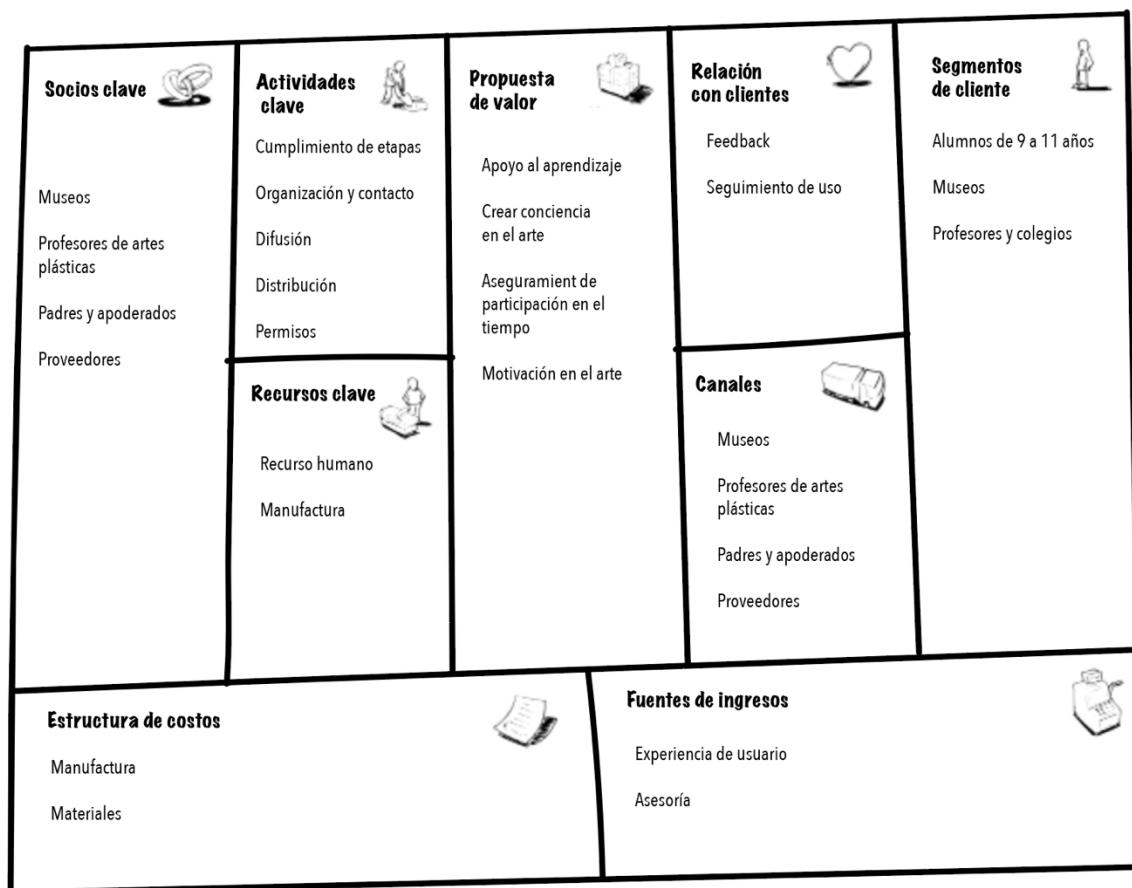


Figura 55, Diagrama modelo CANVAS

Fuente: Propia

CONCLUSIONES Y PROYECCIONES

En este capítulo, a partir de la propuesta final de prototipo al que se llegó, se analiza el estado concluyente tanto a nivel de manufactura, como de continuación y mejora del desarrollo de ideas, y también ciertas limitantes de la propuesta. Para seguidamente, plantear las proyecciones a futuro a abarcar por el producto. Todo enmarcado las actividades que se realizaron, el cumplimiento de los objetivos globales, el mercado objetivo y el testeo de éste.

5.1 Conclusiones

- En cuanto a la estación de trabajo a la propuesta de “VivArt”, se considera que es capaz de dar solución a la necesidad de generar apoyo al conocimiento de artes plásticas y de esta forma, aumentar las visitas al museo en el tiempo. “VivArt”, busca satisfacer la oportunidad de conseguir una comprensión del lenguaje del arte plástico a través de la vivencia activa de los niños en las experiencias en el arte, durante todas sus etapas que permiten la relación con el museo en el tiempo. De tal manera de cautivar a un ojo perdido hoy en día y que, en el futuro, al enfrentarse a las obras de arte, tenga conciencia de lo que está observando. Es por esto, que el usuario se focaliza en la etapa infantil, pues serán los futuros ciudadanos del mañana y a través de

ellos se produce la transformación social, la formación ciudadana y el aporte valórico. Es un producto que rescata la esencia de la educación desde el punto de vista de la formación humana.

- Éste, es un producto, que más allá de la experiencia, permite tener conciencia para las futuras visitas a museos por “encontrar lo que yo quiero”, de satisfacer una necesidad por consumir imagen, pues se ha originado desde un conocimiento formado con el apoyo de la motivación, experimentación, la propia creatividad y el uso de lo lúdico.
- Por otro lado, respecto a la estación de trabajo móvil en sí, se debe considerar reducir el volumen y peso del prototipo, debido a que, para el traslado del colegio al museo y al

revés, puede ser complicado. Sobre todo el acrílico, el cual se usó para dar estabilidad y mejor terminación estética, y ha generado mayor peso.

- El producto para efectos de prototipo de esta etapa, fue realizado a mano, pero a escala se debe hacer usando una matriz para cortarlo con láser en todas sus partes.
- Por las dos conclusiones mencionadas anteriormente, puede ser una opción positiva cambiar la materialidad de la estación de trabajo móvil, por uno que permita reducir el tamaño y peso, pero que cumpla con los siguientes requerimientos: ser una buena estructura de soporte, sea económico, eco-amigable y dé aspecto de regalo promocional y de uso para el período de la “Experiencia Creativa”, debido a que

tiene que estar dentro de los costos alcanzables como entrada a un museo con actividades tanto para colegios, padres y MINEDUC u organización que esté dispuesta a contribuir con los recursos para la realización de este tipo de actividades educativas. De esta forma, una primera solución sin cambiar la materialidad total, es quitar el acrílico de la tapa y en su lugar poner mica o adhesivo transparentes.

- Para la realización de los estampados a escala se debe usar un sistema serigráfico.
- Respecto a la estética de las tapas acrílicas de color que hacen coherencia con los colores indicados en la croquera, se considera que pueden ser opacas para generar definición, o transparentes y con un

indicio del color de la etapa que representan, de modo que se vean del todo los materiales del interior.

- A nivel pedagógico, con el tiempo y uso, se pueden ir actualizando y/o modificando levemente las actividades pedagógicas, siempre con el mismo fundamento teórico, pero en favor de que a los niños les resulte y haga sentido con el aprendizaje, manteniendo también lo lúdico que refieren.

5.2 Proyecciones

- Al producto, se proyecta hacerle mejoras estructurales, realizar una prueba piloto con 20 unidades con un museo y colegio local, y así posiblemente postularse a un fondo para así realizarse a gran escala. De esta manera, el plan es venderlo

directamente a los museos o a través del Ministerio de Educación para financiar este tipo de actividades dentro de los programas educativos de salidas a terreno ya existentes.

- La investigación de referentes para efectos de la tesis se realizó en los tiempos establecidos para ello, el primer semestre 2017, pero ahora, en los últimos meses del mismo año, se ha observado que en dos museos: Baburizza y Centro Cultural La Moneda, se han desarrollado cuaderno educativos para las visitas a los museos, con diferentes contenidos al de esta “Experiencia Creativa”, más bien referentes a ciertas temáticas referentes a las exposiciones, pero al menos el concepto de libro o cuaderno pedagógico ya se está comenzando a poner en marcha. Por lo que, el producto va muy bien avanzado con

respecto a contexto actual y hacia ese foco.

- De acuerdo al funcionamiento del producto ya en marcha, se pueden generar estadísticas referentes a las visitas al museo, el comportamiento de estos visitantes con una nueva forma de aprendizaje en sí mismos y la relación con el museo y exposiciones, de tal manera de abordar de forma estratégica dónde y cómo poner los esfuerzos para mantener las visitas y encausar actividades para otros rangos etarios. Así, una proyección luego de cierto período de uso, es incluir retroalimentación informativa para el cliente museo a través de servicio on-line.
- Para continuar promocionando el producto y aprovechar el valor respecto al apoyo al aprendizaje desde un lugar teórico-práctico, una

forma de potenciarlo en el tiempo, es crear nuevos subproductos que sigan esta misma tendencia, pero con distintas formas y posibilidades didácticas. Que los niños/as puedan aprender mediante láminas complementarias, tarjetas de actividades, cubos para jugar, etc.

- Por otra parte, para seguir con el valor de la propuesta de producto, continuar con ello, y ahora ya teniendo como base que se esté apoyando de una forma más directa a la entrega de ciertos contenidos respecto al lenguaje del arte, la última etapa del producto, se puede proyectar más. La idea, sería tomar los trabajos realizados por los alumnos, y una vez puestos en la web, desarrollar un programa para que desde su casa o desde el colegio, los niños puedan interactuar con ellos de forma on-line y darle

nuevos colores, formas, líneas a lo que ya hicieron, es decir experimentar gracias a los conceptos que se puedan haber ido incorporando en ellos, en un juego on-line.

REFERENCIAS

Babybookspain (2017). Rescatado de <http://babybookspain.com>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, BCN (2016). *Guía de formación cívica*. BCN, Santiago. Recuperado de [https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/58798/1/Guia-de-Formacion-Civica-\(web\).pdf](https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/58798/1/Guia-de-Formacion-Civica-(web).pdf)

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, BCN (2013). *Cuando se eliminó la asignatura Educación Cívica*. BCN, Santiago. Recuperado de <https://www.camara.cl/pdf.aspx?prmID=32251&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION>

Carrizo, Camilo (2017). Jorge Salomó, *Catálogo Camilo Carrizo “Tributo al maestro”*, (Septiembre, 2017). Viña del Mar, Chile.

Centro Cultural La Moneda (2017). Sección Educación. Rescatado el 20 de Abril, del 2017 de <http://www.ccplm.cl/sitio/secciones/educacion/>

Consejo Internacional de Museos, ICOM (2017). Rescatado 8 Junio, 2017 <http://icom.museum/resources/>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2013). *Encuesta nacional de participación y consumo cultural*. Análisis descriptivo. Santiago, Chile.

Rescatado de http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/11/ENPCC_2012.pdf

CorpArtes (2017). Sección Educación. Rescatado Abril de 2017 de <http://www.corpartes.cl/evento/coleccion-permanente/>

Dirección de bibliotecas, archivos y museos (2017). Área educativa, “Educación en museos”, Santiago, Chile. Rescatado de http://www.museosdibam.cl/628/articles-21881_archivo_02.pdf

Delgado Cerón, Ivonne y Recamán, Clara Isabel (1990). El Museo como ente educador. Boletín Museo del Oro, No. 28. p. 14-37. jul- sep. Bogotá: Banco de la

República. <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/bolmuseum/1990/jlsp28/indice.htm> Rescatado Junio, 2017.

Falk, J. H. (2013). Understanding museum visitors' motivations and learning. A museum for the and the professor (lk 119-122). Kasutatud, 13, 2015.

García, A., & Llull, J. (2009). *El juego infantil y su metodología*. Madrid: Editex, 32, 315-317.

Harrison, Rodney. (2013). *Heritage: Critical Approaches*. London: Routledge. Rescatado de Museums and the ‘New Museology’: Theory, Practice and Organizational Change Dr. Vikki McCall and Dr. Clive Gray.

Jay P. Greene, Brian Kisida and Daniel H. Bowen (2014). *The Educational Value of Field Trips*. *Education Next*, 14(1).

Juanola, R. (2008). Importancia de los museos en la educación artística. In *Actas del I congreso internacional. Los museos en*

la educación. *La formación de los educadores* (pp. 242-257).

Juanola, R.; Calbó, M. (2005). *Hacia modelos globales en educación artística*. En R. Marín Viadel (Ed.), *Investigación en educación artística: Temas, métodos y técnicas de indagación sobre el aprendizaje y la enseñanza de las artes y culturas visuales*, 99-124. Granada: Universidad de Granada.

Kandinsky, Vassily (1911). *Sobre lo espiritual en el arte*. (1994). Buenos Aires, Argentina: Andrómeda de Carlos Alberto Samonta

Lowenfeld, Viktor (1947). *Desarrollo de la capacidad creadora* (1961) Buenos Aires: Editorial Kapelusz, S.A.

Mahoney, Kristina (2015). *Engaging Young Children in the Art Museum: An Educational Criticism of an Art Museum Summer Class*. University of Denver. Electronic Theses and

Dissertations. (Doctoral dissertation, University of Denver).

MINEDUC (2017) Currículum en línea. Recursos para el aprendizaje MINEDUC. <http://www.curriculumenlineamineduc.cl/605/w3-propertyvalue-52059.html>

MINEDUC (2007) Informe de la Comisión de Formación Ciudadana. *Síntesis del discurso del presidente de la comisión sobre el estudio del currículum y las prácticas en el aula*, MINEDUC. Santiago.

<http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/Mineduc%202004%20Comisión%20formación%20ciudadana.pdf>

MINEDUC (2005). Informe Comisión Formación Ciudadana. Santiago de Chile, *Serie Bicentenario*. MINEDUC, Santiago. Recuperado de <http://www.educarchile.cl/lech/pro/app/detalle?id=140089>

Museo de Arte Moderno (2017). Sección Familias. Rescatado de <https://www.moma.org/visit/families#art-lab>

Museo Nacional de Bellas Artes (2017). Sección Mediación y educación. Rescatado Abril, del 2017 de <http://www.mnba.cl/617/w3-propertyvalue-38959.html>

Museo Nacional del Centro de Arte Reina Sofía, Madrid. Sección Educación. Rescatado de <http://tallerdeartista.museoreinasofia.es>

Museo Nacional del Prado (2017). Sección Aprende, primaria. Rescatado de <https://www.museodelprado.es/aprende/educacion/el-arte-de-educar/primaria>

Oyarzún, Luis (1981). *Meditaciones estéticas*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Schulz, W., Fraillon, J., Ainley, J., Losito, B., & Kerr, D. (2010). *Estudio internacional sobre educación cívica y ciudadana. Marco de la evaluación*. Ministerio de Educación, España.

Simpson, Martha (1951). *El arte es para todos*. (1961) (pp.9-11,43). Argentina: Hachette.

Soysal, Y., y S. Wong. (2008). Educando a Futuros Ciudadanos en Europa y en Asia, en A. Benavot, C.Braslavsky (editores) *El Conocimiento Escolar en una Perspectiva Histórica y Comparativa*. Cambios de Currículos en la Educación Primaria y Secundaria. The University of Hong Kong. Springer; Buenos Aires: Granica.

ANEXOS

ANEXO 1: Preguntas entrevista profesores de artes plásticas

Marzo, 2017

Proyecto de innovación en el museo de arte como ente educativo

Investigadora: Paula Antillanca – Memorista Ing. En Diseño de Productos UTFSM

Objetivo general: Acercar a la sociedad infantil chilena a los museos de arte como ente educativo

Preguntas

Sobre la aplicación de la asignatura de artes visuales:

- 1.- ¿Cómo se cumple el programa de artes visuales del Ministerio de Educación en los colegios? ¿Por qué se lleva a cabo de esa manera?
- 2.- ¿Se enseña teoría e historia del arte? ¿De qué o quiénes depende que se enseñe?
- 3.- ¿Se le da la real importancia que merece a la asignatura y a las artes plásticas donde trabaja? ¿De qué o quiénes depende (profesor, alumnos, colegio, director, etc.)?
- 4.- ¿Qué falta para que la aplicación de la asignatura sea más potente?

Sobre la elección de la asignatura de artes visuales por los alumnos:

- 5.- ¿Hasta que año escolar se enseña de forma obligatoria artes?
- 6.- Si los alumnos deben escoger entre artes y música, ¿en qué año se hace?
- 7.- ¿En base a qué cree que los alumnos escogen una asignatura u otra?

Sobre visitas a museos o exposiciones:

- 8.- ¿Hacen visitas a museos o exposiciones de arte? ¿Por qué?

Si van,

- 9.- ¿Cuántas veces en el año?
- 10.- ¿A qué museos o exposiciones han ido?
- 11.- El colegio, ¿qué aporte o agilidad pone para que la actividad se realice?
- 12.- ¿Cómo lo recibe el museo? ¿Qué pone de su parte el museo como ente educativo?

Si no van,

13.- Si fuera gratuita la entrada a una exposición en su región, ¿qué problemas podría tener para asistir con un curso a ella?

14.- ¿Por qué cree que sería útil visitar museos y/o exposiciones?

15.- ¿Qué se puede potenciar en el aprendizaje con una visita de este tipo?

¡¡¡Muchas gracias!!!

|

ANEXO 2: Preguntas entrevista a

trabajadores de museos

- 1.- ¿Cómo reciben a los niños en el museo tanto como visita escolar como en otro contexto ? Por qué? (Cómo se potencia el aprendizaje)
- 2.- ¿Por qué han decidido implementar esta área del museo y tener un foco en la enseñanza escolar?
- 3.- ¿Se le da la importancia que merecen los museos en el país? (En Stgo vs regiones)
- 4.- ¿Cómo afecta el contenido que se debe ver en los colegios según el ministerio, en los planes que hacen?
- 5.- ¿Qué restricciones o condiciones ponen como museo tanto a los profesores como a los alumnos? Y sino, a los padres?
- 6.- ¿Qué plan tienen para recibir a la gente de regiones? (que debe hacer la visita por más tiempo)
- 7.- ¿Tienen exposiciones temporales? Con cuánto período de tiempo conocen el plan de exposiciones?
- 8.- ¿Desde qué perspectiva abarcan el contenido que entregan? ¿Plástica? ¿Historia? Etc
- 9.- ¿Cómo es el flujo de escolares que reciben? (Cantidad)
- 10.- ¿Cómo es el contacto con los colegios?

ANEXO 3: Archivo de audio digital,
Entrevistas Profesores y Trabajadores
museos. CD, carpeta ANEXOS, Anexo 3.

ANEXO 4: Archivo Excel, Encuesta
alumnos. CD, carpeta ANEXOS, Anexo 4.

ANEXO 5: Preguntas encuesta alumnos

Marzo, 2017

Proyecto de innovación en el museo de arte como ente educativo
Investigadora: Paula Antillanca – Memorista Ing. En Diseño de Productos UTFSM

1.- Edad:

2.- Colegio: a) ¿Privado, subvencionado o municipal?
b) ¿Científico-humanista o técnico profesional?

3.- ¿Hasta qué curso tuviste artes en el colegio? (Si no tuviste, pasa a la pregunta 7.-)

4.- Si tuviste que escoger en algún momento, ¿en qué curso fue y por qué escogiste esa asignatura?

5.- ¿Te enseñaron teoría y/o historia del arte?

6.- ¿Hiciste alguna visita a exposición o museo de arte? ¿A cuál/es recuerdas?

7.- Si hoy día asistes a una exposición de obra plástica, ¿entenderías desde el punto de vista teórico lo que observas?

8.- ¿Por qué piensas que sería útil visitar museos de arte?

9.- ¿Qué se puede potenciar en el aprendizaje con la visita a un museo?

ANEXO 6: Tabla de requerimientos de diseño

Objetivo de diseño	Requerimiento 1	Requerimiento 2	Requerimiento 3	Requerimiento 4	Requerimiento 5
Generar una innovación respecto al apoyo al aprendizaje significativo , es decir, que lo que se enseñe vaya más allá de los meros conocimientos conceptuales. Hablar de lo didáctico	La actividad debe ser mayormente experiencial y para que sea significativa primero debe incorporarse cognitivamente en el ser humano en primera instancia pues es relacional. Por lo tanto, la experiencia se debe desarrollar en base a 4 etapas respecto al espacio contextual donde se lleve a cabo. 1.Colegio: Acercamiento al lenguaje artístico (elementos plásticos). 2.Museo: Visita experiencial 3.Colegio: Validación de contenidos 4.Museo: Exposición y encuentro	1.Segmentación de los tópicos teórico (elementos plásticos) en módulos pequeños con el fin de facilitar y lograr interiorizar la comprensión y atención del niño.	2. Guía o tutor que conduzca la actividad en conjunto con el profesor.	3. El profesor debe hacer una validación y cierre de lo absorbido por los alumnos para culminar el proceso de aprendizaje.	4. Debe existir un encuentro posterior donde se genere una instancia de comunicación y retroalimentación de lo acontecido previamente.
Innovar respecto a lograr un aprendizaje del lenguaje del arte.	Enseñar desde la práctica en vez de lo teórico, para poder internalizar el conocimiento.	El producto debe ser alto en creatividad y bajo en tecnología.	El producto puede tener instancias de trabajo grupales, pero al tener como fin el desarrollo de las diferentes capacidades personales, debe contemplar un momento de expresión individual acorde a las necesidades propias de cada niño/a.	Se debe lograr la identificación del niño/a través de la obra de arte.	
Tener una duración de un período en el tiempo y así se logre un enganche con las obras de arte.	El producto requiere que se siga el orden de etapas estipulado para obtener el beneficio esperado.	El producto debe incitar a los alumnos a volver a relacionarse con obras de arte, con el fin de repetir la experiencia personal a través del arte.	El producto requiere un período de retroalimentación o validación de la experiencia.		

Generar una situación didáctica y lúdica más que entretenida.	Las actividades que se hagan a través del producto, deben permitir una formación integral del niño/a, al favorecer el desarrollo de la personalidad.	Las actividades deben incluir alto movimiento corporal, por ejemplo, a través del juego, baile, actividad física, etc.	Las actividades deben permitir que el niño/a se pueda expresar de la mejor manera posible.	Las actividades deben tener momentos grupales para fomentar la comunicación social con pares y con los padres, e individuales para favorecer la expresión personal.	A través de la libertad que da una situación lúdica, se debe aprovechar para desarrollar la manifestación propia de cada niño/a. El producto debe tener colores y formas que potencien el aprendizaje para los niños/as.
Formar un encuentro familiar , y por lo tanto sirva para atraer a los padres a través de los hijos.	Una parte de la actividad debe poder relacionar a los hijos y los padres entre sí, para que estos últimos guiados por sus hijos puedan acercarse al arte.	Llamar la atención de los padres mediante una actividad hecha por los hijos.	Realizar una experiencia dentro del contexto de museo para incentivar a su visita posteriormente tanto por los niños/as como por los padres.	El encuentro familiar debe ser posterior al período de aprendizaje cognitivo para que éste no sea distraído.	Seguridad-> entregar confianza a los niños/as en lo desarrollado en el período.
Incluir a los profesores de asignatura como ente mediador y potenciador en el tiempo, de los contenidos.	El profesor debe conocer previamente el contenido del museo.	El profesor debe hacer una coordinación previa con personal de mediación del museo.	El profesor debe aceptar el programa desarrollado (producto) con el interés y tiempo que éste exige.	El profesor debe ser el encargado de gestionar los permisos necesarios en su establecimiento de trabajo tanto con el colegio mismo como con los apoderados.	El producto debe ser amigable en cuanto a su uso y entendimiento para el profesor que va a utilizar el producto como guía de los alumnos.
Que haya una parte de aprendizaje en el museo como también una parte fuera de él, ya sea en casa o colegio, con el apoyo del producto que se realice.	El producto debe permitir instancias de aprendizaje y enganche durante distintas etapas.	Debe existir un momento de encuentro de lo que se ha realizado para poder compartir experiencias.	La experiencia en el museo debe ser previamente apoyada por un trabajo de aprendizaje para que la visita sea valiosa para el alumno.		

Que el producto no tenga altas limitaciones para los diferentes establecimientos en cuanto a recursos monetario que implique su uso.	El producto requiere de una manufactura sencilla, para que los costos de producción sean bajos y no generen un costo de venta inaccesible.	El producto debe basarse en un modelo de negocios dirigido al presupuesto económico que manejan los museos.	El producto requiere estar hecho de un material y/o utilizar herramientas de bajo costo.		
Generar un impacto en los/as niños/as sobre todo al momento de su primera etapa de uso.	Que la primera etapa de uso del producto sea extremadamente lúdica, y vaya disminuyendo gradualmente en este aspecto.	Sobre todo, la etapa inicial tiene que ser netamente experimental, de manera que se ocupen la mayor cantidad de sentidos. Pues las experiencias entran más fácil a las personas a través de éstos y es más significativo en el usuario.			
Adecuar el producto para el rango etario en que se va a disponer.	El producto para el caso del tiempo acotado de tesis se debe especificar para un rango etario de niños de dos niveles, en este caso de 8 a 9 años.	El producto debe responder a las necesidades del desarrollo de la creatividad de los alumnos del rango etario especificado para que puedan conseguirse óptimos resultados.	El producto debe motivar en cuanto a forma, colores, uso, etc. al rango especificado como también debe ser de fácil entendimiento para el profesor de la asignatura.		
Existencia de apoyo para la persona o pequeño equipo de mediación que hay en el museo .	El producto debe contemplar distintas etapas de actividad para que no se concentre en una sola instancia, y, por lo tanto, en una sola persona a cargo, la entrega del aprendizaje.	Debe considerarse trabajo en equipo por parte de los diferentes actores de la visita al museo, para que las distintas diferentes instancias se desarrollen de forma adecuada.	El producto requiere que haya un contacto fácil entre personal de mediación del museo y profesor de la asignatura de artes tanto antes a la visita como después de ella.		

ANEXO 7: Archivo PDF, Contenido de actividades “Croquera Creativa”. CD, carpeta ANEXOS, Anexo 7.

ANEXO 8: Archivo de videos, Entrevistas profesores y alumnos, CD, carpeta ANEXOS, Anexo 8.