

## UN GUIÓN MUSEOLÓGICO (POSIBLE Y PENDIENTE) PARA LA CASA MUSEO RAFAEL NÚÑEZ

Manuel Antonio Zuñiga Muñoz  
Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe, Colombia  
Manuel.zuniga@utadeo.edu.co

Recibido: 15 de Julio de 2022

Aceptado: 05 de Octubre de 2022

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/akt9mox4t>

### Resumen

Para mejorar la mediación de los museos regionales con sus públicos, en 2018, el Programa Fortalecimiento de Museos de Colombia se propuso renovar las exposiciones permanentes. En 2019, encomendó la creación de un guión museológico renovado para la Casa Museo Rafael Núñez en Cartagena de Indias desde una perspectiva participativa, incluyente y crítica sobre el patrimonio cultural. El artículo se centrará en narrar el proceso que orientó la construcción del guión asumido como un caso de estudio, el cual inició estableciendo una *idea dominante* a partir de las percepciones de las actividades educativas y culturales llevadas a cabo por el museo entre 2018 y 2019 enmarcadas en el *giro sociológico*. Para dinamizar futuras visitas, la idea dominante derivó en una propuesta de experiencias tridimensionales: *pensar, hacer y sentir* en función de tres categorías centrales: *Regeneración, Cotidianidad y Género*. Se elaboró una matriz de relaciones transversales que evidencia las correspondencias entre las categorías con las actividades educativas y culturales, algunos espacios físicos y objetos de la colección de la casa museo, funcionando como una herramienta dinámica de interpretación y guía para el posterior diseño de una posible museografía renovada. Se logró evidenciar como las actividades educativas y culturales inspiraron la propuesta renovada del nuevo guión museológico centrado en la experiencia del participante y no en los objetos y espacios, ofreciendo una lectura abierta, inacabada y en construcción. El nuevo guión ofrece un espacio para lo inesperado y se configura desde dinámicas que abrazan lo experimental. Lo “posible y pendiente” en el título (entre paréntesis) alude a que su implementación -a la fecha- no ha tenido lugar.

**Palabras clave:** Giro sociológico, Gestión del patrimonio, Educación en museos, Museo participativo, Guión museológico.

### A MUSEOLOGICAL SCRIPT (POSSIBLE AND PENDING) RENOVATED FOR THE RAFAEL NÚÑEZ HOUSE MUSEUM IN 2019

## Abstract

To improve the mediation of regional museums with their audiences, in 2018, the Colombian Museums Strengthening Program set out to renew the permanent exhibitions. In 2019, it commissioned the creation of a renewed museological script for the Casa Museo Rafael Núñez in Cartagena de Indias from a participatory, inclusive and critical perspective on cultural heritage. The article will focus on narrating the process that guided the construction of the script assumed as a case study, which began by establishing a *dominant idea* based on the perceptions of the educational and cultural activities carried out by the museum between 2018 and 2019 framed in the *sociological turn*. To stimulate future visits, the dominant idea led to a proposal for three-dimensional experiences: *thinking, doing and feeling* based on three central categories: *Regeneration, Everyday Life and Gender*. A matrix of cross-cutting relationships was developed that shows the correspondences between the categories with educational and cultural activities, some physical spaces and objects from the museum house collection, functioning as a dynamic interpretation tool and guide for the subsequent design of a possible renewed museography. It was possible to demonstrate how the educational and cultural activities inspired the renewed proposal of the new museological script, focused on the experience of the participant and not on the objects and spaces, offering an open, unfinished and under construction reading. The new script offers a space for the unexpected and is configured from dynamics that embrace the experimental. The "possible and pending" in the title (in parentheses) alludes to the fact that its implementation -to date- has not taken place.

|2|

**Keywords:** Sociological turn, Heritage management, Museum education, Participatory museum, Museological script.

## Introducción

El mejoramiento de la exposición permanente en la Casa Museo Rafael Núñez (CMRN), compuesta por objetos bidimensionales y tridimensionales que en buena parte ambientaron los espacios de las familias de élite de finales de siglo XIX, debe redundar principalmente en mejorar la experiencia de quienes la visiten. Para ello, el Programa Fortalecimiento de Museos (PFM) a través de las líneas estratégicas de organización, educación, gestión del patrimonio, apoyo técnico a museos, comunicación y administración de museos del Ministerio de Cultura ubicados fuera de Bogotá, y dentro del marco del Plan Estratégico de Renovaciones Museográficas, desde 2018 se propuso renovar las exposiciones permanentes para que mejoraran la mediación de los museos con sus públicos, siendo la CMRN beneficiaria de este apoyo.

En 2019, la Fundación Niños Amigos del Patrimonio (FUNAP), operador de la CMRN en ese entonces en convenio con el Ministerio de Cultura, contrató<sup>1</sup> el servicio profesional para elaborar un nuevo guión museológico, cuya museografía está vigente desde 2007 y con un ejercicio de actualización de piezas infográficas de 2012.

Con el propósito de aportar al estudio de guiones museológicos que centran su interés en las personas y no en los objetos, el presente artículo asume el nuevo guión (posible y pendiente) fruto del contrato con FUNAP, como un caso de estudio. A propósito, los casos de estudios “son metodologías de investigación que examinan temáticas, proyectos u organizaciones para contar una historia” (Mohan, 2021, prr.5). Esto, privilegiará un carácter narrativo en el documento con tal de “contar” como fue el proceso de construcción del guión, así como para explicar los principales productos del proceso.

En tal sentido, el artículo centra su atención en narrar (contar) como fue el proceso de construcción del guión museológico renovado encomendado por el PFM en 2019, que consistió en llevar la vitalidad de las actividades educativas y culturales realizadas en el museo entre 2018 y 2020, a la experiencia de los participantes con los espacios físicos y objetos de la colección permanente.

|3|

### **El cambio de lugar del patrimonio en los museos**

En septiembre de 2018, una vecina del barrio El Cabrero en Cartagena de Indias, retiró a la fuerza un cartel instalado en la fachada de la Casa Museo Rafael Núñez (CMRN). El cartel anunciaba una actividad cultural que invitaba a consumir la mezcla rosada de la bebida gaseosa Kola Román con leche envasados en una bolsa plástica, coloquialmente conocido como boli. La relación entre el boli de Kola con Leche y la CMRM con el lugar donde vivió y murió el siete veces presidente de la República de Colombia parecía fuera de lugar, lo que enfureció a la vecina en tanto que lo popular no se mezcla con lo refinado.

Figura 1: Diseño de pieza publicitaria de la exposición.

---

<sup>1</sup> Para ello, se elaboró un contrato firmado el 3 de enero de 2019, entre Oscar Uriza, representante de FUNAP, y el profesional Reinaldo Niebles de La Torre, en calidad de Contratista. Niebles de la Torre es Psicólogo y Magister en Educación con énfasis en cognición de la Universidad del Norte. Con experiencia de 10 años en el diseño y evaluación de experiencias de educación informal y recursos para la interpretación educativa y del patrimonio. Niebles de La Torre vinculó a Manuel Antonio Zuñiga Muñoz en calidad de co investigador. Zuñiga Muñoz es Maestro en Artes Plásticas y Magister en Desarrollo y Cultura. Fue director de la Casa Museo Rafael Núñez entre 2018 y 2020. El producto contratado fue entregado al PFM en octubre de 2019.



Fuente: Dirección CMRN (2018)

La polémica actividad se dio en el marco del giro sociológico (concepto que más adelante se ampliará) en un intento por conectar historia y cultura para hacer conexión con mayores audiencias, más allá de las tradicionales interesadas en conservar una mirada de refinamiento en un museo que es público. La base histórica dice que la familia de Soledad Román, esposa de Rafael Núñez, fue la pionera en el continente americano en la producción de bebidas gaseosas. Hoy día la Kola Román despierta sentidos de identidad en colombianos oriundos del norte del país (Región Caribe).

El episodio del cartel (ver imagen 1) sirve para evidenciar cómo la idea del museo como lugar de autoridad cultural, civilizador, de gustos refinados, depositario de imaginarios de grupos sociales que dominan y de connotación elitista, persiste. Sin embargo, así como con Bourdieu (1998), los museos (y las instituciones, en general) son escenario donde tienen lugar interacciones y relaciones de poder, es decir, tensiones y disputas, entre otros, por capitales culturales que grupos sociales asumen como significativos y procuran convertir en hegemónicos, dinámicas que tienen lugar en el mundo social. Esto quiere decir que grupos sociales distintos podrían significar los espacios y los objetos de acuerdo con sus intereses, los cuales son configurados en resonancia con las dinámicas sociales e históricas de contexto.

Junto con los conceptos de hegemonía y de resistencia, el sociólogo García Canclini (1999) hace un aporte al asunto de las tensiones y disputas sobre los significados de los objetos y espacios en el mundo social, introduciendo el concepto de “campo social” con el fin de ilustrar cómo el Estado, los Privados y los Movimientos Sociales agrupados como actores sociales, interactúan y se disputan capitales simbólicos en torno a cuatro paradigmas en la gestión del patrimonio: tradicionalismo sustancialista, mercantilista, conservacionista y monumentalista, y participacionista. Esto significa, entre otras cosas, que la influencia de valoración que los actores sociales realizan, dependerá del poder acumulado de acuerdo con su condición social, configurando así un entramado de intereses y juegos de poder.

Ahora, si un lugar como la CMRN, declarado en 1995 como Bien de Interés Cultural (BIC) Nacional, es un museo de carácter público ¿tal condición lo vuelve exento de ser

significado de otras formas posibles? ¿Es la mirada elitista la que mejor funciona para promover su vocación pública? ¿el prestigio asociado al presidente que la habitó da licencia para “venderse” como un lugar de clase y refinamiento? Por lo tanto, la valoración patrimonial es también un asunto en disputa.

De las múltiples definiciones posibles de patrimonio y sus modalidades, DeCarli (2018) promueve una que tiene el cuidado de situar el patrimonio como un asunto local y su cuidado en manos de las personas (o comunidades) en tanto lo practiquen y lo reconozcan, con la ayuda de instituciones. Para Castillo-Ruiz (2007), la idea del valor que saberes expertos otorgan en términos de autenticidad, antigüedad y forma, se contraponen al valor que otorgan las personas, más afín a la lógica del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) “[...] conformado por los usos, prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas tradicionales que se transmiten de generación en generación y reafirman la identidad de una comunidad, colectividad o grupo humano” (Ministerio de Cultura, 2017, p. 11).

Así las cosas, son las personas quienes otorgan valor de patrimonio a espacios, objetos y prácticas, por lo que incluirlas en la valoración implica reconsiderar la mirada del patrimonio centrada en el objeto de protección y el atributo histórico como el principal criterio, promoviendo “nuevas formas de sociabilidad, [el] diseño más igualitario de las relaciones sociales en todos sus niveles” (Dagnino, 1998, citado en Yúdice, 2019, p. 7).

Las actividades que celebra el descentramiento del objeto patrimonial y la participación que las personas en la valoración en los museos, suelen ocurrir con mayor intensidad a través de las apuestas educativas y culturales, y con más dificultad en la configuración de los guiones museológicos y en las museografías, esto, en tanto que los objetos y los espacios poseen razones históricas y simbólicas que conservar, preservar y poner en valor, al parecer, independientemente de que sean o no valorados.

Tales actividades han comenzado a permear al ámbito hermético de lo museológico con la “nueva museología”, postura ideológica que reconoce necesario promover una relación más estrecha de los museos con las personas, quienes tienen un papel más activo, como un “enfoque que tiene que ver con la necesidad de aumentar la accesibilidad y sustentabilidad” (Eve Museografía, 2016, párr. 9). Así es como los muchos museos han comenzado a preocuparse por las luchas sociales, dejando de ser legisladores de la historia a intérpretes de los hechos.

En esa línea, las revoluciones que la nueva museología propone, se animan en espacios de discusión como, por ejemplo, el encuentro de profesionales de museos de América El Museo Re imaginado, el más reciente realizado del 20 al 22 noviembre de 2019 en la ciudad de Oaxaca, México. En la conversación: El presente del futuro de los museos, los panelistas intentaron dar respuesta a preguntas como ¿Están preparados los museos para enfrentar desafíos sociales y económicos? En tanto que se espera que los museos, de cualquier escala, puedan abordar problemas y temas del presente, puedan reformular desigualdades sociales imperantes y puede ayudar a los visitantes a entender a los otros.

El entonces director del Programa Fortalecimiento de Museos (PFM) del Ministerio de Cultura de Colombia, Daniel Castro, participó de este panel. En su intervención expresó que lo que haría posible hacer realidad un museo imposible, depende que las

instituciones sepan que quieren ser, postura que la define como “sostenibilidad conceptual”, cuya claridad permitiría al museo adquirir identidad y que lo explica como “si yo no sé lo que yo soy, no sé qué hacer” (Fundación TyPA, 2019, 45m23s). Entonces, para saber cuál podría ser ese nuevo museo en la contemporaneidad sin morir engañados en medio del capitalismo, se necesita establecer una identidad.

Si bien las ponencias del panel funcionaron más bien como inspiración, y no para desentrañar cómo podrían volverse realidad la aspiración de cambio y novedad, de enfrentar desafíos sociales, mucho menos sobre cómo operativizarlo en términos de guiones museológicos, la sostenibilidad conceptual, esbozada por Castro, da pistas para saber que, al emprender un trabajo de renovación en clave de nueva museología, implica tomar una postura ideológica que permita hacer posible lo imposible.

### **El giro sociológico como fundamento integrador para un nuevo guión museológico.**

Es claro que las instituciones museológicas modernas necesitan reconectarse con el público y demostrar su valor y relevancia en la vida contemporánea. Esto implica tomar posturas ideológicas en clave de sostenibilidad conceptual. Es por ello que el guión renovado de la CMRN se enmarcó en las lógicas de un museo participativo (Simon, 2010), al asumir que las personas no sólo necesitan consumir bienes culturales; necesitan discutir, compartir, participar, y producir, esto, de la mano del giro sociológico.

Al respecto, el giro sociológico, es entendido como:

(...) el esfuerzo intelectual y creativo por lograr establecer correspondencias de sentido entre el universo de signos y símbolos con los cuales las personas se identifican y expresan sentido de pertenencia, con hechos y datos de la historia propiamente dicha, esfuerzo que significó descentra lo histórico para ponerlo a dialogar con la cultura. (Zuñiga Muñoz, 2020, p. 178)

En la práctica, el giro sociológico consistió en poner en diálogo historia y cultura. El lugar dominante de la historia en las decisiones sobre la comunicación y las actividades de la casa museo, pasó a ser de tipo dialógico y en relación con la cultura. Además de actividades como talleres de circo social, dibujo con lapicero, danza, teatro y bordado, entre otros, se realizaron, por ejemplo, charlas tituladas *¿Y este man qué?* Rafael Núñez imaginado (ver Figura 2), donde se pudo hablar sobre el expresidente de las ideas que las persona tienen de él.

Figura 2: Diseño de pieza publicitaria.



Fuente: Dirección CMRN (2019)

|7|

También, se diseñó la exposición temporal titulada *Aquí se venden bolis*, la cual narró la relación entre el legado de Laboratorios Román, empresa creadora de la popular bebida gaseosa Kola Román, y su posterior uso como ingrediente principal en la fabricación y venta del boli, hoy parte del sentido de identidad y del patrimonio inmaterial de los cartageneros. También, se implementó el informativo *El runrún ¡suena!*, una bicicleta con un megáfono que cada lunes recorrió la Calle Real de El Cabrero, emitiendo un audio musicalizado con la agenda de la semana.

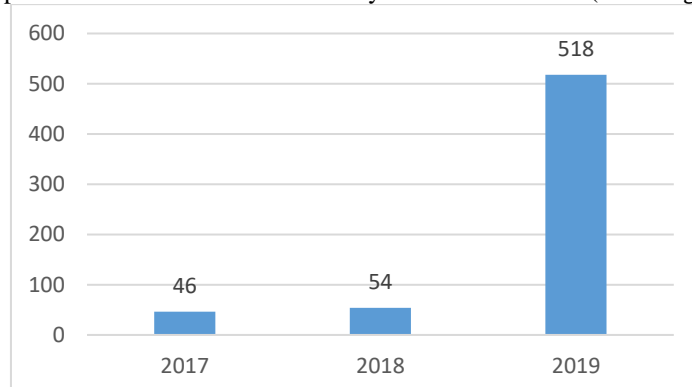
Figura 3: Participantes de taller de collage.



Fuente: Dirección CMR (2019)

El giro sociológico comenzó a implementarse en agosto de 2018. Las principales actividades se realizaron haciendo uso de los espacios del primer piso: salón múltiple, pasillos y patio jardín, principalmente. En agosto de 2019 (ver Figura 4) se evidenció un incremento significativo en el número histórico de personas que visitaron la casa museo y participaron de su agenda educativa y cultural esto, respecto al mismo mes en 2017 y 2018.

Figura 4: Participantes en Actividades Educativas y Culturales CMRN (Corte Agosto de cada año)



Fuente: Administración CMRN (2019)

Poner a dialogar historia y cultura supuso la aparición de tensiones, o más bien, “tensiones sociológicas”, entendidas como “la acción de fuerzas opuestas a que está sometido un cuerpo– relacionadas en este caso con el imaginario de élite atribuido a la casa-” (Zuñiga Muñoz, 2020, p. 181) en relación con resistencias que grupos hegemónicos mantienen con la cultura local y lo popular. Las tensiones se valoraron en virtud de su capacidad para generar cambios profundos en la configuración del guión, con la intención de subvertir las lógicas tradicionales de la experiencia.

|8|

La disrupción, siguiendo las ideas de Christensen (2015), proviene del latín *disruptivo* como un fenómeno que produce una fractura o cambio brusco, se incorporó al proceso de configuración del guión como una conversión simbólica de las tensiones sociológicas. La disrupción hace referencia a una lógica de diseño y gestión que abraza la incertidumbre en ocasión del giro sociológico, en vista que, en esencia, el giro es un fenómeno experimental, cuya implementación genera propiedades emergentes que tal vez puedan o no ser anticipadas. Por lo tanto, las “anomalías” son bienvenidas para ser reflexionadas y, dependiendo de su naturaleza, incorporadas o descartadas.

En este contexto, aproximar universos sociales y culturales mutuamente excluidos, descentrando la historia y poniéndola en relación -y en tensión- con la cultura local, representó para la CMRN un esfuerzo inicialmente expresado en torno a la oferta de actividades educativas y culturales, y en menor intensidad, en la experiencia en torno al encuentro con la colección permanente, ubicada en el segundo piso del inmueble.

Cabe recordar que el inmueble de la casa museo, fue escenario de la generación de ideas y reformas políticas que produjo, entre otras, la Constitución Política de Colombia de 1886 durante el tercer mandato presidencial de Rafael Núñez. La casa fue propiedad de Soledad Román, su esposa. En el año 1925, después de la muerte de Soledad, durante el gobierno de Pedro Nel Ospina, se declaró museo histórico mediante la Ley 41. Luego, en 1950, el gobernador de Bolívar adquirió la casa de El Cabrero con el fin de preservarla.

Gracias al valor histórico, estético y paisajístico que se conservó a través del tiempo, en 1950, la Casa Museo Rafael Núñez fue declarada monumento nacional; además,



mediante el decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995, fue declarada BIC del ámbito nacional.

### **Un guión abierto y no lineal para la Casa Museo Rafael Núñez**

Tomar como base teórica y metodología el funcionamiento disruptivo del giro sociológico puesto a prueba con éxito en las actividades educativas y culturales de la CMRN entre 2018 y 2020, sirvió para incluir a las personas: ciudadanía local y nacional, en el proceso de construcción del nuevo guión. La participación ciudadana se orientó, en primer momento, en conocer cómo las actividades educativas y culturales cumplían con sus expectativas, segundo, en conocer las concepciones implícitas de las audiencias potenciales, y tercero, para disponer de insumos con los cuales construir una idea o tema dominante capaz de orientar el documento narrativo del guión renovado.

Incluir la ciudadanía implicó abandonar la idea de un “visitante” cuya conexión con el museo es tangencial y episódica, para construir la idea de un “participante”, personas que sean capaces de construir su propio significado a partir de experiencias culturales.

La ciudadanía fue convocada mediante piezas gráficas informativas que circularon por WhatsApp, Facebook e Instagram, por medio de correos electrónicos personalizados y por perifoneo a través de *El runrún ¡suena!* Se organizaron cuatro espacios en horarios distintos, para atender a niños de 8 a 13 años (primer espacio), jóvenes, a partir de los 15 años, y adultos, asistentes regulares a las actividades de la casa museo (segundo espacio), académicos, historiadores, artistas y gestores (tercer espacio), y vecinos de El Cabrero (cuarto espacio), convocados para el día viernes 25 de enero de 2018. En total, se contó con la participación de 25 personas, todos adultos, entre los 23 y 60 años, entre académicos, historiadores, artistas, gestores, vecinos y asistentes regulares. Los niños y jóvenes no asistieron al coincidir el taller con el inicio de clases del año.

### **Sobre las expectativas de los participantes**

Desde el marco general del Consejo Internacional de Museos (ICOM), las instituciones museológicas habitualmente asumen que las audiencias se conectan con el museo con fines de educación, estudio y recreo (Consejo Internacional de Museos, 2019), pero, en la actualidad, las tendencias revelan que las audiencias empiezan a relacionarse con los museos mucho más allá de las formas habituales, por ejemplo, se evidencian necesidades de construcción de comunidades, espacios de creación o afianzamiento de redes de trabajo (Eve Museografía, 2017).

Debido a que los participantes no revelan naturalmente sus necesidades desde una pregunta directa, se escogió el modelo de “trabajos por realizar”, mejor conocido como *Job To Be Done*, por su nombre en inglés propuesto por Serrel (2015). Este enfoque permite diseñar en función de las tareas o transacciones que las personas están tratando de lograr con determinada experiencia. No se enfoca en los atributos de un producto o servicio, sino en qué trabajos resuelve una persona al “contratar” determinado producto

o servicio entendido como una forma de contrato<sup>2</sup>. Por ejemplo, se contrata un libro para resolver determinados trabajos relacionados con la necesidad de aprender, divertirse, actualizarse o imaginar. Estos trabajos también podrían contratarse con un documental de televisión, un podcast o una aplicación del teléfono.

Y, ¿para qué contratan los participantes a la CMRN? o, ¿qué tipos de trabajo resuelven con esta contratación? Para ello, se convocó a la ciudadanía a una conversación abierta y semiestructurada, conducida con arreglo a la siguiente guía de preguntas heurísticas:

- ¿Cuándo fue la última vez que visitaste la CMRN?
- ¿Alguien te trajo o viniste por una decisión propia?
- Cuéntanos minuto a minuto que haces cuando vienes a la CMRN.
- ¿Qué es lo que más extrañarías de la CMRN si desapareciera?
- ¿Cómo crees que tu visita a la CMRN se relaciona con las siguientes ideas...?

### Sobre las concepciones implícitas de las audiencias potenciales

En la concepción tradicional, un guión museológico se construye alrededor de un conjunto de conceptos y contenidos en torno a los cuales se articulan narrativas, exhibiciones, experiencias y dispositivos. Sin embargo, la pretensión de lograr cambios en la experiencia de visita, requirió incluir una visión más comprensiva de la cognición humana, por lo cual se exploraron las concepciones implícitas en las audiencias potenciales, en tanto que el conocimiento explícito es solo una parte de los procesos mentales de las audiencias.

Las concepciones implícitas, clave del sistema cognitivo implícito, tienen la función esencial de “mantener y actualizar un modelo de nuestro mundo personal que representa lo que en él es normal” (Kahneman, 2011, p. 99). Un rasgo importante del aprendizaje implícito es que se produce de manera incidental, sin que exista la intención o el propósito deliberado de aprender. En tal sentido, para el diseño de experiencias de cambio, atender el conocimiento implícito resulta un modo para detonar la asimilación de nuevos conceptos y con ello de la actualización del mundo cognitivo.

Tabla 1: Rasgos funcionales del aprendizaje implícito en comparación con el explícito.

Aprendizaje Implícito	Aprendizaje Explícito
<i>Naturaleza representacional</i>	
De carácter generalizado o universal, equipotencial, basado en el principio de conectividad de la actividad	De naturaleza más focalizada, desarrollado a partir de sistemas de conocimiento específicos en

<sup>2</sup> Contrato, viene del latín *contractus* (sacado junto, reunido, acuerdo) formada del prefijo *con-* (convergencia, unión) y *tractus* (arrastrado). En su acepción esencial, se trata pues de una situación en la que las personas se juntan para resolver una tarea.

neuronal.	ciertos dominios.
De naturaleza encarnada, restringido por representaciones somatosensoriales específicas.	De carácter simbólico, requiere codificación en otros lenguajes y permite abstracción.
<i>Funciones cognitivas</i>	
No es intencional, sino incidental, además de automático y no controlable.	Es deliberado, intencional y requiere control consciente.
Requiere menos esfuerzo y motivación, se aprende casi sin querer.	Es esforzado y requiere motivación, no se aprende si no se quiere aprender.
Se produce de forma experiencial en contextos informales.	Tiene una naturaleza más académica y suele requerir contextos más formales.
No se ve afectado por la cultura, la educación o la intervención psicológica.	Fuertemente dependiente de la cultura y la educación o la intervención psicológica.

Fuente. Adaptado de Pozo (2014)

La Tabla 1 resume los principales rasgos funcionales del aprendizaje implícito en comparación con el explícito. Para la exploración de concepciones implícitas, se desarrollaron ejercicios de asociación libre de ideas con producción frenética.

[11]

En la búsqueda de concepciones, se solicitó expresar las primeras ideas en torno a cada uno de los conceptos de una lista que incluyó cinco conceptos de interés: Cartagena, Popular, Aprender, Casa, Cotidiano, Cultura y Diversión, que hacen referencia al reciente universo de la CMRN en el marco del giro sociológico, enmascarados entre otros conceptos distractores. Al remover la vigilancia sobre lo que se expresa, las personas pueden desplegar algunas de sus concepciones implícitas. Los productos (ideas), se analizaron por frecuencia con las cuáles se construyeron mapas de palabras<sup>3</sup> entorno a los cuáles se identificaron líneas interpretativas que pasaran a nutrir la construcción del guión.

### Sobre una idea o tema dominante

Uno de los riesgos implícitos en la construcción de un guión museológico, y en general, en cualquier propuesta museográfica, es la de desplegar un paradigma “abarcador” que capitalice la mayor cantidad de oportunidades de generar experiencias y aprovechar las opciones que brindan las colecciones. El riesgo de este paradigma es que la falta de foco estratégico casi siempre trae como consecuencia un impacto mínimo.

Al ya complejo escenario patrimonial de la CMRN, donde tuvo lugar el ambicioso modelo de gestión del giro sociológico, debemos sumarle la indicación del PFM de incorporar en el nuevo guión tres grandes categorías como ejes temáticos, así: la “Regeneración”, periodo histórico cuyas decisiones políticas determinaron el rumbo del

<sup>3</sup> Las nubes de palabras representan de manera gráfica la relación de las concepciones identificadas. El tamaño y posición central indica las concepciones con mayor frecuencia, y las palabras alrededor indican la manera cómo se relacionan otras concepciones con las centrales.

país; la “Cotidianidad”, que hace énfasis en la vida cotidiana de finales del siglo XIX, y el “Género”, como una narrativa incluyente que reivindica Soledad Román, incrementan el riesgo de dispersar las narrativas y experiencias en búsqueda de inclusión y participación.

Para contrarrestar el riesgo del paradigma abarcador, en el marco de referencias presentados, de los ejercicios participativos realizados y de los ejes temáticos indicados, el equipo responsable del guión acordó crear un tema dominante para que funcionara como pivote en la configuración de exhibiciones permanente y temporales, para el diseño de experiencias, la producción de recursos interpretativos, el desarrollo de la agenda de actividades y las estrategias de divulgación y comunicación.

## Resultados

Este apartado responde las expectativas organizadas en la sección de Métodos, incluyendo además la exposición de los principales productos, entendidos como partes constituyentes del guión museológico renovado.

|12|

### ¿Para qué contratarían los participantes a la CMRN?

La síntesis de las entrevistas de tareas por realizar reveló de manera fundamental que los participantes actuales y potenciales no tienen expectativas de interactuar con el pasado en las formas tradicionales en la que es presentado, ni “contratarían” la CMRN para evocar o hacer un uso convencional de la narración histórica. Las expectativas están concentradas en una apropiación de los espacios para vivenciar su participación como sujetos históricos y en una aproximación a las colecciones y experiencias como sujetos activos.

También, revelaron un conjunto de expectativas alrededor de experiencias diversas. Varias ofrecen líneas de acción clave para la construcción de una oferta de servicios o bien la definición de una propuesta museográfica:

- *Tecnología de punta.* Realidad aumentada, hologramas, impresión 3D, realidad virtual, etc., que ayuden a conocer y entender los objetos de la colección permanente.
- *Un museo extendido.* Que amplíe su alcance a los barrios, las calles, los parques y otros espacios cotidianos, especialmente las comunidades que tradicionalmente se encuentran por fuera de la oferta cultural de la Ciudad. Un participante dijo: “[...] ojalá un museo que entre por todas partes (sic) desde Nelson Mandela hasta Bocagrande”.
- *Experiencias de hospitalidad.* En la casa que envíen un mensaje de bienvenida y pertenencia. Algunas ideas incluyen venta de frutas, hamacas, bancas en la sombra, abanicos y otras amenidades.

### ¿Cuáles son las concepciones implícitas de las audiencias potenciales?

De las distintas nubes gráficas obtenidas y sus interpretaciones, las concepciones implícitas evidenciaron que, para los consultados “Aprender” en la casa museo consiste

en una experiencia estructurada para el despliegue de la imaginación y la expresión. En relación con “Cartagena”, asocian que la casa es un lugar donde asuntos de ciudad y de historia se abordan, vinculando en menor intensidad asuntos culturales, donde la música, la corrupción y el amor coexisten. En cuanto al concepto de “Casa”, las concepciones implícitas hacen referencia a que, para los participantes vinculan el espacio físico de la CMRN con la familia, el amor y el hogar, donde las mujeres y los niños encuentran oportunidades.

Respecto a lo “Cotidiano”, el concepto principal y los subordinados se ajustan a la expectativa de lo que ocurre en el diario vivir. Su interpretación revela una potencia de lo cotidiano vinculado a la experiencia de visita. En cuanto a la Cultura, la costumbre y el arte se sitúan como referencias centrales. Se infiere que un lugar como la CMRN habla en esos términos, que deviene de un ejercicio de reconocimiento de la cultura como tradición, y del arte como expresión y creación.

En relación con la “Diversión”, se obtuvieron importantes menciones referidas a experiencias comúnmente asociadas a la niñez, como jugar, bailar, cantar. Se infiere que la casa propicia tales experiencias, que son altamente apreciadas, sin precisar si favorece a un público infantil o adulto. Y sobre lo “Popular”, en la nube primó el concepto de Pueblo. Desde una mirada antropológica, ambos términos harían referencia a prácticas de vida semiurbana o rural, pero, se valora la mirada sociológica, donde celebrar la vida de pueblo es apreciable, lo cual mide la escala de la vida urbana del municipio de Cartagena de Indias.

|13|

Figura 5: Foto de concierto en el patio jardín.



Fuente: Dirección CMRN (2019)

### ¿Cuál es la idea dominante desde la cual narrar?

Si se tienen en cuenta la diversidad y la amplitud de la información, así como las múltiples variables que deben tenerse en consideración las referencias presentadas, los ejercicios participativos realizados y ejes temáticos indicados, el nivel de síntesis requerido para el diseño de un tema dominante, suele ser exigente. El tema dominante que se configuró fue: “tú eres la historia y esta es nuestra casa”.

La primera parte del tema dominante “Tu eres la historia”, ofrece una aproximación que diluye la tensión pasado-presente y pone a las audiencias en el centro de la construcción de experiencias. Las narraciones y apuestas museográficas requieren así una lógica de integración y demandan una declaración de relevancia con la cotidianidad de las audiencias, pero también abre las opciones al amplio espectro de oportunidades de participar que se generan en la profusa agenda cultural. La segunda parte, es una declaración audaz que contraviene el *statu quo* en que estuvo la casa museo en las últimas décadas, y predispone lógicas de apertura, inclusión y hospitalidad sobre las que se asienta el giro sociológico.

### 1. Un documento narrativo de guión renovado.

Con el objetivo de operativizar el tema dominante, los responsables del guión encomendados por el PFM estructuraron un documento narrativo que organizó la experiencia de los participantes, poniendo énfasis en tensiones sociológicas vinculadas a las categorías principales: “Regeneración”, “Cotidianidad” y “Género”. El documento también enuncia (sugiere) algunos apoyos museográficos para cada tensión por eje/categoría.

|14|

Respecto a la organización de la experiencia de los participantes, hasta hace algún tiempo los guiones museológicos solían diseñarse desde objetivos temáticos, pero el largo viaje desde un objetivo temático hasta las experiencias directas que proveerá el museo, sus propuestas y exhibiciones es generalmente tortuoso y poco edificante, muchas veces las colecciones, dispositivos y experiencias finales no consultan los objetivos o bien satisfacen sólo la imaginación del diseñador.

Una manera de operacionalizar el tema dominante es poniendo énfasis en las expectativas en la experiencia del visitante: contrato y concepciones, mediante un modelo tridimensional de la experiencia (ver Tabla 2) que propone posibles formas de experiencia cuando se procura que los participantes piensen, hagan y sientan algo en específico.

Tabla 2. Tres dimensiones de la experiencia.

Queremos que los participantes:		
Piensen	Hagan	Sientan

Fuente: Contratistas de nuevo guión museológico (2019)

Para establecer las experiencias que los participantes deben realizar durante la visita, los formuladores del guión renovado tuvieron en cuenta las concepciones implícitas de las audiencias potenciales recabadas en la etapa de participación ciudadana. Proponerse (intencionalmente) que los participantes logren pensar, hacer y sentir determinados asuntos durante la visita, convierte al diseño tridimensional de experiencias en una tarea

creativa, la cual se singularizan aún más de acuerdo con la tensión sociológica vinculada.

Así, para cada categoría/eje, el guión propone tres tensiones sociológicas (ver Tabla 6) que se corresponden con situaciones conflictivas del mundo social en el cual la casa museo está inserto, asumidas (las tensiones, cual situaciones conflictivas) como una oportunidad para proponer actividades pertinentes. A su vez, las tensiones funcionan como puntos de convergencia entre las categorías/eje, de un lado, con los objetos, espacios y actividades educativas y culturales activadas en el marco del giro sociológico, de otro. Quiere decir que existen nueve tensiones y sus respectivas propuestas de experiencia tridimensional y sugerencia de apoyos museográficos: objetos, espacios físicos y actividades educativas y culturales.

Bajo esta configuración, los distintos profesionales responsables de la gestión de un museo: el museólogo, el museógrafo, el curador y el educativo, podrán concentrar sus capacidades de diseño en configurar estrategias capaces de brindar las condiciones de oportunidad para que todas o algunas de las tres dimensiones de la experiencia se cumplan, haciendo uso de los espacios, los objetos y de las actividades educativas y culturales en desarrollo, o con el diseño de nuevas apuestas.

|15|

Con el fin de evidenciar la forma como las tensiones sociológicas se conectan con las categorías/ejes y las apuestas en términos de experiencia tridimensional y apoyos museográfico, a continuación, se presentarán las conceptualizaciones que explican en qué consiste “La Regeneración” como categoría-eje conceptual tomada de ejemplo, mostrando las tensiones sociológicas vinculadas, las respectivas tablas tridimensionales de experiencias y algunos apoyos museográficos sugeridos.

### Categoría-Eje: **La Regeneración**

Parte del reconocimiento a la Constitución de 1886 y la reforma política que creó la actual República de Colombia y su carácter de “urgente”, detrás de consolidar una idea de nación respaldada por símbolos patrios unificadores. La frase de “Regeneración o catástrofe” resulta ser una tensión en sí misma, dado que la catástrofe, vista con temor como un factor desestabilizador del *status quo*, implicó un ejercicio de control y de unidad.

#### *Primera Tensión: Pobreza – Riqueza*

Busca estimular el pensamiento crítico para generar experiencias que permitan evidenciar la necesidad resaltar desigualdades y de cerrar brechas en términos sociológicos, respecto al acceso al capital social, cultural, económico, de derechos a la ciudad, sobre asuntos ambientales y de equidad.

Tabla 3. Tres dimensiones de la experiencia. Tensión: Pobreza – Riqueza

Queremos que los participantes:		
Piensen	Hagan	Sientan
Que valoren el esfuerzo personal y familiar que implica acceder a la educación y a la cultura como un mérito y no como un privilegio.	Que realicen alguna práctica artística, oficio o manifestación cultural, de la oferta de la casa museo y/o de la ciudad.	Que sientan optimismo en que la educación y la cultura dignifican la vida.

Fuente: Contratistas de nuevo guión museológico (2019)

**Apoyos museográficos:** Infografía con datos de crecimiento económico, ampliación de capacidades culturales de la ciudad. Fotografías históricas de la construcción y funcionamiento de la Universidad de Cartagena, de la Escuela de Bellas Artes y las principales bibliotecas de la ciudad, así como material audiovisual de archivo de bienes patrimoniales materiales e inmateriales de la ciudad.

### *Segunda Tensión: Identidad – Fragmentación*

[16]

Hace énfasis en las disputas que tienen lugar entre actores sociales, identificando tensiones que se dan desde las categorías de multiculturalidad e interculturalidad. Caben asuntos territoriales, de apropiación cultural, negociaciones interculturales y celebraciones de la diversidad.

Tabla 4. Tres dimensiones de la experiencia. Tensión: Identidad – Fragmentación

Queremos que los participantes:		
Piensen	Hagan	Sientan
Que consideren la creatividad y la diversidad local como patrimonio, y que parte del reconocimiento de las diferencias que son respetadas.	Que participen de una actividad educativa o cultural promovida por la casa museo y/o de la ciudad.	Que se sientan atraídos por implicarse en alguna de las expresiones de arte popular de la ciudad.

Fuente: Contratistas de nuevo guión museológico (2019)

**Apoyos museográficos.** Fotografías antiguas de las Fiestas de la Independencia, y de los clubes de la ciudad. Multimedia con manifestaciones y testimonios de prácticas culturales. Sonidos de pregoneros, de ventas ambulantes. Cronograma con fechas de eventos culturales tradicionales. Infografía con poesías de Rafael Núñez.

### *Tercera Tensión: Centro – Periferia*

Busca revelar imaginarios de poder y de bienestar de comunidades y sus territorios, esto en el marco de la descentralización promovida por las Constituciones de 1886 y la Reforma de 1992. Caben ejercicio estético creativos de reivindicación, que visibilicen relaciones de poder bajo formatos como conversatorios, conferencias y talleres.

Tabla 5. Tres dimensiones de la experiencia. Tensión: Centro – Periferia



Queremos que los participantes:		
Piensen	Hagan	Sientan
Que vean las “marcas” que identifican los territorios como factor de identidad y como una oportunidad para el bienestar común y de intercambio con otros territorios.	Que visiten otros territorios de la ciudad referenciados en los lugares y espacios de la Casa Museo.	Que sientan curiosidad por interactuar con prácticas y comunidades de territorios dentro y fuera del área de influencia de la Casa Museo.

Fuente: Contratistas de nuevo guión museológico (2019)

**Apoyos Museográficos:** Muestra de vestuario de finales de siglo XIX de acuerdo a los grupos sociales de entonces. Exhibición del Manual de Carreño y del catequismo. Fotografías de barrios emblemáticos de la ciudad. Infografías del crecimiento urbanístico y demográfico de la ciudad, extramuros.

## 2. Una matriz de transversalizaciones.

[17]

Con el fin de facilitar la relación que hay entre las partes en la propuesta renovada de guion museológico se construyó una matriz de transversalizaciones que presenta de forma gráfica la transversalización, es decir, el modo cómo las categorías están presentes a lo largo de las tensiones, las actividades, los espacios y los objetos, por lo tanto, las transversalizaciones son horizontales para cada categoría.

Tabla 6. Matriz de relaciones transversales: categorías, líneas temáticas, lista de espacios, actividades y objetos de la colección.

CATEGORÍAS (Ejes temáticos)	TENSIONES SOCIOLOGICAS (Líneas temáticas)	LISTA DE ESPACIOS ASOCIADOS	ACTIVIDADES EDUCATIVAS Y CULTURALES	LISTA DE OBJETOS ASOCIADOS
LA REGENERACIÓN	Pobreza – Riqueza	Sala de exposiciones temporales. Fachada y Hall de entrada Casa Museo. Despacho de Rafael Núñez.	¿Y este man, qué? Conferencia sobre asuntos de ciudad. Conversatorio: Cartagena milenaria.	Colección Revista L'illustration. Journal universal-Reg.200. Escribanía con iniciales RN- Reg. 59. Secreter de Rafael Núñez – Reg. 28. Escritorio con espejo-Reg.29. Biblioteca giratoria-Reg.124. Diploma de Toulouse otorgado a Rafael Núñez-Reg.86. Banda Presidencial-Reg.83
	Identidad – Fragmentación			Pañuelo tejido con cabellos de Rafael Núñez-Reg.88. Sello Firma-Reg.78. Constitución Política de 1886-Reg.127. Mechón de cabellos de Soledad Román-Reg.98. Rafael Núñez/Regeneración

CATEGORÍAS (Ejes temáticos)	TENSIONES SOCIOLOGICAS (Líneas temáticas)	LISTA DE ESPACIOS ASOCIADOS	ACTIVIDADES EDUCATIVAS Y CULTURALES	LISTA DE OBJETOS ASOCIADOS
				Científica-Reg.241. Placa con el lema Regeneración o Catástrofe_Reg.183
	<b>Centro – Periferia</b>			Constitución Política de 1886-Reg.127. Amigos de la Regeneración-Reg.232
<b>LA COTIDIANIDAD</b>	<b>Etnia – Clase</b>	Patio-Jardín. Despacho. Habitaciones. Pasillo Principal. Comedor. Biblioteca. Carruaje. Iglesia.	Ciclo de innovación. Asuntos de ciudad. Laboratorio de movimiento: “Murmuros y murmullos más allá de la muralla”. Champeta tóxica con el Rey (Conversatorio y toque). Champeta patrimonio. Estéreo Boli. Taller Haiku como herramienta de reconciliación. Recital de poesía contestaría. Ciclo de reconciliación “Comisión de la Verdad: De la reconciliación a la convivencia”. Talleres de dibujo. Talleres de teatro.	Vajilla marcada con iniciales. Juego de cubiertos con iniciales. Bastón. Banda Presidencial-Reg.83.
	<b>Temporal – Permanente</b>			
	<b>Cultura – Popular</b>			Piano Casa Stransky-Reg.75 Campana. Colección Revista L’Illustration. Journal universal – Reg.200.
<b>EL GÉNERO</b>	<b>Acceso – Exclusión</b>	Patio-Jardín. Pasillos segundo piso. Sala de exposiciones temporales. Sala y Comedor 2do piso.	¿Bueno y ella? Talleres de creación (muñecas, títeres, papel maché). Talleres de circo. Conversatorio mujeres Afrodescendientes en movimiento por nuestros derechos.	Pañuelo de Soledad Román-Reg.79. Medalla con el rostro de Soledad Román-Reg.221 Escribanía.
	<b>Hogar – Calle</b>			Alfiletero en forma de sofá-Reg.97. Juego de peinetas Soledad Román – Reg.80. Mechón de Cabellos Soledad Román_Reg.98.
	<b>Derechos – Tradición</b>			Busto de Soledad Román_Reg.16. Alfiletero en forma de sofá-Reg.97. Cama de Rafael Núñez y de Soledad Román.

18

Fuente. Contratistas del nuevo guión museológico (2019)

## Discusión



Centrar la atención en las necesidades de los participantes antes que en los atributos de los objetos de un museo, además de ser un acto que desafía la tradición, para el caso de estudio, facilitó implementar un modelo de usos finales al identificar una serie de contenidos pertinentes a partir de las personas entendidas como participantes (no visitantes), útiles para el diseño de experiencias. A la fecha, al menos en Colombia, no se conoce de antecedentes que hayan implementado este modelo para el diseño de guiones museológicos.

Ahora, ¿cómo funcionaría el guión museológico en la práctica? Siguiendo a Galindo (2018), en términos prácticos, se coincide en afirmar que la propuesta de guión museológico debería servir a tres objetivos primordiales:

- a) Construir y compartir un conjunto de ideas, un lenguaje y una estrategia común entre todos los participantes de la CMRN a partir de la investigación previa lograda en términos de contenidos y caracterización de las audiencias.
- b) Prefigurar lo que habrá de suceder en la experiencia de los participantes, en nuestro caso, presentado en el modelo tridimensional de la experiencia, logrando una ubicación en tiempo y espacio, el discurso expositivo, los objetos y los soportes comunicacionales.
- c) Facilitar el registro, la evaluación y la sistematización de todo el proceso creativo desarrollado desde la CMRN para la evaluación de la exposición y los posibles estudios de públicos.

[19]

Así, el guión museológico propuesto, es una interpretación de la realidad de acuerdo con las ideas, valores y conocimientos que la administración de la CMRN (entre 2018 y 2020) identificó como apuestas fundamentales, sin embargo, se trata de un documento cuyo valor aumenta en la medida en que se constituya en uno vivo, para lo cual se presentan algunas consideraciones:

### **El guión como herramienta de interpretación**

Para que una persona acceda a un conjunto de representaciones a las que no tendría acceso por sí misma de acuerdo con sus propios recursos cognitivos, se necesita un andamiaje que genere disonancia en su percepción y a sus concepciones implícitas. Esto se define como interpretación. Una interpretación eficaz, actualiza el modelo mental de una persona, haciéndolo más rico, profundo y verdadero en tanto cataliza procesos de cambio conceptuales que sean más evolucionados, más adaptativos para el mundo de la vida. En este sentido, el guión museológico debe brindar una estructura lógica para comprender una realidad.

La estructura presentada en tensiones sociológicas, brinda sentido a los ejes temáticos y una declaración deliberada en experiencias tridimensionales, permitiendo acotar la historia, las visiones, las múltiples interpretaciones y aproximaciones sobre la realidad que podrían ofrecerse desde la CMRN. Sin el uso consciente del guión, las experiencias desarrolladas pueden convertirse en un flujo infinito de ideas inconexas, agotadoramente caóticas.

El uso del guión como herramienta de interpretación, requiere de una disciplina fundamental: una declaración explícita de relevancia. Cada experiencia desarrollada, ya sea una actividad de la agenda cultural, la actualización de una ficha interpretativa, una exposición temporal o cualquier otra dinámica pedagógica o museográfica, debe responder en forma clara, directa y explícita al tema dominante propuesto “tú eres la historia y esta es nuestra casa”. El ejercicio propuesto no es sólo teórico, sino que requiere desarrollo empírico.

Pero la declaración de relevancia con el tema dominante no es suficiente. Cada nueva experiencia desarrollada requiere insertarse en la matriz de relaciones transversales. De esta forma, se logra coherencia narrativa, foco en las escogencias y enriquecimiento de los recursos conceptuales. De esta forma, pueden incorporarse o adaptarse los nuevos productos, procesos o servicios, pero incluso también descartarse.

Una preocupación recurrente de la administración de la CMRN fue cómo organizar la complejidad generada en la agenda educativa y cultural con los recursos pedagógicos, las colecciones temporales, los recursos audiovisuales y otras apuestas museográficas activadas con el giro sociológico. La matriz de relaciones transversales ofrece un primer filtro. Las actividades, o recursos que no puedan inscribirse con nitidez en la matriz, articulándose con las apuestas conceptuales y conectándose con otros elementos en la CMRN, deben ser revisadas o descartadas. De esta forma se logra no solo coherencia conceptual, sino continuidad en la narrativa y consistencia en la experiencia de los participantes.

|20|

La segunda dinámica clave se logra con el uso de las tablas tridimensionales de la experiencia descritas para cada una de las tensiones por eje/categoría. Cada experiencia diseñada debe ser consistente con la anticipación descrita: saber que se espera que los participantes piensen, hagan y sientan. Es claro que las experiencias así diseñadas son siempre una hipótesis por validar, pues está visto que los visitantes son capaces de actuar lo infinitamente improbable de actuar, pero la anticipación de la experiencia en tres niveles permite mucho más foco en el diseño y ejecución al tiempo que demanda más integralidad en la experiencia.

### **El guión como herramienta museográfica**

En el campo de la museología, existen algunas asimetrías entre el desarrollo teórico y metodológico del guionismo con los avances de la museografía como disciplina (Galindo, 2018), muy bien alimentada esta última por los progresos alcanzados por sus profesiones de origen: la arquitectura, el diseño industrial, el diseño gráfico, y más recientemente el maridaje entre las comunicaciones, la electrónica y la informática.

La propuesta de guión renovado, apuntó al recorte en la asimetría presentada al incluir, por ejemplo, elementos inéditos en la caracterización de usuarios que incluye variables de cognición implícita. Se hizo una apuesta deliberada por introducir lógicas narrativas no convencionales, como, por ejemplo, las tensiones sociológicas para desplegar ejes conceptuales, y se incluyó variables comportamentales y emocionales en la anticipación del diseño de experiencias.

El desarrollo de un guión y su posterior diseño museográfico, deben tener un desenvolvimiento dialógico, de construcción mutua, en el cual no existe una ruptura que determine el final de una etapa (el concepto) y el comienzo de otra (la puesta en escena), lo que no obsta para que ese diálogo no tenga como motor tensiones y discrepancia. En tal sentido, el guión propuesto no buscó solo plantear un lugar seguro para el desarrollo de una museografía, sino activar un flujo de información y conocimiento y experiencias que se constituya en una prefiguración museográfica.

Imagen 4: Foto pasillo interno y exposición de fotografías de época.



Fuente: Dirección CMRN (2018)

|21|

## Conclusiones

La vocación disruptiva se convirtió en la postura innovadora que motivó la elaboración del guión renovado para la CMRN. La propuesta partió del reconocimiento al potencial disruptivo (creativo) de las actividades educativas y culturales en el marco del giro sociológico, como consecuencia de poner en tensión historia y cultura, tensiones que reaparecen en el nuevo guión para establecer lazos de correspondencia entre categorías/ejes con actividades, objetos y espacios, enmarcados dentro de un tema dominante.

Tanto la matriz de relaciones transversales como las tablas de experiencia tridimensional se consideran como propuestas iniciales, cuyo propósito es la de ofrecer un marco común de acción cuya potencia se logra al usarlas como un recurso dinámico. El guión buscó revelar los aspectos formales en términos de líneas temáticas, narrativas, objetos y espacios, desde un proceso que garantizó el respeto e interés genuinos por las experiencias, historias y habilidades de sus audiencias.

En octubre de 2019, el contratista comisionado del guión renovado entregó al PFM el documento titulado *Guión Museológico Renovado para la Casa Museo Rafael Núñez*. Con las medidas de distanciamiento social exigidas por el Gobierno Nacional para contener la expansión de la Covi-19, a partir de marzo de 2020, la CMRN volcó sus

actividades a la modalidad virtual. En diciembre de 2020 la labor administrativa del equipo que implementó el giro sociológico como modelo de gestión concluyó. En la actualidad, el guión de 2019 no se ha implementado y se desconoce si tal aspiración ocurría.

## Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (1998). *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus Ediciones.
- Castillo Ruiz, J. (2007). El futuro del patrimonio histórico: la patrimonialización del hombre. *Revista electrónica de patrimonio histórico e-RPH*, (1), 4-28. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/18184>
- Christensen, C. M. (diciembre de 2015). ¿What Is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>
- Consejo Internacional de Museos. (9 de julio de 2019). Definición de museo. *Icom.museum*. <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- DeCarli, G. (2018). *El Patrimonio. Su definición, gestión y uso social*. Ediciones ILAM.
- Eve Museografía. (15 de julio de 2016). Museos y nueva museología (I). *Eve Museos e Innovación*. <https://evemuseografia.com/2016/07/15/museos-y-nueva-museologia-i/>
- Eve Museografía. (10 de octubre de 2017). 18 tendencias en el futuro de los museos. *Eve Museos e Innovación*. <https://evemuseografia.com/2017/10/10/18-tendencias-en-el-futuro-de-los-museos/>
- Fundación TyPA. (2019). *El presente del futuro de los museos*. [Video]. YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=TrOq4qJW4AY&list=PLdMxfRdnI4pahHxHin2aK9CX3Y8OMmgv0&index=11>
- García-Canclini, N. (1999). Usos sociales del Patrimonio Cultural. *Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, 16-33.
- Galindo, L. A. (2018). El guión museológico, una herramienta para la seducción. *Revista de Museología* (71), 74-83. <https://pluridialogantes.files.wordpress.com/2018/07/el-guion-museolc3b3gico-una-herramienta-para-la-seducic3b3n-def1.pdf>
- Kahneman, D. (2011). *Piensa rápido, piensa despacio*. Penguin Random House.
- Ministerio de Cultura (2017). *Cómo elaborar un Plan Especial de Salvaguardia*. Matiz Taller Editorial.
- Mohan, R. (3 de octubre de 2021). ¿Qué es un caso de estudio? [+6 tipos de casos de estudio]. *Venngage*. <https://es.venngage.com/blog/que-es-un-caso-de-estudio/>
- Pozo, J. (2014). *Psicología del Aprendizaje Humano*. Morata.

|22|

- Serrell, B. (2015). Exhibit Lables: An Interpretive Approach. En *Behind It All: The Big Idea* (pp 1-8). Rowman & Littlefield.
- Simon, N. (2010). *The participatory Museum*. Museum 2.0.
- Yúdice, G. (2019). *Políticas Culturales y Ciudadanía*. Educação & Realidade [online] 44(4). <https://doi.org/10.1590/2175-623689221>
- Zúñiga Muñoz, M. (2020). Aquí se venden bolis: tensiones sociológicas a propósito de la gestión cultural de la Casa Museo Rafael Núñez en Cartagena de Indias. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 14(2), 173-185. <https://doi.org/10.5209/pepu.72139>