



# PUBLICOS Y SERVICIOS EN MUSEOS

LIC. SILVIA MARÍA BAÑOS ESTRADA

# ¿QUE ES EL MUSEO?

---

**Es una institución de carácter permanente y no lucrativo al **servicio** de la **sociedad** y su desarrollo, abierta al público.**

# MISION

La misión de un museo (código de deontología del ICOM para los museos) **consiste en adquirir, preservar y poner el valor sus colecciones para contribuir a la salvaguarda del patrimonio natural, cultural y científico.**



# ¿POR QUE UN MUSEO?

---

SOCIEDAD

MUSEO

SERVICIO



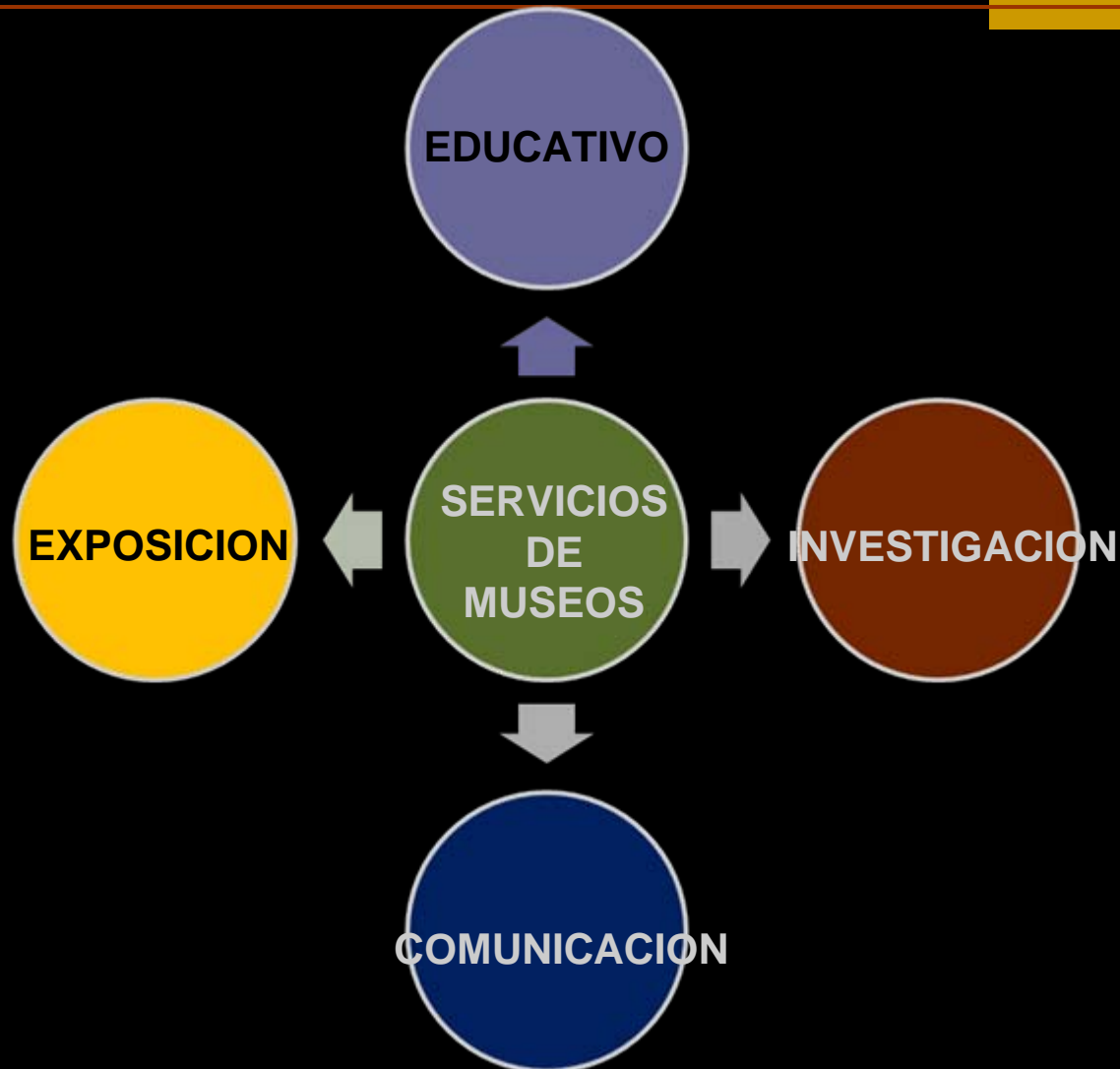
# SERVICIO

---

**El servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.**

**En el caso de museos es el equivalente no material de un bien.**

# LOS MUSEOS DE CUALQUIER ADMINISTRACIÓN DEBEN PROCURAR BRINDAR LOS SERVICIOS:



# ¿A QUIENES SERVIMOS?

Los PÚBLICOS generalmente son grupos son:  
Heterogéneos:

- Familias
- Grupos escolares
- Maestros
- Adultos
- Personas de la tercera edad
- Turistas

# LA REALIDAD



**MUSEO TRADICIONAL**



**NUEVOS MUSEOS**





# ELABORAR ESTRATEGÍAS DE ATENCIÓN A NUESTROS PÚBLICOS



**NO se debe concebir al público visitante como el consumidor del proceso de instalación museológica y receptor pasivo de los productos de las exhibiciones en salas de museos**



**DEBEN involucrar al público en espacios dinámicos y de mucho valor como talleres y actividades interactivas, que contribuyan al descubrimiento, la exploración y la participación del visitante.**

A photograph of an open wooden door leading to a courtyard. The courtyard has a tiled floor, several dark wooden columns, and a balcony with a blue railing on the upper level. The scene is brightly lit, suggesting daylight. The image is overlaid with a dark semi-transparent rectangle containing text.

**¿Cuál es el sentido de tener un museo si no es visitado por el público?**

# ES NECESARIO RESALTAR EL ASPECTO **COMUNICATIVO** QUE NOS DETERMINA

## COMO MUSEO ALMACENADOR Y GUARDIAN DEL PATRIMONIO O UN MUSEO ABIERTO AL DIALOGO.



PUBLICO  
MUSEOS


**Romper imagen de lugar elitista  
del museo y “aburrido” para  
el público infante, niños y  
jóvenes.**

**Es importante convocar y trabajar con los diferentes actores**

**sociales especialmente los educativos. Siendo también necesario integrar a las distintas disciplinas: filosofía, letras, ciencias sociales, etc.**



**Diferentes puntos de vista aportan una diversidad de enfoques para ofrecer un mejor servicio.**



**El valor de los servicios es precisamente el valor de uso de ellos; más participación del público significa más contenido con que los usuarios puedan consumir.**

**LA ACCION EDUCATIVA  
DEL MUSEO UNA MANERA  
DE ESTRECHAR VINCULOS  
CON LA COMUNIDAD**





# ES IMPORTANTE TRABAJAR EN:

**ANTES**

**DURANTE**

**DESPUES**

**Visita  
al  
museo**



**BUEN**

**SERVICIO ?**





**La acción educativa que hoy está dirigida al público escolar a través de visitas guiadas, se DEBE transformar en acciones más participativas.**

# OPTIMAMENTE

Los museos deben ser mecanismos de transformación

individual y social, centros productores de cultura, centrandó su principal interés en abrir su capacidad de ofrecer mejores servicios educativos a la comunidad.



---

Procurar que los **MUSEOS** sean lugares cómodos y exentos de presiones en los que se puede aprender sobre el arte, las ciencias, la historia y la cultura, al "ritmo" que mejor convenga. Diferenciar de las escuelas, donde hay exámenes y presiones. Motivando a prestar atención o a dedicar un esfuerzo especial **ESPONTANEO.**



# EL MUSEO CONTEMPORÁNEO

## Exhibiciones virtuales.



**Por las nuevas tecnologías de información y comunicación, los servicios y la concepción de los museos están cambiando.**

# SERVICIOS DE LOS MUSEOS DEL INC-CUSCO



EDUCATIVO (Incipiente).

2.- INVESTIGACIÓN

3.- CATALOGACIÓN, VERIFICACION

3.- PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.

4.- GUIADO

4. ACTIVIDADES DE EXTENSION

