

Partiendo de la premisa de que el museo debe ser concebido hoy como un espacio de comunicación y educación alternativa (León, 1990; Fernández, 1993; Hernández, 1998; Belcher, 1996; Cañizalez, 1997), se reflexiona sobre el cambio cualitativo que debe asumir en el contexto de las emergentes sociedades del conocimiento, la inteligencia interconectada y el ingenio humano (Taspcott, 1999), en las cuales más que las relaciones verticales entre los sujetos y el mundo de la cultura y el conocimiento, se deben propiciar los encuentros y las interacciones dialógicas (Galindo, 1999). Las reflexiones se basan en una investigación realizada durante 1999-2000 en la Región Zuliana, en la cual se estudiaron los procesos de fundamentación, planificación, ejecución y evaluación de los programas educativos que se formulan en los diferentes espacios museísticos de esa Región del país; entendiendo que tales programas son los instrumentos conceptuales y metodológicos que pueden impulsar la transfiguración necesaria y posible del museo, sobre la base de la conformación de una teoría museológica educativa y comunicacional. La investigación se apoyó teóricamente en los planteamientos del ICOM (1974), la Teoría Social, Histórica y Cultural de Vigotsky, el Modelo de la Experiencia Interactiva en el Museo de Falk y Dierking (1992) y el Modelo Gerencial sobre la Calidad Total. Se realizó una investigación descriptiva, utilizando un diseño de campo, no experimental, transeccional-descriptivo; se aplicó el método de la encuesta y la observación interna participante, ésta última propuesta por Flanders en su método para el análisis de interacciones verbales.

Palabras claves: Educación en el Museo, Comunicación en el Museo, Cambios Cualitativos Institucionales

### 1. Por qué la transfiguración del museo: Buscando la pertinencia en el contexto de relaciones y percepciones emergentes

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua da del concepto *transfiguración/transfigurar*: “hacer cambiar de figura o aspecto a una persona o cosa”. En las Sagradas Escrituras, texto donde aparece el término con una fuerza telúrica, leemos en el capítulo 17 de Mateo que Jesús tomó consigo a Pedro, a Santiago y a Juan, y los llevó aparte, a un monte alto. *Y se transfiguró* delante de ellos: su rostro se puso brillante como el sol y sus vestidos se volvieron blancos como la luz (Mateo 17:1-2)

\* Hemos tomado el término *transfiguración* de una Conferencia sobre Gerencia del Conocimiento dictada por la Dra. Saadia Sánchez Vegas, Directora de la Biblioteca Nacional de Venezuela.

Según esta dos fuentes, el concepto de transfiguración remite, entonces, a la idea de cambio, pero no un cambio superficial, sino más bien una renovación profunda, un cambio de color, un cambio de posición.

En el caso de organizaciones culturales tan decisivas en estos momentos como los museos, hablar de transfiguraciones y cambios implica repensar la estructura conceptual de la museología que se conformó, principalmente durante el Siglo XX, y la cual ha pretendido delinear los alcances definicionales, funcionales y operativos de estas importantes instituciones.

Una verdadera transfiguración en el museo, sería aquella mediante la cual se propicie un salto cualitativo de la relación vertical; que supone y plantea a la institución museística vestida con un ropaje de solemnidad o como una caja de cristal, en la que habitan “especialitas” que determinan los conceptos y orientaciones de las temáticas que se presentarán en el contexto expositivo; a la relación horizontal, que propone quitar el velo de sacralidad y colocar al ser humano (protagonista, generador, expectador y receptor activo del patrimonio) en el centro del proceso museológico-museográfico.



Creemos que los puentes que permitirían pasar de la verticalidad a la horizontalidad en el museo son indudablemente los denominados *programas educativos*, que se conciben como instrumentos de los que depende la efectividad de relación museo-público.

La concepción de los programas educativos que en este trabajo se defiende va más allá de entenderlos como la instrumentación de las popularmente conocidas *visitas guiadas*, como únicas estrategias de articulación entre el mundo de la cultura y el conocimiento expuesto en el museo y el mundo de lo social y humano del hombre.

Los programas que deben diseñarse para impulsar un proceso de transfiguración en estas instituciones, deben vibrar al pulso de los nuevos tiempos y las propuestas teóricas emergentes.

Los programas educativos así vistos, creemos que deben impregnarse de una teoría museológica renovada, apoyarse en una teoría de la comunicación humana que considere también las nuevas formas de comunicación mediadas por computador, el enfoque cognitivo constructivista del aprendizaje no formal y el modelo gerencial basado en la Calidad Total; todo lo cual ayudaría a conformar lo que hemos denominado una "*Teoría Museológica Educativa y Comunicacional*".

Esta mirada multiteórica de la acción cultural en los museos, debe ser el elemento potenciador de un nuevo esquema de relaciones, construido sobre la base de un replanteamiento teórico-conceptual, fundamentado en las características de un nuevo tipo sociedad, en la cual el conocimiento y el manejo efectivo de las tecnologías de información y comunicación son recursos estratégicos.

## **2. El lugar, el espacio y la acción del museo en la Sociedad del Conocimiento**

Según diversos expertos, asistimos a la construcción de un nuevo orden social, una civilización basada en la información y el conocimiento (UNESCO, 1998).

Es un hecho que la revolución tecnológica que se ha acelerado en las últimas décadas, como producto de la convergencia entre la informática, las telecomunicaciones y la electrónica, ha colocado a las actividades relacionadas con el procesamiento, almacenaje, distribución y venta de información como centro estratégico de las economías de los países desarrollados y en menor medida, de los países en desarrollo. (Pineda, 1996)

Los cambios ocurridos desde mediados de la década de los noventa, plantean incluso la reformulación de los conceptos utilizados para caracterizar a este tipo de sociedad, no ya como una sociedad de la información, sino como una sociedad de la comunicación y el conocimiento, donde la información es apenas el elemento activador del proceso, la comunicación es el nexo que favorece la relación entre los individuos y el conocimiento es el vector estratégico para generar valor agregado a la información y potenciar la inteligencia humana.

De acuerdo con los planteamientos de Taspcott (1999), la revolución digital no sólo está posibilitando las relaciones y los contactos humanos sino que ha comenzado a abrir una "era de la inteligencia interconectada", que permite vincular a las tecnologías entre sí, pero especialmente a las personas, quienes a través de su ingenio, inteligencia, conocimiento y creatividad buscan nuevos medios de creación de riqueza y desarrollo social.

En el marco de estas consideraciones, la institución museística está llamada a desempeñar un rol protagónico en la escena histórico-social actual, porque la sociedad



del conocimiento exige que el museo no sólo actúe como receptáculo de objetos, sino como un centro de investigación e interpretación de conocimientos históricos, estéticos y científico-tecnológicos y también como un espacio para la educación y comunicación alternativa, mediante la generación de diálogos abiertos entre emisores y receptores.

Sin embargo, a pesar de estos planteamientos emergentes, en la realidad observamos una situación distinta, ya que en las instituciones museísticas queda todavía un camino por emprender, sobre todo en lo referido a la concepción y ejecución de programas educativos que tiendan hacia un reposicionamiento del museo, como un centro de difusión de conocimientos y como un espacio abierto, orientado a formar a un ciudadano crítico y reflexivo, consciente del momento histórico que vive; ello quedó comprobado en un estudio realizado sobre los programas educativos de los museos zulianos.

### **3. El diseño y la ejecución de los programas educativos como elementos viabilizadores de la relación efectiva del museo y el público: Radiografía de una realidad**

Las reflexiones anteriores nos permiten plantear como tesis medular de este trabajo *que los programas educativos de las instituciones museísticas, diseñados sobre la base de una perspectiva teórica que integre aspectos museológicos, educativos, cognitivos, comunicacionales y gerenciales, propician su transfiguración.*

Esta tesis se fundamenta en los resultados obtenidos de un estudio realizado en la Región Zuliana, sobre los procesos de fundamentación, planificación, ejecución y evaluación de los programas educativos que se diseñan y ejecutan en los espacios reconocidos como museos de esa Región del país, en la cual se observaron contrastes significativos entre instituciones museísticas con espacios físicos y proyectos de magnitudes importantes, frente a museos que no cuentan con los recursos necesarios para realizar al menos las funciones museísticas básicas, encontrando con esto un paralelismo con los argumentos expuestos por Baztán (1997), sobre la situación de los museos en el mundo: *mientras unos languidecen con el pulso al borde la muerte, otros enferman de éxito.*

#### **3.1. La plataforma teórica del estudio**

La investigación, que se desarrolló durante los años 1999 y 2000, concibió al museo como un importante espacio vinculado no sólo con la conservación del patrimonio, sino también con la inclusión de los procesos de documentación, información, comunicación y educación alternativa en estas instituciones (León, 1990; Fernández, 1993; Hernández, 1998; Belcher, 1996 y Cañizales, 1997).

Se consideraron los argumentos teóricos propuestos por el ICOM durante 1951, 1961, 1968, 1970 y 1974; argumentos que se recogen en la importante obra de Rivière (1989). También se abordaron los planteamientos de Sagues (citado por Hernández, 1998), relacionados con la importancia de la función educativa y comunicativa del museo para posibilitar una relación abierta y dinámica con el público.

En cuanto a la caracterización del proceso de aprendizaje en los museos, se tomaron tres posturas teóricas no excluyentes sino complementarias, para explicar desde un punto de vista complejo, lo que ocurre en la mente de los sujetos cuando se encuentran con el mundo objetual-conceptual presentado en el contexto expositivo-museístico. En este sentido, se consideraron las líneas y aportes teóricos más significativos de Vigotsky (citado por Wertsch, 1988), quien en su Teoría Social Histórica y Cultural, señala que el desarrollo de las funciones mentales superiores son el producto de la interacción con objetos y mediadores inmersos en una realidad histórica y cultural cambiante. Las ideas

vigotskianas apuntan hacia el énfasis en los medios o instrumentos que el sujeto construye a partir de la realidad cultural para modificar su mundo y a él mismo.

Por otra parte, se complementó la explicación del proceso educativo en los museos, con los argumentos de Shouten (1987) sobre el aprendizaje no formal, y los de Falk y Dierking (1992) relacionados con las experiencias interactivas en las instituciones museísticas. Como aspecto relevante, el Modelo de Falk y Dierking se centra en la identificación de tres contextos que se solapan cuando una persona se enfrenta con la exposición: el contexto personal, el social y el físico. El contexto personal tiene que ver con las razones que motivan al público a visitar el museo, las cuales varían de lo recreacional-social hasta lo educativo-cognitivo-investigativo. El contexto social representa el sistema de relaciones que se tejen en el contexto museístico, entre amigos, personal del museo y otros visitantes, los cuales con los comentarios y opiniones generadas a raíz de la exposición, propician la socialización del conocimiento, mediante interacciones dialógicas entre actores (Galindo, 1999). El contexto físico está representado por el espacio concreto de significación e interpretación, es decir, el ambiente físico del museo, su estructura y distribución espacial y tipo de objetos expuestos.

Finalmente, se consideró la propuesta de García (1988), la cual clasifica los museos según su finalidad comunicativa en tres grupos básicos: *el museo contemplativo*, *el museo informativo-transmisor* y *el museo didáctico*. El museo contemplativo, dice García (1988:59) es el que asume que la contemplación es la única respuesta posible cuando no se entiende el valor o significado de lo que se ve y no se tienen medios para entenderlo; la imagen que dan estos museos de sí mismos es de espacios sacralizados, distantes e inaccesibles. El museo informativo-transmisor pretende dar a conocer unos conocimientos e interpretaciones que posee sobre los objetos; la organización expositiva responde a una lógica que se vincula con su contenido temático, su importancia científica y su situación dentro del contexto expositivo. El museo didáctico se apoya en el aprender a aprender, por tanto se posibilita el descubrimiento de los objetos; la exposición didáctica se estructura según el propio proceso de investigación, cuya reconstrucción se ofrece al visitante.

Pasando a otro aspecto, el estudio también incluyó fundamentos teóricos relacionados con las ciencias gerenciales, por cuanto el tema de la planificación de los programas educativos se constituyó en un componente crítico del diseño y ejecución de tales programas. Por tal motivo, se recurrió al Modelo Gerencial centrado en la Calidad Total, el cual puede aplicarse a las instituciones museísticas, entendiendo que gerenciar para generar programas educativos de calidad, implica aglutinar ideas, instrucciones, iniciativas y sentimientos para convertirlos en propósitos, administrándolos mediante determinadas acciones organizacionales. La idea de instrumentar criterios gerenciales y más aun provenientes del enfoque de calidad total, se centra en la premisa de que el público de los últimos años ha pasado a ser un actor relevante en el fenómeno museológico, como consecuencia de la dinamización cultural. En este sentido, lo que se busca es entender la relación museo-público como una relación de servicio. (Coppey y Mathevet, citados por Gil, 1995).

Esta relación de servicio coloca al museo como un centro cultural que debe generar múltiples alternativas, como las visitas guiadas interactivas y participativas, conciertos, presentaciones y proyecciones de cine, edición de material informativo, diseño y publicación de materiales didácticos impresos en formatos convencionales y en formatos electrónicos, todo ello enmarcado en una política comunicacional que refleje la filosofía de gestión (misión, visión, políticas institucionales y objetivos) de la institución museística.

### **3.2. Construyendo un camino para el acercamiento a la realidad educativa y comunicacional de la institución museística**

En vista de que no abundan las investigaciones museológicas en el país, y tomando en cuenta que tampoco son muchas las metodologías validadas en el seno de la museología; tomamos la decisión de construir un camino metodológico propio, para encontrar los significados presentes en las relaciones y comportamientos de las variables y dimensiones objetos de estudio, a saber: *fundamentación, planificación, ejecución y evaluación de los programas educativos de los museos.*

En este sentido, Se realizó una investigación descriptiva, utilizando un diseño de campo, no experimental, transeccional-descriptivo; se aplicó el método de la encuesta y la observación interna participante, ésta última propuesta por Flanders en su método para el análisis de interacciones verbales.

La población que abarcó el estudio estuvo conformada por la totalidad de espacios reconocidos como instituciones museísticas del Estado Zulia (CONAC, 1993).

### *Instituciones Museísticas del Estado Zulia.*

Institución Museística	Ubicación
Municipios	
<b>Fundación Museo de Arte Contemporáneo del Zulia.</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Centro de Arte de Maracaibo “Lía Bermúdez”.</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Museo Histórico “Rafael Urdaneta”</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Centro de Bellas Artes y Letras de Maracaibo.</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Museo Arquidiocesano “Obispo Lasso de la Vega”.</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Casa de la Capitulación</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Museo Antropológico del Zulia.</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Museo Municipal de Artes Gráficas “Balmiro León.”</b>	
<b>Maracaibo.</b>	
<b>Museo Antropológico de Cabimas.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Museo de Arte Popular.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Museo del Folklore.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Museo de la Madera.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Casa Museo “Margarita Soto”.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Fundación Museo de los Niños y los Juegos Tradicionales.</b>	
<b>Cabimas.</b>	
<b>Museo del Hombre.</b>	
<b>Miranda.</b>	
<b>Casa Museo “Gabriel Bracho”.</b>	
<b>Miranda.</b>	

Fuente: CONAC (1993). Directorio de Museos de Venezuela  
Trabajo de Campo.

Dada la naturaleza y objetivos de la investigación fue necesario considerar los criterios metodológicos de Cañizales (1997), quien posee una experiencia valiosa en la investigación museológica, sobre todo en los museos de ciencia y tecnología. En este sentido, fue necesario aplicar dos métodos para recolectar información. Por una parte, se aplicó el método de la encuesta para la identificación del comportamiento de las variables: fundamentación, planificación y evaluación de los programas educativos. La encuesta se aplicó a los coordinadores o jefes de los departamentos de educación de las instituciones museísticas, se utilizó la técnica de la entrevista estructurada, mediante una guía que incluyó preguntas sobre aspectos específicos de cada variable.

Por otra parte, se aplicó también el Método de Observación Interna Participante, utilizando la metodología de Flanders para el análisis de interacciones verbales. Esta metodología se basa en diez categorías que describen comportamientos verbales de los guías de las visitas guiadas y los visitantes, tales categorías son: 1. Acepta participación del visitante, 2. Elogia o anima, 3. Acepta o usa ideas del visitante, 4. Hace preguntas divergentes, 5. Recita, expone, 6. Da direcciones, 7. Critica o justifica autoridad, 8. Habla el visitante-responde, 9 Habla el visitante-iniciación y 10. Silencio o confusión. Estas categorías se sistematizaron en una hoja de registros de interacciones y posteriormente en una matriz de doble entrada. Se observó una visita guiada por museo y se registró en las hojas los eventos comunicacionales identificando cada uno con un número del 1 al 10.

### 3.1. De la realidad teórica a la realidad práctica. Principales hallazgos

La aplicación de los métodos de investigación descritos en los diferentes museos de la Región Zuliana trajo a la luz una realidad que, en muchos casos, contrasta con la idealidad de la teoría.

Entre los hallazgos más significativos tenemos, en cuanto a la variable *fundamentación de los programas educativos*, que un 72,7% de jefes o coordinadores respondieron que si diseñan programas educativos, el 27,3% respondió que no. Al preguntar a los entrevistados si tenían conocimiento sobre la definición de museos propuesta por el ICOM, un 45,5% respondió no conocerla, lo cual es un dato relevante, que indudablemente habla de la necesidad de formación y actualización del personal en los conceptos esenciales del museo y la museología, situación que se repite en relación con el conocimiento de enfoques gerenciales que permitan enmarcar las acciones en un modelo específico de trabajo; en este sentido, luego de preguntar si se conocían enfoques gerenciales, un importante 63,7% respondió no conocerlos.

En relación con la variable *planificación de los programas educativos*, se observó que se requiere formación del personal, sobre todo en el manejo de herramientas necesarias para realizar una verdadera planificación, que recoja las necesidades sociales y las aspiraciones de la institución. Sin embargo, es importante destacar que un porcentaje importante (el 72,7%) respondió que si se planifica de manera formal, específicamente se han declarado políticas en el museo, y un 91% respondió afirmativamente a la definición de objetivos institucionales; aunque hay que decir también que los museos estudiados no realizan estudios sistemáticos de público y los mecanismos mayormente utilizados para establecer relaciones con los visitantes y obtener información específica sobre necesidades y perfiles de público son los contactos previos con las instituciones, principalmente las instituciones educativas formales.

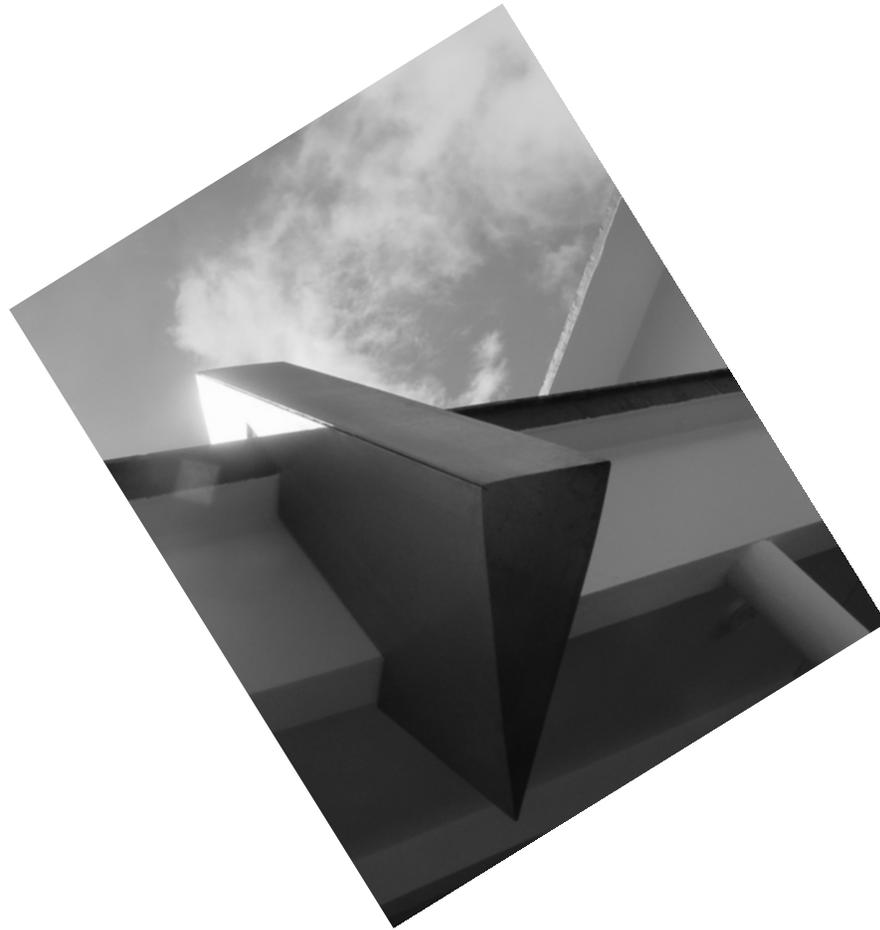
En cuanto a la variable *ejecución de los programas educativos*, estudiamos el proceso de realización de visitas guiadas, por ser el que que mayormente utilizan los museos, y mediante el cual se puede descubrir el tipo de enfoque educativo que prevalece en las instituciones. Luego de la aplicación del Método de Flanders para el análisis de las interacciones verbales, se encontró que la categoría que refleja el evento comunicacional con mayor prevalencia es la de: Recita, expone; lo que revela la utilización

de estrategias de la educación formal, específicamente en cuanto a la interacción verbal. Esta categoría obtuvo de 130 a 150 registros, la categoría siguiente que más prevaleció fue la de: Hace preguntas, pero se observó también la necesidad de formación en cuanto a la utilización de la técnica de la pregunta, sobre todo para trabajar en función del desarrollo de habilidades del pensamiento.

Por último, en relación con la variable *evaluación de los programas educativos*, pudimos observar que aunque si se considera este proceso, no se reflexiona sobre la base de sus resultados, para generar información de apoyo a la reorientación de las diferentes actividades, funciones y servicios educativos.

### **3.2. Algunas recomendaciones del estudio o ¿Cómo iniciar la transfiguración de la institución museística a partir de la dimensión educativa-comunicativa?**

Luego de reflexionar sobre los resultados que se generaron de la investigación, se proponen varias acciones concretas, encaminadas a reposicionar la relación museo-público en esta Región del país. Las principales recomendaciones son:





# De la verticalidad a la horizontalidad: la transfiguración

Johan Pirella

1. Proponer una agenda de investigación, estructurada por aspectos o programas de investigación:

## 1.1. Fundamentación teórica-conceptual de la educación en el museo

Posibles proyectos: a. Estudios comparativos sobre la fundamentación educativa de

- los museos de arte, historia y multidisciplinares.
- b. Enfoques educativos de los museos.

### 1.2. Planificación educativa en los museos

Posibles proyectos: a. Definición de políticas institucionales en las instituciones museísticas

las b. Funciones educativas predominantes en el contexto de instituciones museísticas.

- c. Mecanismos para la detección de necesidades del público en los museos.
- d. Estrategias promocionales en las instituciones museísticas.

### 1.3. Ejecución de programas educativos en los museos

Posibles proyectos: a. Estrategias de interacción verbal utilizadas en los museos de arte, historia y multidisciplinares. (Estudios comparativos)

b. Mapas conceptuales y de aprendizaje como instrumentos de organización expositiva.

- c. Estrategias no verbales para la generación de lecturas múltiples de obras y objetos museables.
- e. El aprendizaje del tiempo histórico en los museos de Historia
- f. El museo como medio de aprendizaje espacial-contextual, visual y sensorial.
- g. Tecnologías multimedia de apoyo al aprendizaje en el espacio expositivo.

### 1.4. La evaluación en los museos y estudios de públicos

Posibles proyectos: a. Impacto expositivo en los visitantes de los museos.

b. Perfiles de público en los museos de arte, historia y multidisciplinares. (Estudios comparativos).

2. Impulsar la creación de un Centro de Investigaciones Museológicas, el cual se convertiría en una entidad académica para la generación de proyectos de investigación en el área museológica, ya que en el país no se cuenta con un instituto o centro de investigaciones en museología y consideramos que mediante los procesos de investigación es posible esclarecer los nudos críticos y las prioridades de formación y actualización del personal de los museos, factor primordial para iniciar la transfiguración posible y necesaria de la institución museística.

3. Enmarcar la relación museo-público en el enfoque cognitivo-constructivista del aprendizaje no formal, puesto que se considera la perspectiva teórica más pertinente, a la luz de los cambios y propuestas emergentes relacionadas con la sociedad del conocimiento y del ingenio humano.

## **BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA.**

- Baztán, Carlos (1997) **Museografía y espacio en los museos. Módulo No. VII.** Coro: Universidad Nacional Experimental "Francisco de Miranda". Programa de Maestría en Museología.
- Belcher, Michael (1991). **Organización y Diseño de Exposiciones. Su relación con el Museo.** España: Ediciones TRÉA S.L. Gijón.
- Brüninghaus-Knubel, C. (1993). *El Educador de Museos, defensor del público.* En: **Revista Museum International, XLV (4), 13-17.**
- Cañizales, Rosario (1997). **Módulo No. VI. Proyección Museística.** Coro: Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda. Programa de Maestría en Museología.
- Comité Venezolano del ICOM (1995). *Actividades del ICOM.* En: **Boletín del ICOM-Venezuela. No. 2.**
- Consejo Nacional de la Cultura – CONAC (1994). **Normativas Técnicas para Museos.** Caracas: CONAC, Dirección de Museos.
- (1993). **Directorio de Museos de Venezuela.** Caracas: CONAC, Dirección General Sectorial de Museos.
- Falk, J.H. y Dierking, L.D. (1992). **The Museum Experience.** Washington, D.C.: Whalesback Books.
- Fernández, Luis Alonso (1993). **Museología: Introducción a la Teoría y Práctica del Museo.** Madrid: Ediciones Itsmo.
- Florez O., R. (1994). **Hacia una pedagogía del conocimiento.** Santafé de Bogotá: McGraw Hill.
- Galindo Cáceres, Jesús (1998) **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.** México: Pearson, 523 p.
- García B., A. (1988). **Didáctica del Museo: El descubrimiento de los objetos.** Madrid: Ediciones de la Torre.
- Gil, María G. (1995) **El Departamendo de educación como ente integrador y dinamizador del público en los museos.** Ponencia presentada en el 8vo. Encuentro Nacional de Directores de Museos, Macuto-Venezuela.
- Hein, George (1995). **The Constructivist Museum.** GEM, News Index, [www.gem.org.uk/hein.html](http://www.gem.org.uk/hein.html).
- Hernández Hernández, Francisca (1998) **Manual de Museología.** Madrid: Síntesis.

León, Aurora (1990). **El Museo: Teoría, Praxis y Utopía**. Madrid: Ediciones Cátedra.

Pineda, Migdalia (1996b). **Sociedad de la Información. Nuevas Tecnologías y Medios Masivos**. Ediluz. Maracaibo-Venezuela.

Rivière, George Henri (1989). *La Museología*. Madrid: Akal.

Shouten, Frans (1987). *La función educativa del Museo*. En : **Museum**, No. 156, pp. 240-294.

Sola, Tomislav (1987). Concepto y Naturaleza de la Museología. En : **Museum**. No. 153, pp. 15-49.

Taspcott, Don (1999) “Promesas y peligros de la tecnología digital”. En: *Revista de Tecnología de la Información*. Maracaibo: Biblioservice.

Wertsch, James (1995). **Vygotsky y la Formación Social de la Mente**. Barcelona: Editorial Paidós.

UNESCO (1998). **Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción y Marco de Acción Prioritaria para el Cambio y el Desarrollo de la Educación Superior**. (Disponible en línea: <http://www.rau.edu.uy/rau/docs/paris1.htm>).

Santa Biblia. (1975). *Traducción española de la Biblia de Jerusalén*. Desclee de Brouwer: Bilbao-España.