

ES	Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia
EN	Teaching and Heritage: The Taminango Museum's Approach to Educational Innovation through Transmedia Storytelling
ITA	Insegnamento e patrimonio: l'approccio del Museo Taminango all'innovazione educativa attraverso la narrazione transmediale
FRA	Enseignement et patrimoine : l'approche du musée Taminango concernant l'innovation éducative grâce à la narration transmédia
POR	Ensino e patrimônio: a abordagem do Museu Taminango à inovação educacional por meio da narrativa transmídia

Iván Andrés Benavides Carmona

Enseñanza y patrimonio: el enfoque del Museo Taminango para la innovación educativa mediante narrativas transmedia

Recibido: 26/06/2024; Aceptado: 25/03/2025; Publicado en línea: 14/04/2025.
<https://doi.org/10.15446/actio.v9n1.119832>



**IVÁN ANDRÉS
BENAVIDES CARMONA**

Diseñador gráfico y magíster en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia. Docente auxiliar del programa de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia.

Correo electrónico:
iabenavidesc@unal.edu.co

ID 0000-0001-5373-740X

RESUMEN (ES)

El Museo Taminango, ubicado en Pasto, Nariño, Colombia, ha implementado un programa educativo innovador desde 2012, que no solo se ha adaptado, sino que ha prosperado bajo los desafíos impuestos por la pandemia de COVID-19. Este programa utiliza una combinación de herramientas didácticas analógicas y digitales que sirve como un modelo replicable para instituciones museales locales y regionales con presupuestos limitados, pues enfatiza en el diseño comunitario y en los métodos participativos. El presente artículo presenta la manera en que el museo ha utilizado las narrativas transmedia para enriquecer la experiencia educativa, posicionándolo como una entidad proactiva en la promoción y preservación del patrimonio cultural local. Este modelo destaca el papel fundamental del museo en fomentar la accesibilidad cultural, el compromiso comunitario sostenible y promover cambios en el sector museístico regional.

PALABRAS CLAVE: Casona Taminango, Pasto (Colombia), didáctica museal innovadora, narrativas transmedia en museos, museos regionales, accesibilidad cultural.

ABSTRACT (ENG)

Located in Pasto, Nariño, Colombia, the Taminango Museum has implemented an innovative educational program since 2012 that has not only adapted to, but thrived under the challenges imposed by the COVID-19 pandemic. This program uses a combination of analog and digital didactic tools that serves as a replicable model for local and regional museum institutions with limited budgets, as it emphasizes community design and participatory methods. This article presents how the museum has used transmedia narratives to enrich the educational experience, positioning it as a proactive entity in the promotion and preservation of local cultural heritage. This model highlights the museum's fundamental role in fostering cultural accessibility, sustainable community engagement and promoting change in the regional museum sector.

KEYWORDS: Casona Taminango, Pasto (Colombia), innovative museum didactics, transmedia narratives in museums, regional museums, cultural accessibility.

RIASSUNTI (ITA)

Il Museo Taminango, situato a Pasto, Nariño, Colombia, ha implementato dal 2012 un programma educativo innovativo che non solo si è adattato alle sfide imposte dalla pandemia COVID-19, ma ha anche prosperato. Il programma utilizza una combinazione di strumenti didattici analogici e digitali che costituisce un modello replicabile per le istituzioni museali locali e regionali con budget limitati, in quanto pone l'accento sulla progettazione basata sulla comunità e sui metodi partecipativi. Questo articolo presenta come il museo abbia utilizzato narrazioni transmediali per arricchire l'esperienza educativa, posizionandosi come entità proattiva nella promozione e conservazione del patrimonio culturale locale. Questo modello evidenzia il ruolo fondamentale del museo nel favorire l'accessibilità culturale, l'impegno sostenibile della comunità e la promozione del cambiamento nel settore museale regionale.

PAROLE CHIAVI: Casona Taminango, Pasto (Colombia), didattica museale innovativa, narrazioni transmediali nei musei, musei regionali, accessibilità culturale.

RÉSUMÉ (FRA)

Le Musée Taminango, situé à Pasto, Nariño, Colombie, a mis en œuvre depuis 2012 un programme éducatif innovant qui s'est non seulement adapté aux défis imposés par la pandémie de COVID-19, mais qui a également prospéré. Ce programme utilise une combinaison d'outils didactiques analogiques et numériques qui sert de modèle réproductible pour les institutions muséales locales et régionales disposant de budgets limités, car il met l'accent sur la conception communautaire et les méthodes participatives. Cet article présente la manière dont le musée a utilisé les récits transmédiatisés pour enrichir l'expérience éducative, en se positionnant comme une entité proactive dans la promotion et la préservation du patrimoine culturel local. Ce modèle met en évidence le rôle fondamental du musée dans la promotion de l'accessibilité culturelle, l'engagement durable de la communauté et la promotion du changement dans le secteur muséal régional.

PAROLE CHIAVI: *Casona Taminango, Pasto (Colombie), didactique muséale innovante, récits transmédia dans les musées, musées régionaux, accessibilité culturelle.*

RESUMO (POR)

O Museo Taminango, localizado em Pasto, Nariño, Colômbia, implementou um programa educacional inovador desde 2012 que não apenas se adaptou, mas prosperou sob os desafios impostos pela pandemia da COVID-19. Esse programa usa uma combinação de ferramentas didáticas analógicas e digitais que serve como modelo replicável para instituições de museus locais e regionais com orçamentos limitados, pois enfatiza o design baseado na comunidade e os métodos participativos. Este artigo apresenta como o museu tem usado narrativas transmídia para enriquecer a experiência educacional, posicionando-o como uma entidade proativa na promoção e preservação do patrimônio cultural local. Esse modelo destaca o papel fundamental do museu na promoção da acessibilidade cultural, no envolvimento sustentável da comunidade e na promoção de mudanças no setor de museus regionais.

PALAVRAS-CHAVE: *Casona Taminango, Pasto (Colômbia), didática inovadora em museus, narrativas transmídia em museus, museus regionais, acessibilidade cultural.*

que adecuarse a la virtualidad de manera apresurada, adaptando sus recursos a una audiencia que, para empezar, debían atraer.

En ese contexto, este ensayo se centra en el caso del Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño - Casona Taminango, situado en la ciudad de Pasto (Nariño, Colombia). A diferencia de otros museos regionales de la misma ciudad, como el Museo de Historia Nariñense Juan Lorenzo Lucero y el Museo del Oro del Centro Cultural Leopoldo López Álvarez, que forman parte del circuito de museos del Banco de la República de Colombia, la Casona Taminango² había implementado un valioso programa educativo antes de la pandemia. Este programa supo aprovechar la coyuntura sanitaria para crear un ecosistema de herramientas didácticas híbridas (analógicas y digitales), cuya utilidad trascendió el período de confinamiento y cuya producción puede servir como modelo replicable en otras instituciones con presupuestos limitados, y haciendo énfasis en las estrategias de diseño comunitario.

El programa de la Casona Taminango ha evolucionado de manera orgánica a lo largo de los años. Fue desarrollado desde el año 2012 gracias a los estímulos del Programa de Concertación Cultural del Ministerio de las Culturas y ha sido liderado por Sonia Patiño, quien es la coordinadora del área educativa. Inicialmente surgió de forma exploratoria, pero ha incorporado progresivamente una serie de estrategias digitales que tienen el potencial de ampliar significativamente el alcance del museo. El propósito de este ensayo es analizar la experiencia empírica del museo y desarrollar un modelo replicable que esté fundamentado en la teoría disponible sobre la educación museal en el contexto latinoamericano. Además, busca demostrar cómo las narrativas transmedia han sido un componente clave para el éxito del programa y cómo deberían impactar en el marketing museal de las pequeñas instituciones.

Con respecto a la pregunta de investigación que guía este estudio, su relevancia está relacionada con el abordaje de desafíos clave en el sector cultural contemporáneo, como la accesibilidad, la sostenibilidad y la innovación educativa en museos de bajo presupuesto. En América Latina, muchas instituciones culturales enfrentan

INTRODUCCIÓN

En 2022, durante el período posterior al confinamiento provocado por la pandemia de COVID-19, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) redefinió el concepto de museo. Esta nueva definición, aprobada en la 26^a Conferencia General de Praga, enfatiza el papel de los museos como instituciones sin fines de lucro al servicio de la sociedad, dedicadas a la investigación, colección, conservación, interpretación y exhibición del patrimonio material e inmaterial. La definición subraya la importancia de la accesibilidad, la inclusión, la sostenibilidad y la participación comunitaria, transformando así los museos en espacios de reflexión y educación (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, 2022).

La función educativa de los museos fue un tema central durante las jornadas de debate del ICOM, en respuesta a las nuevas demandas surgidas durante las cuarentenas en diversos países. Estas demandas impulsaron la adopción de tecnologías digitales por parte de numerosos museos, lo cual precipitó el fortalecimiento del turismo digital como una oportunidad para el mercado cultural. Sin embargo, estos esfuerzos también evidenciaron profundas desigualdades en el ámbito museístico. Mientras que las *blockbusters exhibitions*¹ de renombre pudieron adaptarse al entorno digital con recorridos videogramados y herramientas de realidad virtual y aumentada; los museos locales, con presupuestos más limitados, tuvieron

¹ Un concepto utilizado en el ámbito museal para referirse a las exposiciones que cuentan con amplios presupuestos y un despliegue museográfico de grandes proporciones. En este sentido, la exposición *Treasures of Tutankhamon*, coordinada por el Metropolitan Museum of Art de Nueva York entre 1976 y 1979, es considerada una de las pioneras de este formato. Durante este período, la muestra visitó seis museos en Estados Unidos, estableciendo a este país como pionero en la creación de exhibiciones que combinan funciones educativas y de entretenimiento en partes iguales (Fernández y Fernández, 2010, p. 66; Hindley, 2015).

² De aquí en adelante se usará la versión abreviada del nombre de la institución: Casona Taminango.

limitaciones económicas y sociales que dificultan la implementación de estrategias digitales avanzadas. Sin embargo, el caso del Museo Taminango demuestra cómo un museo regional puede adoptar narrativas *transmedia* para fortalecer la educación patrimonial sin depender de grandes inversiones. Este estudio aporta nuevo conocimiento al campo de las narrativas *transmedia* mediante el análisis de su aplicación en un contexto de recursos limitados. También ofrece estrategias replicables para instituciones con características similares. Además, contribuye a la gestión museística al demostrar que la integración de tecnologías inmersivas y la participación comunitaria pueden potenciar la enseñanza del patrimonio cultural y fomenta modelos educativos más inclusivos y sostenibles.

BREVE COMENTARIO SOBRE LA MISIÓN Y VISIÓN DEL MUSEO TAMINANGO

La Casona Taminango, que eventualmente se convirtió en el Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño (figuras 1 y 2) fue inicialmente construida en el siglo xvii. La casona fue utilizada para varios propósitos a lo largo de los años, incluyendo una tejería como vivienda durante las épocas turbulentas de las campañas independentistas en Colombia (Amaya, 2013, pp. 30-31). En los años sesenta, estuvo en peligro de demolición, pero fue redescubierta y salvada por iniciativa del doctor Pablo Morillo Cajiao y doña Catalina Moon de Morgan. Tras esfuerzos persistentes y la generosa donación del doctor Monasco Dachis, la casona fue adquirida y convertida en museo. Se realizaron numerosos esfuerzos para restaurar y preservar el edificio. Finalmente, se amplió y modernizó a través de un nuevo edificio construido en la zona posterior de la casona colonial edificado en la década de 1990 (Navia, 2012, pp. 79-82).



Figuras 1. Una fotografía de la casa colonial del complejo Casona Taminango (2014, archivo personal del autor), lugar donde se expone la muestra permanente del museo.



Figura 2. Un aspecto de la sala dedicada a la talla en madera (2012, archivo personal del autor).

Ahora bien, desde su fundación y apertura en 1970 y su declaratoria como monumento nacional en 1971, la Casona se ha convertido en el repositorio de una numerosa suma de objetos patrimoniales muebles que, sin embargo, son la expresión de docenas de prácticas artesanales y tradiciones culturales de naturaleza inmaterial. En materia artesanal, por ejemplo, destacan las colecciones relacionadas con el barniz de Pasto, el encapado en tamo, la talla en madera, la tejeduría, la platería, la forja, el oficio de lutieras regionales, entre otros.

En ese marco, a diferencia del resto de museos regionales enfocados sobre todo en la historia del período prehispánico y republicano, la Casona Taminango es depositaria de herencias que aún persisten y que se han mantenido vigentes a través de la transmisión generacional.

Dentro de los diversos procesos de investigación llevados a cabo por la institución se destaca especialmente la «Investigación sobre Artesanías en el Departamento de Nariño», resultado de un convenio entre la Casona Taminango y Artesanías de Colombia en 1992, en la que participaron antropólogos, sociólogos, economistas e ingenieros agrónomos (Benavides, 2013, p. 49) o la más reciente «Investigación sobre Artesanías en el Departamento de Nariño: Maderas» de 2015 (Cortés, 2015, p. 17). La preocupación principal de la institución se ha centrado en la valoración, protección y salvaguarda de las prácticas culturales mediante su visibilización. Esto se ha propiciado mediante la creación de espacios destinados a la divulgación y promoción de estas prácticas, que incluyen actividades, exposiciones y ferias. Estos eventos abarcan una amplia gama de temas que van desde

muestras de arte religioso hasta ferias de emprendimiento artesanal, así como actividades relacionadas con la gastronomía local.

El acelerado crecimiento urbano de las dos últimas décadas en Pasto, la llegada de varios grupos humanos a la ciudad debido a diferentes procesos migratorios³, y el desarrollo y democratización acelerados de las nuevas tecnologías de la información, han determinado un creciente desinterés en las prácticas locales que se perciben como anacrónicas, ajenas a los nuevos actores sociales asentados en la ciudad o que ya no responden a las nuevas exigencias del mercado o el turismo regional. Es en este contexto adverso, que la Casona Taminango decidió emprender desde 2012 un proyecto pedagógico dirigido a la primera, segunda y tercera infancia con el objetivo de revitalizar el interés de la comunidad en la rica herencia patrimonial del territorio y en sus profundas raíces culturales.

FASE 1: GARANTÍA DE LOS DERECHOS CULTURALES PARA NIÑOS Y JÓVENES. LANZAMIENTO DE LA CARTILLA ARTESANITOS DEL MUSEO TAMINANGO

Durante el período que va de 2007 a 2012, la Casona Taminango mantuvo un número de visitantes relativamente constante de 2000 personas por año. Aproximadamente el 50 % de estos visitantes eran niños, niñas y jóvenes que acudían a la institución como parte de la programación académica de las instituciones educativas de la ciudad y de algunos municipios contiguos. (Benavides, 2013, p. 56).

Durante los procesos de mediación a lo largo de las visitas con grupos estudiantiles, Sonia Patiño, responsable del área de educación y única encargada de las visitas guiadas

con niños en la Casona Taminango⁴ notó que muchas de estas experiencias resultaban poco significativas puesto que, por un lado, los docentes no siempre preparaban las visitas asimilándolas a su ruta pedagógica y, por otro, porque el museo no proveía un proceso de aprendizaje que trascendiera el tiempo relativamente breve de los niños en el museo. Teniendo en cuenta que el público infantil y juvenil representaba la mitad del total de visitantes, el área educativa de la Casona Taminango tomó como marco de referencia la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CDESC) de la (Organización de las Naciones Unidas (ONU), por el cual se establecen los derechos culturales de cualquier grupo social o sociedad. Estos deben cumplir con cinco condiciones: disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad, adaptabilidad e idoneidad. Esto implica que los bienes y servicios culturales deben ser accesibles sin discriminación, con medidas adaptadas a las necesidades y contextos culturales específicos (Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas, 2009, pp. 5-6).

Así, a partir de esta directriz, en 2012 el museo lanzó la cartilla didáctica Artesanitos del Museo Taminango (figuras 3 y 4), cuyas ilustraciones y diseño editorial estuvieron a cargo del diseñador gráfico y museólogo Iván Benavides, también responsable de las cartillas que la institución lanzaría más adelante.

En general, desde la propuesta museológica, la primera cartilla producida buscó asimilarse al enfoque cognitivo receptivo que sostiene que una exposición no existe sin la interacción con el público (Asensio y Pol, 2002, pp. 102-103). La exposición tradicional asume su existencia independientemente de los visitantes, pero, en realidad, el mensaje expositivo se construye y cobra sentido solo en la mente del visitante, pues se adapta a sus expectativas, conocimientos y emociones. Este enfoque

3 Las poblaciones desplazadas de las zonas de Putumayo y Caquetá, que se establecieron en Nariño durante la década de 2000 para escapar de las áreas afectadas por el Plan Colombia, junto con los migrantes provenientes de la costa pacífica nariñense tras los eventos de violencia posteriores a los acuerdos de La Habana en 2016, así como las oleadas migratorias de venezolanos y haitianos, han transformado significativamente el tejido social de la ciudad de Pasto (Salazar, 2009; Paz Noguera, Alpala Ramos y Villota Vivas, 2021, p. 87; Salas Salazar y Wolff, 2021; Montoya, 2021).

4 De hecho, uno de los factores que dificulta el funcionamiento de la mayoría de los museos en la ciudad de Pasto es el escaso número de trabajadores, quienes a menudo deben atender dos o más áreas de la institución. En este sentido, la Casona Taminango no es una excepción. Con una nómina de solo tres empleados permanentes, las tareas cotidianas se distribuyen entre ellos, además de contar con el apoyo de voluntarios que asumen diversas responsabilidades para la institución.



Figuras 3 y 4. Dos aspectos de la guía Artesanitos del Museo Taminango. 20,5 x 25,5 cm, 28 páginas (2012). Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

destaca la importancia de la «estética de la recepción», que enfatiza la interacción entre la obra y el espectador. La experiencia estética resulta de esta interacción, donde el significado de la obra es moldeado por la percepción del receptor. La teoría subraya que la comprensión de una exposición depende del bagaje previo del visitante, y que la interacción exitosa entre la exposición y el visitante requiere de una adecuación entre el mensaje propuesto y las capacidades de interpretación del visitante. Por esta razón, las imágenes, textos y otros elementos involucrados en la elaboración del material buscaron poner los objetos del museo en contexto y relacionarlos con otros que resultaran más familiares a los niños como cámaras fotográficas o celulares.

Por otro lado, esta primera cartilla tomó a un gorrión y un colibrí como personajes centrales: buscaba aproximar a los niños de primera, segunda y tercera infancia a las diferentes prácticas artesanales que se exhiben en el museo y proponía actividades de descripción, comparación, causación, solución y secuencia, según el modelo gramático de Hall (Hall, 1987, p. 46) para favorecer las competencias interpretativas y analíticas entre los niños. A este respecto, es importante señalar el marco referencial que sugieren Santacana y Llonch con respecto al análisis de los objetos, ya que, aunque no hizo parte del modelo conceptual original de la propuesta, las actividades terminaron empíricamente llegando a conclusiones semejantes. Este modelo se fundamenta en cinco preguntas clave con respecto al objeto expuesto:

- 1) ¿de qué partes o elementos se compone el objeto?,
- 2) ¿cómo se relacionan estas partes entre sí?, 3) ¿qué

necesidad permitía satisfacer el objeto cuando estaba en uso?, 4) ¿con qué materiales se ha producido el objeto? y 5) ¿existían o existen otros objetos parecidos o que satisfacían las mismas necesidades? (Santacana y Llonch, 2012, p. 55)⁵.

Junto a esta cartilla se elaboró un folleto para docentes (figura 5) que ofrecía instrucciones mediante las cuales el profesor se convertía en una extensión del museo: se buscaba vincular los contenidos del claustro al currículo escolar y se promovía la importancia de las nociones de patrimonio y herencia.

En la práctica, la cartilla también permitía dividir un grupo numeroso de niños en dos conjuntos. Mientras un grupo hacía el recorrido por las salas, el segundo desarrollaba en compañía del docente a cargo, las actividades propuestas en la cartilla.

5 No obstante, los autores plantean un modelo ampliado de análisis del objeto museal en el que incluyen su identificación y su análisis morfológico, funcional, técnico, económico, sociológico, estético e histórico cultural (Santacana y Llonch, 2012, pp. 61-62). En el contexto de la Casona Taminango, por la naturaleza de su colección que es eminentemente inmaterial, pero representada mediante objetos, hace falta complementar este análisis con una reflexión sobre la forma tradicional de producción de los objetos y como se han transformado a lo largo del tiempo. Al respecto, Herbert Ganßlmayr define este objetivo museal así: «mostrar la continuidad o las interpretaciones en el desarrollo de las culturas y los patrimonios culturales, y dilucidar el papel que juegan los objetos preservados en la identidad de un grupo social. En este aspecto, es importante aclarar reiteradamente que los objetos son la materialización de ideas, de conceptos, del alma intangible y los sentimientos de un individuo o un grupo social» (Alderoqui, 1996, p. 79).



Figura 5. Portada y páginas internas del material Artesanitos del Museo Taminango. Guía para maestros. 14,5 x 18,5 cm. 26 páginas (2012). Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

La experiencia tuvo un impacto significativo que, sin embargo, dejó importantes conclusiones para el área educativa, entre las que están:

1. El uso de un personaje principal en la cartilla proporciona un conector interesante con el que los niños se pueden identificar rápidamente.
2. El uso de imágenes sobre escenarios u objetos que aluden a la cotidianidad generan una mayor implicación entre los niños lectores.
3. La guía para el docente resulta ineficaz dentro de las dinámicas de la visita museal y, en cambio, trabajar en conjunto con la cartilla para niños proporciona resultados más satisfactorios respecto a la experiencia de visita.
4. Las actividades más interactivas que proponía la cartilla (en particular una actividad que hacía uso de stickers) fueron algunas de las más atractivas para los niños.
5. La cartilla se acompañó con una serie de talleres en los que artesanos regionales desarrollaban actividades sencillas con los niños. La conexión entre la información textual y visual de la cartilla con la experiencia vivida del niño, generan un aprendizaje significativo que complementa su proceso de educación formal.

Al respecto conviene señalar, sin embargo, que la comunicación en exposiciones museísticas pretende enseñar, pero no garantiza el aprendizaje debido a

diversas razones, como el desinterés o la incomprendión del visitante. Por lo tanto, el equipo productor debe anticipar esta desconexión y fomentar la participación del visitante, transformando su interés inicial en un deseo de aprendizaje más profundo. Es crucial que el equipo considere los objetivos de aprendizaje y los cambios deseados en conocimientos, habilidades y actitudes de los visitantes y, además, la utilidad de estos cambios en otros contextos (García Blanco, 1999, p. 86).

A la vez, el mercadeo museal también proporciona algunos puntos clave que son susceptibles de análisis y que deberían tener impacto en el desarrollo de materiales didácticos. A propósito, García Blanco (1999, p. 59) sugiere que los elementos clave que determinan la identidad del museo incluyen: la colección, que atrae visitantes; el edificio, que influye en la impresión del público; el personal, cuya actitud afecta la experiencia de los visitantes; y los mecanismos organizativos, incluyendo la estructura interna y las presiones externas relacionadas con la financiación.

En su opinión, el marketing aplicado a museos debe partir de la identidad de la propia institución. De ahí que resulte esencial pensar desde la práctica del diseño industrial y gráfico en la producción de objetos e imágenes plenamente integrados y bien asimilados a la estrategia de marca institucional⁶. En el caso de la Casona Taminango, cuya imagen se ha creado a partir de la casa colonial que ocupa, ha sido clave que niños y jóvenes puedan asociar el inmueble a su cotidianidad, por eso, la presencia de una casa antigua en medio de la ciudad moderna es un aspecto que se señala en los materiales didácticos de manera recurrente.

FASE 2: CARTILLA ZUMBAMBICOS, CUSPES Y CANICAS DEL MUSEO TAMINANGO

Gracias a la participación voluntaria de los profesores de la Universidad CESMAG, Eunice del Rocío Meneses, Sandra Guerrero y Govanny Caicedo adscritos al Programa Licenciatura en Educación Física, la Casona Taminango emprendió la elaboración de una segunda cartilla denominada Zumbambicos, Cuspes y Canicas del Museo Taminango (figuras 6 y 7). Esta se lanzó en 2015 y buscaba aproximar a niños de primera y segunda infancia a prácticas lúdicas regionales, proponiéndoles la

6 Dentro del contexto del diseño marcario o branding, la estrategia de marca involucra una serie de premisas que parten de la misión y visión institucional, pero que suman a estos lineamientos, objetivos de comunicación, filosofía, valores y tono de voz marcario. Se trata de una suerte de declaración de principios que determina la forma concreta en la que el mensaje marcario se transmitirá a los interesados.



Figuras 6 y 7. Dos aspectos de la guía Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango. 20,5 x 25,5 cm, 16 páginas (2015). Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Talleristas: maestra Eunice del Rocío Meneses, maestra Sandra Ivania Guerrero y el licenciado Giovanny Alberto Caicedo. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

elaboración de sus propios juguetes a partir de materiales reciclados. Se los invitó a participar de una serie de talleres para poner en práctica estas actividades; en algunos casos estas tuvieron una repercusión importante en la actividad física de los asistentes y se llevaron a cabo en las zonas verdes y el edificio moderno del museo.

En cuanto al material didáctico desarrollado y teniendo en cuenta los aprendizajes obtenidos a partir de la primera cartilla, *Zumbambicos, cuspes y canicas* del Museo Taminango, se optó por enfocarse en niños de edad preescolar de entre 3 y 5 años. Por esta razón, se priorizó el uso de imágenes llamativas y se introdujo a un personaje principal que, de aquí en más, aparecería en las cartillas creadas por el museo. Se trata del perrito Inti, quien, a lo largo de la guía, interactuaba con un grupo de niños.

Con respecto a los textos, estos estuvieron orientados a sus docentes y cuidadores, eliminando así la necesidad de un material complementario. Sin embargo, se hizo uso de textos narrativos con los que también se desarrollaron momentos de lectura grupal.

Con respecto al material didáctico, las observaciones de carácter pedagógico más importantes fueron:

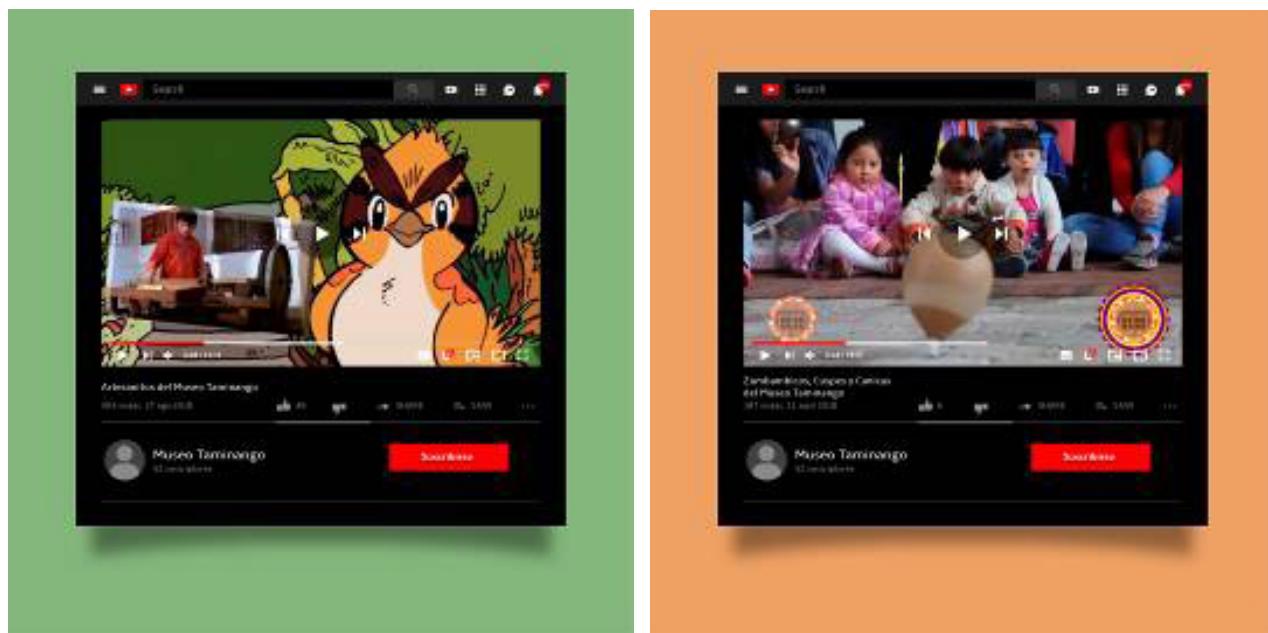
1. El uso de un personaje con características más memorables genera mayor recordación e identificación por parte de los niños.
2. Los docentes se suman con mucha facilidad a los talleres propuestos con la cartilla, cuando el material cuenta con textos suficientemente claros e

instrucciones precisas. A este respecto, también para los docentes, es útil contar con imágenes que faciliten las actividades manuales o que exigen actividad física.

3. El uso de material complementario y recreativo como rompecabezas, dados u otros, promueve la participación y la interacción entre los participantes.
4. La interacción, el juego y el trabajo en grupo dentro del museo transforman la visión de la comunidad, especialmente de profesores y estudiantes. Esto visibiliza su potencial en la educación no formal e informal de los niños y destaca la satisfacción que se obtiene de la experiencia con el patrimonio.

FASE 3: LA MINGA DEL MUSEO TAMINANGO Y LA INCORPORACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL

El primer formato transmedial que utilizó el Museo Taminango estuvo constituido por dos cortos que incluían grabaciones dentro de las instalaciones del claustro y algunos elementos de animación. Se trataba de un esfuerzo por explorar nuevos canales de comunicación ya que, como lo señala Sánchez López (2024), «la narrativa digital conectada transgrede los sentidos tradicionales y actúa como una extensión del ser humano hacia realidades híbridas físicas-digitales» (p. 312). Esto viene a implicar, que la educación patrimonial, pero también las nuevas competencias digitales de los niños y niñas, ya no debe basarse únicamente en modelos unidireccionales



Figuras 8 y 9. A la derecha, «Artesanitos del Museo Taminango» (2018). Vídeo de 11 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Ricardo Ceballos Peñafiel. A la izquierda, «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango» (2018). Video de 15 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Ricardo Ceballos Peñafiel.

de transmisión de información, sino en experiencias multisensoriales e interactivas que fomenten el aprendizaje significativo.

Así, en 2018, la Casona Taminango crea sus dos primeros materiales audiovisuales relacionados con su programa educativo y los materiales didácticos que había desarrollado hasta entonces. Se trata de adaptaciones de las cartillas «Artesanitos del Museo Taminango» y «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo Taminango» para el canal en YouTube de la institución que estuvieron dirigidos por Ricardo Ceballos Peñafiel (Figuras 8 y 9).

El primero estuvo presentado por los niños Helena Ceballos y Santiago Castillo y contó con la introducción animada del gorrión que había aparecido originalmente en las páginas de la cartilla. Se trató de un vídeo de once minutos que, a modo de telediario, reconocía los elementos clave citados en el material didáctico precedente⁷.

El segundo video tuvo una extensión de quince minutos y fue presentado por los niños Helena Ceballos y Andrés Tapia. Mantuvo un formato semejante y continuaría introduciendo fragmentos con el gorrión explicando algunos temas clave⁸.

Ambos videos serían la antesala de los proyectos audiovisuales posteriores.

Ese mismo año, con el apoyo de los docentes de la Universidad CESMAG que contribuyeron en la elaboración de la segunda cartilla del museo, se llevó a cabo el proyecto «La Minga del Museo Taminango» (Figuras 10 y 11). Este proyecto tenía como premisa la promoción de diversas prácticas artesanales, culturales y musicales de naturaleza inmaterial, tales como los conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación alrededor del barniz de Pasto, el tejido con guanga, la marimba de chonta del Pacífico, las danzas y celebraciones de los Danzantes de Males, las Mojigangas de Funes, entre otros. De las celebraciones en Obonuco y Jogovito alrededor del pagamento a la Madre Tierra derivó un segundo personaje recurrente en las cartillas que sería la wawita de pan.

En ese sentido, y buscando estimular procesos de interacción entre los niños y las prácticas ancestrales, además de la cartilla, el museo diseñó una serie de réplicas de diferentes herramientas utilizadas por los artesanos regionales e instrumentos locales como

7 <https://www.youtube.com/watch?v=ugzaRZnW9v8>

8 <https://www.youtube.com/watch?v=3dw01MK9D6g&t=359s>



Figuras 10 y 11. Dos aspectos de la guía *La minga del Museo Taminango*. 20,5 x 25,5 cm, 12 páginas (2018). Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Talleristas: maestra Eunice del Rocío Meneses, Maestra Ana del Carmen Mesías Buchely y licencido Giovanny Alberto Caicedo. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

bombos, zampoñas y marimbas. Esto permitió que los niños pudieran acercarse a las diversas técnicas y ritmos del departamento de Nariño.

Asimismo, a través de un taller impartido por la profesora de la Universidad CESMAG, Miriam Ruiz, se realizaron sesiones de capacitación para docentes y cuidadores. De esta manera, el museo buscaba extender el alcance de la guía y las actividades realizadas en la Casona Taminango a los colegios y hogares.

Por último, a partir de la experiencia con los primeros vídeos didácticos lanzados por la institución, en 2019 se produjeron seis videos más con el propósito de contribuir a la memoria de las actividades realizadas, aumentar el impacto de los talleres, ampliar el contenido de la cartilla y divulgar el acervo del museo más allá del entorno local de la ciudad de Pasto.

Entre los videos realizados destacan los audiovisuales de la serie «Las aventuras de Inti», que contó con cuatro episodios dedicados al tejido en guanga, la talla en madera, los sombreros de paja toquilla y el barniz de Pasto (Mopa-Mopa). La dirección de estos cortos cuya dirección corrió a cargo de Miguel Gómez Sanzón y Constanza Mejía y en todos se utilizó al perrito que había aparecido en las cartillas «Zumbambicos, cuspes y canicas del Museo

Taminango» y «La Minga del Museo Taminango», como protagonista de unas historias en las que encarnado como títere interactúa con varios niños y artesanos (Figura 12)⁹.

Al respecto, el modelo del museo Taminango resulta muy interesante porque, aunque no fue resultado de una proyección en el largo plazo, los personajes creados en las primeras cartillas vinieron a suplir la necesidad de un hilo conductor que le diera coherencia al material transmedia que se produciría desde entonces. Lo anterior coincide con la perspectiva de Von Stackelberg (2011) que indica que, «las narrativas transmedia presentan múltiples componentes de una historia en diferentes medios de manera integrada» (p. 78). Este enfoque permite crear una suerte de modelo rizomático en el que, mediante una excusa temática, se puede hacer una exploración más profunda de los contenidos, ofreciendo a los usuarios múltiples puntos de entrada y salida, así como formatos para su interacción. Sin embargo, para que estas narrativas sean efectivas en el contexto de un museo, deben estar alineadas con los objetivos de aprendizaje y la accesibilidad de los usuarios. En el caso del Museo Taminango, su implementación de elementos interactivos ha enriquecido la experiencia del visitante y ha fomentado el aprendizaje significativo, pero también plantea interrogantes sobre la viabilidad técnica y la capacidad de adaptación del público a estos formatos.

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=t1NoKOUjyiY>, <https://www.youtube.com/watch?v=SYL1T8f8wuw>, <https://www.youtube.com/watch?v=E6P8iNzXgZc>, <https://www.youtube.com/watch?v=pWT1x3-XhPU>

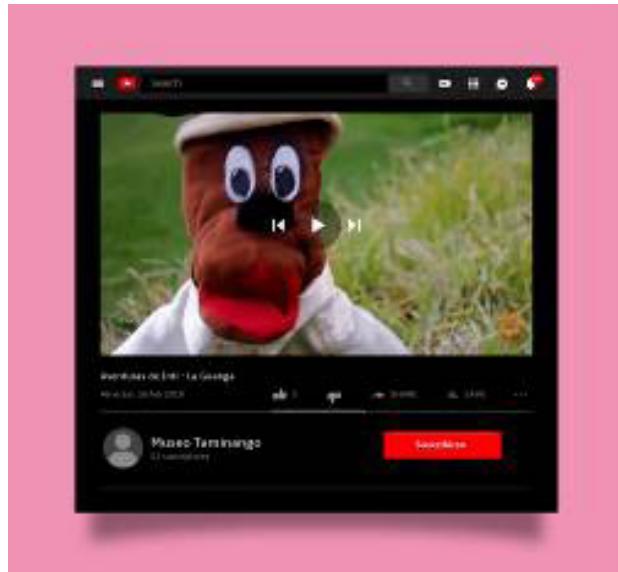


Figura 12. «*Las aventuras de Inti - La Guanga*» (2019). Vídeo de 4 minutos. Concepto pedagógico: Sonia Patiño. Dirección: Miguel Gómez Sanzón y Constanza Mejía.

De la experiencia de esta tercera etapa se capitalizan las siguientes conclusiones:

1. Los procesos formativos más significativos se logran cuando se propician espacios de aprendizaje y diálogo con los niños, pero también con sus docentes y cuidadores. Los profesores se han convertido hoy en multiplicadores ideales de las tradiciones regionales dada la atomización que han sufrido las familias en la región.
2. Las actividades propuestas en la cartilla se potencian si es posible contar con materiales didácticos analógicos o digitales mediante los cuales el niño pueda poner en contexto lo que ha visto y leído.
3. La recurrencia de los personajes y su uso constante en diferentes tipos de materiales, en este caso editoriales y audiovisuales, procura una mayor conexión entre el contenido producido ya que actúa como elemento conector.
4. Las actividades lúdicas, musicales y de creación artística que promueven la psicomotricidad pueden ser una contribución valiosa del ámbito museal a la formación de la primera infancia.

FASE 4: LANZAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DE LA CASONA TAMINANGO Y DEL PORTAL INFANTIL

Con el comienzo de los confinamientos en todo el mundo durante el año 2020 a raíz de la pandemia de COVID-19, la actividad de los museos regionales en Colombia se vio seriamente comprometida dada la disminución drástica en las visitas y el escaso presupuesto que permitiera la adaptación de los guiones al entorno digital (Figura 13).

Sin embargo, gracias a la voluntad del licenciado en informática de la Universidad de Nariño, Jonathan Vanegas, en la Casona Taminango, se implementó un proyecto para la creación de un sitio web mediante el cual se introdujeron recursos multimediales que buscaban llevar el museo a los hogares de sus visitantes.

Entre las estrategias propuestas para el público general (Figuras 14 y 15), se destacan el recorrido virtual que se realizó mediante fotografías 360 y que permite la visita de los espacios exteriores del museo con anotaciones esenciales sobre las muestras que constituyen el guion curatorial¹⁰.

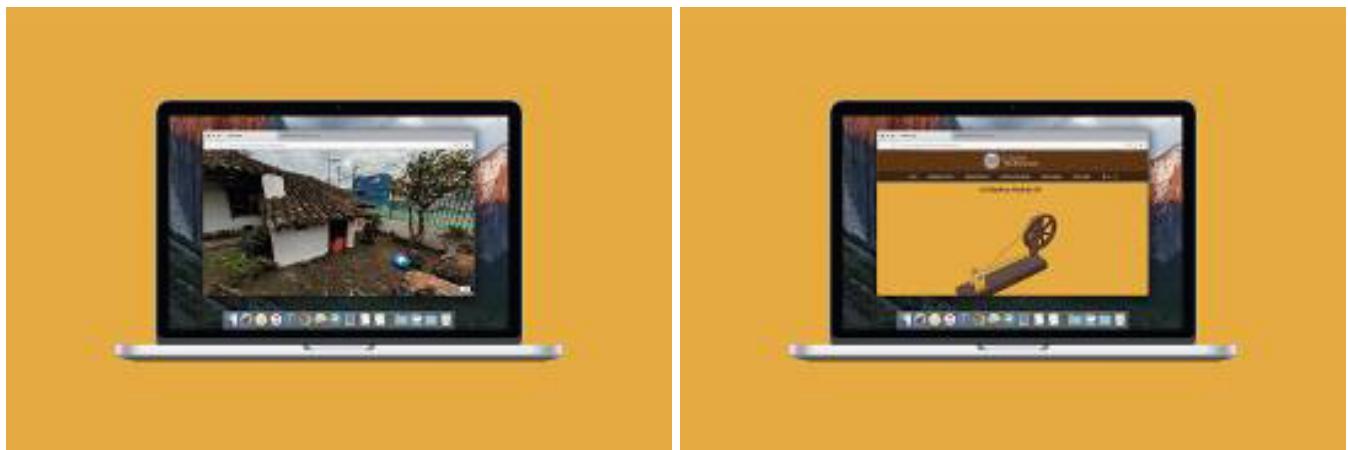
También se encuentran los modelos tridimensionales a través los cuales el usuario digital puede estudiar la estructura morfológica de algunas piezas destacadas de las diversas muestras en sala¹¹.

¹⁰ <https://museotaminango.com/visitavirtual/>

¹¹ <https://museotaminango.com/>



Figura 13. Sonia Patiño durante una visita guiada con un grupo de niños en el marco del proyecto Taller Imaginar para Sorprendernos: Escribir para la Infancia, apoyado por el Programa Nacional de Concertación Cultural del Ministerio de Cultura durante la Pandemia de COVID-19 durante 2021 (cortesía Casona Taminango).



Figuras 14 y 15. Izquierda, aspecto de la visita virtual a la Casona Taminango. Derecha, el modelo tridimensional de una ovilladora. Ambos son recursos disponibles en la página web del Museo. Desarrollo: Jonathan Venegas (2020-2021).



Figura 16. Uno de los aspectos de la sección «Portal Niños» de la página web de la Casona Taminango con los juegos «Ponle el traje a la Ñapanga» y «Descubre el sonido correcto». Desarrollo: Jonathan Venegas (2020-2021).

No obstante, la sección «Portal Infantil» (Figura 16) fue la que incorporó la mayor cantidad de recursos didácticos digitales. Por una parte, la página web sirvió para reunir todo el material creado hasta entonces en las etapas anteriores, especialmente los videos y las cartillas, pero también para introducir juegos y actividades que aprovechan las posibilidades de la gamificación de las colecciones¹².

En efecto, el licenciado Venegas creó juegos que incluyeron actividades de asociación, rompecabezas, sopas de letras, entre otros. Sin embargo, la experiencia alrededor de estas estrategias plantea algunos retos importantes que tienen que ver con la accesibilidad. Al respecto, entre las observaciones más importantes se encuentran:

1. En el contexto de los museos locales es difícil garantizar el acceso a internet y a equipos adecuados para desarrollar estas actividades. Por lo tanto, se sugiere que estas actividades digitales se utilicen como un apoyo didáctico en lugar de una estrategia pedagógica principal, dado que no se puede asegurar su accesibilidad para todos los usuarios.

¹² <https://museotaminango.com/portal-ninos/>

2. Las actividades digitales suelen emplear estrategias de edutainment;¹³ y blended learning¹⁴. En este sentido, el aprendizaje debe ser guiado para que resulte

¹³ Desde la década de 1950, la idea de edutainment (una combinación de las palabras en inglés education y entertainment, que significan educación y entretenimiento) ha ganado una gran popularidad. Inicialmente, la mayoría de las obras de edutainment estaban relacionadas con la formación militar, la propaganda ideológica, la prevención de enfermedades y la salud en general, como se puede ver en varios cortometrajes producidos por los estudios Disney, así como en cómics estadounidenses y japoneses que surgieron al inicio de la Segunda Guerra Mundial.

¹⁴ Según Kong y Feng (2024), el blended learning en el contexto de la educación inmersiva se basa en la incorporación de tecnologías como la realidad virtual (RV) para transformar la experiencia de aprendizaje tradicional. Ellos destacan que «la combinación de experiencias virtuales e interactivas con clases presenciales mejora la retención de conocimientos y permite a los estudiantes involucrarse activamente con los contenidos de manera más dinámica» (p. 88). Por otro lado, Susanti et al. (2024) enfatizan que el blended learning es efectivo cuando se complementa con tecnologías inmersivas bien diseñadas. Los autores argumentan que «si bien el uso de herramientas digitales puede potenciar la comprensión de conceptos complejos, su efectividad depende de la estructura pedagógica y del equilibrio entre lo presencial y lo virtual» (p. 25). En este sentido, el desafío radica en asegurar que las tecnologías no reemplacen la interacción humana esencial en el proceso de aprendizaje, sino que la potencien.

significativo¹⁵. De otro modo, el contenido de los juegos, por sí solo, tiende a ser interpretado como un mero entretenimiento y los niños tienden a obviar el contenido subyacente.

3. Las actividades digitales requieren una estrategia de medios que las promueva y visibilice ante el público. En este aspecto, las redes sociales pueden ser un aliado importante para aumentar su alcance, efectividad e impacto.

En este contexto, es importante relativizar las posibilidades didácticas de los museos virtuales, comúnmente destacadas en la bibliografía especializada, como la facilidad de acceso desde cualquier lugar y a cualquier hora, la consulta práctica de obras prestadas o almacenadas, y la posibilidad de explorar diferentes interpretaciones de las colecciones a través de guías virtuales interactivas (Bellido, 2001, p. 253). Aunque técnicamente viable, la situación general de los museos latinoamericanos que no cuentan con un apoyo institucional, con sus limitaciones económicas y acceso restringido a medios digitales, puede convertir estas herramientas en obstáculos, contraviniendo así el principio de accesibilidad museal.

A la vez, el éxito de estas tecnologías depende de su implementación efectiva. Susanti et al. (2024) advierten que «si bien la tecnología inmersiva puede potenciar la comprensión y el compromiso del usuario, su efectividad depende de la calidad de la interfaz, la facilidad de acceso y la adecuación pedagógica de los contenidos» (p. 25). En el caso del Museo Taminango, es importante evaluar si las herramientas tecnológicas utilizadas han sido diseñadas considerando la diversidad de públicos y sus diferentes niveles de familiaridad con la tecnología. Si la interfaz no es intuitiva o si la experiencia digital carece de una estructura clara, la tecnología puede convertirse en una barrera en lugar de un facilitador del aprendizaje.

A pesar de esto, también es cierto que los obstáculos del medio no deberían ser una limitación para su puesta en marcha, y que la procura de un espacio digital para un museo puede ser clave para organizar y unificar globalmente sus colecciones dispersas o para

la recreación de su contexto original. Asimismo, es un entorno que propicia la mezcla de diversos recursos con sonido e imagen.

Por otro lado, con respecto al marketing digital para el fomento de las actividades museales, la Web 2.0, fundamentalmente interactiva, permite la participación y el intercambio entre usuarios, instituciones y museos. Además, facilita una comunicación bidireccional donde emisores y receptores pueden intercambiar feedback y comentarios.

La Casona Taminango, que desde 2014 empezó a construir sus redes sociales (contando ahora con un perfil de Facebook e Instagram y un canal de YouTube), ha ido dinamizando su comunicación con públicos mediante colaboraciones con influencers (que también trabajan en la red social Tik Tok) y promotores culturales regionales que hacen clips y notas breves sobre diferentes aspectos del museo (Figura 17). Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer en materia de interactividad y de creación de audiencias digitales que transformen y construyan contenido¹⁶ de forma consecuente a las nuevas dinámicas que supone el advenimiento de la Web 3.0.

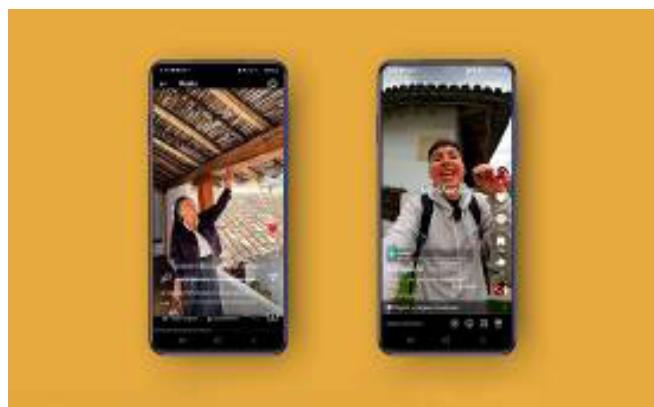


Figura 17. A la izquierda, un reel para Instagram de @evelynguevaras acerca de la Casona Taminango (2024). A la derecha, un tik-tok de @juanpablo31 sobre las colecciones y salas del museo (2023).

En ese sentido, una fortaleza clave del programa –habiéndoselo propuesto o no– ha sido su enfoque en la participación comunitaria a través de reseñas interactivas y estrategias de cocreación. Moreno Zambrano y Gifreu

¹⁵ Sin embargo, debe tomarse en cuenta que el proceso de formación en museos tiene una naturaleza informal, en otras palabras, no ofrece una estructura lineal de contenidos ni promueve un modelo progresivo de formación. A este respecto, Nuria Serrat insiste en que, al interior del museo, el aprendizaje se debe basar en la intuición, puesto que los visitantes utilizan mecanismos sensoriales básicos para acercarse a los contenidos, de lo cual se desprende la idea de ir desde lo conocido hasta lo desconocido (Santacana y Serrat, 2005, p. 119).

¹⁶ Con respecto a este tema, se ha usado la clasificación propuesta por Moreno y Rivero que categorizan la interactividad digital en el ámbito museal en tres grupos: 1) selectiva: el usuario elige información, 2) transformativa: el usuario modifica contenidos y 3) constructiva: el usuario crea contenido libremente (Santacana y Carolina, 2010).

Castells (2016) argumentan que «el documental interactivo no solo documenta la realidad, sino que permite a los participantes convertirse en agentes activos de la narrativa, promoviendo su empoderamiento y sentido de pertenencia» (p. 156). En este aspecto, el museo ha buscado incluir relatos locales y voces diversas en sus proyectos digitales. Sin embargo, un desafío persistente es garantizar que esta participación sea realmente inclusiva, que las comunidades locales tengan un rol protagónico en la construcción de las narrativas y que el ejercicio de documentación llevado a cabo en redes sociales no sea un ejercicio anecdótico.

FASE 5: ESTRATEGIAS PARA UNA EXPERIENCIA HÍBRIDA

En junio de 2024, el Licenciado Jonathan Venegas, que había contribuido con la construcción de la página web de la Casona Taminango y su portal infantil, culminó su último proyecto de didáctica digital.

Se trata de un videojuego platformer (juego de plataformas) en el que, una vez más, se toma a Inti como personaje principal de la trama. El videojuego, llamado «La aventura de Inti» (Figura 18), adopta el mismo nombre de la serie de videos creados en el marco del proyecto «La Minga del Museo Taminango». A través de los diferentes niveles, el perrito debe enfrentarse a monstruos de la mitología local que incluyen a la Patasola, el Duende y el Cocopollo, mientras conoce tipos diferentes de energías limpias con la ayuda de tres aliados, la wawita de pan, los Danzantes de Males y las Mojigangas de Funes.

Aunque el juego aún continúa en desarrollo, la versión beta ya se encuentra disponible¹⁷.

A propósito, un aspecto que requiere atención es la sostenibilidad del programa en términos de preservación digital y actualización tecnológica. Gifreu-Castells (2018) subraya que «la preservación de las narrativas digitales es un reto constante, ya que los formatos y plataformas evolucionan rápidamente, lo que puede volver obsoletos los contenidos si no se implementan estrategias adecuadas de conservación» (p. 90). La digitalización del patrimonio debe ir acompañada de planes a largo plazo que aseguren su accesibilidad futura.

En ese sentido, el próximo reto del museo será prever estrategias de archivo digital y actualización de contenidos, así como la elaboración de un plan de mantenimiento de las tecnologías utilizadas.

¹⁷ <https://museotaminango.com/juegos/aventurainti/>



Figura 18. Videojuego «La aventura de Inti» en el «Portal Niños» de la web de la Casona Taminango. Desarrollo: Jonathan Venegas (2024).

Por otro lado, en el inmediato plazo y gracias a un nuevo apoyo del grupo de docentes de la Universidad CESMAG, durante el mes de julio de 2024 se adelantó una actividad en torno a la Chaza, una antigua práctica deportiva regional probablemente derivada del Frontón de los Vascos jugado en España, la cual se práctica en varios municipios de la zona andina del departamento de Nariño y de la Provincia del Carchi en Ecuador.

Estas actividades denominadas «Con bombo, tabla y mano se juega chaza en Pasto» se acompañaron de una guía (Figura 19) mediante la cual los niños pueden fabricar su propio bombo (raqueta tradicional que se usa en el juego de la chaza) e incluirá una serie de códigos QR que dirigirán a los niños podrán acceder a videos tutoriales. Se espera que en un futuro proyecto estas actividades puedan incluso incorporar recursos de realidad aumentada. La implementación de estas estrategias está, además, orientada a atender públicos en situación de discapacidad, cuestión capital si se retoma la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU, mencionada en las secciones anteriores.

Este proyecto también extiende el universo de Inti y la wawita de Pan y corrobora la importancia de generar un storytelling¹⁸ que le aporta un valor agregado al material didáctico producido en el museo. A través de los personajes, no solo se hace explícita la conexión entre

¹⁸ Entendida en el ámbito de la publicidad y el branding como la elaboración de relatos que construyen un universo semántico para una marca. En otras palabras, una historia real o ficcional que permita transmitir los valores que sustentan la estrategia de marca hacia su público. Están por ejemplo los clips de Uber que elaboran una narración a través de los conductores y pasajeros, pero también la marca M&M's de Mars que lo logra mediante el uso de sus célebres mascotas caramelos (Lamarre, 2019, p. 58).



Figura 19. Dos aspectos de la guía «*Con bombo, tabla o mano se juega chaza en Pasto*». 20,5 x 25,5 cm. En producción. Coordinación y concepto pedagógico: Sonia Patiño. Equipo de docentes: Eunice del Rocío Meneses Gómez, Walter Esteban Caicedo Villamarín, Lyda Marcela Narváez Pejendino, Giovanny Adalberto Caicedo Vivas. Asesor diseño industrial para elaboración de raquetas: Jhoan Ronaldo Delfoefut Patiño. Docentes en formación, Licenciatura en Educación Física, Universidad CESMAG: Luis Mauricio Rosero Becerra, Kevin Andrés Velásquez Morales, Daniel Fernando Santacruz Romo. Expertos en el juego: Jorge Arteaga Lagos, Rolando Gómez Muñoz. Realización audiovisual: Diana Constanza Mejía Pistala. Diseño e ilustraciones: Iván Benavides.

todo el ecosistema didáctico creado hasta el momento, sino que también se refuerza el sentido de pertenencia sobre la marca que representa la Casona Taminango. A pesar de lo anterior, es fundamental considerar el impacto real de estas iniciativas en la educación patrimonial. Sánchez López (2020) señala que «el empoderamiento narrativo en la educación solo ocurre cuando los participantes pueden apropiarse de los discursos y producir sus propias historias, en lugar de ser meros consumidores de contenido» (p. 312). Si bien el Museo Taminango ha incorporado elementos innovadores en su programa educativo, es crucial evaluar si estos han logrado fomentar un aprendizaje significativo. Al respecto, una dinámica apropiada para su análisis y evaluación podría involucrar la creación de historias para los personajes del propio museo, por parte de los propios niños y niñas visitantes.

Esto entra en consonancia con algunas actividades de producción narrativa que ha llevado el museo como el Primer Concurso de Escritura para la Infancia, que llevó a cabo en 2021 y concluyó en la edición del libro

compilatorio *Entre Cuspes, Trompos y Rayuelas... los Poetas*, cuya descripción no se extiende en este ensayo, por no hacer parte del proyecto transmedia del museo.

En ese sentido, dado lo reciente de todos estos experimentos, por ahora no es posible determinar el grado de éxito que tendrán. Sin embargo, queda claro que entre todos los recursos didácticos disponibles estos pueden ser hoy algunos de los más adecuados para trasladar piezas en exhibición al universo digital. No obstante, en el contexto de los museos locales, esta iniciativa solo es posible a través de subvenciones, apoyos, becas y la colaboración de aliados estratégicos. Además, requiere tener presente que, a diferencia de otro tipo de herramientas didácticas, los recursos digitales están, como ya se ha mencionado, en riesgo permanente de resultar obsoletos frente a cambios de software o requerimientos responsive que demandan ciertos dispositivos.

En cuanto a la medición del impacto de estrategias educativas en museos, especialmente cuando se trata de poblaciones infantiles y en contextos de recursos humanos limitados, presenta desafíos significativos. En primer lugar, la edad de los niños es un factor crítico,

ya que sus habilidades cognitivas y de atención varían considerablemente, lo que puede afectar en la forma en que interactúan y responden a diferentes formatos educativos. Por ejemplo, investigaciones indican que las estrategias interactivas y multimedia pueden ser muy efectivas para niños mayores, pero menos para los más pequeños que pueden requerir más interacción directa y tangible (Piaget, 1964, p. 184).

Además, la escasez de personal en muchos museos limita la capacidad de ofrecer experiencias de aprendizaje personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales de los visitantes jóvenes. Esto es particularmente relevante en museos pequeños o locales donde el personal no solo debe gestionar la administración, sino también la educación y la interacción con el público.

Por otro lado, las estrategias cuantitativas tradicionales de medición de impacto, como encuestas y cuestionarios, pueden no captar completamente la profundidad y el matiz de la experiencia de aprendizaje de los niños en los museos. Estas herramientas a menudo no consideran los elementos contextuales y emocionales que influyen en cómo los niños absorben y procesan la información en un entorno museístico.

El debate académico sugiere la necesidad de desarrollar metodologías de evaluación que sean tanto cualitativas como cuantitativas, incorporando la observación directa y la recopilación de feedback verbal de los niños para complementar los datos cuantitativos (Screven, 1990, p. 53). Además, sería beneficioso integrar teorías de aprendizaje infantil y modelos de interacción visitante-exposición para mejorar la relevancia y efectividad de las herramientas de medición del impacto.

Así, la complejidad de medir el impacto educativo en museos, especialmente con niños y en entornos de recursos limitados, requiere un enfoque más holístico y adaptable que combine múltiples métodos de evaluación y que tenga en cuenta las capacidades de desarrollo y las necesidades de los jóvenes visitantes.

CONCLUSIONES

La Casona Taminango ha demostrado su versatilidad a la hora de implementar estrategias educativas con diferentes soportes y tecnologías. Su enfoque en la creación de un ecosistema integrado por productos editoriales, objetos físicos y herramientas digitales ha permitido no solo la preservación y divulgación de prácticas culturales ancestrales, sino también la adaptación a las demandas tecnológicas actuales. Al implementar estrategias pedagógicas que combinan elementos analógicos y

digitales, y al involucrar a la comunidad educativa y a los artesanos locales, la Casona Taminango ha conseguido revitalizar el interés por el patrimonio cultural. Este modelo puede ser replicado en otros museos para fortalecer la educación informal, promover la accesibilidad y garantizar la sostenibilidad de las tradiciones culturales en un contexto moderno.

A la vez, el enfoque holístico no solo amplía las posibilidades de aprendizaje y apreciación cultural, sino que también fomenta una mayor participación de la comunidad en la vida del museo. Al crear un entorno educativo que valora tanto los recursos tradicionales como los contemporáneos, se facilita un aprendizaje más dinámico y accesible para diferentes públicos. La integración de productos editoriales ofrece a los visitantes materiales tangibles que complementan la experiencia museística, mientras que los objetos físicos proporcionan una conexión directa y palpable con el patrimonio cultural.

Por otro lado, las herramientas digitales permiten una mayor interactividad y alcance, facilitando que las colecciones y conocimientos del museo trasciendan las barreras geográficas. La utilización de plataformas en línea, aplicaciones móviles y otros recursos tecnológicos no solo atrae a un público más joven y tecnológicamente inclinado, sino que también proporciona formas innovadoras de narrar y experimentar las historias y conocimientos que el museo custodia.

A partir de la experiencia descrita sobre la Casona Taminango se puede formular un modelo replicable en otros museos locales, regionales y con ingresos limitados.

Al respecto, el caso de la Casona Taminango es especialmente relevante en el contexto latinoamericano, donde muchas instituciones museísticas y culturales operan con presupuestos limitados. En este sentido, esta experiencia puede servir como un modelo replicable para otras instituciones que buscan integrar tecnología en la educación patrimonial sin depender de grandes inversiones.

Para garantizar la viabilidad de este modelo en contextos similares, se proponen los siguientes principios clave:

- 1. Uso estratégico de herramientas digitales accesibles:** La selección de plataformas y tecnologías de bajo costo, como aplicaciones móviles de código abierto y herramientas de realidad aumentada basadas en web, puede reducir los costos de implementación.
- 2. Capacitación de mediadores culturales:** La formación de los equipos del museo en el uso y mantenimiento de tecnologías digitales es crucial para su sostenibilidad a

Tabla 1. Etapas del modelo

Etapa	Acciones Específicas	Objetivos
1. Planificación y desarrollo de contenidos	Identificación de temas clave. Desarrollo colaborativo con expertos locales, educadores y comunidad.	Seleccionar temas relevantes del patrimonio cultural. Asegurar autenticidad y pertinencia en los contenidos. Promover la conexión de los contenidos propuestos con aquellos propios del currículo escolar.
2. Implementación de recursos	Creación de cartillas y recursos físicos. Desarrollo de herramientas digitales.	Diseñar materiales interactivos (entendidos como actividades que fomentan la interacción activa del niño con lo que lee u observa). Complementar la experiencia museística con herramientas digitales de creación sencilla (como videos o clips que se pueden hacer con un móvil y compartirse mediante redes sociales)
3. Capacitación y difusión	Formación de personal. Promoción y alcance.	Capacitar a los aliados, en particular a padres, docentes y cuidadores respecto a las herramientas didácticas implementadas y su uso adecuado. Atraer a un público diverso mediante campañas de difusión que se pueden adelantar mediante estrategias básicas de difusión (que usen redes sociales como Facebook, Instagram o WhatsApp).
4. Monitoreo y evaluación continua	Recopilación de feedback. Análisis de impacto.	Evaluar la efectividad de los recursos didácticos. Ante la imposibilidad de adelantar estudios estadísticos, como mínimo llevar a cabo observaciones cualitativas que permitan reconocer aciertos y puntos de mejora. Ajustar estrategias según los resultados obtenidos.
5. Sostenibilidad y mejoramiento	Búsqueda de financiación mediante alianzas, becas o subvenciones. Creación de programas de voluntariado. Actualización de contenidos.	Mantener y expandir los recursos educativos. Asegurar la relevancia y adecuación continua de los materiales e implementar estrategias de storytelling para que exista unidad y coherencia entre todo el sistema de herramientas didácticas elaboradas.

largo plazo. También la propuesta de un calendario de actividades muy cuidadoso en el caso de instituciones que cuenten con personal reducido, de forma que se contemplen espacios de corta duración, pero constantes en el tiempo para revisar y evaluar las estrategias implementadas.

3. Alianzas con universidades y centros de investigación: La colaboración con instituciones académicas puede facilitar el acceso a recursos tecnológicos y metodologías de evaluación sin generar costos adicionales.

4. Participación activa de la comunidad: La cocreación de contenidos con la comunidad local no solo fortalece el sentido de pertenencia, sino que también permite reducir costos asociados a la producción de materiales educativos. A este respecto, trabajar con influenciadores puede ser una estrategia en la que,

estableciendo ciertas contraprestaciones para cada parte, se puedan realizar proyectos de contenido en el mediano plazo.

5. Monitoreo y evaluación continua: Implementar mecanismos de seguimiento para medir el impacto de las estrategias digitales en la educación patrimonial y realizar ajustes según las necesidades identificadas.

Este modelo busca integrar productos editoriales, objetos físicos y herramientas digitales, creando un ecosistema educativo robusto. La combinación de recursos analógicos y digitales permite una conexión profunda y significativa entre los visitantes y el patrimonio cultural. Esto facilita el aprendizaje y la preservación de tradiciones locales.

Ahora bien, buscando armonizar este modelo con la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU, tenemos lo siguiente:

Tabla 2. Condiciones del modelo

Condición	Ventajas	Desventajas
Disponibilidad	Los recursos digitales permiten el acceso remoto a las colecciones y actividades educativas, incrementando la disponibilidad del contenido.	Requiere acceso a dispositivos y conectividad a internet, lo cual puede ser una barrera para algunos visitantes.
	Las cartillas impresas son fáciles de distribuir y pueden ser utilizadas sin necesidad de tecnología.	La producción y distribución de cartillas impresas pueden ser costosas y logísticamente desafiantes.
	Los objetos/réplicas ofrecen una experiencia tangible y accesible a los visitantes, mejorando la comprensión a través de la manipulación física.	La creación y mantenimiento de objetos/réplicas puede ser costosa y requieren espacio de almacenamiento.
Accesibilidad	Las herramientas digitales facilitan la interacción y el aprendizaje activo, haciendo que la visita sea más accesible y educativa para diversos públicos.	La implementación de tecnologías interactivas puede ser costosa y requiere mantenimiento constante.
	Las cartillas impresas pueden ser diseñadas para ser accesibles a personas con discapacidades visuales (por ejemplo, usando texto en braille o letras grandes).	La actualización de información en las cartillas impresas puede ser lenta y costosa.
	Los objetos/réplicas permiten la interacción física, siendo accesibles para personas con dificultades de aprendizaje que se benefician del aprendizaje kinestésico.	Pueden ser dañados con el uso constante y requieren mantenimiento o reemplazo regular.
Aceptabilidad	Los materiales didácticos pueden ser adaptados para diferentes niveles educativos y estilos de aprendizaje, aumentando su aceptación entre los usuarios.	La personalización efectiva requiere un análisis cuidadoso y una adaptación continua, lo que puede ser demandante en términos de tiempo y recursos.
	Las cartillas impresas son un formato familiar y generalmente aceptado por todos los grupos de edad.	Pueden resultar menos atractivas para las generaciones más jóvenes acostumbradas a los medios digitales.
	Los objetos/réplicas ofrecen una experiencia interactiva que puede ser más atractiva y aceptable para una amplia gama de visitantes.	Requieren de un contexto educativo adecuado para asegurar que sean utilizados correctamente y de manera segura.
Adaptabilidad	Los contenidos digitales pueden ser actualizados fácilmente, permitiendo que la información esté siempre al día y sea adaptable a nuevos contextos.	La falta de recursos puede limitar la capacidad para mantener y actualizar los contenidos digitales.
	Las cartillas impresas pueden ser rediseñadas y reimprimidas para adaptarse a nuevos contenidos y públicos específicos.	La reimpresión de material puede ser costosa y no tan rápida como la actualización digital.
	Los objetos/réplicas pueden ser utilizados en diferentes contextos y actividades, adaptándose a diversas necesidades educativas.	Su producción es menos flexible y puede no adaptarse rápidamente a cambios en los contenidos educativos.
Idoneidad	La recolección de feedback y el análisis de impacto permiten la mejora continua de los recursos didácticos, asegurando su idoneidad y relevancia.	La recopilación y el análisis de datos pueden ser laboriosos y requieren habilidades específicas.
	Las cartillas impresas pueden ser evaluadas y mejoradas mediante encuestas de satisfacción y observación directa de su uso.	Las mejoras en cartillas impresas requieren tiempo y recursos adicionales para su implementación.
	Los objetos/réplicas pueden ser evaluados en términos de su efectividad en el aprendizaje a través de la observación y la retroalimentación de los usuarios.	La evaluación y el ajuste de objetos/réplicas pueden ser complicados y costosos, especialmente si requieren rediseño o fabricación adicional.

Por otro lado, para aumentar el impacto de estas estrategias es crucial fomentar una interacción estrecha entre el área educativa y la de divulgación dentro de los museos. Esta colaboración asegura que los esfuerzos educativos estén alineados con las actividades de comunicación y promoción, y amplifican el alcance y la efectividad de los programas didácticos. Un enfoque coordinado permite desarrollar materiales y eventos que no solo educan, sino que también atraen y mantienen el interés del público.

Una herramienta poderosa en este contexto es el *storytelling* o la narración de historias. La creación y difusión de narrativas envolventes pueden transformar la manera en que los visitantes perciben y se relacionan con las exhibiciones. Las historias bien contadas pueden convertir una visita al museo en una experiencia memorable y emocionalmente resonante y facilitar una conexión más profunda con los contenidos expuestos.

REFERENCIAS

- ALDEROQUI, S. (1996). *Museos y escuelas: socios para educar*. Paidós.
- AMAYA, R. (2013). *Casona Taminango: Museo de la Ciudad*. Ministerio de Cultura y Programa Nacional de Concertación.
- ASENSIO, M. y Pol, E. (2002). *Nuevos escenarios en educación: aprendizaje informal sobre el patrimonio los museos y la ciudad*. Aique.
- BELLIDO, M. L. (2001). *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Trea.
- BENAVIDES, I. (2013). *Diagnóstico de estancia: Museo de Artes y Tradiciones Populares de Nariño - Casona Taminango* [tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
- COMITÉ de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas. (2009, diciembre 21). *Observación general n.º 21. Derecho de toda persona a participar en la vida cultural (artículo 15, párrafo 1 a), del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturas*. Naciones Unidas. https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/TreatyBodyExternal/Download.aspx?symbolno=E%2fC.12%2fG.C%2f21&Lang=en
- CORTÉS, C. (2015). *Investigación sobre artesanías en el departamento de nariño: maderas*. Ministerio de Cultura.
- FERNÁNDEZ, L. y Fernández, I. (2010). *Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje*. Alianza Forma.
- GARCÍA Blanco, Á. (1999). *La exposición: un medio de comunicación*. Akal.
- GIFREU-CASTELLS, A. (2018). *Exhibition and preservation of non-fiction interactive and transmedia forms of expression*. *Collection and Curation*, 37(2), 85-92.
- HALL, M. (1987). *On display. A Design Grammar of Museum Exhibitions*. Lund Humphries.
- HINDLEY, M. (Septiembre-octubre de 2015). King Tut: A Classic Blockbuster Museum Exhibition That Began as a Diplomatic Gesture. *Humanities*, 35(5). <https://www.neh.gov/humanities/2015/septemberoctober/feature/king-tut-classic-blockbuster-museum-exhibition-began-diplom>
- LAMARRE, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación*. Gustavo Gili.
- MONTOYA, P. P. (2021, agosto 11). Nariño: el otro capítulo de la migración en Colombia. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/narino-el-otro-capitulo-de-la-migracion-en-colombia/>
- MORENO Zambrano, V.y Gifreu Castells, A. (2016). Aproximación al potencial colaborativo de la narrativa documental interactiva en los procesos de cambio social. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 15, 153-169.
- NAVIA, J. (2012). *Premio Nacional Vida y Obra 2010: Luis Ospina - Pablo Morillo*. Ministerio de Cultura.
- PAZ Noguera, B., Alpala Ramos, O. y Villota Vivas, E. (Enero-junio de 2021). Análisis de la migración venezolana en la ciudad de Pasto: características y percepciones de los migrantes. *Revista Tendencias*, XXII(1), 71-94.
- PIAGET, J. (1964). Part I: Cognitive development in children: Piaget development and learning. *Journal of Research in Science Teaching*, 2(3), 176-186.
- SALAS Salazar, L. y Wolff, J. (2021, febrero 22). El posacuerdo llegó con violencia a Tumaco. *Periodico UNAL*. <https://periodico.unal.edu.co/articulos/el-posacuerdo-llego-con-violencia-a-tumaco/>
- SALAZAR, H. (2009, agosto 31). Nariño: la crudeza del conflicto colombiano. *BBC News - Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2009/08/090727_conflicto_narino_rec
- SÁNCHEZ López, I. (2020). *Narrativas en la era digital: Mediaciones del relato y empoderamiento creativo en la generación Z*. Universidad de Huelva.

SANTACANA, J. y Carolina, M. (2010). *Manual de museografía interactiva*. Trea.

SANTACANA, J. y Llonch, N. (2012). *Manual de didáctica del objeto en el museo*. Trea.

SANTACANA, J. y Serrat, N. (2005). *Museografía didáctica*. Ariel.

SCREVEN, C. (1990). Uses of evaluation before, during and after exhibit design. *Ilvs Review*, 1(2), 36-63.

SUSANTI, A., Hidayati, A., Wijaya, H., Nusantara, N., Susanty, A. y Fauzi, F. (2024). Transforming science education: The effect of immersive technology on student performance. *O DELIA: Southeast Asia Journal on Open Distance Learning*, 2(2), 23-32.

VON Stackelberg, P. (2011). *Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media*. State University of New York Institute of Technology.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.

Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (cc BY 4.0).

