



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA EDUCATIVO DEL MUSEO PEDRO DE OSMA

María Nonato-Cueto

Piura, junio de 2016

FACULTAD DE HUMANIDADES

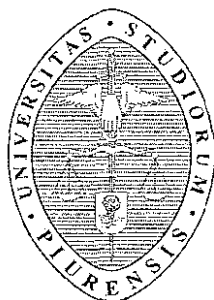
Programa Académico de Historia y Gestión Cultural

Nonato, M. (2016). *Proyecto de fortalecimiento del Programa Educativo del Museo Pedro de Osma* (Proyecto Cultural en Historia y Gestión Cultural). Universidad de Piura. Facultad de Humanidades. Programa Académico de Historia y Gestión Cultural. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una [licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](#)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)



UNIVERSIDAD DE PIURA
Facultad de Humanidades
P.A. Historia y Gestión Cultural

**PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA
EDUCATIVO DEL MUSEO PEDRO DE OSMA**

Proyecto Cultural que presenta la Bachiller María Gracia Nonato Cueto para optar el título de Licenciada en Historia y Gestión Cultural, dirigida por el Dr. Víctor Rafael Velezmoro Montes.

PIURA, junio de 2016.

ÍNDICE GENERAL

I. BASES CONTEXTUALES 1

1. Antecedentes: la importancia de los museos en la educación artística
 - 1.1.1 El museo y su misión educativa 1
 - 1.1.2 Las actividades educativas del museo 3
 - 1.1.3 La experiencia educativa en algunos museos de arte 5

- 1.2 Entorno sectorial: Lima como espacio cultural y de museos
 - 1.2.1 Características demográficas de Lima Metropolitana 14
 - 1.2.2 Características demográficas de Barranco 17
 - 1.2.3 Panorama Cultural y Museos en Lima 18
 - 1.2.4 Panorama cultural y Museos en Barranco 19

- 1.3 de la Organización Gestora: La Fundación Museo Pedro de Osma
 - 1.3.1 La Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister 28
 - 1.3.2 Organización interna del Museo Pedro de Osma 29
 - 1.3.3 Misión 30
 - 1.3.4 Visión 30
 - 1.3.5 Colección y salas del museo 30
 - 1.3.6 Jefatura de Gestión de públicos 31
 - 1.3.7 Otros servicios y actividades del Museo 35

- 1.4 FODA y diagnóstico 36

II. DEFINICIÓN DEL PROYECTO 42

- 2.1 Finalidad 42
- 2.2 Objetivos, acciones y estrategias 42
- 2.3 Destinatarios y beneficiarios 44

III. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO 46

- 3.1 Planificación de la producción 46
- 3.2 Equipo 56
- 3.3 Modelo de gestión 57
- 3.4 Comunicación 57
- 3.5 Presupuesto y financiación 58

IV. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de una buena relación entre población y museo es, hoy en día, un hecho necesario, pues los museos son de gran ayuda en la labor de identificación de las personas con su pasado y cultura. Por ello es necesario que toda institución de este tipo incluya dentro de su planificación, actividades que involucren la participación de los ciudadanos, de modo que ellos se sientan parte activa del museo.

En este sentido, el museo debe cumplir una función educativa, impartiendo conocimientos y reforzando o complementando la labor de formación histórica y cultural que se brinda de manera formal en los colegios y demás centros educativos. Además de ello debemos tener en cuenta que los museos funcionan también como espacio de intercambio social, pues se trata de un espacio en el que se puede compartir experiencias enriquecedoras en comunidad.

El presente proyecto tiene como objeto el Museo Pedro de Osma, a cargo de la Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister. Este museo, reconocido por su importante colección de arte peruano virreinal, se ubica en el corazón del distrito de Barraco, distrito tradicionalmente artístico, y cuenta ya con un programa de visitas educativas dirigidas a público escolar y de la tercera edad. Sin embargo, el museo tiene como objetivo incluir dentro de sus programas, a distintos tipos de públicos que actualmente no se están atendiendo.

Si bien el museo no cuenta con un estudio especializado de públicos, se considera que los grupos de edad escolar son siempre una constante en los museos, motivo por el cual, en el presente proyecto se proponen nuevas

actividades para dichos grupos, pero teniendo especial énfasis en grupos escolares de escasos recursos.

Teniendo en cuenta la función educativa y social de los museos, la importancia del Museo Pedro de Osma y sus oportunidades, nace el presente proyecto, el cual pretende crear una relación más dinámica de esta institución con la población vecina de Barranco y Lima, mediante el mejoramiento de su programa educativo y de comunicación.

I. BASES CONTEXTUALES

1.1. Antecedentes: la importancia de los museos en la educación artística

Cuando hacemos referencia al binomio museo y educación, cabe incidir en las diferencias que existen entre los museos y las escuelas. Las formas de impartir conocimiento en las aulas, usualmente basadas en lecciones discursivas, no deben ser imitadas por los museos. Estas instituciones, al contar con objetos que se encuentran expuestos en espacios muy distintos a las aulas, deben apelar a los distintos sentidos para lograr una conexión con el público, que busque generar una experiencia completa más que transmitir un discurso. Asimismo, tampoco se debe caer en el extremo de presentar al museo como un área de juegos o expresión solamente, pues toda experiencia con el museo debe estar cargada de contenido, ya que dentro de sus funciones está la de comunicar el conocimiento.

1.1.1. El museo y su misión educativa

De acuerdo al Código de Deontología del ICOM para los museos (2013), el museo es “una institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la sociedad y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga, difunde y expone el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno para que sea estudiado y eduque y deleite al público”.

De acuerdo a este concepto, queda claro que un museo no debe concentrarse solo en conservar, exponer e investigar, sino que en su misión de servir a la sociedad, el museo no solamente debe exponer el

patrimonio, sino que tiene también las funciones de educar y deleitar a su público.

Para poder cumplir adecuadamente con estas funciones el museo debe basarse en el análisis de sus propios objetivos así como en el análisis de la diversidad de su público. El museo, además, debe mantener y renovar el diálogo que existe entre su patrimonio y la comunidad, pues la colección del museo transmite testimonios relacionados a la sociedad en la que se encuentra. Frente a todo ello, el museo se debe realizar ciertos cuestionamientos que le ayuden a definir el camino a tomar para cumplir con sus funciones, involucrando en este proceso a todas las áreas de la institución. Algunos cuestionamientos podrían ser: ¿Cómo conseguir la atención, despertar intereses y provocar un deseo de profundización?, ¿cómo realizar la difusión de la colección?, ¿de qué modo lograr que la información se aseque y enriquecedora? (Alderoqui, 1996). Las respuestas a estos y muchos otros cuestionamientos que pueda hacerse el museo en torno a su misión educativa y de deleite, es efectivamente muy importante pues determinará los objetivos educativos que el museo se propondrá alcanzar, las estrategias que tomará y acciones que ejecutará y presentará al público.

Sin embargo, cumplir con la misión educativa del museo no termina en el museo, pues es importante que la experiencia abarque más allá de la visita. De acuerdo al pensamiento del educador y filósofo estadounidense, John Dewey, recogido por George Hein (2004, p. 419), “los museos deben ser una parte integral de cualquier contexto educativo y los museos más deseables son aquellos a los que se les da uso educativo y que son asociados con actividades fuera del museo”. Con ello, Dewey afirma que el museo debería ser aprovechado por toda institución educativa, como un

actor esencial en el enriquecimiento del aprendizaje formal. Y esto depende mucho de las actitudes y acciones que tomen los museos.

Si bien Dewey vivió en la primera mitad del siglo XX, se puede notar que algunas de sus críticas a los museos de su tiempo y sociedad, se aplican a la mayoría de los museos del Perú. Para Dewey, la idea de los ciudadanos respecto de los museos es que se trata de lugares llenos de objetos, tal vez bien catalogados y descritos, pero que carecen de una interacción que dinamice el conocimiento (Hein, 2004).

De este modo, teniendo en cuenta los conceptos mencionados en este punto, se puede afirmar que dentro de las funciones del museo, está la de educar y deleitar a sus visitantes. Para ello, el museo debe conocer muy bien quien es su público y así plantear objetivos, estrategias y acciones adecuadas. Además, dentro de estas acciones, el museo debe incluir actividades que procuren atravesar el espacio físico del museo, creando una experiencia que el visitante pueda relacionar con su vida cotidiana, contribuyendo de esta manera a la educación de la sociedad.

1.1.2. Las actividades educativas del museo

Las estrategias o actividades educativas que desarrollan los museos, son importantes pues ayudan a que el visitante descubra el significado de las obras de arte a través de diversos modos de acercamiento. Es por ello que la transmisión tradicional de conocimiento a modo de clases o similares, se puede complementar con otras actividades como pequeños trabajos grupales o individuales, así como con actividades de escritura, dibujo, sonido o movimiento, pues al combinar distintas dinámicas de interacción,

se puede ayudar a dar vida al museo y a alcanzar diferentes tipos de público. (Hubard, 2006).

Las actividades, sin embargo, no consisten solo en manifestaciones o expresiones físicas, pues el hecho de realizar una actividad no significa que se esté brindando una experiencia educativa completa. Por ello, con las actividades se debe promover el debate, se debe proponer retos al participante y lograr establecer una conexión con sus temas de interés (Dewey, 2004).

Existen diferentes tipos de actividades de acuerdo al objetivo que el museo persiga. Según Hubard (2006), algunas actividades “enmarcan el diálogo entre el observador y el objeto, otras profundizan y enriquecen esta conexión o compromiso y otras conectan las experiencias artísticas con otros planos de conocimiento y experiencia”. Sin embargo, una misma actividad puede cumplir a su vez diferentes funciones de acuerdo a los objetivos planteados para cada una de ellas.

De acuerdo a la misma autora (2006), dentro de las actividades que enmarcan encuentros con obras de arte, se pueden desarrollar actividades específicas para introducir un concepto clave, actividades que funcionen como *gancho* para introducir un trabajo o actividades para reflexionar sobre un discurso impartido en el museo. Asimismo, dentro de las actividades que profundizan y enriquecen el compromiso con una obra, existen actividades para promover una observación más detallada, otras se pueden aplicar para obtener respuestas inmediatas y otras provocan respuestas corporales, involucrando movimiento y los sentidos de la vista, el tacto, el oído y el olfato. Por último, las actividades que conectan la experiencia del arte con otros planos de conocimiento, creación y experiencia, pueden realizarse tomando un concepto de una obra de arte

y llevarlo a otros planos de aprendizaje del estudiante o visitante o incluso al plano de su vida cotidiana. También se pueden realizar actividades que inspiren la creación artística de los estudiantes, y dependiendo de la naturaleza de la obra, los participantes pueden realizar una pintura, una danza, entre otras expresiones artísticas. Dentro de este rubro también se consideran las actividades que ayudan a desarrollar otras habilidades no artísticas y que forman parte de la currícula escolar (si se trabaja con escolares), por ejemplo la expresión oral y/o escrita, al promover la correcta expresión de las propias ideas en torno a las obras de arte que se presentan.

Como se menciona líneas arriba, el museo más allá de cumplir sus objetivos de aprendizajes, debe procurar, que sus actividades puedan relacionarse con aspectos de la vida del visitante o participante de modo que se logre una experiencia de aprendizaje más efectiva. En este sentido el museo debe evaluar constantemente sus actividades, teniendo en cuenta las formas en las que puede relacionar el contenido trabajado con las actividades o intereses del público.

1.1.3. La experiencia educativa en algunos museos de arte

Actualmente no son pocos los museos en el mundo que cuentan con un área o programa educativo, algunos de ellos en incipiente desarrollo y otros son ya casos de éxito conocido. Entre estos últimos, por su similitud con la temática del Museo Pedro de Osma, se considera importante mencionar a los siguientes:

- **Museo Nacional del Prado (Madrid, España)¹:**

El Museo del Prado, que funciona desde la primera mitad del siglo XIX y alberga una colección invaluable compuesta de obras maestras relacionadas a la historia de España y de Europa, está a cargo del Real Patronato, cuya presidencia corresponde al Ministro de Educación, Cultura y Deporte, y la Presidencia Honorífica a los Reyes de España.

Al interior, el Museo se organiza bajo el liderazgo del Director, a cuyo cargo se encuentran las siguientes áreas: Secretaria Técnica del Real Patronato, Coordinadora General Técnica, Relaciones Externas, Área de Edición, Área de Comunicación, Área de Desarrollo Digital. Cuenta además con un Director Adjunto de Administración y un Director Adjunto de Conservación e Investigación. Bajo responsabilidad de este último se encuentran las jefaturas de conservación y las siguientes áreas: Área de Registro y Exposiciones, Área de Biblioteca, Documentación y Archivo, Área de Educación.

El museo cuenta con un Área de Educación, que tiene a su cargo el Servicio de Actividades Educativas, el cual realiza visitas educativas para público escolar de educación infantil a bachillerato, así como actividades familiares.

Las visitas educativas se dividen de la siguiente manera:

Visita taller:

Dirigido a grupos de 2do ciclo infantil y 1er ciclo de primaria. Consiste en un recorrido por las salas, siguiendo un itinerario basado en la experiencia

¹ Información tomada del sitio web del Museo Nacional del Prado. www.museodelprado.es. Consultado el 24 de abril de 2016.

del alumno y el descubrimiento del museo, y en un taller didáctico que tiene el fin de profundizar los contenidos didácticos presentados, con una duración total de 1 hora y 30 minutos, conducido por un educador. La visita taller tiene como temática central entender qué es un museo y en específico, en qué consiste el Museo del Prado. La visita termina con un trabajo en torno a una o dos obras de arte. Esta actividad también contempla la participación del profesor de clase, a quien se le brinda un dossier educativo con recomendaciones para trabajar antes y después de la visita al museo, contemplando que con esta herramienta, el tema propuesto puede ser trabajado por el profesor en un contexto que involucre diferentes áreas de conocimiento, ampliando así la experiencia.

Visitas dinamizadas:

Dirigidas a estudiantes de 3ero de primaria a 4to de secundaria. Se desarrolla en torno a cuatro itinerarios por el museo, conducidos por un educador con ayuda de material didáctico y promoviendo el diálogo con los estudiantes. Cada itinerario desarrolla un tema distinto en base a una selección de obras. En esta actividad, el docente también cuenta con un dossier educativo a disposición.

Visitas autónomas:

Dirigidas a estudiantes de 3ero de primaria a 4to de secundaria. En el Museo del Prado también es posible organizar vistas autónomas de grupos escolares, bajo la guía de sus profesores, con la ayuda del dossier “Hablemos de Arte”. El dossier sugiere metodologías para organizar una visita a ocho obras del museo, indica recomendaciones para lograr una visita participativa en base a preguntas clave y proporciona información

sobre las obras del museo y sobre las actividades que deben trabajarse antes y después de la visita al Museo. Estas visitas no tienen coste.

Visitas comentadas:

Dirigidas exclusivamente a alumnos de bachillerato. Estas visitas se realizan en torno a 10 diferentes itinerarios, entre los cuales el profesor selecciona el que se ajuste al objetivo que pretende alcanzar con la visita. Estos itinerarios están organizados en base a obras maestras, grandes artistas o diferentes temas de estudio.

Visitas en familia con juegos de pistas:

Dirigidas a padres y niños a partir de 8 años. La actividad propone dos itinerarios alternativos, ambos con juegos de pistas, en los que, con la ayuda de un mapa, los niños pueden descubrir los detalles de las obras y los padres pueden participar con ellos.

- **Museo Thyssen – Bornemisza (Madrid, España)²:**

El Museo Thyssen – Bornemisza, a cargo de la Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, funciona bajo un sistema de gestión privada de fondos públicos, cuenta con una amplia colección de obras de arte europeo del Renacimiento, Manierismo, Barroco, arte del siglo XIX y arte europeo y norteamericano del siglo XX. La Fundación, regida por un Patronato, obtiene sus fondos mediante el patrocinio del Rey de España, Juan Carlos I.

² Información tomada del sitio web del Museo Thyssen – Bornemisza www.museothyssen.org, y del sitio web del programa educativo del museo, www.educathyssen.org

El museo se organiza en dos direcciones: Dirección Artística y Dirección Gerencia. Dentro la Dirección Artística se encuentran las áreas de Pintura antigua, Pintura moderna, Restauración, Registro y Educación. Y dentro de la Dirección Gerencia se encuentran las áreas de Administración y finanzas, Recursos humanos y servicios generales, Tienda y publicaciones, Promoción y marketing, Tecnología, Seguridad, Mantenimiento

El Museo cuenta con un área educativa muy desarrollada que cuenta con programas para distintos grupos. Dichas actividades se organizan de la siguiente manera:

Museo y escuela:

De modo similar al Museo del Prado, en Museo Thyssen cuenta con visitas taller, visitas dinamizadas y visitas comentadas. Ofrece además visitas dinamizadas en inglés, cursos académicos y un taller de formación de futuros docentes, que además de ser un taller relacionado al contenido del museo, busca profundizar en la relación entre museo y escuelas como “socios para educar”.

Museo y universidad:

En este rubro se realizan encuentros, simposios, cursos monográficos, cursos de verano, etc., en los que se profundiza el estudio de las colecciones del museo así como de sus exposiciones temporales.

Niños y familias:

Dentro de las actividades familiares que desarrolla el museo, están las visitas taller, dirigidas a familias con hijos entre 3 y 12 años. Las visitas

taller incluyen recorridos familiares con talleres de pintura, entre otras artes plásticas. El museo también ofrece actividades familiares especiales en determinadas épocas como navidad o verano.

Jóvenes:

El museo ofrece diversas actividades para el público joven, por ejemplo el laboratorio “Y tú que miras”, espacio que busca promover la mirada crítica y la propia expresión en los jóvenes. Existe también el taller Nubla Art Game, que propone acercar el arte y el museo a los jóvenes a partir de la tecnología, para ello se invita a los jóvenes formar parte del proyecto de creación de un juego, en el que cada uno cumple un rol distinto. Este año también se implementará La Noche Joven del Thyssen, que se realizará una noche al mes desde mayo de 2016 a enero de 2017 y que ofrecerá un espacio exclusivo para el debate de los jóvenes en torno a las obras de arte del museo.

Adultos:

El museo ofrece un taller de dibujo para los adultos que tengan nociones en este arte y deseen mejorar sus cualidades. Ofrece también visitas dirigidas a profesores y alumnos de arte, de escuelas-taller, de centros culturales, etc., que busquen enriquecer sus estudios en historia del arte con visitas al museo.

Educación social:

El museo ofrece también visitas adaptadas al perfil y necesidades de diversos grupos.

Acciones de mediación:

En este rubro están consideradas las actividades que el Museo desarrolla en relación a las exposiciones temporales y a días especiales en el calendario.

- **Museo Nacional de Bellas Artes (Buenos Aires, Argentina)³**

El Museo Nacional de Bellas Artes de Argentina, a cargo del Ministerio de Cultura de la Nación, custodia una vasta colección de arte de numerosas escuelas artísticas de Latinoamérica, Europa y Asia, que pertenecen a los periodos históricos desde el siglo III a.C. hasta la actualidad. Dentro de esta colección, el Museo conserva numerosas obras maestras de autores de la talla de Giorgio De Chirico y Gustave Courbet.

El Museo, de carácter público, se encuentra bajo el liderazgo del Director Ejecutivo del Museo, el Delegado de Gestión Administrativa y Asuntos Jurídicos y la Directora Artística. Y se organiza en las siguientes cinco áreas: Biblioteca, Documentación y Registro, Educación, Exposiciones, Gestión de Colecciones, Investigación y Prensa.

El Área Educativa organiza sus actividades de acuerdo a los siguientes grupos:

Público General:

Se ofrecen distintos recorridos guiados, charlas didácticas, ciclos de debate, talleres de creación.

³ Tomado de la página web del Museo Nacional de Bellas Artes de Argentina <http://www.mnba.gob.ar/> Consultada el 30 de abril de 2016.

“Los más chicos”:

Las actividades para niños consisten en visitas guiadas con juegos, materiales y participación activa de los niños a través de preguntas. También se ofrecen talleres, entre otras actividades como cuenta cuentos con títeres, relacionados a la colección del museo.

Docentes:

Se trata más bien de visitas guiadas dirigidas a grupos escolares, divididos de acuerdo a los grupos preescolar, primario, secundario, terciario y universitario. Para cada grupo de edad se ofrecen distintos recorridos basados en diferentes temáticas.

Personas ciegas o con baja visión:

Consiste en un recorrido de 60 minutos por esculturas seleccionadas, en el que se estimula la percepción mediante el tacto y el relato.

Cursos:

El museo brinda también cursos gratuitos para el público en general previa inscripción.

- **Museo de Arte de Lima – MALI (Lima, Perú)⁴**

El MALI, concebido e implementado por el Patronato de las Artes, cuenta hoy con una colección de más de 17 mil obras que representan 3 mil años

⁴ Información tomada de la página web del Área Educativa del MALI: <http://www.mali.pe/educacion/InfoGeneral.php> consultada el 25 de abril de 2016.

de historia del arte peruano, que van desde el arte pre hispánico hasta mediados del siglo XX.

El Museo se encuentra a cargo del Directorio del Patronato de las Artes, la Dirección y la Gerencia. Las áreas en las que se organiza son las siguientes: Administración, Recursos, Curaduría de Colecciones y de Arte Precolombino, Curaduría Asociada de Arte Colonial, Curaduría de Arte Contemporáneo, Curaduría Educativa, Auditorio, Registro y Catalogación, Conservación y Restauración, Museografía, Imagen y Marketing, Programa Amigos del Museo, Eventos, Comunicaciones, Prensa, Desarrollo de Negocio, Biblioteca, Dirección de Educación.

El programa educativo del MALI se compone de visitas guiadas y talleres creativos e interpretativos dirigidos a escolares y estudiantes de educación superior, que incluye las fichas educativas para los estudiantes y para el profesor. El museo ofrece también visitas guiadas y talleres a grupos de adulto mayor, empresas y grupos de familia. Mediante el desarrollo de estas actividades, el museo busca ser reconocido como un espacio de exploración; además busca promover el diálogo, la creatividad, la reflexión crítica, el interés por las expresiones artísticas y el respeto patrimonio cultural.

Además del programa educativo, el MALI ofrece cursos en artes plásticas, artes manuales, artes escénicas y vocales, bailes y danzas, artes musicales, artes marciales, entre otros cursos especiales y capacitaciones, que se dictan regularmente en sus cinco sedes permanentes (Lima, Callao, Camacho, San Isidro e Independencia) y durante el verano, en otras seis sedes temporales.

El MALI cuenta además con cursos especiales de exención profesional en el campo de las artes y la gestión cultural, así como con un programa de formación complementaria dirigido a adolescentes, jóvenes y adultos, en el que se ofrecen cursos como diseño de interiores, diseño de modas, creación literaria, etc.,

El museo desarrolla también un programa de cursos corporativos, dirigidos a trabajadores de empresas y adaptados a sus necesidades y horarios.

1.2. Entorno sectorial: Lima como espacio cultural y de museos

1.2.1. Características demográficas de Lima Metropolitana

De acuerdo a la estimación realizada por el INEI en base al censo del año 2007, la población del departamento de Lima para el año 2015 era de 9,838,251 personas⁵, con una concentración en Lima Metropolitana de 8,890,792 personas, distribuidas de la siguiente manera en sus 43 distritos:

DISTRITO	POBLACIÓN
LIMA	271,814
ANCON	39,600
ATE	630,085
BARRANCO	29,984
BREÑA	75,925
CARABAYLLO	301,978
CHAACLACAYO	43,428
CHORRILLOS	325,547
CIENEGUILLA	47,080

⁵ Tomado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1253/cap03/ind03.htm, consultado el 01 de mayo de 2016.

COMAS	524,894
EL AGUSTINO	191,365
INDEPENDENCIA	216,822
JESUS MARIA	71,589
LA MOLINA	171,646
LA VICTORIA	171,779
LINCE	50,228
LOS OLIVOS	371,229
LURIGANCHO	218,976
LURIN	85,132
MAGDALENA DEL MAR	54,656
MAGDALENA VIEJA	76,114
MIRAFLORES	81,932
PACHACAMAC	129,653
PUCUSANA	17,044
PUENTE PIEDRA	353,489
PUNTA HERMOSA	7,609
PUNTA NEGRA	7,934
RIMAC	164,911
SAN BARTOLO	7,699
SAN BORJA	111,928
SAN ISIDRO	54,206
SAN JUAN DE LURIGANCHO	1,091,303
SAN JUAN DE MIRAFLORES	404,001
SAN LUIS	57,600
SAN MARTIN DE PORRES	700,178
SAN MIGUEL	135,506
SANTA ANITA	228,422
SANTA MARIA DEL MAR	1,608
SANTA ROSA	18,751
SANTIAGO DE SURCO	344,242
SURQUILLO	91,346
VILLA EL SALVADOR	463,014
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	448,545

Fuente: INEI

De acuerdo al informe elaborado por el observatorio ciudadano Lima Como Vamos para el año 2015, estas serían las opiniones de la población limeña, en relación a lo siguiente:

- **Manifestaciones culturales, deporte y recreación**

Las principales actividades recreativas que realizan los limeños son pasear en los parques, ir al cine y a la playa.

En el plano cultural, los encuestados manifestaron participar en las siguientes actividades:

ACTIVIDAD	PORCENTAJE DE ENCUESTADOS
Muestras o encuentros gastronómicos	28,7%
Eventos culturales organizados en la calle o plazas públicas	27,8%
Eventos musicales (cumbia, huayno, rock, salsa, etc.)	26,7%
Visitar museos/galerías	18,7%
Ir a ferias artesanales	17,8%
Asistir a conferencias o seminarios	15,8%
Visitar monumentos o lugares históricos o arqueológicos	15,3%
Ferias de libro	14,8%
Teatro	11%

En este punto, la desigualdad por niveles socioeconómicos impacta en el acceso y realización de actividades culturales. Las actividades con las desigualdades más marcadas entre el A/B y el D/E son ir al cine (65.9% versus 32.9%); ir a muestras o encuentros gastronómicos (41.8% versus 12.6%) e ir a la playa (60.4% versus 38.1%).

En cuanto a la satisfacción con la cantidad y calidad de las actividades culturales, recreativas y deportivas, el informe señala que solo uno de cada cuatro limeños se muestra satisfecho. La satisfacción en el nivel D/E alcanza solo el 19.2%. Además, la insatisfacción general en Lima es de 31.7%, y solo en Lima Centro es de 22.4%. En cuanto a la satisfacción con la forma como la Municipalidad de Lima promueve las actividades culturales y recreativas los porcentajes son similares: solo el 24.4% está satisfecho y la insatisfacción llega al 30.8%.

1.2.2. Características demográficas de Barranco⁶:

De acuerdo a las estimaciones del INEI, la población de Barranco a 2015 era de 29,984 personas.

De ellos, 32% se encuentra en el nivel C, el 35% en el D (35%), y el 5.5% se encuentra en situación de pobreza o pobreza extrema. La población, con una tasa anual de decrecimiento del 1.29%, tiene una predominancia del grupo de edad que supera los 65 años (13.4%).

En Barranco, la población económicamente activa (PEA) representa el 47.5%, en el que destacan los labores de docentes, científicos e intelectuales. De la población económicamente activa, el 30.3% tiene educación secundaria y 65.3% ha alcanzado un nivel de educación superior.

Dentro de los problemas más graves del distrito se encuentran la inseguridad ciudadana que se manifiesta en robos, hurtos, asaltos,

⁶ Información obtenida del Diagnóstico Cultural de Barranco. Resultados 1era. Reunión de Consulta General. Municipalidad Distrital de Barranco.

pandillaje, consumo de drogas, ingesta de licor, riñas familiares, entre otros, y la violencia familiar.

Por otro lado, Barranco está posicionado como uno de los distritos con mayor actividad cultural y turística de la ciudad, gracias a su patrimonio arquitectónico, los servicios culturales y la creatividad de sus vecinos. Sin embargo, esto se ve afectado por la división social y cultural existente en el distrito. La gran mayoría de los bienes y servicios culturales se encuentran en la zona Oeste del distrito; mientras que la zona del Este, aunque tenga también manifestaciones culturales importantes, es asociada al peligro por delincuencia.

1.2.3. Panorama Cultural y Museos en Lima:

- **Los museos de Lima**

En Lima Metropolitana, contamos con decenas de museos públicos y privados (*ver anexo 1*), que guardan colecciones de diverso tipo y que, de acuerdo al informe de Lima Como Vamos, solo son visitados por el 18,7% de la población limeña.

En este punto es importante mencionar, que todos los museos públicos, así como algunos museos privados que lo deseen, se encuentran integrados en el Sistema Nacional de Museos del Estado. Este Sistema, creado en 1992 mediante Decreto Ley 27590 para establecer la conservación y exhibición del patrimonio cultural mueble del país, promueve la tendencia actual de los museos, de ofrecer información de la manera más sencilla posible, con exposiciones que se presenten de

manera clara y comprensible y que alienten al visitante a tomar contacto directo con el museo y genere sus propias conclusiones.⁷

Además del Sistema Nacional de Museos, existe también, la Red de Museos del Centro Histórico de Lima, conformada por cerca de 30 museos y creada por iniciativa propias en conjunto con Municipalidad Metropolitana de Lima.

Dentro de su misión plantea inspirar la búsqueda, descubrimiento, valoración, disfrute y cuidado del Patrimonio Cultural por medio de programas, proyectos y actividades en los museos del Centro Histórico de Lima, así como fortalecer la comunicación, coordinación y colaboración entre ellos. Además Red busca liderar el desarrollo museológico y museográfico en el ámbito local y nacional.⁸

1.2.4. Panorama cultural y Museos en Barranco

- **Recursos y espacios culturales a cargo de la Municipalidad de Barranco⁹**

Dentro del organigrama de la Municipalidad de Barranco existe la Gerencia de Cultura, quien tiene a su cargo la administración del patrimonio y espacios culturales de Barranco.

Zona monumental: Como medida de protección del patrimonio arquitectónico, la Municipalidad ha delimitado una zona monumental 65%

⁷ Tomado de la Guía de Museos del Perú. Ministerio de Cultura, 2012.

⁸ Tomado de la página web de la Red de Museos del Centro Histórico de Lima, <https://redmuseoschlima.wordpress.com/nosotros/>, consultada el 01 de mayo de 2016.

⁹ Tomado de la página web de la Municipalidad Distrital de Barranco. <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/agenda-21-1/1ra-reunion-de-consulta-agenda-21>. Consultada el 02 de mayo de 2016.

del territorio. En ella destacan los siguientes espacios: Bajada de los baños, Paseo Chabuca Granda, Paseo Saenz Peña, Puente de los Suspiros, Pasaje Ríos y la Pérgola de la Estación.

Dentro de los espacios de carácter cultural se encuentran:

Bibliotecas y Salas de Lectura: Biblioteca Municipal Manuel Beingolea, Sala de Lectura Parque de La Familia y Sala de Lectura Plaza Butters.

Parque Municipal de Barranco: este espacio público es de uso exclusivo para actividades culturales, de acuerdo a la Ordenanza N°420.

- **Actividades culturales desarrolladas por la Municipalidad de Barranco¹⁰**

La Municipalidad de Barranco destina el 1.41 % de su presupuesto, un total de S/. 373,570.00, para la implementación de actividades culturales.

Dentro de las actividades organizadas por la Municipalidad de Barranco están: el Carnaval de Barranco y el Festival por el aniversario del distrito: “Yo vivo Barranco”.

En relación a las artes plásticas, la Municipalidad ha realizado el Concurso Nacional de Murales Las Paredes Hablan.

En relación a la música, se organizó la actividad “Barranco Noche de Gala” y en conjunto con la Alianza Francesa, el Festival de Música.

¹⁰ Tomado de la página web de la Municipalidad Distrital de Barranco.
<http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/agenda-21-1/1ra-reunion-de-consulta-agenda-21>.
Consultada el 02 de mayo de 2016.

Respecto al Libro y lectura se realizaron las siguientes actividades: La Noche de los Poetas, la Feria del libro independiente, Talleres y actividades artísticas para el fomento del libro y la lectura.

En Cine: Cine en la plaza.

Respecto a los Museos se realizó la Noche de los Museos.

En Turismo: se ofrece el tour “Conozcamos Barranco”, además se ha implementado una oficina de información turística.

Si bien la agenda de la Municipalidad está otorgando mayor importancia al sector cultural Además, no incluye todavía las actividades que organizan los distintos colectivos de la sociedad.

- **Agenda 21¹¹:**

Actualmente el distrito de Barranco es el primero del país en trabajar un Plan Concertado de Cultura, en el marco de la Agenda 21 de la UNESCO. Para elaborar este plan, la Municipalidad de Barranco realizó la convocatoria de vecinos, colectivos, empresas e instituciones culturales, de modos que se pueda lograr una pauta o guía consensuada para el desarrollo de programas y actividades culturales en el distrito, comprometiendo en su ejecución al municipio y los actores culturales. Asimismo, la Municipalidad ha establecido alianzas estratégicas con el

¹¹ Tomado de la página web de la Municipalidad Distrital de Barranco. <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/agenda-21-1/1ra-reunion-de-consulta-agenda-21>. Consultada el 02 de mayo de 2016.

Museo Pedro de Osma, el MAC – Lima (Museo de Arte Contemporáneo), el Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura.

El objetivo de la Agenda 21 es convertir a la cultura en uno de los principales pilares de desarrollo en Barranco. La Agenda, busca también la inclusión y unificación de las actividades culturales en las diferentes zonas del distrito, la puesta en valor del patrimonio monumental, nuevas rutas turísticas y establecer una política cultural que motive el emprendimiento de industrias culturales.

- **Actividad cultural desarrollada por el sector privado y sociedad civil¹²**

El distrito de Barranco se ha caracterizado siempre por su intensa vida cultural, manifestada en su abundante producción artística y en la existencia de numerosos espacios culturales, gestionados por la misma sociedad civil y el sector privado.

En Barranco existen: 10 galerías, 18 teatros y espacios de artes escénicas, 9 centros culturales, 5 peñas, 7 asociaciones y colectivos, 4 museos, 2 librerías, entre otros. Existen además, 256 casonas reconocidas como patrimonio cultural arquitectónico y tres espacios patrimoniales administrados por la Iglesia Católica (la Iglesia Santísima Cruz, La Ermita De Barranco y Templo De San Francisco De Asís).

¹² Tomado de la página web de la Municipalidad Distrital de Barranco.
<http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/agenda-21-1/1ra-reunion-de-consulta-agenda-21>.
Consultada el 02 de mayo de 2016.

Dentro de las actividades culturales organizadas por los vecinos destacan el Carnaval de Barranco, Playa Nuestra (organizado por la Red de Artistas Barranquinos), Festi Barrio (organizado por Parió Paula), entre otras, que se caracterizan por ser actividades de recuperación del espacio público.

- **Museos de Barranco**

Museo de Arte Contemporáneo – MAC:

El MAC, de gestión privada, concebido por el Instituto de Arte Contemporáneo (IAC), cuenta con una colección de fotografía y artes plásticas de autores como Ramiro Llona, Armando Varela, Fernando de Szyszlo, Enrique Polanco y José Tola.

La Dirección del Museo está a cargo del Comité de la IAC, compuesto por el Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, Primer Vocal, Segundo Vocal y Tercer Vocal.

El MAC se autodefine como “el único museo de la ciudad de Lima especializado en la difusión del arte moderno y contemporáneo, cuyo edificio ha sido concebido y acondicionado para este fin. Una entidad privada sin fines de lucro que dedica sus esfuerzos a promover el conocimiento y la experiencia de las artes visuales a la comunidad, haciendo énfasis en la promoción de la cultura contemporánea”. Y señala como su misión: “ser una plataforma de intercambio entre la sociedad y la creación contemporánea, mediante el desarrollo, conservación, investigación e interpretación de las manifestaciones más significativas de las artes visuales, y de este modo, propiciar desde la experiencia estética,

educativa y cultural, en sus visitantes, el surgimiento de nuevos conocimientos y maneras de apreciar el arte”.

El museo ha desarrollado el Programa Amigos del MAC, con distintos niveles de membresía, que aporta al museo los recursos económicos necesarios para implementar las exposiciones, adquirir nuevas obras y desarrollar nuevas y mejores propuestas educativas y artísticas.

El MAC ofrece una serie de actividades entre las que destacan: conversatorios, cursos, conciertos, conferencias, cine, talleres y visitas guiadas.

Tiene un Departamento de Educación que ofrece los siguientes programas:

#AULAMAC: es un proyecto que incluye laboratorios, conversatorios, guiados y diversos proyectos relativos al arte en la actualidad planteados por artistas, educadores y un equipo interdisciplinario, a partir del uso de diversas plataformas y herramienta pedagógicas.

Visitas participativas: abordan las obras de la Colección Permanente y de las muestras temporales como herramientas para el desarrollo de capacidades que contribuyan a la formación de los visitantes a través de la experiencia. Los guiados se realizan en torno a guiones pedagógicos diseñados considerando a niños de educación inicial, escolares, universitarios y adulto mayor.

Aula Libre: consiste en un conjunto de cursos y talleres de Arte, tecnología y humanidades que pretenden ser un complemento en la formación de los estudiantes universitarios, proporcionándoles un espacio para conocer

distintas disciplinas artísticas y con ello contribuir a su enriquecimiento cultural.

Domingos en el MAC: consiste en una visita guiada con talleres artísticos para niños, relacionados a las exposiciones vigentes. Se ofrece los domingos de 3:30 p.m. a 5:30 p.m. y no tiene costo adicional.

LAM: se trata de laboratorios propuestos en colaboración con artistas, educadores y profesionales de diversas áreas. Se plantea el análisis y la puesta en práctica de procesos conceptuales, creativos y pedagógicos del arte.

Cursos: preparados para que el participante experimente los procesos de creación en la actualidad, a través de la crítica, curaduría y laboratorios creativos.

Museo de la Electricidad:¹³

El museo, creado en 1994 por la desaparecida Electrolima, está a cargo de la empresa Electroperú S.A. Su colección de carácter científico, tecnológico e industrial, se distribuye distintas salas de exposición de carácter interactivo, en las que se explica el fenómeno eléctrico, la historia de la electricidad, las fuentes de generación, el ahorro de energía y la evolución de los artefactos eléctricos.

El museo ofrece los siguientes servicios:

Taller de Electricidad y Electrónica: dirigido a niños y jóvenes de 12 a 17 años. El taller, dictado por ingenieros de electricidad y/o electrónica tiene el objetivo de despertar el interés de los niños y jóvenes en la ciencia y

¹³ Tomado de la página web del Museo de la Electricidad, <http://museodelaelectricidad.blogspot.pe/>, consultado el 01 de mayo de 2016.

tecnología, así como prepararlos para solucionar problemas cotidianos con la electricidad y la electrónica. El taller no tiene costo.

Información en escritura Braille: Información ubicada únicamente en los paneles del Patio de las Esculturas.

Centro de documentación: Dirigido a investigadores, estudiantes y público en general. Cuenta con un archivo fotográfico, un fondo cinematográfico y el vagón del recuerdo. Este servicio se brinda previa solicitud.

Proyección de videos: el museo proyecta videos acerca de la ciencia y la tecnología en el Perú así como la historia de la electricidad y de los tranvías.

Asesoramiento en proyectos de ciencia: dirigido especialmente a escolares y alumnos de escuelas superiores, de acuerdo a disponibilidad.

Recorridos turísticos en el tranvía de Barranco: de martes a domingo, en el horario de 9:00 a.m. a 5:00 p.m., los visitantes tienen la posibilidad de efectuar un breve recorrido en un tranvía eléctrico original por la avenida Pedro de Osma.

Muestras Itinerantes: el museo difunde en colegios, universidades, institutos y otras instituciones, el conocimiento de la electricidad. Este servicio cuenta se puede desarrollar en las siguientes modalidades:

Cajas pedagógicas: se componen de cuatro módulos con experimentos que explican la generación de la electricidad, los fenómenos eléctricos, la medición y transformación de la corriente. Está dirigido a estudiantes de nivel secundario y superior. Incluye un video sobre historia de la electricidad en el Perú y folletería sobre el tema.

Exposición Fotográfica itinerante: se compone de 29 fotografías sobre bastidor, de 30 cm x 40 cm, en blanco y negro, presentadas en módulos de madera. Las fotografías representan centrales de generación de Lima, la historia de la electricidad en el Perú y el sistema de transmisión eléctrica. La exposición puede ser solicitada por las distintas instituciones que la requieran.

Exposición de artefactos antiguos: se compone de diez artefactos antiguos: tres radios, un televisor, lámparas, proyectores, una cámara fotográfica de diferentes etapas del último siglo.

Muestra del tranvía: muestra pequeña compuesta de fotografías y piezas de los tranvías. Incluye un video sobre la historia de los tranvías en Lima.

Charlas y/o Conferencias: relacionadas a historia de la electricidad en el Perú, la historia de los tranvías eléctricos, el rol educativo de los museos, entre otros temas.

Museo Mario Testino (MATE):

El Museo, fundado en 2012 por iniciativa particular del reconocido fotógrafo peruano Mario Testino, guarda una colección permanente compuesta por algunas de sus fotografías representativas. Sin embargo sostiene también un programa de exhibiciones temporales de artistas peruanos y extranjeros.

MATE cuenta con un programa educativo que busca mejorar la habilidad de los estudiantes para entender y apreciar la colección y las exhibiciones temporales del museo, así como temas relacionados con el arte y la cultura, con el fin de crear un espacio de aprendizaje, donde los

estudiantes puedan crear una base para el desarrollo de su creatividad y pensamiento crítico.

El programa educativo, además de visitas guiadas, ofrece talleres gratuitos a los escolares de secundaria de la zona de Barranco, que incluye la entrega de video guías relacionadas a la colección permanente.

1.3. Análisis de la Organización Gestora: La Fundación Museo Pedro de Osma¹⁴:

El Museo Pedro de Osma se ubica en el distrito de Barranco, en un edificio de estilo francés de inicios del siglo XX. Su colección la componen pinturas, esculturas y muebles del periodo virreinal especialmente de arte cusqueño. Esta colección debe su existencia a las adquisiciones que el coleccionista de arte Pedro de Osma Gildemeister realizó a lo largo de su vida. Pero es después de su fallecimiento, que se crea la Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister, institución que toma la tutela de la colección y que en 1988 inaugura el Museo.

1.3.1. La Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister¹⁵:

La Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister, creada por voluntad testamentaria de los hermanos Pedro y Angélica de Osma, es una institución sin fines de lucro cuyo patrimonio está destinado no solo a la

¹⁴ La información ha sido tomada del documento interno “Memoria y Plan de trabajo 2016. Fragmentos relativos de la Jefatura de Gestión de Públicos” (noviembre, 2015), del Museo Pedro de Osma y de la página web del Museo Pedro de Osma, <http://museopedrodeosma.org/>

¹⁵ Información tomada de la página web de la Fundación, http://www.fundacionosma.org/index.php?id_idioma=1&m=13, consultada el 2 de mayo de 2016.

difusión cultural y preservación de las obras de arte del Museo Pedro de Osma sino también al sostenimiento de obras sociales en apoyo a niños y ancianos en situación de abandono.

La Fundación cuenta con un Centro de Atención Residencial de protección integral, una Guardería para niños con Síndrome de Down y un Centro de Cuidado Infantil de atención diurna, a las que solventa integralmente. Además, colabora con otras 40 instituciones de ayuda social a nivel nacional, entre asilos de ancianos, comedores populares, centros de atención residencial, instituciones de apoyo educativo a niños a nivel intrahospitalario, centros de atención educativa para niños con discapacidad, entre otros.

1.3.2. Organización interna del Museo Pedro de Osma:

La Junta de Administración de la Fundación, como administradora del patrimonio de los hermanos Pedro y Angélica de Osma, se encuentra a la cabeza del organigrama (*ver anexo 2*), del cual dependen el área administrativa, contabilidad, el área legal y la seguridad. De la Junta también depende el cargo de Director del Museo, quien trabaja junto a un Comité Asesor formado por cuatro personas.

El Museo cuenta con tres jefaturas de gestión: Gestión de Públicos, Gestión de Colecciones y Gestión Administrativa y Eventos.

La Jefatura de Gestión de Públicos tiene a su cargo el Área Educativa, que incluye la gestión de las visitas regulares y educativas, las actividades de difusión del museo y los cursos de extensión.

La jefatura de Gestión de Colecciones administra lo relacionado a la museografía, registro y catalogación y el taller de restauración.

1.3.3 Misión:

La misión que se plantea el museo es: “conservar, investigar y divulgar la colección de Pedro de Osma Gildemeister a través de estrategias tradicionales y recursos tecnológicos. Promover el descubrimiento y la apreciación del arte virreinal peruano por parte de los diferentes públicos, haciendo uso de propuestas didácticas y educativas generando una grata experiencia.”

De acuerdo a lo señalado, el museo busca generar una buena experiencia en los distintos tipos de público que atiende, en base siempre a su misión educativa.

1.3.4 Visión:

La visión del museo es “ser un referente nacional en gestión sostenible de museos y centro de investigación del periodo virreinal peruano, a través de un óptimo manejo de su colección y el desarrollo de innovadores programas y proyectos educativos dirigidos a diferentes públicos.”

1.3.5 Colección y salas del museo

El museo cuenta con una impresionante colección de pinturas y esculturas de arte peruano virreinal. Además tiene numerosos artículos de platería y piedra de huamanga.

La colección está organizada en distintas 10 salas y 2 corredores (*ver anexo 3*), de acuerdo a los siguientes temas museográficos:

- Manierismo
- Advocaciones Marianas
- Ángeles y Arcángeles
- Alegorías
- Escuela Cuzqueña siglo XVII
- Escuela Cuzqueña siglo XVIII
- Retratos
- Platería
- Piedra de Huamanga

Además el museo cuenta con una galería de exposiciones temporales de acceso gratuito al público en general.

1.3.6 Jefatura de Gestión de públicos:

Para efectos del presente proyecto, relacionado al área educativa del Museo, se presenta a continuación el resumen de las actividades realizadas por la Jefatura de Gestión de Públicos, así como su aspiración, necesidades, balance de usuarios del área educativa en los últimos años y perspectiva de crecimiento.

- **Actividades:**

Las actividades que la Jefatura tiene a su cargo, además de las visitas regulares son las siguientes:

Visitas educativas:

Las visitas educativas ofrecen al visitante nacional diversas formas de vivir la experiencia del museo. Dichas visitas, dirigidas al público escolar y de la tercera edad, se componen de actividades interactivas y pedagógicas que promueven el diálogo y la participación.

El Museo cuenta con un programa de visitas educativas permanentes para grupos escolares, las cuales incluyen un guiado interpretativo y material pedagógico y se realizan previa reserva, con costos diferenciados para instituciones educativas públicas y privadas. En la página web del museo, se encuentran indicadas las siguientes actividades pre y post visita para escolares:

- Actividades para familias y niños de Inicial:

Pre visita: “El arcángel arcabucero y el niño Jesús”.

Post visita: “Adivinanza en movimiento”.

- Actividades para familias y niños de primaria:

Pre visita: “Creando símbolos”.

Post visita: “¡HablaPalabra!”.

- Actividades para adolescentes y jóvenes:

Pre visita: “Comenzó la función”.

Post visita: “Tu Caleidoscopio”.

Dentro de la sección de visitas educativas se encontraba también el Proyecto “Vamos al Museo”, de la Municipalidad Metropolitana de Lima, detenido en enero de 2015. Este proyecto brindaba traslados y visitas

guiadas gratuitas a dos grupos al mes, compuestos de 30 escolares procedentes de instituciones educativas de escasos recursos.

En octubre de 2015, el Museo inició un nuevo recorrido, “Barranco Antiguo”, dirigido a público de la tercera edad, mediante reservas.

Y para el visitante turista, se implementó la aplicación de audio-guías bilingüe.

Cabe resaltar en este punto que el total de público atendido bajo la modalidad de visitas educativas en el año 2015, fue de 2167 personas. Asimismo es importante señalar que el Museo asienta su trabajo educativo sobre las Estrategias de Percepción Visual (VTS) y con ello pretende “desarrollar un proceso de aprendizaje alternativo, o no formal, en el que prime el diálogo, el cuestionamiento y la experimentación”.

Actividades de difusión:

El Museo busca posicionarse no solo como participante, sino también como gestor y promotor de importantes actividades culturales en Lima Metropolitana. Para ello desarrolla una determinada cantidad de actividades de difusión al año.

En el año 2015, el museo realizó siete actividades de difusión (*ver anexo 4*), algunas de ellas en coordinación con otras instituciones. En total, las actividades de difusión lograron un total de 4,090 visitantes, la mayor cantidad de ellos contabilizada en las dos ediciones de la Noche de Museos de Barranco.

Cursos de extensión:

El museo contaba con cursos de extensión esporádicos de arte virreinal, los cuales podrían ser retomados en el transcurso del año, teniendo en cuenta que para ello es necesario contar con infraestructura tales como salones y auditorio.

- **Visión del área:**

De acuerdo a lo señalado en la Memoria y Plan de trabajo 2016, la aspiración de la Jefatura es convertirse “en una jefatura lo suficientemente implementada para desarrollar un trabajo de calidad, inspirado en las nuevas propuestas de gestión cultural en Latinoamérica, así como en los avances de la educación formal y no formal, que promueve la celebración de la diversidad, la creatividad, la inteligencia emocional y el pensamiento crítico.”

- **Balance de usuarios del área educativa 2011 - 2015:**

2011

ASISTENCIA	
Programa educativo permanente	3507

2012

ASISTENCIA	
Programa educativo permanente	1468

2013

ASISTENCIA		
Programa educativo permanente	Actividades de difusión	TOTAL
2127	671	2798

2014

ASISTENCIA		
Programa educativo permanente	Actividades de difusión	TOTAL
2518	1458	3976

2015 (enero a diciembre)

USUARIOS			
Visitas regulares	Visitas educativas	Actividades difusión	TOTAL
11,797	2,167	4,094	18,058

1.3.7 Otros servicios y actividades del Museo

- **Taller de restauración**

Existe desde 1981 y ofrece servicios de restauración y conservación de obras de arte a coleccionistas e instituciones culturales.

Dentro de sus encargos, el museo ha tenido a su cargo la restauración del mural y también de la imagen procesional del Señor de los Milagros.

- **Eventos corporativos**

El Museo Pedro de Osma alquila sus instalaciones y jardines para reuniones de carácter corporativo.

El área destinada a este servicio cuenta con 590 m² de piso laja rodeado de jardín con vista posterior a la casa. El área total es de 1400 m², con capacidad para 800 personas de pie, 750 en mesa de 10 y 1000 personas para conferencias. Además se ofrece el uso del jardín central y la apertura del Museo durante los eventos.

- **Boleto Único**

Existe un Boleto único de ingreso a los museos: Pedro de Osma, MATE y MAC, a una tarifa preferencial.

1.4. FODA y diagnóstico

Fortalezas:

- Buena relación con los demás museos de Barranco, manifestada en la creación de un Boleto Único de ingreso al Museo de la Electricidad, Museo Pedro de Osma y Museo Mario Testino, a una tarifa reducida.
- La experiencia en el liderazgo de museos de carácter público y privado, así como en el liderazgo de programas y eventos culturales, con la que

cuenta el actual director del museo, enriquece al museo con herramientas y lineamientos al momento de diseñar e implementar programas culturales.

- El esfuerzo del Museo por mejorar sus actividades educativas, está logrando que la cantidad de participantes aumente cada años.
- Apertura del Museo a proyectos e investigaciones en base a su colección y gestión.
- El Museo Pedro de Osma es el único en Lima especializado en arte virreinal.
- El Museo es reconocido por el buen nivel de su taller de restauración.

Oportunidades:

- La ubicación del museo en un distrito conocido tradicionalmente por su creación artística y vida cultural.
- Creciente interés de la Municipalidad Distrital de Barranco en el desarrollo de la cultura en el distrito y en el reposicionamiento de Barranco como foco cultural.
- Elaboración del Plan Concertado de Cultura, en el marco de la Agenda 21 de la UNESCO. Para lo cual, la Municipalidad de Barranco realizó la convocatoria de vecinos, colectivos, empresas e instituciones culturales, promoviendo el encuentro y consenso entre ellos para el desarrollo de programas y actividades culturales en el distrito, comprometiendo en su ejecución al municipio y los actores culturales.
- Municipalidad ha establecido alianzas estratégicas con el Museo Pedro de Osma, el MAC – Lima (Museo de Arte Contemporáneo), el Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura.

Debilidades:

- A diferencia de los museos presentados como referencia en los antecedentes, y de otros museos del mundo, el museo no cuenta con un área de difusión e imagen institucional.
- La página web del museo no está totalmente implementada a la fecha, por lo que no se puede obtener información detallada a través de ese medio.
- El museo no ha realizado un estudio detallado de públicos.
- El museo facilita actividades educativas pre y post visita a los grupos visitantes de instituciones educativas, pero no incluye material para recibir retroalimentación.

Amenazas:

- El alquiler de los espacios para eventos corporativos nocturnos podrían causar un efecto adverso en la población vecina, pues si bien los eventos se realizan solo hasta la medianoche, existen ya un comentario negativo de un vecino, respecto a ello en la página del museo en la red social Facebook.
- Si se realizan visitas educativas permanentes solo para niños o escolares, se puede causar la impresión de que el museo, además de estar dirigido a público turista, solo está dirigido a escolares.

DIAGNOSTICO:

Si bien el carácter social de la Fundación está dirigido a atender principalmente a niños, la misión del museo tiene un carácter distinto en el que se plantea llegar a diferentes tipos de públicos. En este sentido, si bien

es esencial contar con un fuerte programa educativo para escolares, para cumplir con la misión y visión del museo, es necesario incluir la participación de jóvenes y adultos en el programa educativo. Una forma podría ser planteando pequeñas actividades familiares o difundiendo mejor las existentes.

La desaparición del proyecto “Vamos al Museo”, resulta bastante perjudicial para el museo, así como para los grupos de escolares beneficiados por el mismo. El Museo, bajo la tutela de la Fundación Angélica y Pedro de Osma, puede buscar la manera de reactivar un proyecto similar con nuevos asociados. Al hacerlo, el Museo sería considerado inclusivo y sería mejor apreciado por la sociedad vecina.

En cuanto al material facilitado por el museo para las actividades educativas, se debería incluir métodos de retroalimentación tanto al realizar las actividades pre visita como con post visita. De esta forma se puede llegar conocer las características particulares del grupo y sus expectativas previas a la visita, así como los resultados obtenidos post visita, y así poder evaluar los logros. Si bien no se trata de sesiones de aprendizaje, donde es esencial evaluar lo aprendido, es necesario tomar conocimiento de las experiencias generadas en los grupos de visitantes, de modo que se pueda tener un referente para el mejoramiento de los programas.

Algunas actividades de difusión podrían convertirse en actividades que formen parte de un programa educativo o de formación de públicos más completo, integrando también a los colectivos culturales de Barranco como aliados estratégicos. Por ejemplo, así como se realizó la actividad “Malambito”, se podría establecer un espacio de mutua colaboración con

distintos grupos y colectivos del distrito en el que con esfuerzos compartidos, se logren beneficios para el público, el museo y colectivos.

El Museo no ha elaborado un estudio detallado de públicos, motivo por el cual no se cuenta con un perfil de los tipos de visitante que acuden al museo. En ese sentido, no se pueden plantear nuevas actividades en base a los diferentes tipos de público, pues si bien podemos observar a grandes rasgos los grupos que ingresan, existe un desconocimiento detallado de sus intereses, sus motivaciones, sus expectativas al realizar la visita y en qué consideran que aporta el museo a su experiencia, es decir que significó para ellos conocer la colección del museo. Sin embargo, se observa que la cantidad de usuarios de los servicios educativos está creciendo cada año, lo cual significa que las actividades ofrecidas resultan atractivas, lo cual indica que es momento de analizar qué tipo de público no se está atendiendo, para poder ofrecerle algo novedoso.

El Museo cuenta con los museos MATE y MAC como aliados. La existencia de un boleto único para los tres museos puede resultar beneficioso para las tres instituciones. Sería necesario llevar un conteo diferenciado de los visitantes que acuden con este boleto, averiguar qué perfil tiene estos visitantes para ofrecer recursos, actividades o equipamientos que capturen su interés, cubran sus expectativas con la experiencia, de modo que lo trasladen a su entorno, lo que puede resultar beneficioso como estrategia de comunicación (boca a boca), que además se puede ver reflejado en los ingresos de taquilla. Asimismo el beneficio del boleto único no está solo en las visitas al museo, este puede ser un paso en una alianza mucho mayor entre los tres museos, de modo que entre unos puedan complementar los servicios de los que carece el otro, compartir experiencias educativas, organizar actividades en conjunto, etc.

No existe un área de comunicaciones, sino una sola persona encargada de todo lo relacionado a comunicación en el Museo. Con todo el trabajo que implica el diseño de material, manejo de redes, página web, entre otras labores, es irreal que una sola persona pueda elaborar un plan completo de comunicación, ejecutar y hacer seguimiento de los resultados.

En conclusión, el Museo cuenta con mucho potencial no solo en cuanto a colección, sino también en el contexto favorable en el que se encuentra, por el interés del distrito en la cultura así como por los aliados con los que cuenta. Y para aprovechar este contexto positivo, resulta urgente realizar un estudio de públicos, pues sin ello no se puede plantear los objetivos y estrategias para cumplir a cabalidad con la misión del museo ni alcanzar lo planteado en la visión. Asimismo, es importante reconocer qué grupos no se están atendiendo en el museo, para poder tener nuevas oportunidades en cuanto a grupos de público. A la vez, se debe dar mayor importancia a la comunicación, de modo que se puedan diseñar estrategias que atraigan a los vecinos y de este modo se les pueda conocer, estudiar y ofrecer recursos o actividades que ellos aprecien y disfruten, para que se pueda generar una relación cercana entre museo y sociedad.