

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS

**LA TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN COMO INSTRUMENTO
INDISPENSABLE DEL ACCESO A LA CULTURA EN EL ÁMBITO MUSEÍSTICO
GUATEMALTECO DE LA CIUDAD CAPITAL**



ANA DEL PILAR MOSCOSO CAÑELLAS

**LICENCIADA EN CIENCIAS LINGÜÍSTICAS CON ESPECIALIDAD EN
TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS

**LA TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN COMO INSTRUMENTO
INDISPENSABLE DEL ACCESO A LA CULTURA EN EL ÁMBITO MUSEÍSTICO
GUATEMALTECO DE LA CIUDAD CAPITAL**

TRABAJO DE TESIS

Presentado por

ANA DEL PILAR MOSCOSO CAÑELLAS

Previo a optar el título de

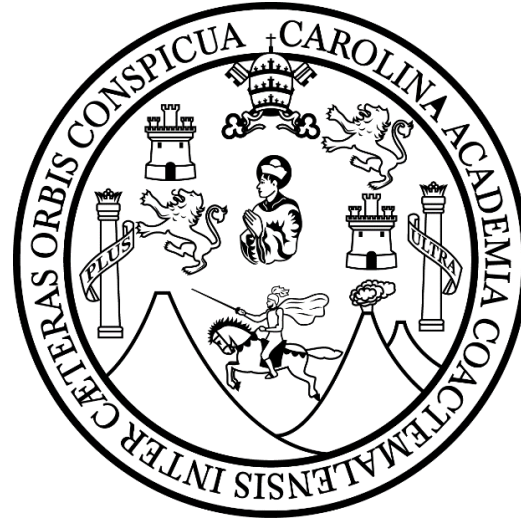
**LICENCIADA EN CIENCIAS LINGÜÍSTICAS CON ESPECIALIDAD EN
TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

Asesora: Lcda. Nora Loesener de Campos

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS



Rector

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

Consejo Directivo

DIRECTOR:	Ing. José Humberto Calderón Díaz
SECRETARIA ACADÉMICA:	Dra. Evelyn Carolina Masaya Anleu
REPRESENTANTE DOCENTE:	Lic. Cristopher Alberto Pérez Soto
REPRESENTANTE DOCENTE:	Lcda. María Argelia Estrada Vázquez
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL:	Téc. Carla María Archila León
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL:	Téc. José Fernando Bonilla Franco

Universidad de San Carlos
de Guatemala



Escuela de Ciencias
Lingüísticas
SECRETARÍA ACADÉMICA

TESIS TITULADA:

Ref. Sec. Académica
LIC/ECCL No. 008-2016

Guatemala, 13 de octubre de 2016

"LA TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN COMO
INSTRUMENTO INDISPENSABLE
DEL ACCESO A LA CULTURA EN
EL ÁMBITO MUSEÍSTICO
GUATEMALTECO DE LA CIUDAD
CAPITAL".

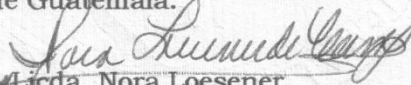
DESARROLLADO POR LA ESTUDIANTE:

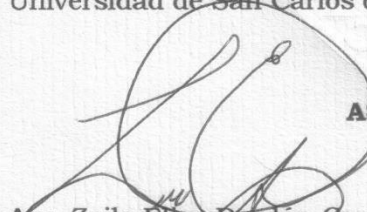
ANA DEL PILAR MOSCOSO
CAÑELLAS

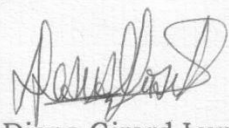
EVALUADO POR LAS PROFESIONALES:

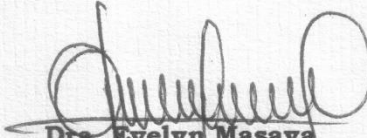
Licda. Nora Loesener
Arq. Zoila Elisa Dardón Contreras
Licda. Diana Girard Luna

Las Autoridades y las examinadoras de la Licenciatura en Ciencias Lingüísticas con Especialidad en Traducción e Interpretación de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, hacen constar que ha cumplido con las Normas y Reglamentos de la Escuela No Facultativa de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

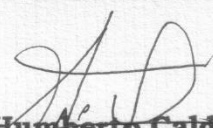

Licda. Nora Loesener
ASESORA/EXAMINADORA


Arq. Zoila Elisa Dardón Contreras
EXAMINADORA


Licda. Diana Girard Luna
EXAMINADORA


Dra. Evelyn Masaya
SECRETARIA ACADÉMICA

IMPRÍMASE


Ing. Agr. José Humberto Calderón Díaz
DIRECTOR



AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero darle gracias infinitas a Dios por darme la vida, salud, familia y la oportunidad de poder concluir satisfactoriamente mis estudios de educación superior. Por darme fuerza, perseverancia, paciencia e iluminarme el camino durante mi preparación profesional en esta casa de estudios.

Procedo a dedicar este trabajo a mis padres, Maco y Lucky. Muchas gracias por su apoyo incondicional, aportes y su interés en mi investigación. Por recordarme de vez en cuando que debía continuar con el trabajo, aunque yo ya no quisiera seguir. Gracias por su ejemplo de personas trabajadoras, honradas, dedicadas y perseverantes, los admiro y amo.

A mis hermanos, Sara, Marco y Andrea, por su compañía, apoyo e interés en lo que hice y hago.

A mi novio, Jorge, por su apoyo, disponibilidad para ayudarme, compartir mis alegrías y escucharme en los momentos de desesperación y cansancio.

A mi asesora, Nora Loesener. Agradezco de todo corazón su entusiasmo por el trabajo, su actitud me motivó a seguir adelante con una investigación que, al principio, parecía una idea descabellada y atrevida, incluso para mí. Muchas gracias por sus opiniones, comentarios y directrices, todas ellas moldearon poco a poco el producto final.

A mi terna examinadora por sus aportes, correcciones y comentarios.

A la Escuela de Ciencias Lingüísticas, todo su personal docente y administrativo, por motivar a los estudiantes a seguir adelante y estar pendientes de las necesidades del alumnado.

Por último, a la Universidad de San Carlos de Guatemala por brindarme la oportunidad de ingresar a la carrera que deseaba y formarme en sus aulas. Convivir con gente maravillosa y vivir experiencias inolvidables.

Índice

Resumen.....	I
<i>Abstract</i>	II
Introducción.....	III
Objetivos	V
General	V
Específicos	V
Planteamiento del problema	VI
Justificación.....	VII
Metodología.....	VIII

CAPÍTULO I

1. El museo	1
1.1 Etimología y concepto	2
1.2 Historia.....	3
1.2.1 <i>Mouseion</i>	4
1.2.2 Evolución del museo en Europa	4
1.2.3 Nuevo concepto del museo en Estados Unidos e Inglaterra	5
1.2.4 Exhibiciones móviles temporales	6
1.2.5 Comité Internacional de Museos	7
1.3 Los museos en Guatemala	13
1.3.1 Época colonial.....	13
1.3.2 Gobiernos militares	13
1.3.3 Gobiernos democráticos	15
1.3.4 Época contemporánea de los museos	16
1.3.5 Asociación de Museos de Guatemala – AMG-ICOM.....	17

1.3.6 Clasificación del museo por su tipología	18
1.4 Funciones del museo en la sociedad	20
1.4.1 Función social	21
1.4.2 Función comunicativa.....	22
1.4.3 Función educativa	24
1.4.4 Función cultural.....	26
1.5 Definición de museología	27

CAPÍTULO II

2. El visitante	28
2.1 Identificación de los grupos visitantes	30
2.2 Experiencia del visitante	33

CAPÍTULO III

3. Accesibilidad lingüística en los museos	35
3.1 Factores que impiden la accesibilidad en el museo	35
3.1.1 Barrera idiomática	36
3.1.2 Barrera semántica.....	37
3.1.3 Barrera física.....	37
3.2 Accesibilidad en museos internacionales	37
3.3 Evaluación de la accesibilidad en los museos guatemaltecos de la ciudad capital	43
3.3.1 Análisis de la investigación de la evaluación realizada.....	45
3.3.2 Conclusión sobre el trabajo de investigación.....	45

CAPÍTULO IV

4. Traducción en el museo.....	46
4.1 Traducción de material museístico	47

4.1.1 Técnicas de traducción aplicadas al material museístico	49
4.2 Problemas de traducción con el material museístico	53
4.3 Ventajas de la traducción en el museo	56

CAPÍTULO V

5. El traductor en el museo	57
5.1 Perfil del traductor en el ámbito museístico guatemalteco	57
5.2 Función del traductor en el museo	58
5.3 Herramientas útiles para el traductor dentro del museo	58

CAPÍTULO VI

6. Interpretación en el museo	60
6.1 Interpretación del material del museo	62
6.1. 2 Empresas que prestan el servicio profesional a museos	63
6.1.3 Equipo multimedia de interpretación diseñado para museos	65
6.4 Ventajas de la interpretación en el museo	67
6.5 Desventajas de la interpretación en el museo	68
Conclusiones	69
Recomendaciones	71
Referencias	72

Resumen

En un inicio el museo se creó con la intención de adorar al arte por medio de la colección de elementos de prestigio y antigüedad destinados únicamente a las élites. Sin embargo, el concepto del mismo fue evolucionando a lo largo de la historia. Esta evolución permitió que la institución se proyectara más a la sociedad en general, abriendo sus puertas a personas de diferentes culturas, estratos sociales y económicos. Actualmente, el enfoque del museo son los visitantes, por eso la mejor forma de recibirlos y proveerles de una gran experiencia es convertir el entorno museístico en uno accesible para toda clase de persona que visite el lugar.

La clave principal para convertir al museo en una institución accesible es hablándole al visitante en su propio idioma. De esta manera la persona se integrará por completo a la historia y cultura del país al cual visita. Es en este momento cuando la figura del traductor e intérprete entran en juego dentro del museo como intermediarios lingüísticos y culturales. Por esta razón, la traducción e interpretación del material museístico como medio de acceso a la cultura guatemalteca en los museos de la ciudad capital es vital para que los visitantes extranjeros se sientan a gusto y puedan disfrutar al máximo de su visita.

Palabras claves: museo, visitante, accesibilidad, traducción, interpretación

Abstract

In the beginning, the museum was created to worship art through the collection of prestigious and antique elements aimed only for elites. However, its concept evolved throughout history. This evolution allowed the museum to project towards the whole society, opening up its doors to people from different cultures, social and economic strata. That said, the museum's approach, nowadays, are visitors. Therefore, the best way of welcoming and providing them with a great experience is making the museum's environment accessible for all kind of persons who visit the place.

The main key to transform the museum into an accessible institution is speaking to the visitor into their own language. In this way, the person will be fully integrated to the country's history and culture which they are visiting. At this point, the figure of the translator and interpreter comes into play as linguistic and cultural intermediaries within the museum. For that reason, the translation and interpretation of the museum's information as means for accessibility to the Guatemalan culture in the museums of the capital city is vital so foreign visitors will feel delighted and will enjoy their visit to the fullest.

Key words: museum, visitor, accessibility, translation, interpretation

Introducción

Desde su creación, los museos alrededor del mundo se han proyectado como instituciones sin fin de lucro cuyo objetivo primordial ha sido el de conservar y exhibir objetos materiales e inmateriales; conformando la identidad cultural de una nación. Por medio de un repaso histórico sobre el origen del museo se pueden identificar los cambios que el mismo ha experimentado al entrar en contacto con distintas culturas. Los museos no han cambiado únicamente en su forma de exhibir sus colecciones, sino también la manera de proyectarse a la comunidad a la cual pertenecen, ejerciendo funciones en pro del desarrollo educativo, cultural, social y comunicativo de la sociedad.

El museo se ha convertido en un espacio que busca ser más interactivo y amigable con el visitante que llega con distintos propósitos, ya sea el de educarse, divertirse o relajarse. Sea cual fuere el propósito de este, el museo, en calidad de entidad promotora de la cultura, está en la obligación de ser accesible para todo tipo de público para que la experiencia de la visita sea agradable y memorable. No obstante, dentro del museo existen barreras que impiden al público, de forma parcial, el acceso a la información por no hablar o entender el idioma del museo; llamándosele a esto: barrera lingüística.

Dicha barrera frustra la accesibilidad lingüística para el visitante extranjero, quien no pudiéndose desenvolver plenamente dentro del museo opta por pasar desapercibido sin obtener una experiencia satisfactoria. Museos de otros países han visto el padecimiento de las personas con un idioma distinto al del lugar, y por lo mismo han implementado medios tradicionales y tecnológicos para que este grupo de personas pueda acceder fácilmente a la información sin que su idioma sea un obstáculo. Esa realidad se toma como ejemplo para así evaluar la accesibilidad lingüística en la actualidad de los museos guatemaltecos ubicados en distintas zonas de la ciudad capital. La accesibilidad se logra por medio de la traducción e interpretación, las cuales facilitan la comunicación escrita y oral entre

dos o más idiomas (emisor y receptor), convirtiéndose en medios indispensables de acceso a la cultura para el visitante extranjero.

La traducción de textos es la primera forma de romper con la barrera del idioma dentro del museo. Esta le representa ciertas dificultades al traductor por la complejidad estructural y contextual de la información, por ende, la preparación del traductor es fundamental para la transmisión correcta del mensaje. El profesional tiene en sus manos varios medios y métodos que le ayudan a realizar su trabajo tales como las herramientas de traducción asistidas por computador (TAC) y las diferentes técnicas de traducción, las cuales se pueden combinar para que el resultado sea excepcional.

La otra forma es por medio de la interpretación en conjunto con nuevos programas y equipo tecnológico. Los museos han encontrado en la tecnología una manera novedosa y eficiente de proveer un mejor servicio a su público sin ocupar mucho espacio físico en sus instalaciones. Valiéndose de programas interactivos que se pueden instalar sin dificultad en dispositivos electrónicos que están al alcance de todo usuario, y si no está a la mano, el mismo museo lo alquila o presta. La meta es que todas las personas puedan entender, comunicar y vivir una experiencia inolvidable al visitar un museo.

Objetivos

General

Demostrar que la traducción e interpretación del material informativo que se encuentra dentro del museo es una herramienta indispensable para la accesibilidad a la cultura en los museos de la ciudad capital.

Específicos

- a. Evaluar la condición de los museos en la ciudad capital en cuanto a su capacidad transmisora de conocimiento a toda clase de visitantes.
- b. Identificar las barreras que impiden al visitante extranjero la comprensión y acceso a la información del museo.
- c. Subrayar que el rol del traductor e intérprete profesional de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos es fundamental para el desarrollo adecuado de las instituciones museísticas guatemaltecas.
- d. Definir las funciones que un traductor posee dentro del ámbito museístico.
- e. Exponer la utilidad de las herramientas e instrumentos tecnológicos como auxiliares de la interpretación dentro del museo.

Planteamiento del problema

Guatemala es considerado un país mega diverso por su amplia riqueza cultural, lingüística, ancestral, étnica, natural, artística e histórica. Según el Índice en Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, en los últimos tres años la nación ha mejorado su posición en el ranking de destinos turísticos, logrando aumentar su capacidad para recibir visitantes extranjeros por medio de la suministración de toda clase de servicios de calidad, mayor promoción de los lugares turísticos, precios competitivos a nivel mundial, entre otros.

Además de sitios arqueológicos y paisajes naturales, otra de las atracciones turísticas que concentra a un gran número de turistas extranjeros es el museo, independientemente de su tipología. En la ciudad capital de Guatemala, existen varios museos públicos y privados ubicados en distintas zonas, los cuales son visitados por turistas anglohablantes, en su mayoría, y un menor número de turistas con idiomas maternos distintos al inglés y al español.

Por esa razón, nace la inquietud de evaluar la accesibilidad lingüística por medio de la traducción e interpretación de los contenidos y materiales físicos y electrónicos de los museos privados y públicos a investigar. Estos se encuentran ubicados en las zonas 1, 10, 11 y 13 de la ciudad de Guatemala. Actualmente, la situación de los museos en cuanto a traducción o interpretación de su información es parcial o nula. La barrera lingüística presente en dichas instituciones provoca desinformación en el turista extranjero, quien no obtiene una experiencia cien por ciento placentera durante su visita.

La traducción e interpretación surgen como dos instrumentos fundamentales, facilitadores de la comunicación y entendimiento de la información desplegada en español dentro de los museos.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario dar respuesta a ¿qué función cumplen la traducción e interpretación como instrumentos de accesibilidad lingüística en los museos de la ciudad capital?

Justificación

Los museos en la ciudad capital tienen como misión investigar, conservar, reunir, exhibir y divulgar el patrimonio cultural material e inmaterial de los guatemaltecos tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, la misión de algunas de estas instituciones se ve afectada, dentro de otros elementos, por la barrera lingüística.

El idioma, principal vehículo para la comunicación entre el emisor y receptor, es un elemento clave dentro de los museos si estos buscan ser accesibles para todo tipo de público del que no se pueden obviar los turistas extranjeros.

Este grupo en especial, ávido por aprender y conocer más de la cultura del país que visita, ha sido ignorado por mucho tiempo por las autoridades de los museos. Por esta razón, surge la necesidad de evaluar la accesibilidad de los museos guatemaltecos desde el punto de vista lingüístico.

Esta investigación abre un nuevo espacio de aprendizaje y práctica fuera del aula universitaria en donde se pueden aplicar los conocimientos sobre traducción e interpretación aprendidos, beneficiando no solo a las instituciones culturales y a los turistas extranjeros sino también a los estudiantes de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos.

Metodología

La metodología utilizada en este trabajo para la recopilación de datos relevantes consistió en una investigación cualitativa y bibliográfica, porque se consultaron textos sobre museos y su impacto en la sociedad, nuevas formas de acercarse al visitante por medio de cambios evolutivos dentro del museo y la importancia lingüística dentro de la institución; documentos PDF orientados a la relación entre museo-persona y museo-ambiente; páginas de internet de los sitios oficiales de los museos reconocidos de países europeos y estadounidenses como también de museos guatemaltecos. Asimismo, se evaluó la función y evolución del museo a lo largo de la historia.

También se investigaron los efectos positivos de la traducción e interpretación en el museo y hacia el público por medio del análisis de casos análogos sobre traducción e interpretación en museos extranjeros, sus distintas aplicaciones y formas en el ámbito museístico.

La muestra fueron los museos del área metropolitana que se mencionan a continuación y cuya ubicación es zona 1: Museo del Ferrocarril, Palacio Nacional de la Cultura y el Museo Numismático; zona 10: Museo Popol Vuh y Museo Ixchel del Traje Indígena; zona 11: Museo Miraflores; zona 13: Museo Nacional de Arqueología y Etnología y Museo de Arte Moderno “Carlos Mérida”.

Los datos recuperados para la evaluación de la accesibilidad lingüística se obtuvieron por medio de la observación no participante del investigador en los museos anteriormente mencionados; observación de los contenidos, la ubicación de los textos, idiomas en que la información está exhibida, así como entrevistas telefónicas a las autoridades o personal administrativo de cada institución. Por último, se consultó cada sitio web de los mismos para evaluar su contenido, disponibilidad en el idioma inglés u otros idiomas, medios audiovisuales interactivos con los usuarios, información descargable, entre otros aspectos.

CAPÍTULO I

1. El museo

Los museos son conocidos como instituciones que velan por la preservación y exposición de artículos de generaciones pasadas para que las generaciones presentes y futuras conozcan sobre su historia y cultura. Estos dos elementos juntos conforman la identidad de una nación (Hernández, 1992).

Sin embargo, últimamente el concepto de “museo” se ha visto obligado a evolucionar por el acelerado ritmo de innovación tecnológica y desarrollo de la sociedad. Este ha tenido que cambiar su estatus conservador dirigido a élites, curadores, restauradores, investigadores y demás profesionales relacionados con el ámbito museístico, por el de un estatus más accesible y amigable dirigido a todo tipo de público. Tomando en cuenta la edad, etnia, género, condición socio-económica, antecedentes culturales, idioma y religión del visitante.

Varios museos han logrado este cambio, no en forma acelerada como el ritmo de la sociedad, pero se les podría llamar museos activos por su voluntad de innovar y tener mayor acercamiento con sus visitantes. No obstante, existen otros que no han podido (por diferentes limitaciones) o querido dar un paso más allá de sus cuatro paredes. Son quienes hoy en día captan la atención de una proporción minúscula del público (Anderson, 2012, p.35).

Theodore Low formula la pregunta, *what are museums today?*, refiriéndose a las distintas acepciones del término museo las cuales, según él, dependen del punto de vista de cada visitante. Después de formularla, se responde a sí mismo expresando que el significado del lugar “...is not to be found in words but in the nature of the institutions themselves. Many museums, of course, can hardly be called active, and for them the original meaning of the word may still hold.” (Anderson, 2012. p. 35)

“...no se encuentra en las palabras sino en la naturaleza propia de las instituciones. Muchos museos, por supuesto, apenas se les puede llamar activos; para ellos el significado original de la palabra puede esperar...” (Anderson, 2012. p. 35) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

1.1 Etimología y concepto

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), el origen de la palabra museo proviene del latín *musĕum* ('lugar consagrado a las musas o edificio dedicado al estudio') y éste a su vez del griego *Μουσείον* (*mouseion*). Por lo tanto, el museo fue concebido como un lugar exclusivo para venerar, practicar y estudiar diferentes tipos de arte.

Ahora bien, el concepto se ha ido modernizando gracias a los aportes de museólogos, expertos del ámbito museístico y otra diversidad de profesionales interesados en expandir los horizontes de la institución en una sociedad cambiante. Según las acepciones presentadas por el DRAE, el término se define de las siguientes maneras:

- a) Lugar en que se guardan colecciones de objetos artísticos, científicos o de otro tipo, y en general de valor cultural, convenientemente colocados para que sean examinados.
- b) Lugar donde se exhiben objetos o curiosidades que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos.
- c) Institución, sin fines de lucro, abierta al público, cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de los objetos que mejor ilustran las actividades del hombre, o culturalmente importantes para el desarrollo de los conocimientos humanos.

Al analizarlas, se evidencia que el concepto admitido por el DRAE y por mucha gente, inclusive hoy en día, sigue siendo tradicionalista y hasta escueto. Las mismas brindan un enfoque conservador que da mayor relevancia al objeto museístico en lugar de establecer una relación contextualizada visitante-objeto expuesto.

A su vez, el Comité Internacional de Museos (ICOM -*International Council of Museums*- por sus siglas en inglés) propone una definición que ha sido actualizada para corresponder a la realidad de la comunidad museística mundial. Esta define al museo como:

Una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, transmite y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines educativos, de estudio y recreación.

Esta definición engloba de forma más amplia el concepto y rol del museo moderno en la sociedad actual; respondiendo a las necesidades del visitante. Por consiguiente, el museo ya no se concibe únicamente como un espacio de veneración al arte, sino un espacio interactivo e inclusivo con el público, quien busca educarse y recrearse en un ambiente accesible. Inclusive, Anderson (2012) lo describe como el lugar que tiene “el poder de hacer ver a la gente la verdad; el poder de hacer que las personas reconozcan la importancia del individuo como miembro de la sociedad y (...) el poder de mantener las mentes felices y saludables” (p. 323). En otras palabras, el visitante se convierte en el foco de atención para el museo, el cual modifica y adecua sus instalaciones para que la persona se sienta a gusto y logre desenvolverse plenamente.

1.2 Historia

En la actualidad, se sabe qué es un museo, cuál es su función en la sociedad, lo que exhiben, porqué y para qué lo exhiben, las actividades culturales y familiares que promueven y realizan, entre muchos otros fines y eventos. No obstante, pocos conocen como surgió el concepto de esta institución, y por supuesto, la evolución e impacto que ha tenido en las distintas sociedades y generaciones a lo largo del tiempo y en la época presente. Silverman (2010) sugiere que el museo es un “lugar sagrado... se facilita la interacción social entre grupos de personas” (p. 6), en consecuencia, estos, desde su creación siempre han “proporcionado un servicio social” (p. 7) a la humanidad independientemente de cual haya sido el motivo principal por el que se creó.

Por lo tanto, a continuación, se presenta un resumen de la historia y desarrollo en ciertas áreas geográficas en donde el museo como tal ha tenido una gran proyección y servicio hacia sus visitantes proponiendo modelos nuevos, innovadores y creativos de integración.

1.2.1 *Mouseion*

El *mouseion*, fundado en Alejandría, Egipto, en el siglo tercero a.c. por Tolomeo I, era un espacio destinado especialmente para dar culto a las musas; diosas míticas griegas representantes de la música, poesía, amor y arte (Alejandría, Museo y Biblioteca, s.f., s.p.). Allí, los eruditos y sabios de la época se reunían para filosofar, tertuliar, intercambiar conocimientos, discutir e investigar.

Este lugar estaba diseñado para albergar a varias personas que visitaban el *mouseion* para deleitarse del arte y la ciencia pura. Según la descripción de historiadores, las instalaciones eran como parte de los palacios reales; contaba con un zoológico y jardín botánico, laboratorio de astronomía, observatorios, salones para disertaciones y la majestuosa biblioteca de Alejandría (Schmid, 2009, s.p.).

De acuerdo con Silverman (2010, p. 8), las musas concedían dones de pensamiento y acción a las personalidades que se hospedaban en el *mouseion*, permitiéndoles realizar grandes obras académicas y filosóficas. Por consecuencia, estas obras eran un importante aporte no solo para los eruditos del museo, sino también para la sociedad en general.

1.2.2 Evolución del museo en Europa

Más tarde en los años de 1 500, hombres europeos exploradores y científicos adinerados y poderosos, quienes ejercían una gran influencia en ámbitos sociales, políticos y religiosos comenzaron a tomar gusto por las colecciones de reliquias de mucho valor. Varios de los objetos pertenecientes a las colecciones eran adquiridas en las conquistas de nuevos territorios; otros eran comprados a precios muy altos. Entre estos artículos se podía encontrar: monedas, obras de pintores y escultores famosos de la época, estatuas, manuscritos, reliquias personales de santos, libros, piedras preciosas, entre otros (Silverman, 2010, pp. 7 - 9).

Al apropiarse de los artículos, los hombres se posicionaban en el peldaño más alto de la sociedad. Las élites se regocijaban y jactaban de sus 'colecciones privadas' mostrándolas a personas influyentes de sus círculos sociales o a personajes importantes de la época (Silverman, 2010, p.8).

Los lugares en donde se albergaban todos estos elementos eran las distintivas residencias personales de los coleccionistas, investigadores y personas adineradas o iglesias. Allí ellos habilitaban espacios como corredores o salones de exposición llamados gabinetes de curiosidades (*cabinets of curiosities*) o también conocidos en el idioma alemán como *Kunstkabinett* (gabinete del arte), *Kunstkammer* (cámara o sala del arte), *Wunderkammer* (cámara o sala de las maravillas), *Cabinets of Wonder* (gabinetes de las maravillas) y *wonder-rooms* (habitaciones de las maravillas).

Esta misma modalidad de exposición fue adoptada en varias edificaciones y residencias de los Estados Unidos e Inglaterra. Sin embargo, debido a las situaciones difíciles de pobreza, sobrepoblación y enfermedad por las que atravesaban ambos países como consecuencia de la industrialización a finales del siglo XVIII y XIX, surgió un nuevo e innovador, para esa época, concepto del verdadero museo (Silverman, 2010, p.8).

1.2.3 Nuevo concepto del museo en Estados Unidos e Inglaterra

Este nuevo museo abrió sus puertas a personas pobres, quienes estaban sufriendo directamente los efectos negativos de la era industrial. Así el museo ya no estaría restringido únicamente a élites y eruditos, sino se tornaría en un ambiente que pretendía proyectarse como un espacio recreativo, de aprendizaje y ayuda social para todo tipo de público, especialmente para familias, inmigrantes, obreros y demás trabajadores de clase media baja.

Fue gracias a esta transformación que las autoridades y líderes fundadores de los museos y casas de acogida o *settlement houses* (patrocinadas por la iglesia o universidades; dentro se llevaban actividades recreativas y sociales. Su grupo meta eran los inmigrantes europeos que buscaban una tierra de libertad y prosperidad. Para Silverman (2010, p. 9) las instituciones más importantes de la época fueron:

el Museo de Arte Moderno en Nueva York, *South Kensington Art Museum*, *Toynbee Hall* (fue la primera casa de acogida en Londres; fundada en 1884 por Vicar Samuel Augustus Barnett), *Hull House* (la casa de acogida mejor conocida en todo Estados Unidos; fundada en 1889 por Jane Addams en Chicago, Illinois) comenzaron a implementar diferentes actividades sociales, educativas y recreacionales. Ahora, la comunidad tendría un lugar a donde dirigir su atención y desahogar la frustración causada por la Revolución Industrial por medio de presentaciones culturales y artísticas.

No sólo les permitían expresarse libremente y compartir en familia sino también interactuar con otras familias, aprendiendo unos de otros e invirtiendo su tiempo de ocio en espacios sanos.

Tal y como Silverman expone que desde el inicio, con la creación del *Mouseion* en Alejandría, hasta los museos actuales, sea cual sea su tipología (galerías de arte, museos de historia, ciencia, ciencia y tecnología, botánica, etnología, arqueología, de los niños, al aire libre, casas museos, arte, música, universitarios, públicos o privados); estas instituciones han cumplido con una labor social como “*places of human transformation, universal work, and political work, through collections and social interaction*” (Silverman, 2010, p. 7), “lugares de transformación humana, labor universal, y trabajo social a través de colecciones e interacción social” (Silverman, 2010, p.7) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

1.2.4 Exhibiciones móviles temporales

Así como el concepto y función del museo evolucionaron a uno más abierto al público en general, también lo hicieron sus exhibiciones. Los museos comprendieron que si realmente querían tener mayor acercamiento con sus visitantes deseados debían llegar a todos por igual. Esto incluía a los habitantes de territorios lejanos (tanto dentro del país como fuera de las fronteras) a quienes un museo estático no podía alcanzar. Se adoptó la idea de: si las personas no llegan al museo, el museo llegará a las personas.

Además de llegar a un público desconocido, las exhibiciones contaban con una ventaja más. El ser exposiciones puramente visuales permitían que el espectador

disfrutara de lo expuesto sin ningún tipo de limitación, ni siquiera la del idioma. “As a visual medium, it could transcend language barriers, including illiteracy.” (Silverman, 2010, p.11), “Como un medio visual, esto podía trascender las barreras del idioma, inclusive el analfabetismo” (Silverman, 2010, p.11) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Las exhibiciones móviles tomaron auge en los años de 1950 a 1960 donde en países en vías de desarrollo existía la necesidad de educación en materia de salud pública y bienestar social (Silverman 2010). La función principal de las exhibiciones móviles temporales era empoderar a los ciudadanos, declarando a la ciencia como la gran solución para los problemas sociales de aquellos años. Un ejemplo de este tipo de exhibiciones fue la que la UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) realizó por medio de autobuses, trenes y camiones, los cuales cargados con equipo viajaron por Asia, África e India para que los ciudadanos de estos lugares aprendieran más de cómo valerse por sí mismos y desarrollarse poco a poco como sociedad.

1.2.5 Comité Internacional de Museos

El ICOM es la única institución encargada de velar por el desarrollo, promoción y crecimiento de los museos a nivel mundial. Esta está comprometida también con la conservación y transmisión de los bienes culturales tangibles e intangibles (ICOM, 2010-2012, s.p.).

Con sede en París, Francia, fue fundada por Chauncey Jerome Hamlin (1881 - 1963) en el año de 1946 y primer Presidente del ICOM (1946 – 1953) en conjunto apoyo de Georges Salles (1889 - 1966) quien era director de los museos de Francia y segundo Presidente de la organización (1953 - 1959). Hamlin, quien había mostrado un interés inmenso por la museología y la música de cámara desde años anteriores, tuvo la iniciativa de crear una entidad que estuviera al servicio de la sociedad por medio de los museos. Además, que reuniera a todos los profesionales del ámbito museístico para escuchar sus preocupaciones, capacitarlos y llegar a consensos sobre el mejor camino a tomar en cuanto al papel del museo en las diferentes comunidades pertenecientes a los países miembros de la organización (ICOM, 2010-2012, s.p.).

En los años siguientes a su creación, cuando la organización comenzó a tener mayor aceptación y relevancia a nivel internacional, surgieron tres inquietudes principales a las que todos los miembros debían atender, estas eran:

- a. El papel educativo de los museos
- b. Las exposiciones y la circulación internacional de los bienes culturales
- c. La conservación y restauración de los bienes culturales

A partir de 1977, el ICOM enfocó su mirada a países en vías de desarrollo en África, América Latina y Asia para llevar a cabo varios proyectos. Sus planes abarcaban desde capacitar al personal activo dentro de los museos y restauradores hasta crear “material didáctico para la difusión y enseñanza de la conservación” (ICOM, 2010-2012, s.p.).

En la actualidad, el ICOM está conformado con “una red de más de 35 000 museos y profesionales de museos representantes de la comunidad museística internacional de 136 países. Así mismo, este está dividido en 118 comités nacionales y 30 comités internacionales que representan distintas especialidades de los museos” (ICOM, 2010-2012, s.p.). Es parte consultativa también del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas y cuenta con tres idiomas oficiales: inglés, español y francés.

El Comité Internacional de Museos, entre sus vastas misiones y proyecciones a la comunidad internacional, ha publicado documentos que orientan a las instituciones miembros, autoridades y profesionales museísticos en general. Estos son: 1. Los Estatutos del ICOM que contiene: los objetivos, misión, visión y estructura de la organización; 2. El Código de Deontología del ICOM para los museos, rige las normas y conductas de práctica profesional para museos y su personal. El cual ha sido traducido a 38 idiomas; 3. Diccionario de Museología (contiene los conceptos claves para que todos los profesionales involucrados en el ámbito hablen un mismo idioma); 4. Revista *Museum International* (promueve el intercambio de datos relevantes sobre museos y patrimonio cultural), y 5. Revista Noticias del ICOM (dirigida específicamente a miembros profesionales) (ICOM, 2010- 2012, s.p.)

a. Día Internacional de los Museos

Uno de los objetivos esenciales del ICOM es la promoción y descentralización de la cultura a nivel internacional. Por tal razón, el ICOM instituyó el Día internacional de los museos el 18 de mayo. Este día se celebra todos los años desde su creación en 1977 para hacer consciencia en las personas sobre el rol primordial que cumple el museo en la sociedad contemporánea.

Según el Presidente del ICOM, el Prof. Dr. Hans-Martin Hinz “los museos son un medio importante para los intercambios culturales, el enriquecimiento de culturas, el avance del entendimiento mutuo, la cooperación y la paz entre los pueblos” (Día internacional de los museos, 2010, s.p.)

Cada año se escoge un tema específico para desarrollarlo en este día especial así la gente ve que los museos no son únicamente recintos de artículos milenarios, sino instituciones modernas, activas y multifacéticas que están al tanto de lo que acontece a nivel nacional e internacional. Las celebraciones se llevan a cabo durante la fecha indicada prolongándose a veces por una semana o inclusive un mes. Todo depende de las autoridades de los museos de cada país. Por ejemplo, se puede observar en el siguiente afiche publicado en el año 2015, la promoción en los tres idiomas oficiales del ICOM (español, inglés y francés) de la celebración que se llevó a cabo el día 18 de mayo y cuya temática fue la de museos para una sociedad sostenible.

Figura: 1

Afiche Día Internacional de los Museos 2015



Fuente: ICOM. Circa.

El Prof. Dr. Hans-Martin Hinz, presidente del ICOM, hace mención sobre la relación que existe entre el trabajo de los museos y cómo estos mismos pueden contribuir a la sociedad para que sea una sociedad sostenible. Él opina al respecto que:

... la labor que realizan los museos, a través de la educación y las exposiciones, por ejemplo, debe ir dirigida a crear una sociedad sostenible. Tenemos que hacer todo aquello que esté en nuestras manos para garantizar que los museos sean parte del principal motor cultural del desarrollo sostenible del mundo (ICOM, 2010-2012, s.p.).

Cabe mencionar que el ICOM demuestra la importancia que le otorga al idioma al publicar la versión traducida de cualquier información al idioma materno de cada uno de los países miembro del comité. No hay que olvidar que los idiomas son parte esencial de la diversidad cultural que promueve el ICOM, siendo, además, un medio de comunicación fundamental.

- **Día Internacional de los museos en Guatemala**

La celebración del día del museo se lleva a cabo en nuestro país desde hace cinco años. Durante todo el mes de mayo se realizan distintas actividades culturales que fomentan la recreación sana y educativa por medio de los museos (Soy502, 2015, s.p.). Estas han tenido mayor aceptación entre los guatemaltecos año con año.

Los museos (privados y públicos) abren sus puertas al público permitiéndoles observar exposiciones temporales por ocasión a la celebración. Además, una de las actividades especiales a lo largo de ese mes es la llamada Noche de los Museos (22 de mayo), donde se recorren diferentes museos ubicados en la ciudad capital. Las principales instituciones organizadoras son la Universidad de San Carlos de Guatemala, la Municipalidad Metropolitana, el Ministerio de Cultura y Deportes y el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat) quienes trabajan con colaboración del sector privado, museos y centros culturales.

A continuación, se observa el calendario de actividades programadas para la Noche de los Museos, en su portada, figura 2, se encuentran las fotografías de los museos participantes y en la otra, figura 3, parte de su contenido: descripción de las instalaciones del museo, breve historia y tipo de exposiciones, este se encuentra en idioma español, y sus traducciones correspondientes al inglés y kaqchikel.

Figura: 2


Portada del calendario de actividades para el día de la Noche de los Museos 2015



Fuente: Anónimo, (2015), Guatemala. Bibliográfica.

Figura 3

Parte del contenido del calendario de actividades traducido en dos idiomas (kaqchikel e inglés)

	<p>Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia</p>	<p>Postal, Telegraphic and Philatelic Museum</p>	<p>Kaqajay richin Taqonwuj, Taqontz'ib' rik'n Filatelia</p>
	<p>Ofrece un recorrido temático de la Historia del Correo, Telegrafía y Filatelia en Guatemala a través de diferentes ambientes de exhibición, en donde se recrean en forma viva, los bienes que en algún tiempo estuvieron al servicio postal en agencias capitalinas o departamentales en la época de apogeo de Correos. El museo cuenta con dos módulos de equipo telegráfico y radiotelegráfico que permiten al visitante un contacto con este sistema de comunicación. Posee también un área de exhibición del apasionante mundo de la filatelia.</p>	<p>This museum offers a thematic tour along the history of the mail, telegraphy and philately in Guatemala through different exhibits, where postal assets are placed to recreate the services it offered in postal offices throughout the country during its heyday. The Museum has two telegraph and radiotelegraph equipment modules that allow the visitor to have contact with this communication system. It also has an exhibit area of the passionate world of philately.</p>	<p>Chupan re jay re, ye tijox ri winaqi chirij ri ojer taq b'anob'äl, ojer taq tzij chirij ri Toqonwuj, Taqontz'ib', rik'n Filatelia. Chuqa ni tzijox rij ri ojer taq samajib'äl xe kusux chi ri taqonwuj wawe Armita, rik'in ch'agachik tinamit Re toq ri taqonwuj janila reqalen wawe iximulew. Chupan re k'o kayi' ch'ich' chin xe samajix ri taqontz'ib, ri winaqi ye tukaj chupan re jay re tikirel ni ki toqtoq'ej ni ki samajix re ch'ich' re'.</p>
	<p>Casa MIMA</p>	<p>Casa MIMA</p>	<p>Jay MIMA</p>
	<p>Es una casa museo en el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Sus ambientes domésticos muestran el mobiliario, las artes decorativas y los enseres de la vida diaria, así como los objetos personales de la familia que vivió allí de 1920 a 1963. A través de la exposición permanente, da a conocer el estilo de vida del guatemalteco de finales del siglo XIX a mediados del siglo XX.</p>	<p>Is a house museum in the Historical District of Guatemala City. Its domestic settings exhibit the furniture, decorative arts and everyday utensils, as well as the personal belongings of the family who lived there from 1920 to 1963. Through the permanent exhibit, it showcases Guatemalan lifestyle of the late Nineteenth to mid- Twentieth Centuries.</p>	<p>Re jay re k'o Armita. Chupan re jay re ni k'ut, ni tzux ronojel rwa taq chuxtäq-wachib'al, ch'ak'ät, tziag-ri xkikusaj ri rajaw re jay re chukojol ri juna 1920-1963. Toq ya tok chupan re jay re na tz'et achike ru b'eyal ri ki k'asten, ri ki b'eyomal xk'oje re winaqi re, ri ojerkan juna'.</p>
	<p>Museo de la Caridad "Sor Cecilia Charrin"</p>	<p>Daughters of Charity Museum "Sor Cecilia Charrin"</p>	<p>Kaqajay "Sor Cecilia Charrin"</p>
	<p>Historia de la Compañía de las hijas de la caridad y documentación de la "Sierva de Dios" Sor Cecilia Charrin, (hija de la caridad; Q.E.P.D).</p>	<p>It showcases the history of the Company of the Daughters of Charity, as well as sainthood documentation of God's servant, Sister Cecilia Charrin, Daughter of Charity, R.I.P. Through a quarterly program, it offers exhibits, conferences, guided tours and special events as granting donations, medical care and concerts.</p>	<p>Le jun kaqajay re', chi rij ri Compañía de las Hijas de la Caridad chuqa' wujib'äl chi rij ri "Sierva de Dios" Sor Cecilia Charrin.</p>
	<p>Palacio Nacional de la Cultura</p>	<p>National Palace of Culture</p>	<p>Nimak'amajay chi B'anob'äl</p>
	<p>Inaugurado en 1943, desde la fundación y traslado de la Ciudad se tuvo la intención de construir un edificio que albergara las oficinas del Gobierno, por lo que existieron edificaciones previas, como el Palacio de los Capitanes, Palacio de Cartón que se construyó por conmemoración del Primer Centenario de la Declaración de Independencia y destruido por un incendio el 3 de abril de 1925.</p>	<p>Opened in 1943, from foundation Since the city's foundation in 1776, there was an intention to construct a building that would house all governmental offices. There were some previous government seats as the Palace of Captains, or the Carboard Palace which was built to commemorate the First Centennial of the Declaration of Independence but was destroyed by fire on April 3, 1925.</p>	<p>Xyak pa juna' 1943. Ojer k'a ri', toq xutik pe le jun achochib'äl re', xqu'ux chi chupan nk'oje' ri chanpomal, ruma ri' k'oj laj nk'aj chik achochib'äl xyik pe ojer, ach'el ri Popob'äl ri Achpopochin chuqa' jun chik ruwach Popob'äl xyak toq xb'an runimaq'ij ri nab'ey rowinäq juna' chi xjuch' kan ri jun wuj akuchin xalax pe qamaq'. Le jun ochochib'äl ri' xtzag ruma jun k'atik pa ox'i q'ij chi rukaj ik' chi le juna' 1925.</p>
	<p>El 14 de febrero de 1931, el General Jorge Ubico, tomó posesión de la Presidencia de la República, un año después mandó a publicar las bases de licitación para su construcción. El 4 de julio de 1937, se colocó la primera piedra.</p>	<p>On February 14, 1931, General Jorge Ubico, took over the presidency. One year after, he published the bidding for the construction of a building that would become the National Palace. The first stone was placed in 1937 and it was inaugurated in 1943.</p>	<p>Pa ri kajlajuj q'ij chi ruka'n ik' chi re juna' 1931, ri Achpopochin Jorge Ubico, xk'ül pa ruq'a' ri chanpoma l, pa juna' apo xch'ap runuk'ik rutz'aqik le jun ochochib'äl ri'. Pa kajij' q'ij chi re le ruwach ik' chi juna' 1937 xchäp k'a ri' rutz'aqik ri jun ochochib'äl.</p>

Fuente: Anónimo, (2015), Guatemala.

1.3 Los museos en Guatemala

Se creería que los museos en el país son relativamente nuevos; sin embargo, la trayectoria de estas instituciones abarca poco más de dos siglos en el territorio nacional, siendo Guatemala uno de los primeros países en América en tener un gabinete del arte, nombre con el que se le conocía con anterioridad.

Los museos guatemaltecos, como la historia lo indica, han atravesado varias dificultades en cada época, ya sea por los gobiernos de turno o por fenómenos naturales. No obstante, estos no fueron suficiente para detener el avance de dichas instituciones en la sociedad. Hoy en día, algunos museos siguen enfrentando obstáculos para su entera proyección y servicio hacia sus visitantes, tales como falta de presupuesto, descuido de las instalaciones/infraestructura y obras de arte, desatención a sus visitantes, entre otros.

Si bien existen problemas, estos no han impedido el funcionamiento de los museos, los cuales insisten en promover el arte por medio de distintas actividades y eventos.

1.3.1 Época colonial

Los museos en el país cuentan con una larga trayectoria, desconocida para muchos, que se remonta a la inauguración del *Gabinete* de Historia Natural en 1796. Este fue el primer museo en Centroamérica y uno de los primeros del nuevo mundo en general, fundado por iniciativa de Carlos IV, rey de España en esa época, en el Reino de Guatemala el cual abarcaba de la provincia de Chiapas hasta el territorio de Costa Rica (Moscoso, 2009, p. 3).

Este recinto albergaba objetos interesantes y reliquias históricas y objetos pertenecientes a la exuberante naturaleza de la región. A pesar del novedoso proyecto este no sobrepasó los cinco años de existencia y se dio por terminado el primer intento de creación del museo en la Nueva Guatemala de la Asunción.

1.3.2 Gobiernos militares

Para el año de 1831, luego de la independencia de la región centroamericana de España, bajo los gobiernos liberales del general Francisco Morazán y del doctor

Mariano Gálvez, Presidente del Estado de Guatemala, se decretó la creación de un nuevo museo a cargo de la Sociedad Económica de Amigos del País (Moscoso, 2009).

Después de diferentes situaciones políticas, sociales y económicas que obligaron a la Sociedad Económica de Amigos del País a disolverse para luego reinstaurarse en 1829; etapa en donde además de promover iniciativas a favor del indígena, se inaugura el Museo de la Sociedad (oficialmente inaugurado en 1866 y ubicado en el actual edificio de El Congreso de la República), se enriquece la biblioteca de la institución poniéndola al servicio del público (Wikiguate (b), 2015, s.p.).

Justo Rufino Barrios decidió disolver definitivamente la Sociedad Económica de Amigos del País y le otorgó a la Universidad de San Carlos el resguardo de todos los bienes pertenecientes al Museo de la Sociedad. Dicho museo ya contaba con una colección de objetos pertenecientes a las siguientes ramas entre ellas historia, arqueología, historia natural y etnología; la universidad los asignó a distintas facultades (Moscoso, 2009, p. 5).

En 1897, durante el gobierno del general José María Reina Barrios, el Museo Nacional tuvo su propia sede en el Palacio de la Reforma. Lamentablemente, el palacio y por ende la colección de artículos dentro de él quedaron destruidos por los terremotos de 1917 y 1918.

Veintiocho años después de la destrucción del museo por los terremotos, se decretó la creación de un nuevo Museo Nacional bajo el gobierno del general José María Orellana. Es necesario recalcar que, a pesar del plan de construcción del museo, esta nunca se llevó a cabo y dejó el proyecto solo en papel. “Ese mismo año se estableció la Dirección General de Arqueología, Etnología e Historia, así como los fundamentos de las actuales leyes de protección del patrimonio cultural guatemalteco.” (Moscoso, 2009, p. 7).

Si bien, el predecesor en el poder del general Jorge Ubico poco hizo para la reedificación del Museo Nacional, este en cambio no sólo lo inauguró de nuevo sino lo dividió en dos secciones separadas:

- Museo de Arqueología (antiguo Salón del Té del Parque la Aurora) (1935)

- Museo Nacional de Historia y Bellas Artes (antiguo templo de El Calvario) (1935)

1.3.3 Gobiernos democráticos

La Revolución de 1944 realizó cambios de fondo a un sistema despótico político, social, económico y cultural que mantenían a la nación entera sumida en la pobreza, exclusión, ignorancia, explotación y represión. Con la salida de los militares del poder, todas las instituciones pertenecientes al Estado se vieron renovadas por nuevas políticas y funcionarios que buscaban, como fin máximo, el bienestar común de toda la población guatemalteca (InformaciónLibre2000, 2012, s.p.).

El gobierno del doctor Juan José Arévalo dio paso a la participación activa de estudiantes universitarios y maestros, quienes fueron actores clave para el derrocamiento del dictador Ubico. Estos y demás profesionales impulsaron reformas en diferentes instituciones y campos, en donde la cultura y educación no fueron la excepción (Moscoso, 2009, p. 10).

Entre los logros alcanzados en esta época de renacimiento para la sociedad se pueden mencionar los siguientes:

- a) Reformas a la administración, protección y conservación del patrimonio cultural.
- b) Creación del Instituto de Antropología e Historia (Acuerdo Gubernativo No. 22, del 23 de febrero de 1946), adscrito al Ministerio de Educación, y el instituto Indigenista.
- c) Remozamiento del Conservatorio Nacional y la orquesta sinfónica.
- d) Creación de la Escuela de Bellas Artes.

Luego de estar suscrito por 40 años al Ministerio de Educación, el Instituto de Arqueología e Historia, de acuerdo al Acuerdo Gubernativo No. 104-86, pasa a estar bajo la administración del hasta entonces recién creado Ministerio de Cultura y Deportes mediante el Decreto–Ley No. 25-86, de fecha 10 de enero de 1986. (Moscoso, 2009, p. 10). Este ministerio surge para que el Estado pueda prestar atención específica y particular a los asuntos culturales del país.

1.3.4 Época contemporánea de los museos

En 1994, derivado de la reestructuración del Ministerio de Cultura y Deportes se crea la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural, Decreto–Ley No. 25-86 de fecha 10 de enero de 1986, a quien en el año 2001 se adscribe la Coordinación Nacional de Museos (CONAMUS). El objetivo de esta coordinación fue “brindar apoyo técnico y administrativo a los museos nacionales” (Moscoso, 2009, p. 10).

Ocho años más tarde el CONAMUS se convirtió en la Subdirección de Museos y Centros Culturales que a su vez quedó ubicada en el organigrama ministerial como Dirección Técnica de Museos y Centros Culturales (Moscoso, 2009, p. 10).

Entre las funciones principales de esta nueva Dirección está la de dirigir acciones técnicas y administrativas de los museos (públicos y privados) y centros culturales bajo la administración del Ministerio de Cultura y Deportes; preservar la memoria histórica de la nación por medio de actividades varias en museos y centros culturales; por último, fomentar el conocimiento de la naturaleza exuberante y multicultural del país (Torres, 2013, s.p.).

Asimismo, brinda apoyo para la inauguración de nuevos museos, ya sean públicos, privados, regionales, municipales y comunitarios. Coordina la participación de museos en redes nacionales e internacionales y lleva a cabo investigaciones, publicaciones y otro tipo de actividades para contribuir con el crecimiento del ámbito cultural y museístico (Moscoso, 2009, p.11).

La Dirección de Museos y Centros Culturales tiene a su cargo diez instituciones además del centro cultural y museo Palacio Nacional de la Cultura.

Basándose en la investigación sobre la historia de los museos en Guatemala, se determinó que los museos enlistados a continuación, han sido fundados durante la época democrática del país:

- Museo de Sitio Arqueológico Quiriguá (1970) (Torres, E. (a), 2013, s.p.)
- Casa Flavio Herrera (1973) (Cultura, 2004-2016, s.p.)
- Museo Paleontológico y Arqueológico Ing. Roberto Woolfolk Saravia (1974) (García, A., 2016, s.p.)

- Museo Nacional de Historia (1976) (Torres, E. (a), 2013, s.p.)
- Museo Popol Vuh (1977) (Museo Popol Vuh, 2011, s.p.)
- Museo Ixchel del Traje Indígena (1977) (Museo Ixchel del Traje Indígena, 2014, s.p.)
- Museo de Música Maya Casa K'ojom (1984) (Casa K'ojom, s.f., s.p.)
- Museo Heráldico y de Armas del Ejército, Museo Militar (1987) (Servicio de Historia Militar, Museo del Ejército, 2015, s.p.)
- Museo Nacional de Lítica (1989) (Torres, E. (a), 2013, s.p.)
- Museo de la Universidad de San Carlos - MUSAC (1994) (Musac, 2015-2016, s.p.)
- Museo Carlos F. Novella (1999) (Fundación Carlos F. Novella, 2014, s.p.)
- Museo Regional del Trapiche (1999) (Torres, E. (a), 2013, s.p.)
- Casa MIMA (1999) (Franco, S., 2013, s.p.)
- Museo Vical de Arte Precolombino y Vidrio Moderno (2000) (Museo Vigua de Arte Precolombino y Vidrio Moderno, s.f., s.p.)
- Museo del Café “La Azotea” (2000) (Deguate.com, 2009, s.p.)
- Museo de los Niños (2000) (Wikiguate (a), 2015, s.p.)
- Museo Miraflores (2002) (Museo Miraflores, s.f., s.p.)
- Museo del Ferrocarril (2004) (Museo del Ferrocarril, 2011, s.p.)
- Museo Bodegas del Siglo XIX (2005) (Museo Bodegas del Siglo XIX, 2012, s.p.)
- Museo Postal, Filatélico y Telegráfico (2006) (Museo Postal, Filatélico y Telegráfico, 2016, s.p.)
- Museo de la Merced (2008) (Torres, E. (a), 2013, s.p.)

1.3.5 Asociación de Museos de Guatemala – AMG-ICOM

La AMG es una organización no gubernamental representante del ICOM en el país. Como parte del ICOM está obligada únicamente a dar seguimiento a la misión de dicha entidad por medio de programas y actividades para aumentar la afluencia del público a los museos nacionales y privados como también capacitar y profesionalizar al personal de las instituciones. El número de museos y galerías de arte socios asciende a 25 en total a nivel nacional (AMG, 2016, s.p.).

1.3.6 Clasificación del museo por su tipología

Como el nombre lo indica, el término tipología, según el DRAE, hace referencia al estudio y clasificación de tipos de sendos elementos que se practica en diversas ciencias. Ahora bien, la tipología de un museo la define la naturaleza de las colecciones y el carácter del mismo, la cual se rige por una serie de valores dando lugar a la misión del museo (Rodríguez, 2011, p. 3).

En la República de Guatemala existen más de 85 museos y galerías de arte, los cuales están divididos y clasificados en 13 tipos. La clasificación se basa por medio de sus colecciones y el fin que estas tienen en la sociedad. A continuación, se presenta el listado que la AMG de forma ordenada realizó sobre las categorías o tipos de algunos de los museos que se pueden encontrar en el territorio nacional y qué instituciones pertenecen a cada una de las categorías (2016, s.p.).

Tabla 1

Clasificación de los museos guatemaltecos por tipología

MUSEOS DE GUATEMALA CLASIFICADOS POR TIPOLOGÍA		
De patrimonio	Industrial: Expone o presenta la cultura industrial que posee valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico o científico.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Carlos F. Novella • Museo Regional del Trapiche • Museo Bodegas del Siglo XIX • Museo del Ferrocarril
	Histórico: Presenta bienes materiales e inmateriales acumulados a lo largo del tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Nacional de Historia • Museo Numismático de Guatemala • Museo Heráldico y de Armas del Ejército • Museo de la Universidad de San Carlos (MUSAC) • Museo Postal y Filatélico • Palacio Nacional de la Cultura
	Arqueológico: Presentan los restos creados por el hombre y las sociedades que han existido en la historia de la humanidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Nacional de Arqueología y Etnología • Museo Miraflores • Museo Popol Vuh • Museo Vical de Arte Precolombino y Vidrio Moderno (Antigua Guatemala)

De patrimonio		<ul style="list-style-type: none"> • Museo Regional de Arqueología (La Democracia, Escuintla) • Museo Regional del sureste del Petén • Museo de Lítica (Petén) • Museo de sitio Arqueológico Quiriguá (Izabal) • Museo Paleontológico y Arqueológico Ing. Roberto Woolfolk Saravia (Estanzuela, Zacapa) • Centro Cultural Kumool (Nebaj, Quiché)
	<p>Natural: Recolecta, conserva, investiga y exhibe organismos y muestras de la diversidad biológica y biocultural del país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Nacional de Historia Natural Jorge A. Ibarra • Museo de Historia Natural de la USAC
	<p>Colonial: Espacio para la reflexión, construcción y divulgación sobre la cultura colonial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Museo de Arte Colonial • Museo Regional de Santiago Sacatepéquez • Museo del Libro Antiguo • Museo de Capuchinas
	<p>Etnográfico: Presentan objetos e instrumentos producto de actividades de cualquier grupo humano, arraigadas y transmitidas por tradición o costumbre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Ixchel del Traje Indígena • Museo del Café • Artes y Artesanías Populares de Sacatepéquez • Museo de música Maya Casa K'ojom • Museo de Arte Guatemalteco Primitivo y Contemporáneo
	<p>Religioso: Está constituido por objetos de arte Sacro para culto divino y que están a cargo de la Iglesia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Museo de la Merced • Museo Arquidiocesano de Santiago de Guatemala • Museo de la Caridad Sor Cecilia Charrín • Museo de San Juan el Obispo

Otros Casas museo: Presentan ambientes que muestran el estilo de vida de una época determinada.	<ul style="list-style-type: none"> • Casa MIMA • Casa Flavio Herrera
Ciencia y tecnología: Crean estímulos a favor del conocimiento y del método científico.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo de Ciencia y Tecnología • Museo de los Niños
Arte moderno: Exhiben la producción moderna y contemporánea de pintura, escultura, grabados y artes visuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Nacional de Arte Moderno Carlos Mérida
Galerías de arte: Lugares en donde se exhiben todo tipo de colecciones o presentan nuevos artistas con sus obras de arte.	<ul style="list-style-type: none"> • Galería el Ático
Centros culturales: Promueven el arte y cultura sin importar la temática.	<ul style="list-style-type: none"> • Centro Cultural Graciela Andrade de Paiz
Exhibiciones temporales	

Fuente: Asociación de Museos de Guatemala (2016), Guatemala.

1.4 Funciones del museo en la sociedad

El museo, como se mencionó con anterioridad, es una institución que tiene espíritu de servicio a la sociedad. Dicho servicio se lleva a cabo a través de las funciones principales de la institución, las cuales se identifican como: social, comunicativa, educativa y cultural.

Por medio de estas funciones, el museo es capaz de alcanzar las expectativas de toda clase de visitantes porque cumple con los requisitos básicos del público que son:

conocer, aprender, estudiar y disfrutar de las exposiciones, instalaciones y experiencia de la visita en general.

1.4.1 Función social

Los museos, al ser instituciones encargadas de preservar los bienes tangibles e intangibles de una nación, territorio o comunidad, vela para que el pasado de una sociedad siga vivo para las generaciones presentes y futuras (ICOM, 2010-2012, s.p.). Al pasado representado por colecciones antiguas se suman objetos contemporáneos y novedosos, los cuales evocan una interrelación dentro del mismo museo.

Este espacio histórico y culturalmente mixto favorece una atmósfera ideal para la interacción y establecimiento de relaciones interpersonales e intrapersonales. Judy Rand plasmó en un listado la función socializadora de la institución y la describe de la siguiente forma:

- ***Socializing – I came to spend time with my family and friends***
Visitors come for a social outing with family or friends (or connect with society at large). They expect to talk, interact and share the experience; exhibits can set the stage for this. (Anderson, 2012, p. 316)
- **Socializar- Vine a pasar el tiempo con mi familia y amigos.** Los visitantes vienen por un paseo social con familia o amigos (o a la larga para conectarse con la sociedad). Ellos esperan hablar, interactuar y compartir la experiencia. Las exposiciones constituyen el escenario para esto. (Anderson, 2012, p. 316) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Se debe tomar en cuenta que el grupo de visitantes lo conforman familias, parejas, adolescentes, profesionales, niños, adultos, turistas nacionales e internacionales, artistas, estudiantes universitarios y de nivel medio (Jiménez, Seibel & Soler, 2012, pp. 355-356). Todas estas personas llegan a conectarse con el museo y su contenido ya sea por alguna experiencia, emoción, recuerdo o antecedentes. Silverman (2010, p. 21) expone los beneficios e impacto sociales que causa un museo tanto en la persona como en la sociedad (producto final); las personas pueden alcanzar un cambio en áreas esenciales de sus vidas como lo son el conocimiento, habilidades, valores y

comportamiento; construir y fortalecer conexiones sociales y saber enfrentar o manejar problemas sociales promoviendo la justicia e igualdad.

Partiendo de lo anteriormente mencionado, se hace énfasis en que la proyección social inclusiva y abierta al visitante es fundamental para cultivar valores positivos y artísticos que poco a poco irán calando en los grupos metas que asisten a las actividades programadas por los museos.

Todo esto parece confirmar las palabras expresadas por el Prof. Dr. Hans-Martin Hinz, Presidente del ICOM, para quien dentro del museo se incentiva “el desarrollo del entendimiento mutuo, cooperación y paz entre las personas”, siendo esta institución el motor para una sociedad más participativa y preocupada por lo que ocurre a su alrededor.

1.4.2 Función comunicativa

“What predictably ensues when museum resources, individuals, and groups come together? Throughout the history of museums, the answer is clear: processes of communication will take place”. (Silverman, 2010, p. 15).

“¿Qué es lo que de forma predecible sucede cuando los recursos del museo, individuos y grupos se unen? A lo largo de la historia del museo esa respuesta está clara: tendrán lugar los procesos comunicativos” (Silverman, 2010, p. 15) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Dicho esto, de entre las tantas funciones propias del museo se encuentra la comunicativa; tal vez es esta la más significativa ya que dentro del museo existen varios medios de comunicación: visuales, audiovisuales, escritos, signos y simbología. De nuevo, en la Lista de derechos del visitante: una lista de necesidades humanas importantes comprendidas desde el punto de vista del visitante, Judy Rand hace la siguiente referencia en cuanto a la comunicación dentro del museo

- ***Communication – Help me understand, and let me talk, too.***

Visitors need accuracy, honesty and clear communication from labels, programs and docents. They want to ask questions, and hear and express differing points of view. (Anderson, 2012, p. 316)

- **Comunicación – Ayúdame a entender y también déjame hablar.** Los visitantes necesitan precisión, honestidad y una comunicación clara de parte de las etiquetas, programas y docentes. Ellos quieren hacer preguntas y escuchar y expresar diferentes puntos de vista. (Anderson, 2012, p. 316) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Los medios de comunicación han evolucionado y al mismo tiempo revolucionado la transmisión de información al público, bien sea por canales reales, textuales, orales o virtuales y páginas Web interactivas. Desde que el museo enfocó su atención en el visitante y ya no en el objeto exhibido *per se*, las exposiciones tuvieron que modificar su forma de presentación al público por medio de elementos más atractivos e interactivos que buscaran captar el ojo del público. Anderson (2012) expone *“And revolutionary advances in new technologies have allowed museum exhibitions to provide a level of dynamism and action that had been much more difficult previously”* (p. 299).

“Y los avances revolucionarios en las nuevas tecnologías han permitido a las exhibiciones de los museos proporcionar un nivel de dinamismo y acción que, anteriormente, había sido mucho más difícil.” (p.299) (Traducido por: Moscoso, A., 2015).

Asimismo, el lenguaje utilizado en las “etiquetas” que presentaban la información del objeto expuesto ya no debía sonar tan técnico y no amigable con las personas con quienes entrara en contacto. Cabe mencionar que al museo llega toda clase de persona (diferentes edades, culturas, géneros, profesiones, entre otros) y el museo debe ser capaz de llegar por igual a todas ellas.

No fue sino hasta que los procedimientos estudio-visitante se convirtieran en una práctica más frecuente del museo y la interpretación fuera sujeta a evaluación. Estos hicieron ver lo ineficiente que las etiquetas de exhibición eran por lo regular. Algunas padecían de deficiencias como una pobre escritura o diseño; otras fallaban simplemente en no ser interesantes (Anderson, 2012, p.149).

Precisamente, los mensajes transmitidos por cualquiera de estos medios son captados por los visitantes que a su vez los hacen suyos interpretándolos a su manera.

Los asimilan dependiendo el conocimiento previo que tengan sobre el tema, alguna experiencia personal, situaciones actuales, antecedentes culturales y/o sociales o ambientes en donde se desenvuelvan día a día.

Para que ese proceso comunicativo se lleve a cabo con resultados exitosos es necesario que la información sea inteligible para toda clase de visitante. Eso significa que el receptor debe entender el mensaje aun si no habla el idioma utilizado en el museo.

Las autoridades de los museos por fin estaban entendiendo el mensaje; interpretar era acerca de comunicar; y una comunicación efectiva requería unir al mundo del experto con el del *lego* con un idioma que fuese inteligible para el último sin ser una tergiversación del primero. (Anderson, 2012, p.149)

1.4.3 Función educativa

Kathleen Mclean, quien es experta en el desarrollo de exhibiciones independientes, diseño y planeación de las mismas, en su ensayo *Do Museum Exhibitions Have a Future?* expresa lo siguiente:

Museums might take a leadership role in developing new models for learning and critical thinking, or they might continue to serve an outdated industrial revolution model of public education. Museums might become centers for inspiration, reflection, and social interaction, where people connect deeply with their humanity, with beauty, and with the natural world...Museums might open their doors wider to public discourse, becoming physical "Wikipedias" that are created and sustained by the people who use them. Or they might not. (Anderson, 2012, p. 291-292)

Los museos pueden tomar un papel líder en el desarrollo de nuevos modelos para el aprendizaje y pensamiento crítico o pueden continuar sirviendo a un modelo obsoleto de educación pública de la revolución industrial. Los museos pueden llegar a ser centros para la inspiración, reflexión y la interacción social, donde las personas se conectan de forma profunda con su humanidad, belleza y el mundo natural...Los museos pueden abrir más sus puertas al discurso público, convirtiéndose en "*Wikipedias*" físicas que son creadas y alimentadas

por las personas quienes las utilizan. O puede que no. (Anderson, 2012, p. 291-292) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Desde la concepción del museo, la institución fue diseñada para el aprendizaje de las artes. Esta función y misión, si bien es de las más antiguas, ha evolucionado conforme al enfoque del museo que se concentra actualmente en el visitante y ya no en el objeto. El nuevo enfoque ha permitido enganchar de varias maneras innovadoras la atención de la persona; estimulando los sentidos y habilidades para un aprendizaje integral.

- ***Learning – I want to learn something new.***

Visitors come (and bring the kids) “to learn something new,” but they learn in different ways. It’s important to know how visitors learn, and assess their knowledge and interests. Controlling distractions (like crowds, noise and information overload) helps them, too. (Anderson, 2012, p. 316)

- **Aprendizaje – Quiero aprender algo nuevo.** Los visitantes vienen (y traen niños consigo) “para aprender algo nuevo”, pero ellos aprenden de formas diferentes. Es de suma importancia saber cómo aprenden los visitantes y asesorar su conocimiento e intereses. Controlando las distracciones (como multitudes, ruido y sobrecarga de información) también los ayuda. (Anderson, 2012, p. 316) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

La educación, por lo tanto, va más allá de las cuatro paredes del museo; es involucrar de tal manera a los visitantes (sean estudiantes, turistas, educadores, profesionales, niños, adolescentes, adultos, entre otros) que, al momento de ellos salir de nuevo a la sociedad, se conecten con su realidad y compartan su experiencia con las demás personas. Andrew J. Pekarik opina que

...the word “education” should be used to mean much more than “schooling” or “training.” It should be used to describe something that extends far beyond the acquisition of certain predefined knowledge and abilities. It should describe a type of engagement with reality that leads to independent growth and discovery. (Anderson, 2012, p. 405)

... la palabra “educación” debería ser utilizada para significar mucho más que “escolarización” o “capacitación”. Esta debería utilizarse para describir algo que se extienda más allá de la adquisición de cierto conocimiento o habilidades predefinidas. Esta debería describir un tipo de compromiso con la realidad que lleve al crecimiento y descubrimiento independiente. (Anderson, 2012, p. 405) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

1.4.4 Función cultural

Sin lugar a dudas el museo es una de las instituciones óptimas para la promoción y conservación de la cultura de una nación. Bajo su techo, esta institución alberga elementos intrínsecos de la vida cotidiana de diferentes generaciones pertenecientes a una sociedad evolutiva; elementos que representan el dinamismo de las personas en todos los ámbitos (pintura, escultura, historia, tecnología, ciencia, literatura, recreación, fotografía, música, religión, entre otros) en los cuales una persona puede llegar a desenvolverse y destacar.

El museo no acoge a una sola cultura, mucho menos si está en un país multicultural como lo es Guatemala, en donde su riqueza cultural debe estar expuesta a todo tipo de visitante. Además de hospedar a las diferentes culturas locales también acoge a culturas extranjeras; esto ocurre cuando visitantes de otros países entran en contacto con la cultura local con los objetivos de aprender, disfrutar, descubrir y conocer. Hooper-Greenhill expresó que:

As long as museums and galleries remain the repositories of artefacts and specimens, new relationships can always be built, new meanings can always be discovered, new interpretations with new relevances can be found, new codes and new rules can be written. (Silverman 2010, p. 20)

Mientras los museos y galerías permanezcan como almacenes de artefactos y especímenes, siempre se pueden construir nuevas relaciones; siempre se pueden descubrir nuevos significados; se pueden encontrar nuevas interpretaciones junto con nuevas relaciones; se pueden escribir nuevos códigos y nuevas reglas. (Silverman 2010, p. 20) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

1.5 Definición de museología

Luego de haber definido el concepto de museo, su evolución a lo largo de la historia e impacto en la sociedad, es momento de analizar brevemente la ciencia que trata los asuntos relacionados con el museo. En el DRAE podemos encontrar la siguiente acepción: “ciencia que trata de los museos, su historia, su influjo en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación”.

Sin embargo, el concepto de museología, hoy en día, ya no se limita únicamente al museo como objeto de estudio en sí, sino “examina la relación específica del hombre con la realidad y consiste en la colección y la conservación consciente y sistemática y en la utilización científica, cultural y educativa de objetos inanimados, materiales, muebles que documentan el desarrollo de la naturaleza y de la sociedad” (Desvallées y Mairesse, 2005, p. 57).

La nueva museología está abierta a cambios innovadores al sistema tradicional museístico y prueba de ello es la inclusión de todo tipo de museos, convencionales y cibernéticos o virtuales. Considerada por algunos autores como “filosofía de lo *museal*” (Desvallées y Mairesse, 2005, p. 59).

CAPÍTULO II

2. El visitante

Uno de los cambios significativos relacionados con la evolución del museo es el del giro de enfoque de la institución. Este pasó del objeto museístico hacia la persona quien visita el lugar. John Falk menciona que:

Although it was not always true, today most museums exist in order to attract and serve visitors – as many as possible. Although arguably museums have long wondered about who visits their museum, why and to what end, understanding something about museum visitors is no longer a nicety, it is a necessity!

(Anderson, 2012, p. 317)

A pesar que no siempre fue verdad, ahora la mayoría de museos existe para atraer y servir a los visitantes – tantos como les sea posible. Aunque los museos se han preguntado por mucho tiempo sobre quién los visita, por qué y para qué, entender algo sobre los visitantes del museo ya no es más una sutileza, ¡es una necesidad!” (Anderson, 2012, p. 317) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

Por ende, este nuevo modelo de museo abierto a toda clase de público debe contar con ciertos requisitos para cumplir con las expectativas de las personas que los visitan.

A continuación, se mencionan algunos elementos identificados por Carlucci y Seibel (2014, p. 52) en su trabajo en cuanto a la labor del museo hoy en día:

- Debe de tener en cuenta a quién se dirige.
- Se convierte en un espacio comunicativo multimodal e interactivo.
- Debe conocer los intereses, necesidades y expectativas del visitante.
- Debe ser accesible a todo tipo de visitante.

Si los museos desean preservar su popularidad en la sociedad como centros de la cultura y transmisores de conocimiento; lugares en donde se puede disfrutar

aprendiendo, deberán comprender y servir de mejor forma a sus visitantes (Anderson, 2012, p. 317).

Haciendo mención nuevamente sobre la lista de derechos del visitante de Judy Rand, ella también señala la importancia de tomar en cuenta las necesidades del público participante.

Dos puntos claves para que la persona se sienta a gusto dentro del museo son:

1. Escuchar al visitante
2. Orientar al visitante

Estos dos incisos lo plasman de la siguiente forma

- ***Welcome/belonging – Make me feel welcome.***
Friendly, helpful staff ease visitors' anxieties. If they see themselves represented in exhibits and programs and on the staff, they'll feel more like they belong. (Anderson, 2012, p. 315)
Bienvenido/perteneciente – Hazme sentir bienvenido (a). El personal amigable y útil tranquiliza las ansiedades del visitante. Si ellos se ven reflejados en las exhibiciones, en los programas y en el personal tendrán un sentir de pertenencia. (Anderson, 2012, p. 315) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)
- ***Orientation – Make it easy for me to find my way around.***
Visitors need to make sense of their surroundings. Clear signs and well-planned spaces help them know what to expect, where to go, how to get there and what it's about. (Anderson, 2012, p. 315)
Orientación – Facilitame encontrar mi camino. Los visitantes necesitan dar sentido a su entorno. Las señales legibles y espacios bien planificados los ayuda a saber qué esperar, a dónde ir, cómo llegar ahí y sobre qué se trata. (Anderson, 2012, p. 315) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

2.1 Identificación de los grupos visitantes

Con el objetivo de prestar un servicio más personalizado e inclusivo hacia el público del museo, se han logrado identificar a los distintos grupos que lo visitan. La categorización de estos grupos va más allá de las clasificaciones comunes, como edad, género, religión, grado académico e identidad cultural (Jiménez, Seibel & Soler, 2012, pp. 355-356).

Las características que ahora se están tomando más en cuenta son las discapacidades físicas, visuales, intelectuales o auditivas, y el idioma distinto al del museo.

Partiendo de la clasificación realizada por Jiménez, Seibel & Soler (2012, pp. 355-356) más la categorización relacionada a la identidad del visitante por John Falk en su ensayo “La experiencia del visitante del museo: ¿quién visita, por qué y para qué efecto?” (Anderson, 2012, p. 317), se presenta a continuación la siguiente tabla en la cual se divide en afinidad motivacional (motivo que lleva a la persona a realizar la visita y su descripción) y la afinidad por grupo (segmentación por características demográficas).

Tabla 2

Clasificación de los visitantes según Jiménez, C., Seibel, C. y Soler, S. y John Falk adaptado a Guatemala

Clasificación de los tipos de visitantes en los museos de la ciudad capital de Guatemala		
	Afinidad motivacional	Afinidad por grupo
Exploradores	Visitan el museo gracias a la curiosidad que les despierta el contenido del mismo. Esperan encontrar algo nuevo que aprender y que llame su atención.	Adultos
Facilitadores	Se motivan fácilmente por el entorno social. Les gusta compartir y aprender en grupo o de otras personas.	Niños
Buscadores de experiencias	Visitan el museo porque creen que es una parada obligatoria debido a su contenido cultural, científico o histórico.	Adolescentes
		Familias
Profesionales		Estudiantes/ profesores

	Presentan interés en la temática del museo por la relación existente entre su profesión y contenido del lugar. Buscan satisfacer un objetivo puntual y expandir o reafirmar su conocimiento sobre ciertos temas.	Turistas nacionales (a veces hablantes de un idioma diferente al del museo – idiomas mayas)
		Turistas extranjeros (hablantes de un idioma diferente al del museo)
Creyentes	Encuentran dentro del museo un ambiente de tranquilidad e introspección. (Ocurre más en museos religiosos o de acontecimientos fuertes que han impactado a la población local o mundial).	Personas con discapacidad auditiva Personas con discapacidad física
Aficionados	Presentan interés en la temática del museo porque les apasiona los elementos que encuentran dentro de él. Además, buscan satisfacer un objetivo puntual y expandir o reafirmar su conocimiento sobre ciertos temas.	Personas con discapacidad visual Personas con discapacidad intelectual

Fuente: Jiménez, C., Seibel C. & Soler, S., (2012) España; Anderson, G., (2012), Estados Unidos.

En cuanto a la motivación que lleva a las personas a visitar museos, para algunos es simplemente satisfacer su papel en la sociedad y los valores que los rigen sin importar su país de origen, identidad cultural, nivel socio-económico u otros. Por ejemplo, padres de familia que consideran el museo un lugar ideal de aprendizaje para sus hijos o turistas que buscan nuevas aventuras en un territorio desconocido. (Anderson, 2012, p. 323).

Si bien, se han hecho estudios sobre la segmentación de la audiencia que visita el museo y de sus preferencias, y cómo convertir el museo en el lugar ideal para toda clase de persona, considerándose un avance de la *nueva* museología. Atender las necesidades y expectativas de los visitantes se convierte en un desafío para las autoridades administrativas y demás personal.

La tarea de habilitar y adaptar el espacio museístico para que esté a disposición de todo tipo de personas implica una fuerte inversión económica, recursos humanos e

infraestructura, la cual algunas instituciones no lo tienen contemplado entre sus presupuestos.

Teniendo en cuenta que el museo es una institución que vela por la conservación y promoción de los aspectos culturales de una población en específico y que se proyecta hacia una audiencia multicultural, no debería considerar las diferencias propias de su público, tales como: idioma, cultura, religión, edad, género, etc. como una desventaja u obstáculo para el proceso comunicativo, sino como elementos de enriquecimiento propio del establecimiento. Elementos que contribuirían al intercambio de conocimiento entre culturas y a largo plazo entre sociedades. A continuación, Amalia Mesa-Bains (1992) hace una crítica/comentario respecto a cómo el personal del museo ha percibido la diversidad de sus audiencias como un problema o simplemente algo sin importancia, trayendo como consecuencia que ciertos grupos de visitantes sean parcial o totalmente olvidados, ella afirma que:

Differences in time and space, physicality, language, and communication affect the way people enter our institutions, the way they are received in our institutions, and the way in which they learn in our institutions. How we receive diverse communities and how we learn from them are elements we have largely ignored because we have come to think of audience as a problem, not as a resource. (Anderson, 2012, p. 111)

Las diferencias en tiempo y espacio, cualidades físicas, idioma y comunicación afectan la forma en que las personas acceden a nuestras instituciones, la forma en que son recibidas en nuestras instituciones y la forma en que aprenden en nuestras instituciones. La manera en que nosotros recibimos a diversas comunidades y cómo aprendemos de ellas, son elementos a los que no hemos prestado atención por mucho tiempo porque hemos llegado a pensar de la audiencia como un problema, no como un recurso (Anderson, 2012, p. 111) (Traducido por: Moscoso, A., 2015)

A esto, Adams y Koke agregan que el proceso para alcanzar un consenso sobre este tema [público] le permite al personal del museo una oportunidad para ampliar y enriquecer su percepción sobre las audiencias actuales y posibles (Anderson, 2012, p. 396).

2.2 Experiencia del visitante

La experiencia del visitante depende en gran parte de su percepción e interacción con el entorno. El éxito de las funciones comunicativa-educativa se verá reflejado, irónicamente, fuera de las instalaciones del establecimiento, cuando el individuo sale y continúa con su rutina, porque fuera del museo se podría cuestionar qué tanta información captó el visitante mientras se encontraba dentro, y cuánta información permanece como una experiencia agradable, placentera o qué aprendizaje importante ha integrado a su vida que valga la pena recordar para compartir con otras personas.

El entorno que rodea al visitante debe estimular todos sus canales perceptivos desde el momento de su ingreso, durante su permanencia en el recinto hasta retirarse del mismo. Dicha estimulación se logra principalmente bajo dos factores claves de la comunicación:

- El lenguaje escrito (trifolios, panfletos, etiquetas y rotulaciones informativas, paneles, señalización en general, entre otros);
- El lenguaje oral (en el caso de visitas guiadas, audioguías, videos y audios informativos);

Permitiendo a las personas orientarse adecuadamente en el espacio físico o virtual que se le presente.

Por esta razón, hoy en día, se busca implementar programas, herramientas y métodos interactivos (dentro de las instalaciones y en línea) que permitan a los visitantes ser participantes activos en lugar de ser únicamente espectadores pasivos. Nina Simone lo explica así *“the chief difference between traditional and participatory design techniques is the way that information flows between institutions and users.”* (Anderson, 2012, p. 331), “la diferencia principal entre el diseño de técnicas

participativas tradicionales es la manera en que la información fluye entre las instituciones y los usuarios” (Anderson, 2012, p. 331) (Traducido por: Moscoso, A., 2015).

Por tanto, el único objetivo del visitante al atravesar las puertas del museo es: vivir una experiencia placentera; y paralelo a este objetivo está también el de la institución, que es: proveer esa experiencia placentera al visitante para que éste quede satisfecho al momento de abandonar las instalaciones.

Habiendo identificado estos dos enfoques recíprocos dentro del contexto museístico, es imperativo resaltar la importancia de que los museos provean y promuevan condiciones idóneas dentro del ambiente multicultural y multimodal que toma vida entre las cuatro paredes y fuera de ellas. De ser así, todo tipo de público, sin excepción alguna, tendría la oportunidad de vivir la misma experiencia.

Además, siendo instituciones culturales y recreativas, los museos deben estar a la vanguardia en cuanto a la atención del visitante (cliente) con relación a otros establecimientos recreativos (competencia), tal es el caso de cines, parques de diversión, teatros, centros deportivos, entre otros. La única manera de no quedarse atrás en una sociedad globalizada y cambiante es reinventarse.

CAPÍTULO III

3. Accesibilidad lingüística en los museos

El concepto de accesibilidad en el ambiente museístico es un elemento vanguardista perteneciente a la nueva museología, el cual se ha intentado implementar en varios museos de diferentes países (Álvarez, 2013).

Este elemento permite que personas con necesidades y capacidades diferentes tengan acceso a la información (textual, auditiva o visual) presentada sin ningún obstáculo en la exposición (Fernández, 2013, p. 402). El museo es un fascinante medio de comunicación en donde los objetos exhibidos son elementos fundamentales para la transmisión de mensajes (Silverman, 2015, p.3).

Cuando se cumple con este requisito, el museo como ente difusor de la cultura, se convierte en un centro de enseñanza integral para toda clase de visitante. Lo que se pretende es hacer realidad el concepto de un mundo más incluyente en donde la globalización ha jugado un rol clave.

Gracias a esta, ha habido avances significativos en el campo de los derechos humanos, tecnología, cultura, entretenimiento, ciencia, arquitectura, entre otros, los cuales contribuyen a que las instituciones puedan ser espacios equitativos y abiertos para todo aquel quien las visite.

No obstante, el plan de accesibilidad en los museos representa una inversión económica alta que debe dividirse entre tecnología, infraestructura y recursos humanos. Por esa razón, únicamente los museos que cumplen con cierta afluencia de público, cuentan con prestigio internacional y/o cuyas colecciones son de gran valor invierten en este tipo de proyectos (Jiménez, Seibel, & Soler, 2012, p. 6).

3.1 Factores que impiden la accesibilidad en el museo

Para que un sitio sea totalmente accesible a cualquier tipo de persona que lo visite primero se tendrán que identificar las barreras de la comunicación dentro del museo.

Al momento de identificarlas se podrá proponer soluciones para contrarrestar o eliminar dichos obstáculos (Carlucci & Seibel, 2014, p. 52). El objetivo es siempre que el visitante viva una experiencia completamente agradable y satisfactoria sin importar su condición física, mental o cultural.

Cruz (2016, p. 1) expone las barreras que evitan una buena comunicación entre el emisor y receptor. Las presentadas a continuación son las que se identifican en los museos guatemaltecos de la ciudad capital:

1. Barrera idiomática
2. Barrera semántica
3. Barrera física

3.1.1 Barrera idiomática

El idioma es el principal medio de comunicación ya sea verbal o escrito entre los seres humanos. No obstante, éste deja de ser un canal en cualquiera de sus expresiones cuando el receptor no entiende el mensaje emitido por el emisor debido a que sus sistemas lingüísticos son distintos.

El museo es un sitio lleno de información de cualquier índole, divulgada por medio de diferentes canales (escrito, verbal, auditivo, gráfico, entre otros). Información abierta y transmitida al público visitante; sin embargo, las puertas hacia la riqueza cultural se ven obstaculizadas por el monolingüismo del lugar.

Analizando la opinión de Amalia Mesa-Bains en cuanto al plurilingüismo de las audiencias, cuando se habla de las audiencias es imperativo hablar también de los estilos de comunicación e idioma. El plurilingüismo puede llegar a convertirse en un problema en cuanto a la señalización, recorridos, catálogos, folletos, exposiciones y personal (Anderson, 2012, p. 110).

Es decir que el monolingüismo del museo es el problema para la diversidad lingüística de los visitantes. El plurilingüismo representa una inversión económica, de personal y tecnológica fuerte, gasto muchas veces innecesario que no todas las instituciones están dispuestas a pagar, ya sea por falta de recursos o voluntad.

El único resultado que se obtiene con estas acciones es cerrar las puertas, poco a poco, a un grupo meta importante, como el turismo extranjero, quien está dispuesto a pagar por servicios eficientes para conocer la cultura del país que visita.

3.1.2 Barrera semántica

Esta barrera surge cuando el receptor visitante malinterpreta o no comprende el concepto de las palabras utilizadas por el emisor (personal del museo) evitando que el mensaje llegue a su destino de forma clara (Cruz, 2016, p. 1). Si esto ocurre con hablantes del mismo idioma, con más razón ocurrirá entre personas que hablan idiomas diferentes.

Esta barrera se da al momento de una traducción errónea al utilizar el término inadecuado para el contexto y el grupo de visitantes meta.

3.1.3 Barrera física

Este tipo de obstáculo no tiene que ver propiamente con la información que se expone, mas sí afecta e influye la manera de difusión al público. Las barreras físicas comprenden impedimentos ambientales o arquitectónicos, de espacio, que limitan parcial o totalmente la captación del mensaje.

Entre los impedimentos ambientales se encuentran elementos que limitan la audición – ruidos, audio deficiente de videos o presentaciones e interferencias sonoras–, y visión – posición de las etiquetas de exposición, iluminación excesiva o deficiente de los ambientes, señalización inadecuada por el tipo, color y tamaño de fuente, y demasiada o poca información expuesta – (Cruz, 2016, p. 1).

Ahora bien, los impedimentos arquitectónicos son los que ya sea por el diseño de las exposiciones o estructura del edificio (por antigüedad de los lugares) limitan la libre locomoción de los visitantes. Las personas que se ven más afectadas por este tipo de factores son las que tienen algún tipo de discapacidad física y visual.

3.2 Accesibilidad en museos internacionales

Actualmente varios museos reconocidos a nivel internacional o muy visitados dentro de sus países cuentan con programas, planes y hasta aplicaciones tecnológicas de accesibilidad al público, tanto en sus sitios web oficiales como en sus instalaciones

físicas. Inclusive, algunos de ellos están certificados como museos accesibles por leyes o normativas sobre integración y no discriminación (Jiménez, Seibel, & Soler, 2012).

Los dos grupos meta a quienes están destinados estos servicios son:

- a) Personas con capacidades diferentes (físicas, intelectuales, motrices, visión –parcial o total–, sordera –parcial o total –).
- b) Turistas extranjeros con idioma diferente al del museo.

Entre los programas y servicios de accesibilidad que prestan la mayoría de instituciones, según sus páginas web consultadas, para los turistas extranjeros están los siguientes:

- Visitas guiadas agendadas previas a la visita. Los recorridos los imparte personal profesional del museo.
- Visitas guiadas con audioguías. Estas se alquilan por una tarifa mínima establecida por cada institución. Se devuelven al finalizar el recorrido.
- Mapas del museo traducidos (las versiones en distintos idiomas están en digital versión archivo PDF y se descargan en su idioma deseado desde la página oficial).
- Folletos, panfletos o algún otro tipo de documento informativo traducido en diferentes idiomas (también se encuentran en versión digital como archivos PDF para descargar desde los sitios oficiales).
- Personal bilingüe a disposición de los visitantes en caso de que ocurriera algún tipo de emergencia u otra situación.
- Exposiciones permanentes o temporales en dos o más idiomas.
- Las páginas web tienen la opción de ser vistas en diferentes idiomas.
- Aplicaciones multilingües gratuitas o cobradas para *smartphones* y *ipads* las cuales proporcionan toda la información al visitante para que sea él quien decida su propio recorrido y vaya a las exposiciones que mejor le parezcan.

Los idiomas utilizados en este tipo de servicios son los predominantes o con mayor número de hablantes en el mundo, siendo estos: español, inglés, alemán, árabe, chino, ruso, italiano, portugués, coreano, japonés, francés e hindi. Sin embargo, varias instituciones le dan mayor prioridad al inglés, español, alemán y francés.

En el caso de España, un país con riqueza lingüística al igual que Guatemala, además de tener traducidos los materiales dentro del museo a idiomas extranjeros, también los traduce a sus idiomas nacionales (gallego, vasco, euskera y catalán).

A continuación, se muestran algunos de los museos que van a la vanguardia de la accesibilidad en general a nivel mundial y cuentan con programas destacados para toda clase de público.

Tabla 3

Planes y medios de accesibilidad en museos europeos y estadounidenses

MUSEOS		Legislación sobre accesibilidad	Programas de accesibilidad para personas con capacidades diferentes	Programas de accesibilidad para extranjeros	Herramientas en el sitio web	
Europa	España	Museo Nacional de Escultura	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal con discapacidad. • Ley de reconocimiento de lenguas de signos españolas y regulación de medios de apoyo a la comunidad oral de personas sordas, con discapacidad auditiva y sordo ciegas. • Normativa UNE 17-0001:2001 • Normativa UNE 17-001:2007 • Normativa UNE 139803:2004 • Normativa UNE 139803:2012 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos inalámbricos de bucles magnéticos para mejorar la audición durante visitas guiadas y presentaciones. • Amplificadores de sonido. • Señalización en Braille y altorrelieve. • Accesibilidad visual de obras tomando en cuenta distintos tamaños, iluminación y ambiente. • Lenguaje claro sin tecnicismos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetas de exposición en inglés y español. • Folletos, hojas de las salas y guías en español, inglés y francés. • Audioguías multilingües para adultos y niños. 	<p>Información sobre el museo en español, inglés, catalán, vasco y gallego.</p> <p>Guía de accesibilidad archivo PDF (español).</p>
		Museo Nacional del Prado	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguías con bucle magnético. • Audioguía con audio descripción. • Señalización adecuada. 	<p>Material gratuito: plano del museo en 14 idiomas diferentes (cuatro son nacionales).</p>	<p>Audios describiendo obras de arte reconocidas mundialmente.</p>	

Europa	España		<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones sin barreras arquitectónicas. • Acceso de animales terapéuticos o perros guías certificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguías para adultos en 13 idiomas (tres nacionales). • Audioguía de exposiciones temporales (esp/ing). • Folleto de las exposiciones temporales (esp/ing) • Audioguías para niños (esp/ing). 	<p>Sitio en inglés y español.</p> <p>Aplicaciones oficiales del museo.</p>
Francia	Museo del Louvre	Implementación de medidas de accesibilidad acorde con la Ley sobre personas con discapacidad (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres y actividades adaptados para cada grupo de personas. • Recorridos con guía y alquiler de sillas de ruedas o asientos plegables. • Recorridos descriptivos y táctiles (ciertas obras de arte) para personas con ceguera parcial o total. • Recorridos con intérprete de lenguaje de señas francés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Audioguías en varios idiomas versión Nintendo 3DS™ XL alquilables en las instalaciones del museo. • Aplicaciones móviles con recorridos interactivos del Louvre para iPhone y Android. 	<p>Sitio oficial en francés e inglés.</p> <p>Planos del museo en archivos PDF disponibles en 13 idiomas.</p> <p>Instrucciones para el alquiler de las audioguías en el museo en alemán, inglés y español.</p>

Norte América	Estados Unidos	American with Disabilities Act (ADA)	<ul style="list-style-type: none"> • Recorridos y actividades diseñados para niños autistas. • Alquiler de sillas de ruedas. Todos los ambientes son accesibles para personas con dificultad de movimiento y sillas de ruedas. • Intérpretes de lenguaje de señas (sólo inglés) junto al guía del recorrido. • Audífonos y equipo infrarrojo para personas con sordera parcial. • Recorridos con descripción y palpación de objetos. • Señalización en sistema Braille. • Admisión de animales guía. • Transcripción de algunas exposiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 400 empleados identificados con la insignia “I speak...” dispuestos a asistir al visitante en 30 idiomas distintos. • Apoyo de servicios de interpretación externos en caso ninguno de los empleados hablase el idioma del visitante. • Planos del museo disponibles en 10 idiomas en las cabinas de información o archivos PDF. • Correo electrónico para recibir comentarios o sugerencias en cuanto al servicio de idiomas extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Opción de traducción del sitio con Google Translate. • Archivos PDF descargables en nueve idiomas para que la persona interesada planifique su visita con anticipación.
	Smithsonian Museums (Washington D.C.)	<ul style="list-style-type: none"> • Programación de recorridos especiales. • Instalaciones accesibles para todo tipo de visitante con movilidad limitada. • Audio descripciones y materiales táctiles. • Préstamo de sillas de ruedas, bastones y carruajes para niños. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de audífonos individuales disponibles en dos de las instituciones. • Cuatro idiomas: alemán, francés, japonés y español. • Recorridos en diferentes idiomas en algunos museos. Incluyen el swahili, hindi, bengalí y serbo-croata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sección dedicada a los visitantes hablantes de idiomas extranjeros. • Panfleto del museo disponible en formato PDF y en siete idiomas (chino, francés, alemán, japonés, coreano, ruso y español). 	

3.3 Evaluación de la accesibilidad en los museos guatemaltecos de la ciudad capital

La forma de evaluación de la condición de accesibilidad en cada una de las instituciones se hizo por medio de visitas a los lugares, observación y evaluación de las instalaciones, contenidos, materiales físicos y electrónicos. También, se consultaron recursos en línea como los sitios oficiales de cada museo y sitios de turismo guatemalteco para recopilar datos pertinentes al trabajo de investigación orientados siempre a la traducción e interpretación dentro del museo. Además, se contactó a las instituciones para averiguar sobre el tipo de servicios que presta cada uno para grupos de turistas extranjeros, principalmente de habla inglesa.

Estos son los aspectos tomados en consideración para la evaluación de cada museo:

1. Instalaciones de fácil acceso (espacio físico) y programas de atención y guía para personas con capacidades diferentes (tanto para guatemaltecos como para turistas extranjeros).
2. Contenidos desplegados en el museo traducidos al inglés o a idiomas diferentes al del lugar (español).
3. Visitas guiadas o recorridos en inglés u otro idioma dentro del museo para grupos de extranjeros.
4. Información disponible en inglés u otro idioma para turistas extranjeros en el sitio web oficial de cada institución.
5. Alquiler o préstamo de equipo de guías multimedia o audioguías para turistas extranjeros con opción de selección de idiomas.
6. Disponibilidad de materiales del museo (panfletos, trifoliales, volantes, entre otros) en inglés o idiomas diferentes al español.

Los museos nacionales fueron seleccionados por su ubicación, afluencia de público, importancia de sus exposiciones permanentes y trascendencia en la sociedad guatemalteca.

A continuación, se presentan los museos que forman parte de la muestra escogida:

- a) Museo del Ferrocarril
- b) Museo Ixchel del Traje Indígena
- c) Museo Popol Vuh
- d) Museo Numismático
- e) Museo de Arte Moderno “Carlos Mérida”
- f) Museo Nacional de Arqueología y Etnología
- g) Museo Miraflores
- h) Palacio Nacional de la Cultura

Tabla 4

Lista de cotejo de los aspectos a evaluar en los museos guatemaltecos

Museos/ Aspectos	Instalaciones inclusivas	Contenido expuesto traducido	Visitas guiadas	Sitio web en inglés	Alquiler de equipo (audioguías)	Material informativo traducido
Museo del Ferrocarril	X	X	O	X	X	X
Museo Nacional de Arqueología y Etnología	X	O	X	X	X	O
Museo Miraflores	O	X	O	X	X	O
Palacio Nacional de la Cultura	X	X	O	X	X	X
Museo de Arte Moderno “Carlos Mérida”	X	X	X	X	X	X
Museo Numismático	O	O	O	O	X	O
Museo Popol Vuh	O	X	O	X	X	O
Museo Ixchel del Traje Indígena	O	X	O	X	X	O

Clave: **O** = sí, **X** = no

Autor: Ana Moscoso, 2016.

3.3.1 Análisis de la investigación de la evaluación realizada

- a. El idioma extranjero con el que trabajan los museos es el inglés.
- b. Los museos no cuentan con programas especiales de inclusión y accesibilidad para personas con discapacidades. Solo un museo anunciaba en su sitio web las instalaciones de fácil acceso para sillas de ruedas y carruajes (rampas y elevador).
- c. Únicamente un museo cuenta con la opción para traducir su sitio web al idioma inglés.
- d. El material en inglés disponible para los turistas extranjeros se limita a trifolios o folletos con breve historia sobre el museo y sus exposiciones.
- e. No se cuenta con equipo audiovisual (guías multimodales, audioguías/audio descripciones) para turistas extranjeros ni personas con limitaciones parciales o totales de visión o acústicas.
- f. Cinco de los ocho museos evaluados ofrece el servicio de visitas guiadas en inglés con reserva previo a la visita.
- g. Algunos cuentan con los textos que acompañan las exposiciones traducidos al inglés.
- h. Siendo Guatemala un país multilingüe, donde coexisten 25 idiomas (incluido el español), no existe ningún tipo de contenido verbal ni escrito en las instituciones evaluadas que esté traducido a los idiomas nacionales, ni siquiera a aquellos con mayor número de hablantes nativos.

3.3.2 Conclusión sobre el trabajo de investigación

El idioma en que los museos seleccionados de la ciudad capital trabajan toda su información y datos en las exposiciones permanentes y temporáneas, es el español, por ser el idioma oficial de Guatemala. No obstante, como consecuencia esto provoca que el museo se torne en un ambiente monolingüe. Esto significa que se proyectan a un número reducido de turistas nacionales y extranjeros de habla hispana (lengua materna o lengua A) y a personas con conocimientos parciales o totales del idioma (segundo idioma o lengua B).

CAPÍTULO IV

4. Traducción en el museo

Para Clifford los museos se convierten en “‘*contact zones*’ *between cultures*” (Sturge, 2014, p.164), “‘zonas de contacto’ entre culturas” (Sturge, 2014, p.164) (Traducido por: Moscoso, A., 2016) al momento en que abren sus puertas a los visitantes. Zonas donde el entendimiento y conocimiento deben prevalecer sin importar la diferencia de idiomas y culturas. El museo es por lo tanto “...*a space where different languages meet and struggle to be heard.*” (Sturge, 2014, p.164), “...un espacio donde idiomas distintos se encuentran y luchan por ser escuchados” (Sturge, 2014, p.164) (Traducido por: Moscoso, A., 2016).

Si de accesibilidad universal se trata, es indispensable mencionar el papel fundamental que juega la traducción dentro de esta institución al facilitar el entendimiento entre culturas por medio del idioma.

El concepto del verbo traducir (del latín *traducere*, ‘hacer pasar de un lugar a otro’) depende, muchas veces, del punto de vista subjetivo o experiencia del traductor profesional; sin embargo, cada definición contiene la misma esencia, la cual es: “expresar en una lengua lo que está escrito o se ha expresado antes en otra; convertir, mudar” (DRAE).

Estos son algunos de los conceptos propios de profesionales expertos en el campo de la traducción los cuales se encuentran recopilados en Herramientas para la traducción (2009):

- “La traducción consiste en reproducir, mediante una equivalencia natural y exacta, el mensaje de la lengua original en la lengua receptora, primero en cuanto al sentido y luego en cuanto al estilo”. (Nida y Taber, 1974).
- “Muchas veces, aunque no siempre, es verter a otra lengua el significado de un texto en el sentido pretendido por el autor”. (Newmark, 2010, p. 19).
- “La traducción, en el sentido estricto, es el reemplazo de un mensaje, codificado en un idioma natural, por un mensaje equivalente codificado en otro idioma”. (Toury, 1980).

4.1 Traducción de material museístico

La traducción de los textos y material audiovisual requiere de un análisis textual y contextual por parte del traductor. El punto de partida y referencia para el profesional será siempre el objeto museístico (elemento principal de donde se deriva la información).

Los objetos y las palabras parecen disputar su estatus en la exhibición ¿Acaso el objeto solo puede ser verdaderamente “real” ... o el objeto sirve únicamente para ilustrar lo escrito por el restaurador de mentalidad didáctica, texto que contiene la “verdadera” realidad del objeto? (Sturge, 2014, p. 158)

“... *written text is certainly a crucial component of the museum display*” (Sturge, 2014, p. 158), “...el texto escrito es, sin duda, un componente crucial de la exposición del museo” (Sturge, 2014, p. 158) (Traducido por: Moscoso, A., 2016). Es la forma más importante y tradicional de comunicación dentro del recinto, tomando en cuenta que se puede encontrar en el título de una exposición, la definición del contexto en donde se encontraron los objetos recolectados, títulos de las exposiciones o áreas del museo, paneles introductorios, además de estar incluido en el material o documentos como catálogos, folletos, manuales, entre otros para estudiantes escolares, universitarios, profesionales y público en general (Sturge, 2014).

En cuanto al análisis textual, Newmark (2010) lo divide en dos niveles:

- a) General (comprensión universal de lo que se lee),
- b) Detallado y profundo (identificación de neologismos, tecnicismos, términos culturales, intención del texto y profundidad).

El objetivo es que el traductor comprenda el texto después de dos lecturas antes de comenzar con el proceso traductológico (Newmark, 2010).

Ahora bien, el análisis contextual, estudia y evalúa los elementos extralingüísticos (fuera del texto) que les da sentido (dependiendo el contexto) a las palabras dentro del texto. Los elementos extralingüísticos a tomar en cuenta comprenden desde los culturales (costumbres, tradiciones, ubicación geográfica,

creencias, sistema político, económico, religioso y social), históricos (época prehispánica, colonial, moderna, contemporánea, presente, pasada, entre otras), hasta los sociales (condición económica, estatus dentro de la sociedad, género...).

Además, Newmark (2010, p. 145) agrega los siguientes factores contextuales:

a) **Motivación y nivel cultural, técnico y lingüístico del lector (Newmark, 2010, p. 145)**

La comprensión del texto depende en gran parte de la preparación del lector (antecedentes académicos, culturales y entre otros). Dependiendo de sus antecedentes, cada lector tendrá distintos puntos de vista sobre un mismo texto.

b) **Marco (¿existencia de una traducción ya reconocida?) (Newmark, 2010, p. 145)**

Previo a comenzar a traducir, se debe realizar una investigación para averiguar datos sobre todo lo referente al texto a traducir. Entre esos datos, se debe buscar si ya existe una traducción reconocida del texto. En caso existiere una traducción aprobada o reconocida del mismo texto o de otros similares, habría que consultarla para examinar los términos utilizados, estilo y forma de la traducción. Esta le serviría al traductor como material de apoyo, un marco de referencia.

c) **Objetivo del texto (Newmark, 2010, p. 145)**

El traductor debe comprender en primer lugar cual es el objetivo o que mensaje pretende el autor del texto original hacia los lectores de la LO. Para luego poder transmitir ese mismo mensaje a los lectores de la LM.

d) **Importancia del referente en el texto origen (Newmark, 2010, p. 145)**

El referente es “la realidad extralingüística a la que remite un signo” (DRAE), en otras palabras, el referente es el objeto real o material al que hace referencia el signo lingüístico. Por lo tanto, un referente puede ser distinto entre culturas al evocar objetos reales propios del entorno cultural de cada lector. Por esta razón, es importante que el traductor analice cuales son los referentes del texto origen para no crear confusión o contradicción en los lectores del texto meta.

4.1.1 Técnicas de traducción aplicadas al material museístico

En el museo se encuentran diferentes tipos de textos (técnicos, informativos, turísticos, científicos, históricos) en donde se expone información conducente sobre los objetos expuestos, el museo, señalización, y material portátil (panfletos, revistas, trifoliales). Por lo mismo, se utilizan o combinan distintas técnicas de traducción para una mayor apreciación y comprensión del texto en la LM. Por la variación en la estructura, forma, contenido, terminología, estilo y presentación de los textos, más el público meta al que van dirigidos, las técnicas de traducción pueden variar y combinarse.

A continuación, técnicas de traducción que mejor se aplican a los textos museísticos:

- **Préstamo (transferencia o extranjerismo naturalizado)**

Los autores de textos turísticos utilizan muchas palabras propias de la cultura origen, porque el objetivo del texto es promocionar su país haciendo uso de expresiones lingüísticas típicas de esa localidad geográfica. Sin embargo, al momento de traducir, a veces no existe el término exacto o correcto para transmitir el mensaje.

López y Minett (2006) indican que:

En esta técnica la palabra extranjera permanece inalterada al principio, pero luego de un tiempo es posible que sufra alteraciones o adaptaciones fonéticas y morfológicas acorde al idioma meta, dando lugar a la naturalización del término. Además, el préstamo viene a llenar la laguna lingüística en la lengua receptora, no cabe duda de que constituye una forma de enriquecimiento del idioma. (pp. 236-237).

No obstante, como regla de oro, según Newmark (2010) “sólo se deben transferir ‘objetos’ culturales o conceptos relacionados con un pequeño grupo o secta” (p. 118).

- **Naturalización**

Newmark (2010) define a la naturalización como “el adaptar una palabra de la LO a la pronunciación y morfología normales de la LT (lengua terminal)” (p.119).

- **Adaptación (equivalencia cultural, de situación, dinámica o funcional)**

López y Minett (2006. p. 277) lo presentan como una “naturalización completa a la cultura receptora ante la existencia de un vacío cultural”. Por lo mismo, la adaptación es a un nivel cultural, pero con la misma carga significativa.

- **Traducción literal**

Para Newmark (2010, p. 99) la traducción literal es uno de los procedimientos esenciales o básicos del proceso traductológico, a veces, el traductor debe recurrir a ella y no significa que el resultado esté del todo mal. Esta técnica es más útil si se aplica al momento de traducir palabras (cuando no existe una laguna lingüística entre la LO y LM), oraciones o frases con estructuras sencillas y sin mucha carga semántica.

La forma de probar que la traducción literal fue exitosa es con la prueba de la ‘retrotraducción’ (volver a traducir el sintagma al idioma original) (Newmark, 2010, p. 107).

López y Minett (2006, p. 257), mencionan los cinco casos en que la traducción literal no es funcional identificados por Vinay y Darbelnet, estos son:

- a) Por producirse un cambio de sentido
- b) Por no obtenerse ningún sentido
- c) Por no ser posible debido a razones estructurales
- d) Por una falta de correspondencia metalingüística

e) Por darse, a pesar de existir una correspondencia, un cambio en el registro de la lengua

- **Transposición (*shifts*)**

Técnica en la cual el traductor debe cambiar la estructura gramatical del texto origen para que en el texto meta se lea natural. Esta puede ser obligatoria o una elección de estilística por parte del traductor, López y Minett (2006). El cambio gramatical no debería modificar el mensaje. Estos son algunos tipos de transposición que propone Peter Newmark (2010) basándose también en la teoría de Vinay y Darbelnet:

- a) Singular en la LO por plural en la LM.
- b) Cuando una estructura gramatical de la LO no existe en la LM.
- c) Adverbio más adjetivo en la LO a nombre más adjetivo en la LM.
- d) Preposición en la LO a construcción preposicional en la LM.
- e) Adverbio en la LO a construcción adverbial en la LM.
- f) Nombre más nombre en la LO a nombre más adjetivo en la LM.
- g) Verbo copulativo más nombre en la LO a verbo en la LM.
- h) Verbo descriptivo más preposición en la LO a verbo de movimiento más gerundio en la LM.
- i) Oración subordinada o sintagma adverbial en la LO a construcción en participio en la LM.

- **Expansión**

Amplificación del texto traducido por motivos estructurales para evitar una traducción literal y no natural para el lector meta. Suele suceder con las preposiciones en inglés, con mayor carga semántica que en español, al traducirlas se convierten en “elementos funcionales” (López & Minett, 2006, p. 283).

- **Omisión o reducción**

De acuerdo con López y Minett (2006) esta técnica puede ser forzada o necesaria muchas veces del inglés al español o viceversa para presentar una traducción más concisa sin cambiar por completo el mensaje a la LM (p.292).

- **Modulación**

Según Vinay y Darbelnet, la modulación es la técnica que “consiste en una modificación del mensaje obtenida por el cambio en el punto de vista o perspectiva” (López & Minett, 2006, p. 266).

- **Calco**

Vinay y Darbelnet explican que el calco ocurre cuando “se toma prestado de la lengua extranjera el sintagma, pero se traduce literalmente los elementos que lo componen”. (López & Minett, 2006, p. 242). Esta técnica se utiliza para evitar el sobreuso de extranjerismos o préstamos al momento de traducir.

Existen distintas teorías propuestas por los expertos sobre traducción, su concepto y puesta en práctica, factores que la convierten en una ciencia no exacta, más bien, inexacta (subjetiva). A pesar de ello, hay ciertos parámetros o técnicas ya establecidas como guías para los traductores según sea el caso de texto con el cual están trabajando. Por lo tanto, el uso de las técnicas de traducción en texto o documentos del museo depende de la creatividad, experiencia y conocimiento del traductor a cargo.

Los museos presentan una gama de textos y temas amplia para toda clase de público, por lo que el traductor no se puede limitar a utilizar un par de técnicas únicamente. Todo dependerá del pedido del cliente, criterio del traductor, público meta al que se quiera impactar y tipo de mensaje que se quiera transmitir.

Tabla 5

Encargos de traducción de un museo

Posibles encargos de traducción en un museo
<ul style="list-style-type: none">• Folletos• Paneles informativos• Etiquetas de objetos• Trifoliales• Subtitulación de videos• Carteles de señalización• Material escrito de audioguías y audio descripciones• Sitio web oficial• Mapas del lugar

Autor: Ana Moscoso, 2016.

4.2 Problemas de traducción con el material museístico

El material escrito del museo debe ser analizado cuidadosamente como cualquier otro tipo de texto antes de ser traducido. Sin embargo, hay factores puntuales en donde el traductor debe poner especial atención y consultar, si es posible, además de enciclopedias, documentales, libros, entre otros, a expertos en el tema para un resultado de mayor calidad y de fácil comprensión para el lector meta (visitante). Estos son:

a) Términos culturales

De acuerdo con Newmark (2010), “la traducción se usa hoy día tanto para transmitir el saber y lograr el entendimiento entre grupos y naciones como para transmitir cultura”. Por lo tanto, los métodos de traducción a emplear, dependerá, muchas veces, del tipo de encargo, contenido, cliente y criterio del traductor.

No obstante, existirán algunas palabras que sí tendrán una traducción aceptable y entendible por el lector meta, así como otras que por ser muy propias de la cultura origen e inclusive estar en un idioma nativo, no tendrán una traducción ad hoc, por lo

que se escribirá una glosa entre paréntesis junto a la palabra o bien, como pie de página.

Para algunas, será necesario traducir literalmente o buscar un equivalente en la lengua meta (LM).

De acuerdo con Newmark (2010, p. 135), los términos culturales se clasifican de la siguiente forma:

- Religiosos
- Políticos
- Materiales (objetos, productos, artefactos)

Tabla 6

Ejemplo de palabras culturales

Güipil/huipil	<i>Traditional indigenous women's garment/blouse</i>
Capixay (túnica de lana tejida)	<i>(Woven) wool tunic</i>

Autor: Ana Moscoso, 2016.

- Ecológicos (fauna y flora del área)

Tabla 7

Ejemplo de traducción de un término ecológico cultural

Término original	Traducción literal	Traducción semántica	Traducción formal-técnica
Monja Blanca	<i>White Nun</i>	<i>White orchid</i>	<i>White lycaste skinneri</i>

Autor: Ana Moscoso, 2016.

- Artísticos

b) tecnicismos y neologismos

A veces, dentro del contenido a traducir se encontrarán términos técnicos referentes a métodos de curación de los objetos expuestos, terminología sobre arqueología, etnología, maquinaria, herramientas u otros campos que intervienen en la museología.

Parte de los tecnicismos son los neologismos, que no siempre son palabras nuevas, sino pueden ser también palabras antiguas que han adquirido un nuevo significado, o acrónimos o epónimos (Newmark, 2010, p. 194).

Las soluciones para poder traducir este tipo de palabras son, primero, consultar con expertos, buscar enciclopedias, libros específicos, glosarios y diccionarios; segundo, tener en cuenta el contexto para luego traducir la palabra.

c) Nombres propios

Investigar si ya existe una traducción reconocida y aceptada internacionalmente. En caso de no existir, queda a criterio del traductor (consultando al cliente) si se deja en la lengua origen (LO), se traduce literalmente (palabra por palabra), explicación referencial, equivalente cultural en la LM, adición de una nota al pie de página (glosa) o aclaración entre paréntesis.

Se tomaron como ejemplo los nombres de los museos los cuales contaban ya con la traducción al inglés en su página web o en el material informativo.

Tabla 8

Traducción de los nombres de los museos evaluados

Nombre original en español	Traducción al inglés
Museo Nacional de Arqueología y Etnología	<i>National Museum of Archaeology and Ethnology</i>
Museo Ixchel	<i>Ixchel Museum</i>
Museo Numismático de Guatemala	<i>Guatemalan Numismatic Museum</i>
Palacio Nacional de la Cultura	<i>National Palace of Culture</i>

Autor: Ana Moscoso, 2016.

d) Público meta

Definitivamente, los lectores a quienes va dirigida la traducción influyen en las decisiones tomadas por el traductor durante el proceso traductológico.

El grupo de visitantes que llegan al museo ocupa una variada gama de personas (niños, jóvenes, adultos; estudiantes, universitarios, profesionales; diferentes culturas, estratos sociales, nivel académico) con propósitos distintos.

Por esta razón, la traducción deberá leerse y escucharse de forma natural para ser comprensible para los receptores, cumpliendo el objetivo de crear el mismo impacto que ejerce el texto original a su público.

4.3 Ventajas de la traducción en el museo

La traducción del material museístico crea un vínculo directo entre el museo y el visitante. La persona se siente tomada en cuenta e integrada por el motivo de que siendo extranjero tenga acceso a otra cultura gracias a un medio que sí le es familiar: su idioma nativo.

Al traducir el contenido del museo se abarca un mayor grupo meta del mercado representando más ingresos económicos al museo.

Posicionamiento preferencial entre los otros museos al ser considerado no sólo accesible sino amigable para turistas extranjeros y personas con capacidades físicas y mentales limitadas.

Se contrata a traductores profesionales para realizar los trabajos solicitados por el museo. Esto genera más oportunidades laborales en donde los traductores pueden desempeñar sus habilidades traductológicas como también espacios nuevos para que los profesionales incursionen.

CAPÍTULO V

5. El traductor en el museo

La presencia del traductor es fundamental para facilitar el diálogo intercultural entre museo y visitante. Se encarga de que la información valiosa y enriquecedora expuesta junto a los objetos de las exhibiciones temáticas sea accesible para todos.

Personaje cuya anonimidad y transparencia en su labor hace posible la transmisión de mensajes decodificados en otro idioma a un público vasto.

5.1 Perfil del traductor en el ámbito museístico guatemalteco

El traductor dedicado al medio turístico debe poseer ciertas características que conviertan sus traducciones en textos dinámicos y naturalizados en el idioma meta. La creatividad del traductor hará posible el vínculo entre el texto y el visitante.

Adaptando las competencias y habilidades listadas por Serrano (s.f, s.p.) al medio guatemalteco, el perfil del traductor de documentos museológicos es el siguiente:

- Tener conocimiento sobre aspectos culturales propios de Guatemala (pintura, escultura, historia, tradiciones, gastronomía, danza, tecnología, entre otros.) como de la cultura meta.
- Competencia lingüística en ambos idiomas de trabajo, en este caso inglés y español.
- Creatividad y dinamismo.
- Dominar los criterios de traducción para antropónimos (nombres propios de personas), topónimos (nombres propios de lugares), referencias culturales, y otros términos que podrían ocasionar ambigüedad o confusión en el texto.
- Manejar efectivamente las herramientas de traducción asistida por computadora (TAC).
- No tener ningún tipo de prejuicio con los temas a traducir, ya sean religiosos, políticos, étnicos o socioeconómicos.

- Conocer los métodos y técnicas de traducción.
- Estar actualizado con los contenidos de los museos capitalinos y actividades que se llevan a cabo relacionadas con los mismos.

Atributos adicionales según Jiménez, Seibel & Soler (2012, p. 367):

- Conocimiento de los distintos recursos de eliminación de las barreras que impiden la igualdad de oportunidades.
- Capacidad para detectar y evaluar problemas de accesibilidad relacionados con la traducción e interpretación en distintos ámbitos.
- Conocimiento específico sobre museología (ciencia que trata de los museos, su historia, su influjo en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación) y museografía (conjunto de técnicas y prácticas relativas al funcionamiento de un museo) (DRAE).

5.2 Función del traductor en el museo

La función del traductor siempre es dar una nueva forma al conocimiento de los objetos trasladándolos entre culturas y generaciones, aunque el resultado (la traducción) no sea un equivalente exacto del original, sino más bien, un 'híbrido' (combinación de la cultura origen -texto A- y la cultura meta -texto B- la cual queda plasmada en la versión de la traducción final); el proceso de hibridez se lleva a cabo por medio de la "des- y re- contextualización" del texto (Silverman, 2015, p. 4)

Además de trabajar con los distintos encargos de traducción ya vistos, el traductor puede ser asesor experto en cuanto a accesibilidad en el museo, revisor y editor de los textos expuestos (ya sea en español o inglés), adaptador de textos de audioguías o audio descripciones para niños y personas con capacidades diferentes, y subtitulador de videos.

5.3 Herramientas útiles para el traductor dentro del museo

Es del conocimiento del traductor profesional que, al momento de trabajar cualquier clase de proyecto sobre y para museos (cuya categoría es la de documentos/textos turísticos), necesita consultar varias fuentes previo y durante al proceso de traducción.

Las herramientas con las que cuenta un traductor dedicado a trabajar con textos del museo son:

Tabla 9

Herramientas útiles sugeridas para auxiliar al traductor dentro del museo

Herramientas útiles al momento de traducir material museístico
<ul style="list-style-type: none">• Enciclopedias o atlas sobre arte, historia, tecnología, entre otros, dependiendo el tema del encargo.• Consultas a profesionales de diferentes campos (dependiendo de la temática del museo o del encargo).• Libros y revistas (consultarlos en ambos idiomas de trabajo para verificar términos).• Diccionarios monolingües y bilingües.• Glosarios monolingües y bilingües.• Documentos que contengan las normas sobre cómo traducir o tratar los anglicismos, neologismos, antropónimos, topónimos, nombres propios (lugares, obras de arte, artistas, museos, entre otros).• Programas de herramientas TAC.• Guías de estilo en ambos idiomas de trabajo.

Autor: Ana Moscoso, 2016.

CAPÍTULO VI

6. Interpretación en el museo

La interpretación es, según el DRAE, “traducir algo de una lengua a otra, sobre todo cuando se hace oralmente”; esta es la principal diferencia entre traducir e interpretar. De igual forma que la traducción, existen distintas técnicas en la interpretación, la ejecución de cada uno de estos tipos dependerá del evento, solicitud del cliente, presupuesto y comodidad o preferencia para el intérprete.

A continuación, se presentan todas las técnicas de interpretación, su descripción más la utilización que se le da a cada una de ellas en el museo:

Tabla 10

Técnicas de interpretación y su uso en el museo

Técnicas de interpretación	Descripción	Aplicación en museos
Simultánea	El intérprete interpreta al idioma meta con una diferencia, por lo general, de tres segundos de la velocidad del discurso original del orador. Lo recomendado es que siempre sea una pareja de intérpretes quienes se turnarán. Cada intervención deberá durar 30 minutos. Ésta técnica es preferible utilizarla si el grupo es numeroso y el lugar es amplio. Equipo necesario: auriculares, cabina insonorizada, apuntes, glosarios, diccionarios físicos o electrónicos, laptop.	En caso de una conferencia, convención, presentación de una nueva colección o evento social que se lleve a cabo dentro de las instalaciones.
Consecutiva	El orador deberá hacer pausas para que el intérprete intervenga. Cada segmento interpretado puede tener la duración de un par de oraciones o frases largas. Generalmente, esta técnica se utiliza más para reuniones de grupos pequeños. Equipo necesario: libreta para notas y micrófono.	Reuniones, exposiciones, presentaciones con audiencias o grupos pequeños.

Susurro (<i>chuchotage</i> en francés)	El intérprete se sitúa, parado o sentado, entre los oyentes (número reducido) y realiza una interpretación simultánea del discurso. A veces puede utilizar auriculares para captar mejor el audio del orador.	A menos que fuese una pareja o un grupo muy pequeño (3-4 personas) los que visitaran el museo. No se recomienda por ser las salas del museo abiertas y habría interferencia auditiva.
Escolta o acompañamiento	El intérprete acompaña a una delegación, grupo o individuo a un evento, recorrido, visita, entrevista. Se puede hacer de dos formas: susurrada o con transmisor y receptor.	En caso de una visita al museo o recorrido, el intérprete puede acompañar al grupo pequeño, persona individual o pareja.
Relé (<i>relay interpreting</i>)	Técnica utilizada cuando el intérprete no conoce uno de los idiomas origen y debe basar su interpretación en la de un tercer intérprete que tenga como idiomas de trabajo una en común que el otro intérprete entienda. Por ejemplo, una combinación de danés > francés – francés > quiché	No aplica. Este tipo de técnica se utiliza por lo general en reuniones multitudinarias de organismos internacionales a donde asisten personas que hablan distintos idiomas. Preferiblemente, se hace de forma simultánea en cabina para no interrumpir al orador ni al tercer intérprete.
Traducción a la vista (<i>sight translation</i>)	El intérprete lee un texto que se encuentra en el idioma origen. Conforme va leyendo, irá interpretando al idioma meta.	En caso que el intérprete estuviere acompañando al grupo de visitantes y dentro del recorrido se lea algún panfleto informativo u otro tipo de información escrita. El material debería proveérsele al intérprete.
Bilateral	En esta técnica, el intérprete es el canal de comunicación en una conversación de dos vías donde participan dos partes. Se hace uso de la toma de notas.	Su aplicación se combina con la de escolta, consecutiva.

De señas	A diferencia de las otras técnicas en donde el canal principal es la voz, en esta se utilizan gestos y ademanes, pero de igual forma se transmite el mensaje. Esta técnica es solicitada para cuando el grupo está conformado por personas con discapacidad auditiva. El intérprete deberá ubicarse al frente.	En videos, guías multimedia o presencial (el intérprete acompaña al guía durante el recorrido).
Doblaje	Interpretación o traducción oral del material. Los tiempos del diálogo del idioma original deben ser sincronizados con los tiempos del diálogo en el idioma meta. Los movimientos de los labios (<i>lip-sinc</i>) de la persona que aparece en pantalla deberá coincidir lo más que se pueda con el doblaje. Generalmente, esta técnica se trabaja en postproducción, cuando el material ya está listo para editar.	Doblajes de videos documentales, cápsulas informativas, actividades interactivas (únicamente audio o audio con imágenes). Utilización para audioguías, aplicaciones descargables, guías multimedia.
Voice-over	Técnica utilizada mayormente para eventos en vivo (radio, cine, televisión o teatro) o documentales pregrabados, en donde la sincronización con el original no importa. Al fondo se escucha la voz del locutor original.	Documentales, entrevistas o noticias de interés grabadas en audio o en video relacionadas con algún objeto en exposición o tema general dentro del museo.

Fuente: Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación (AIETI), (s.f.).

6.1 Interpretación del material del museo

El trabajo final contenido en los dispositivos tecnológicos que prestan o alquilan los museos no es la traducción textual de la información expuesta en las exhibiciones o paneles, más bien es una interpretación cultural plasmada en guiones adaptados al tipo de exposición, pedido del cliente (museo), criterio del equipo de profesionales (museólogos, lingüistas, traductores, sonidistas, historiadores, editores, entre otros) quienes trabajan en conjunto aportando conocimientos propios de su campo de especialización para que el resultado sea impecable.

6.1. 2 Empresas que prestan el servicio profesional a museos

Las empresas dedicadas a la industria a veces llamada del ocio, lúdica, cultural o turística, cuya trayectoria y experiencia han dado un toque más moderno a la visita al museo, llevándola a un nivel experimental y más enriquecedor para el público. Ellos no trabajan únicamente dentro de sus fronteras, sino se proyectan fuera de ellas colaborando con museos y galerías de arte internacionales. Por el momento, no han trabajado con museos guatemaltecos.

Trabajan con idiomas principales y otros que no son internacionalmente conocidos por ser idiomas únicos de algunas regiones geográficas.

Cuentan con un equipo de profesionales quienes aportando sus conocimientos y adaptándolos a las nuevas tecnologías obtienen un mejor resultado. Algunas de las que se pueden mencionar son:

- **Audioguiarte:**

Especialistas en creación de aplicaciones (*App's*) para sistemas iOS y Android descargables, audio guías, doblaje de videos a pedido del cliente. Trabajan con clientes nacionales (España) e internacionales. No trabajan únicamente con museos, sino también con sitios turísticos, demás instituciones culturales y del ocio; cualquier ámbito en donde se pueda interpretar (Audioguiarte, s.f., s.p.). Contratación de hablantes nativos de los idiomas de trabajo. Equipos inalámbricos con los que trabajan: Series OPUS, tablets, smarts, Guide U interactivo y Sistemas Okayo.

- **Antenna Audio:**

Cuentan con 30 años de experiencia en equipo de interpretación para museos. Con oficinas que cubren 13 regiones alrededor del mundo. Equipos inalámbricos que utilizan: *XP-Wand*, *X-plorer 2*, *XP-Iris 2* y *GroupTour System*. Prestan servicios para personas con discapacidad auditiva y visual. Expertos en accesibilidad: proveen aplicaciones, audio tours y programas multimedia para toda clase de visitantes (Antenna, s.f., s.p.).

- **Lavert Proyectos Culturales:**
Realización de proyectos culturales, audiovisuales, multimedia y en línea, museológicos, museográficos, aplicaciones sobre museos, y servicios de investigación. Trabajan en toda España con museos, universidades e instituciones privadas (Lavert proyectos culturales, s.f. s.p.).
- **Audissey Guides:**
Creación de audios o videos (*podcasts*) que se pueden encontrar y descargar por iTunes. Estos contienen los recorridos por ciudades reconocidas y entrevistas a personajes icónicos de las mismas, con musicalización, efectos de sonido e imágenes de lugares o monumentos históricos. Los *podcasts* se descargan a los dispositivos móviles de cada usuario y se utilizan tanto dentro como fuera de las instalaciones (Audissey Media, 2014, s.p.).
- **GVAM (Guías Virtuales Accesibles para Museos), *Mobile Guides for All*:**
Especialistas en crear aplicaciones descargables o en línea y guías para dispositivos móviles con su gestor de contenidos *online Ventour*, todas ellas cuentan con opción de: audio-descripción, audio-navegación, subtítulo, lengua de signos, integración de textos de lectura fácil y pictogramas. Cuentan con estaciones o quioscos dentro del museo con pantallas táctiles las cuales despliegan el mismo contenido que las aplicaciones. Sistema de sincronización entre las pantallas del museo con los dispositivos del usuario para permitirle escuchar los videos en tiempo real en su idioma nativo (GVAM, *Mobile Guides for All* (a), 2013, s.p.).

Su meta es llegar al destinatario final (visitante) para brindarle una óptima experiencia en el museo utilizando la tecnología como medio.

- **Acoustiguide:**

Provee guías multimedia, aplicaciones para *iPads*, *iPods*, *tablets* y *smartphones*. Utilizan el equipo de transmisores, receptores y micrófonos Guide U+ para grupos grandes de visitantes. Capacitan al personal del museo en cuanto a manejo y mantenimiento del equipo y aplicaciones, dan opción para los métodos de pago y entrega de equipo a las instituciones (Acoustiguide, 2014, s.p.).

6.1.3 Equipo multimedia de interpretación diseñado para museos

No se puede negar que la tecnología avanza a pasos agigantados y toma la delantera en cualquier ámbito. Es por esto que, la misma no debería considerarse como un fenómeno excluyente, más bien como una herramienta práctica y versátil para divulgar la cultura alrededor del mundo (Anderson, 2012, pp. 503-504).

Al momento de fusionar el campo de la interpretación con las nuevas tecnologías, el resultado son herramientas multimodales multilingües que facilitan el acceso a toda clase de información antes, durante y después de la visita al museo. Traspasan barreras físicas de las instalaciones y convierten la experiencia del visitante en algo sumamente inolvidable por el simple hecho de involucrarlo de lleno a formar parte de la cultura de la que quiere aprender.

La mayoría de equipos tienen pantalla para que el visitante interactúe de forma digital con las muchas aplicaciones descargables relacionadas al contenido de las exposiciones. No es expresamente necesario que el intérprete esté presente en las instalaciones, a menos que se requiera por el tipo de exposición o evento a realizarse dentro del museo.

Entre las herramientas y equipo multimedia que se utiliza para dar una experiencia más vivencial a los visitantes están:

- **Guías multimedia:** dispositivos portátiles e interactivos, asisten al visitante del museo transmitiendo información a través de textos, imágenes, video y audio (GVAM Mobile Guides for All (b), 2013, s.p.).

- **Audioguías para adultos:** sistemas electrónicos que permiten realizar guías personalizadas en museos, parques, centros históricos y salas de arte. Son utilizadas también como tours guiados al aire libre. Proveen información histórica, técnica y visual del objeto que está siendo visto. Las audioguías están disponibles por lo general en diferentes idiomas. (Mixdown Studio, s.f., s.p.).
- **Audioguías adaptadas para niños:** audioguías con contenido especialmente dirigido a niños. Cambio en el lenguaje y actividades interactivas (Acoustiguide, 2014, s.p.).
- **Audio descripciones:** son tipos de audioguías con descripciones del recorrido del museo con la salvedad que están dirigidas a personas con discapacidad visual (Audioguiarte, s.f., s.p.).
- **Videos doblados:** los videos se pueden encontrar en las exhibiciones del museo. Pantallas que muestran documentales, cápsulas informativas, entrevistas, entre otros, sobre el tema del área en donde estén ubicados (GVAM Mobile Guides for All (b), 2013, s.p.).
- **Audios en general:** estos pueden estar ubicados en las diferentes exhibiciones, estaciones o módulos del museo. Contienen datos curiosos e interesantes. Son recursos alternativos para no sobrecargar los textos escritos de las exhibiciones haciendo el recorrido más ameno e interactivo (Audioguiarte, s.f., s.p.).
- **Aplicaciones (Apps) para teléfonos inteligentes (smartphones), tabletas, reproductores multimedia, sistemas operativos móviles:** estas están disponibles para iOS o Android, a veces se pueden descargar de forma gratuita o por un bajo costo desde los sitios web oficiales de los museos. El contenido depende de lo que pida el museo. Generalmente,

contienen un recorrido del lugar, actividades interactivas, audios y videos (Audioguiarte, s.f., s.p.).

- **Transmisor/receptor (radio-guías):** equipo portátil inalámbrico utilizado para grupos mayores de 10 personas en lugares abiertos o con contaminación auditiva. A diferencia de las audioguías, en donde todo el recorrido ya está grabado, las radio-guías, como también se les conoce, reproducen el audio en vivo (Audioguiarte, s.f., s.p.). La persona encargada de transmitir el recorrido es el guía, por medio de una diadema con micrófono. Los receptores son los visitantes, a quienes el audio les llega de forma individual y sin contaminación auditiva.

6.4 Ventajas de la interpretación en el museo

Al utilizar las nuevas tecnologías, software y hardware multilingües diseñados específicamente para públicos variados dentro del museo, la capacidad de alcance y accesibilidad es mucho mayor al del museo monolingüe, inclusive al bilingüe.

La interpretación dentro del recinto cultural es un elemento de apoyo a la traducción. Ésta se encarga de cubrir áreas en donde la traducción, ya sea por espacio, material, infraestructura, tipo de exposición y otros factores, no llena las expectativas del visitante.

El museo se vuelve un espacio dinámico y versátil en donde el visitante se desarrolla plenamente y cumple con dos de los objetivos que lo llevan a visitar el lugar: aprender y divertirse. Incremento del número de visitantes y de visitas.

La institución obtiene mayor prestigio y sobresale de entre las demás instituciones culturales por su preocupación hacia la atención al visitante.

A mayor prestigio, mayores ingresos. Toda inversión tiene su recompensa, por lo tanto, vale la pena hacer una inversión económica fuerte al principio teniendo en cuenta que el resultado será satisfactorio. Para ayudar a pagar los honorarios de la empresa se puede aumentar el precio de la entrada y cobrar el alquiler del equipo.

6.5 Desventajas de la interpretación en el museo

No todos los museos cuentan con un presupuesto que les permita invertir en el equipo y programas necesarios para prestar el servicio a su público.

Aumento del costo de la entrada al museo para dar mantenimiento al equipo y cancelar el costo total a la empresa encargada de realizar la digitalización de todo el material museístico.

Conclusiones

- El museo ha evolucionado de forma positiva alrededor del mundo, convirtiéndose en una institución cultural que desempeña distintas funciones en la sociedad, promocionando y colaborando con el desarrollo de la misma.
- El nuevo enfoque del museo son los visitantes; el mismo ha humanizado el entorno museístico para brindarles una experiencia integral. En cuanto a la función comunicativa, la barrera idiomática impide al turista extranjero comprender la información del museo, como consecuencia el visitante no vive una experiencia integral.
- La tecnología utilizada en museos extranjeros permite acceder a todo tipo de visitantes a la información propia del lugar. Existe interés por parte de las instituciones en invertir en equipos y programas multimodales. Respecto a los museos guatemaltecos, el resultado de la evaluación mostró que los espacios no están acondicionados para toda clase de visitantes; la tecnología es obsoleta o inexistente; y la información expuesta es monolingüe (español) o en todo caso bilingüe (español e inglés).
- La traducción de material museístico presenta desafíos al traductor por la complejidad en su contenido y el público meta al que va dirigida. Se deben saber abordar los distintos problemas de traducción para que el resultado sea una traducción comunicativa y natural para el lector meta.
- El traductor profesional desempeña el rol de mediador cultural al acercar al visitante al contenido del museo convirtiéndolo en una institución inclusiva. Además, el traductor dentro del museo, no sólo traduce, sino

se convierte en asesor de temas lingüísticos, redactor, adaptador y analista de los textos expuestos a los visitantes.

- Las nuevas tecnologías de la información (Tics) y los equipos multimodales multilingües son un medio de apoyo interactivo y práctico dentro del museo. Estos elementos han ampliado el concepto de interpretación a nivel mundial, abriendo nuevos espacios laborales para varias profesiones.

Recomendaciones

- Aprovechar las funciones que el museo tiene en la sociedad para crear proyectos y actividades que inviten a los ciudadanos guatemaltecos a participar e involucrarse más con el arte, historia, tecnología y demás temas.
- Invertir más en las personas quienes visitan el museo por medio de actividades inclusivas, diversas y sobre todo sin barreras; mejoramiento de la infraestructura y ambientes.
- Realizar una encuesta a los visitantes para conocer sus necesidades y opiniones respecto a la accesibilidad idiomática dentro del museo para una pronta solución y progreso en cuanto a este tema en los museos guatemaltecos.
- Por tratarse de traducciones turísticas de gran impacto, se recomienda que las traducciones sean hechas por un traductor profesional que tenga experiencia con temas relacionados al museo y manejo de herramientas de traducción.
- El traductor debe estar a la vanguardia de todos los temas relacionados a museos y capacitado sobre el manejo de la tecnología apropiada para desempeñar satisfactoriamente su profesión dentro de este ámbito.
- Hacer uso de los equipos, programas o aplicaciones que se manejan a nivel internacional en el ámbito museístico para cerrar la brecha tecnológica que no permite a los museos proporcionar una experiencia que va más allá de la visita tradicional.

Referencias

- Abuín, F., Aedo, J., Azcona, M., Barreiro, C., Belinchón, M., Bonmatí, C., ...Cano, B. (s.f.). Museo e inclusión social. *Revista Digital del Comité Español de ICOM*, 2, pp. 8-35. Recuperado el 28 de octubre de 2015, de: http://www.icomce.org/recursos/ICOM_CE_Digital/02/ICOMCEDigital02.pdf
- Cruz, K. (2016). *Barreras de la comunicación*. Recuperado el 15 de enero de 2016, de: http://www.academia.edu/6475951/Barreras_De_La_Comunicacion
- Acoustiguide. (2014). *What we do*. Recuperado el 01 de diciembre de 2015, de: <http://www.acoustiguide.com/>
- Alejandro, *Museo y Biblioteca*. (s.f.). Universidad Complutense Madrid. Recuperado el 05 de octubre de 2015, de: <http://www.mat.ucm.es/catedramdeguzman/drupal/migueldeguzman/legado/historia/apolonio/alej>
- Álvarez, C. (2013). La accesibilidad en el museo desde una perspectiva sociológica, *Revista de Estudios Jurídicos, Segunda Época*, 3, pp. 1-18. Recuperado el 12 de diciembre de 2015, de: <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rej/article/view/1331/1103>
- American Museum of Natural History. (s.f.). *Plan your visit*. Recuperado el 16 de noviembre de 2015, de: <http://www.amnh.org/plan-your-visit/accessibility/hard-of-hearing-or-deaf>
- Anderson, G. (2012). *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift*, 2^{nda} ed. United States: AltaMira Press.
- Antenna. (s.f.). *Company – Innovation is in our DNA*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de: <https://antennainternational.com/company-we-keep/>
- Aragall, F. (2010). *La accesibilidad en los Centros Educativos*. Madrid: Grupo Editorial Cinca. Recuperado el 18 de octubre de 2016, de: <http://www.cermi.es/es-ES/ColeccionesCermi/TelefonicaAccesible/Lists/Coleccion/Attachments/22/LA%20ACCESIBILIDAD%20EN%20LOS%20CENTROS%20EDUCATIVOS.pdf>
- Asociación de Museos de Guatemala (2016), *Historia de los museos de Guatemala*. Recuperado el 25 de noviembre de 2015, de: <http://museosdeguatemala.org/>
- Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación (AIETI). (s.f.). *Enciclopedia abierta de estudios de Traducción e Interpretación*. Recuperado el 08 de enero de 2016, de <http://www.aieti.eu/Enciclopedia/Int-iconos-es/tcnicas.html>
- Audioguiarte, (s.f), *Equipos y aplicaciones móviles*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de: http://www.audioguiarte.com/nosotros_perfil.html

- Audissey Media. (2014). *Services*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de: <http://www.audisseymedia.com>
- Carlucci, L. & Seibel, C. (2014). El museo accesible: un nuevo espacio para el aprendizaje y la formación de estudiantes de Traducción. *Trans-kom*, 7, pp. 50-63. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de: http://www.trans-kom.eu/i hv_07_01_2014.html
- Casa K'ojom. (s.f.). *Inicio*. Recuperado el 09 de diciembre de 2015, de: <http://www.kojom.org/>
- Cultura. (2004-2016). *Casa universitaria de la cultura Flavio Herrera en el antiguo Chalet Triana*. Recuperado el 11 de diciembre de 2015, de: <http://cultura.muniguate.com/index.php/section-table/47-colmariscal/322-colmariscal>
- Deguate.com. (2009). *Museo del café*. Recuperado el 09 de diciembre de 2015, de: http://www.deguate.com/artman/publish/entrete_museos/museo-del-cafe.shtml#.V9BwCJhDIU
- Desvallées, A. & Mairesse, F. (2010). Conceptos claves de museología. Armand Colin. 57-59. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Espagnol_BD.pdf
- Diccionario etimológico. (2001-2016). *Etimología de Museo*. Recuperado el 05 de octubre de 2015, de: <http://etimologias.dechile.net/?museo>
- Día internacional de los museos. (2010). *Comunicados de prensa*. Recuperado el 05 de diciembre de 2015, de: <http://network.icom.museum/international-museum-day-2015/prensa/comunicados-de-prensa/L/1/>
- Día internacional de los museos. (2010). *Día internacional de los museos 2015: Museos para una sociedad sostenible*. Recuperado el 17 de enero de 2016, de: <http://network.icom.museum/international-museum-day-2015/L/1/>
- Doblajes.com. (2004) *Doblajes: tipos de doblaje*. Recuperado el 23 de enero de 2016, de: <http://www.doblajes.com/tipos-de-doblaje/>
- Domínguez, A., Sandoval, J., & Lavado, P. (2014). *Educación y Accesibilidad en Museos y Patrimonio: En y con todos los sentidos: hacia la integración social en igualdad*. Recuperado el 14 de diciembre de 2015, de: http://www.mastermuseos.es/wpcontent/uploads/sites/2/2015/02/ACTAS_T3.pdf
- Durán, I. (2012). Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, (7), pp. 103-113. Recuperado el 08 de diciembre de 2015, de: <http://polipapers.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/1127>

- Fernández, J., García, J., Junca, J., Rojas, C. & Santos, J. (2005). *Manual para un entorno accesible*, pp. 22 -35. Recuperado el 20 de noviembre de 2015, de: <http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO17241/manualparaunentornoaccesible.pdf>
- Fernández, M. (2013). Los museos accesibles en España: el caso Guggenheim. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), pp. 399-415. Recuperado el 28 de noviembre de 2015, de: http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_10.pdf
- Franco, S. (Productor). (2013). *Casa MIMA*. Guatemala: Casa K'ojom Multimedia.
- Fuentes, A. (2001). Aspectos profesionales y técnicos de la traducción audiovisual, con especial referencia al caso de España. *TRANS*, (5), pp. 143-152. Recuperado el 29 de noviembre de 2015, de: http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_5/t5_143-152_ALuque.pdf
- Fundación Carlos F. Novella. (2014). Museo Carlos F. Novella. Recuperado el 18 de noviembre de 2015, de: <http://fundacioncarlosfnovella.org/museo-carlos-f-novella/>
- Fundación ILAM. (2016). *Glosario de definiciones*. Recuperado el 09 de febrero de 2016, de: <http://ilam.org/index.php/es/glosario>
- García, A. (2016). *Guías turísticas: museo de Paleontología y Arqueología*. Recuperado el 10 de enero de 2016, de: <http://mundochapin.com/2014/09/guia-turistica-museo-de-paleontologia-y-arqueologia-estanzuela-zacapa/24456/>
- García, D. (s.f.). *Museos en México: una lectura desde la accesibilidad*. Universidad Autónoma Metropolitana. Recuperado el 22 de diciembre de 2015, de: http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/15-680-9848ewc.pdf
- GVAM Mobile Guides for All (a). (2013). *Servicios*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de: <http://www.gvam.es/servicios/>
- GVAM Mobile Guides for All (b). (2013). *Tecnología*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de: <http://www.gvam.es/tecnologia/>
- Hernández, F. (1992). Evolución del concepto de museo. *Revista General de Información y Documentación*, 2 (1), pp. 85-97. Recuperado el 02 de octubre de 2015, de: <http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID9292120085A/11902>
- Herramientas para la traducción. (2009). *Definiciones de traducción*. Recuperado el 11 de febrero de 2016, de: <https://estheracereda.wordpress.com/contrate-de-definiciones-sobre-el-proceso-de-la-traducccion/>
- ICOM, (2010-2012). *Historia*. Recuperado el 09 de noviembre de 2015, de: <http://icom.museum/L/1/>
- InformaciónLibre2000. (2012). *Historia de la Revolución del 20 de octubre de 1944 en Guatemala*. Recuperado el 12 de diciembre de 2015, de:

<https://informacionlibre2000.wordpress.com/2012/10/12/historia-de-la-revolucion-del-20-de-octubre-de-1944-en-guatemala/>

- Jiménez, C., Seibel, C., & Soler, S. (2012). Museo para todos: la traducción e interpretación para entornos multimodales como herramienta de accesibilidad universal. *Revista Monografías de Traducción e Interpretación (MonTI), Multidisciplinary in Audiovisual Translation*, 4, pp. 349-383. Recuperado el 17 de septiembre de 2015, de: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/60045>
- Lavert proyectos culturales. (s.f.). *Servicios*. Recuperado el 14 de diciembre de 2015, de: <http://www.lavert.net/Servicios>
- López, J., & Minett, J. (2006). *Manual de traducción, inglés/castellano*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- MediaMusea. (2009). *Museos accesibles*. Recuperado el 13 de diciembre de 2015, de: <http://mediamusea.com/2009/12/15/museos-accesibles/>
- Mihura, R., Barneche, V., Hernández, L. (2012). Los Sistemas multimedia digitales interactivos en los museos. *Vivat Academia*, 117, pp. 1298-1306. Recuperado el 27 de diciembre de 2015, de: <http://videalab.udc.es/files/stuff/pdf/interactivos%20museos.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2012). *Dirección Técnica de Museos y Centros Culturales*. Recuperado el 07 de diciembre de 2015, de: http://patrimonio.260mb.org/Direccion_Museos.html
- Mixdown Studio. (s.f.). *Audioguías para Museos*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de: <http://www.mixdownstudio.com.mx/blog/audioguias-para-museos/>
- Moscoso, F. (2009). Entre Bodegas y Palacios: un recorrido de dos siglos por los museos. *Boletín de los Museos*, 1, pp. 3-11. Recuperado el 11 de noviembre de 2015, de: https://issuu.com/informaticapatrimonio/docs/boletin_de_los_museos_a__o_i_vol_1
- Muñoz, S. (2005). *Los visitantes de los museos*. [diapositivas de PowerPoint]. Recuperado el 03 de diciembre de 2015, de: <http://es.slideshare.net/silviamunozcuello/estudio-sobre-los-visitantes-de-los-museos-2005>
- Musac. (2015-2016). *Historia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de: <http://musacenlinea.org/museo/historia/historia-del-museo-2/>
- Museo de Arqueología y Etnología. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de: <http://munae.gob.gt/>
- Museo Bodegas del Siglo XIX. (2012). *Historia*. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de: <http://www.museocerveceria.com/historia>
- Museos+Cultura. (2015). *Museos y tipos de visitantes*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de: <http://evemuseografia.com/2015/04/28/museos-y-tipos-de-visitantes/>

- Museo del Ferrocarril. (2011). *Historia*. Recuperado el 16 de noviembre de 2015, de: <http://museofegua.com/pages/historia.php>
- Museo del Louvre. (s.f.). *Activities and tours: Audio Guide*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de: <http://www.louvre.fr/en/audio-guide>
- Museo del Louvre. (s.f.). *La audioguía del museo*. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de: http://www.louvre.fr/sites/default/files/medias/medias_fichiers/fichiers/pdf/louvre-espanol-audioguia-del-louvre.pdf
- Museo del Prado. (s.f.). *La guía del Prado*. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de: <https://www.museodelprado.es/apps/gu%C3%ADa-del-prado>
- Museo Ixchel del Traje Indígena. (2014). *Quiénes somos*. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de: <http://www.museoixchel.org/>
- Museo Miraflores. (s.f.). *Acerca del museo*. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, de: <http://www.museomiraflores.org.gt/>
- Museo Nacional de Escultura (España). (s.f.). *Visita: accesibilidad*. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de: <http://museoescultura.mcu.es/informacion/visita/accesibilidad.html>
- Museo Nacional de Escultura. (2013). *Museo accesible*. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, de: <http://museoescultura.mcu.es/web/docs/recursos/publicaciones/MaterialesInformativos/accesibilidad.pdf>
- Museo Popol Vuh. (2011). *Historia*. Recuperado el 16 de noviembre de 2015, de: <http://www.popolvuh.ufm.edu/>
- Museo Vigua de Arte Precolombino y Vidrio Moderno. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 29 de noviembre de 2015, de: <http://www.grupovical.com/museo/historia.htm>
- Newmark, P. (2010). *Manual de Traducción*. (Trad. V. Moya). Sexta edición. España: Cátedra.
- Noche de los museos del Centro Histórico. (s.f.). *Presentación*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de: <http://nochedelosmuseos.org/2013/>
- Richardson, J. (2012). La audiencia está muerta, hablemos de los participantes. *Conectando Audiencias*, 7, pp. 6-9. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de: <http://asimetrica.org/wp-content/uploads/2013/02/Conectando-Audiencias-7b.pdf>
- Rodríguez, I. (2011). *Las tipologías museísticas* [diapositivas de PowerPoint]. Recuperado el 02 de diciembre de 2015, de: <http://es.slideshare.net/ilichrc/las-tipologas-musesticas>
- Rofes, O., Arnaldo, J., Staniszewski, M., & Lebrero, J. (2002). *Muntadas: on Translation*. España: Actar.

- Roldán, H. (s.f.). Museo del Trapiche en Salamá. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de: <http://www.viajeaguatemala.com/museo-del-trapiche-en-salam%C3%A1#.V9BuEpjhDIU>
- Ruiz, B., Pajares, J., Moreno, L., Gálvez, M. & Solano, J. (2008). *Guías multimedia accesibles: El museo para todos*. Recuperado el 10 de enero de 2016, de: <http://www.cesya.es/files/documentos/museos.pdf>
- Sánchez, A. (s.f.). Accesibilidad: un reto para el museo de hoy. *Revista A FONDO*, pp. 40-45. Recuperado el 11 de enero de 2016, de: <http://www.autonomiapersonal.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/rap3afondo2.pdf>
- Schmid, G. (2009). *Origen de los museos*. Recuperado el 08 de octubre de 2015, de: <http://todomuseos.blogspot.com/2009/09/museos.html>
- Serrano, L. (2012). *La traducción de los textos turísticos*. Universidad de Murcia. Recuperado el 18 de enero de 2016, de: <http://ocw.um.es/humanidades/traduccion-para-el-turismo-y-el-ocio/material-de-clase-1/turismo-i-tema-3-la-traduccion-de-textos-turisticos.pdf>
- Servicio de Historia Militar, Museo del Ejército. (2015). *Quiénes somos*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de: <http://www.museo.mil.gt/acercade.html>
- Silverman, L. (2010). *The Social Work of Museums*. New York: Routledge.
- Silverman, R. (2015). *Museum as Process: Translating Local and Global Knowledges*. New York: Routledge.
- Smithsonian Museums Official Website. (s.f.) *Foreign Language Speakers*, de: <http://www.si.edu/Visit/ForeignLanguageSpeakers>
- Soy502. (2015). *Se celebra el Día Internacional de los Museos*. Recuperado el 10 de enero de 2016, de: <http://www.soy502.com/articulo/celebra-dia-internacional-museos>
- Sturge, K. (2014). *Representing others: Translation, Ethnography, and the Museum*. London: Routledge.
- Torres, E (a). (2013). *Museos de Guatemala*. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de: <http://mcd.gob.gt/museos-de-guatemala/>
- Torres, E (b). (2013). *Dirección de Patrimonio Cultural y Natural*. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de: <http://mcd.gob.gt/direccion-de-patrimonio-cultural-y-natural/>
- Wikiguate (a). (2015). *Museo de los niños*. Recuperado el 20 de noviembre de 2015, de: <http://wikiguate.com.gt/museo-de-los-ninos/>
- Wikiguate (b). (2015). *Sociedad Económica de Amigos del País*. Recuperado el 18 de diciembre de 2015, de: <http://wikiguate.com.gt/sociedad-economica-de-amigos-del-pais/>