

**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA: PARA LA CASA MUSEO MOSQUERA,
PANTEÓN DE LOS PRÓCERES Y PARANINFO FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.**



Universidad
del Cauca

MONICA IMBACHI HOYOS

DEICY LORENA ANDRADE BOLAÑOS

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVA

PROGRAMA PROFESIONAL EN TURISMO

POPAYÁN

2016

**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA: PARA LA CASA MUSEO MOSQUERA,
PANTEÓN DE LOS PRÓCERES Y PARANINFO FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.**



**Universidad
del Cauca**

MONICA IMBACHI HOYOS

DEICY LORENA ANDRADE BOLAÑOS

**Plan de trabajo de la práctica profesional para optar al título de
Profesional en Turismo**

**LUZ STELLA PEMBERTHY GALLO
Asesora Académica**

**GUSTAVO FERIS PERDOMO
Asesor Empresarial**

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVA

PROGRAMA PROFESIONAL EN TURISMO

POPAYÁN

2016

AGRADECIMIENTOS

A Dios nuestro señor, damos infinitas gracias por permitirnos culminar una etapa más de nuestras vidas con su bendición, y de la mano de nuestras amadas familias.

A nuestra estimada asesora académica Luz Stella Pemberthy por su entrega, dedicación y orientación en el desarrollo de la intervención profesional, infinitas gracias, de igual manera a los profesores Gustavo Feris, Francisco Valencia, y al señor Esteban Erazo por darnos su apoyo y confianza durante este proceso, todas sus enseñanzas nos serán de gran valor en la vida profesional.

A la docente Jhoana Sandoval, al estadista Yilton Riascos, al docente Mauricio Manrique y a los estudiantes de los cursos de estadística básica del programa Profesional en Turismo, mil gracias por su apoyo en el desarrollo de este trabajo.

Total gratitud al Programa Profesional en Turismo en cabeza del Departamento de Ciencias del Turismo de la Universidad del Cauca, y todo el cuerpo de profesores por la formación recibida en nuestro paso por esta querida institución.

Al señor Jorge Morales Miranda todo nuestro aprecio y gratitud por su apoyo y orientación en el desarrollo de este trabajo.

Igual de importantes en este proceso fueron nuestros compañeros y amigos, particularmente a Diego Imbachi Garcés y Alejandro Luna, agradecemos de manera sincera su valiosa colaboración en este trabajo.

DEDICATORIA

Cada logro alcanzado se lo dedico primero a Dios, por darme la oportunidad de culminar una etapa más en mi vida, por sus bendiciones y por ser mi guía en mi proceso de formación profesional.

A mis padres Nelson Andrade y Carmen María Bolaños por ser mi apoyo incondicional, con su amor, entrega y sacrificio al darme la mayor herencia de sus vidas: mi educación, por hacer de mí la mujer que soy ahora; a mis hermanos Cristian y Nelson por su aliento, a mi querida abuelita Rosa por cada una de sus oraciones, y a los demás miembros de mi familia por su ayuda. Así mismo a mis amigos y amigas, especialmente a Marcela Fierro por animarme en todo momento.

Deicy Lorena Andrade Bolaños.

Quiero dar gracias a Dios ante todo, por ser mi guía, mi luz y mi camino; A mis padres Pedro Imbachi y Rosa Hoyos que me han dado la existencia, y en ella la capacidad por superarme y desearme siempre lo mejor en cada paso que he dado. Al ser más importante de mi vida, mi hijo José David Imbachi que llego para motivar aún más el logro de mis sueños y es por quien hoy me siento inmensamente feliz de que este a mi lado en este día, mil y mil gracias; De igual manera a mis hermanos Pedro, Edinson, Dumar, Silbana, y demás familiares Gracias, porque su presencia y persona han ayudado a construir y forjar quien ahora soy.

Gracias también a mis queridos Amigos y compañeros, que me apoyaron y me permitieron entrar en su vida durante estos 5 años de convivir dentro del salón de clase: especialmente Magaly, Cristian, Katherine, Yumara, Rene...que siempre los llevare en mi corazón.

Mónica Imbachi Hoyos

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	14
1. CONTEXTUALIZACION DEL TRABAJO.....	15
1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA.....	15
1.2 JUSTIFICACION.....	15
1.3 OBJETIVOS.....	16
1.3.1 OBJETIVOS GENERAL.....	16
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
2. CONTEXTUALIZACION TEORICA.....	17
2.1 MARCO TEORICO.....	17
2.1.1 PATRIMONIO CULTURAL.....	17
2.1.2 ANIMACION SOCIOCULTURAL.....	18
2.1.3 INTERPRETACION DEL PATRIMONIO.....	19
2.1.3.1. PRINCIPIOS DE LA INTERPRETACION.....	20
2.1.4 TURISMO CULTURAL.....	22
2.1.5 REFERENTE MUSEO HISTORIA DE BARCELONA.....	24
2.2 MARCO CONEXtual.....	25
2.2.1 VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR.....	25
2.2.2 DIVISION DE CULTURA Y PATRIMONIO.....	25
2.2.3 RED DE MUSEOS DEL CAUCA.....	25
2.3 MARCO LEGAL.....	26
2.3.1 DESCRIPCION PATRIMONIO CULTURAL LEY, 1185 DE 2008.	26
2.3.2 POLITICA DE TURISMO CULTURAL.....	27
2.3.3 GUIAS DE TURISMO.....	31
3. CONTEXTUALIZACION METODOLOGICA.....	32
3.1 ESTRATEGIAS METODOLOGICA.....	32
3.1.1 FORMULACIÓN PROPUESTA.....	33
3.1.2 CONTEXTUALIZACION	33
3.1.3 ESTRATEGIAS.....	34
3.1.4 INFORME FINAL.....	34
3.2 ACTIVIDADES Y LOGROS ALCANZADOS	35
3.2.1 PLANTA FISICA SITIOS DE INTERVENCION.....	35

3.2.1.1	CASA MUSEO MOSQUERA.....	35
3.2.1.2	PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS.....	38
3.2.1.3	PANTEÓN DE LOS PRÓCERES.....	40
3.2.2	ENTREGA DE INFORMACIÓN A VISITANTES.....	41
3.2.2.1	MEDIOS PERSONALES.....	41
3.2.2.1.1	ACTIVIDADES GUIADAS	41
3.2.2.2	MEDIOS NO PERSONALES DE LOS SITIOS DE INTERVENCION.....	42
3.2.3	ANÁLISIS ENTREVISTAS.....	48
3.2.4	CONSULTAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
3.2.5	REUNIÓN CON FUNCIONARIOS 4 DE MARZO DE 2016.....	54
3.2.6	DIALOGO CON EL EXPERTO EN INTERPRETACION DEL PATRIMONIO CULTURAL.....	55
3.2.7	DESCRIPCIÓN ENCUESTAS DE SATISFACCION TURISTICA SEMANA SANTA 2016 PARA LA CASA MUSEO MOSQUERA, PANTEON DE LOS PROCERES Y PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS	57
3.2.7.1	CASA MUSEO MOSQUERA.....	58
3.2.7.2	PANTEON DE LOS PROCERES.....	73
3.2.7.3	PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS.....	90
3.2.8	ANÁLISIS RESULTADOS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN TURISTICA SEMANA SANTA 2016 SITIOS CASO DE ESTUDIO	105
3.2.9	PLAN DE INTERPRETACION.....	107
3.2.10	CRITERIOS PARA LA VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	111
3.2.11	DOFA SITIOS DE INTERVENCION.....	116
4.	DISEÑO PLAN DE INTERPRETACION.....	119
4.1	PROCESO DE LA INTERPRETACION: PASOS.....	119
4.2	CIRCUITO TURISTICO INTERPRETATIVO “UN RECORRIDO POR LOS APOSENTOS DEL PASADO Y LAS ESTANCIAS DEL PRESENTE”..	119
4.2.1.	COMPLEMENTOS CIRCUITO INTERPRETATIVO.....	123
5.	CONCLUSIONES.....	125
6.	RECOMENDACIONES.....	126
	BIBLIOGRAFIA.....	128
	ANEXOS.....	131

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 .sitios de aplicación de la encuesta.....	57
Tabla 2. Genero visitantes Casa Museo Mosquera.....	58
Tabla 3 Edad visitantes Casa Museo Mosquera.....	59
Tabla 4. Procedencia visitante Casa Museo Mosquera por países de origen.....	60
Tabla 5. Procedencia de visitantes Casa Museo Mosquera por departamentos de Colombia	61
Tabla 6. Nivel de estudio de los visitantes Casa Museo Mosquera.....	62
Tabla 7. Referentes de cómo se enteró de la Casa Museo Mosquera.....	64
Tabla 8. Motivo de visita a la Casa Museo Mosquera.....	65
Tabla 9. Cumplimiento de expectativas durante la visita.....	66
Tabla 10. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	67
Tabla 11. Satisfacción de la atención del guía.....	67
Tabla 12. Calificación de satisfacción de la información brindada por el guía.....	68
Tabla 13 Calificación de los medios informativos de la Casa Museo Mosquera...	69
Tabla 14. Medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes de la Casa Museo Mosquerato.....	70
Tabla 15. Temas de interés para los visitantes de la Casa Museo Mosquera...	71
Tabla 16. Genero visitantes del Panteón de los Próceres.....	73
Tabla 17. Edad de los visitantes del Panteón de los Próceres.....	74
Tabla 18. Procedencia de los visitantes del Panteón de los Próceres por países de origen.....	75
Tabla 19. Procedencia de los visitantes del Panteón de los Próceres según departamentos de Colombia.....	77
Tabla 20 Nivel de estudio de los visitantes del Panteón de los Próceres.....	79
Tabla 21 Referentes de cómo se enteró del Panteón de los Próceres.....	80
Tabla 22. Motivo de visita al Panteón de los Próceres.....	81
Tabla 23. Cumplimiento de expectativas durante la visita.....	82
Tabla 24. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	83
Tabla 25. Satisfacción de la atención del guía	84
Tabla 26 Calificación de satisfacción de la información brindada por el guía.....	85
Tabla 27. Calificación de los medios informativos del Panteón de los Próceres.	86
Tabla 28. Medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes del Panteón de los Próceres.....	88
Tabla 29. Temas de interés para los visitantes del Panteón de los Próceres....	89
Tabla 30. Género visitantes del Paraninfo Caldas.....	90
Tabla 31. Edad de los visitantes del Paraninfo Caldas.....	91
Tabla 32. Procedencia de los visitantes del Paraninfo Caldas por países de origen.....	92

Tabla 33. Procedencia de los visitantes del Panteón de los Próceres según departamentos de Colombia.....	94
Tabla 34. Nivel de estudio visitantes Paraninfo Caldas.....	95
Tabla 35. Referentes de cómo se enteró del Paraninfo caldas.....	96
Tabla 36. Motivo de visita al Paraninfo Caldas.....	97
Tabla 37. Cumplimiento de expectativas durante la visita al paraninfo caldas.....	98
Tabla 38. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	99
Tabla 39. Satisfacción de la atención del guía.....	100
Tabla 40. Calificación de la información brindada por el guía.....	101
Tabla 41. Calificación de los medios informativos del Paraninfo Caldas.....	102
Tabla 42. Medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes del Paraninfo Caldas.....	103
Tabla 43. Temas de interés para los visitantes del Paraninfo Caldas.....	104

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1. Proceso metodológico implementado.....	33
Gráfica 2. Genero visitantes Casa Museo Mosquera.....	58
Gráfica 3. Edad Visitantes de la Casa Museo Mosquera.....	59
Gráfica 4. Procedencia visitante Casa Museo Mosquera por países de origen....	60
Gráfica 5. Procedencia de visitantes según departamentos de Colombia.....	62
Gráfica 6. Nivel de estudios de los visitantes Casa Museo Mosquera.....	63
Gráfica 7. Referentes de cómo se enteró de la Casa Museo Mosquera.....	64
Gráfica 8. Motivo de visita Casa Museo Mosquera.....	65
Gráfica 9. Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita.....	66
Gráfica 10. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	67
Gráfica 11. Satisfacción de la atención del guía.....	68
Gráfica 12. Calificación de la información recibida del guía.....	69
Gráfica 13. Calificación de los medios informativos de la Casa Museo Mosquera.	70
Gráfica 14. Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes de la Casa Museo Mosquera.....	71
Gráfica 15. Temas de interés para los visitantes de la Casa Museo Mosquera....	72
Gráfica 16. Genero de los visitantes del Panteón de los Próceres.....	73
Gráfica 17. Edad de los Visitantes del Panteón de los Próceres.....	74
Gráfica 18. Procedencia visitante del Panteón de los Próceres por países de origen.....	76
Gráfica 19. Procedencia Visitantes según departamentos de Colombia.....	78
Gráfica 20. Nivel de estudio visitantes Panteón de los Próceres.....	79
Gráfica 21. Referentes de cómo se enteró del Panteón de los Próceres.....	80
Gráfica 22. Motivo de visita al Panteón de los Próceres.....	81
Gráfica 23. Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita.....	82
Gráfica 24. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	83
Gráfica 25. Satisfacción de la atención del guía.....	84
Gráfica 26. Calificación de la información recibida del guía.....	85
Gráfica 27. Calificación de los medios informativos del Panteón de los Próceres.	87
Gráfica 28. Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes del Panteón de los Próceres.....	88
Gráfica 29. Temas de interés para los visitantes del Panteón de los Próceres..	89
Gráfica 30. Género de los visitantes del Paraninfo Caldas.....	90
Gráfica 31. Edad Visitantes del Paraninfo Caldas.....	91
Gráfica 32. Procedencia visitante del Paraninfo Caldas por países de origen....	93
Gráfica 33. Procedencia Visitantes según departamentos de Colombia.....	93
Gráfica 34. Nivel de estudio visitante Paraninfo Caldas.....	96
Gráfica 35. Referentes de cómo se enteró del Paraninfo Caldas.....	97

Gráfica 36. Motivo de visita Paraninfo Caldas.....	98
Gráfica 37. Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita al Paraninfo Caldas.....	99
Gráfica 38. Acompañamiento de guía durante el recorrido.....	100
Gráfica 39. Satisfacción de la atención del guía.....	101
Gráfica 40. Calificación de la información recibida del guía.....	102
Gráfica 41. Calificación de los medios informativos del Paraninfo Caldas.....	103
Gráfica 42. Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes del Paraninfo Caldas.....	104
Gráfica 43. Temas de interés para los visitantes del Paraninfo Caldas.....	105

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa Conceptual Interpretación del Patrimonio.....	21
ilustración 2: Turismo relacionado con la Cultura.....	23
Ilustración 3: Visitas e itinerarios auto guiados Museo de Historia de Barcelona.....	24
Ilustración 4: Fachada, interior y salas de exhibición Casa Museo Mosquera....	36
Ilustración 5: Fachada e interior Paraninfo Caldas.....	39
Ilustración 6: Fachada e interior Panteón de los Próceres.....	40
Ilustración 7: Recorridos guiados.....	41
Ilustración 8: Folletos, postales y separadores.....	42
Ilustración 9: Páginas Webs institucionales.....	43
Ilustración 10: Páginas Webs Convenio Vive Digital.....	44
Ilustración 11: Redes sociales sitios de intervención profesional.....	45
Ilustración 12: infografía sitios de intervención profesional.....	46
Ilustración 13: Fichas informativas sitios de intervención profesional.....	47
Ilustración 14: Reunión de avances y socialización Voluntariado Semana Santa 2016.....	55
Ilustración 15: Pasos del proceso de la interpretación	119
Ilustración 16: Plano circuito interpretativo.....	122
Ilustración 17: Video interpretativo " Un recorrido por los aposentos del pasado y las estancias del presente.....	123
Ilustración 18: Lado externo del folleto.....	124
Ilustración 19: Lado interno del folleto.....	124
Ilustración 20: Paraninfo Francisco José de Caldas.....	137
Ilustración 21: Folletos institucionales.....	139
Ilustración 22: Ejemplo de folleto Interpretativo.....	142
Ilustración 23: Registro fotográfico entrevistas.....	170

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Plan de interpretación Casa Museo Mosquera.....	108
Cuadro 2. Plan de interpretación Paraninfo Francisco José de Caldas.....	109
Cuadro 3. Plan de interpretación Panteón de los Próceres.....	110
Cuadro 4. Criterios para la valoración de los atractivos turísticos.....	111
Cuadro 5. Formato diligenciado para la valoración del inventario Casa Museo Mosquera.....	113
Cuadro 6. Formato diligenciado para la valoración del inventario Panteón de los Próceres.....	114
Cuadro 7. Formato diligenciado para la valoración del inventario Paraninfo Francisco José de Caldas.....	115
Cuadro 8. DOFA Sitios de Intervención.....	117

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Diálogo vía correo electrónico.....	132
Anexo 2. Entrevistas.....	143
Anexo 3. Fichas bibliográfica.....	171
Anexo 4. Formatos encuesta.....	190
Anexo 5 Registro fotográfico aplicación de encuestas.....	193
Anexo 6. Actividades de pre-socialización y capacitación voluntariado Semana Santa 2016.....	196

INTRODUCCION

La interpretación del patrimonio es un proceso creativo de comunicación, entendido como el “arte” de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial o lugar visitado.

Esta metodología se aplica de forma amena, breve y clara. El lenguaje y las formas de comunicación deben transmitir las ideas de manera directa y concisa. Según Yorke Edwars: La interpretación posee cuatro características que la hacen una disciplina especial:

- Es comunicación atractiva
- Ofrece información breve
- Es entregada en presencia del objeto en cuestión
- Su objetivo es la revelación de un significado.¹

El siguiente trabajo de práctica sobre un diseño de un programa de interpretación del patrimonio cultural de la Universidad del Cauca: para la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Parainfo Francisco José de Caldas; se desarrolló en tres momentos:

1. Exploración (Diagnostico)
2. Identificación de estrategias
3. Diseño del programa de interpretación del patrimonio cultural de la universidad del Cauca, para los lugares ya mencionados.

Esta disciplina conlleva un proceso innovador en los museos y sitios de interés cultural a cargo de la Universidad del Cauca, que a su vez hacen parte de la Red de Museos del Cauca, por consiguiente se deja la propuesta de un circuito interpretativo denominado “Un recorrido por los aposentos del pasado y las instancias del presente”, Apoyado de un video y un folleto interpretativo, así mismo de recomendaciones muy importantes hechas por el experto en interpretación del patrimonio cultural para España e Iberoamérica Jorge Morales Miranda. Todo esto con la intención de que en estos sitios se aplique la metodología de la interpretación en algo tan fundamental como son los medios personales (voluntariado) y no personales (folleto y video) para un público, en este caso no cautivo (turistas), objeto de la interpretación del patrimonio.

¹ Guías técnicas de proyectos de Ecoturismo: GUIA DE INTERPRETACION DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL (Basado en el documento Manual Guía del Interprete Ambiental de Cesar Enrique Lazo y Gilbert Arróspide Tehuay)

1. CONTEXTUALIZACION DEL TRABAJO

1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

Se considera necesario revisar técnicas o nuevas metodologías que permitan establecer conexiones emocionales e intelectuales de lo que está siendo interpretado. Cabe aclarar que la interpretación no busca la instrucción del visitante, sino que pretende la provocación, un asunto que va más allá del mero aprendizaje, y más en un público no cautivo como turistas, que están haciendo uso de su tiempo libre y solo buscan recrearse.

En la experiencia personal los museos o recintos de patrimonio cultural de la Universidad del Cauca que ofrecen atención al usuario, solo se limita su labor a la trasmisión de datos e información sin que esto genere un impacto en los visitantes, perdiendo el sentido de comunicación, atractividad, apropiación y reconocimiento de los mismos.

1.2 JUSTIFICACION

Durante el proceso formativo en el programa de Turismo, además de las experiencias vividas, se evidencia la falta de interés por visitar los recintos museísticos de la ciudad y otros lugares de interés cultural e histórico de Popayán incluyendo los que están a cargo de la Universidad del Cauca, tanto por la población local como visitantes, quienes no se apropian y desconocen el gran valor histórico y cultural que albergan estos lugares.

Pero también se debe considerar los procesos que se llevan a cabo dentro de estos recintos, encaminados a despertar el interés de las personas por visitar los museos, es indispensable que exista una adecuada relación entre los guías o encargados de hacer los recorridos con los visitantes en general, y más si se tratan de turistas que buscan un momento de esparcimiento.

A partir de la necesidad de integrar de forma activa a los visitantes de los museos y el recinto de interés cultural objeto de intervención de la práctica profesional, con el conocimiento que les brinda el guía de estos establecimientos de forma más dinámica y lúdica; se pretende diseñar un programa de interpretación del patrimonio cultural de la Universidad del Cauca para: la Casa Museo Mosquera, el Panteón de los Próceres y el Paraninfo Francisco José de Caldas, estableciendo una base que les servirá a las

directivas de estos recintos para mejorar o complementar las actividades para la atención a los turistas que los visiten.

La Interpretación del Patrimonio se constituiría en la herramienta más efectiva para transmitir los conocimientos que guardan estos maravillosos lugares. En los museos de la ciudad de Popayán no se ha implementado un proceso como este, que contemple a la *interpretación del patrimonio cultural* como un método para infundir en propios y visitantes, sean nacionales o extranjeros el valor histórico y cultural del Cauca. Formando parte de la gestión cultural como una práctica que promueva acciones que potencien, viabilicen y despierten procesos culturales en un contexto particular: la cultura; dichas acciones estarían centradas en espacios para la creación, preservación, difusión, animación y promoción de la cultura presente en los museos de la ciudad blanca.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un programa de interpretación con el fin de generar procesos de promoción, comunicación y apropiación social del patrimonio cultural de la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Paraninfo Francisco José de Caldas de la Universidad de Cauca.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico de la atención y suministro de información a los visitantes
- Vincular al personal de estos recintos en la formulación del plan de interpretación
- Apoyar la selección de los medios y estrategias de comunicación apropiados para cada recinto.
- Recopilar y analizar la información de los sitios a interpretar para ofrecer un servicio satisfactorio y de calidad.
- Vincular herramientas tecnológicas para una mejor prestación del servicio.
- Orientar la selección de conceptos y temas que se utilizaran para ser transmitidas al público.

2. CONTEXTUALIZACION TEORICA

2.1 MARCO TEORICO

El proceso de intervención profesional que se pone a consideración, se llevara a cabo en la División de Cultura y Patrimonio de la Universidad del Cauca, en el cual se pretende diseñar un programa de interpretación del patrimonio cultural para: La Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y el Paraninfo Francisco José de Caldas, lugares objeto de la intervención. Este proceso se enmarca dentro de la disciplina de la Interpretación del Patrimonio, que a su vez contempla el patrimonio cultural, y puede complementarse con la animación sociocultural.

2.1.1 PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

El patrimonio cultural se divide en: tangible e intangible

El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales, se clasifica en mueble e inmueble.

- **El patrimonio tangible mueble** comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país.
- **El patrimonio tangible inmueble** está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o de

valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales.²

2.1.2 ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

La animación Socio-Cultural es el conjunto de técnicas sociales que, basadas en una pedagogía participativa, tiene por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias que con la participación activa de la gente, se desarrolla en el seno de un grupo o comunidad indeterminada, y se manifiesta en los diferentes ámbitos de las actividades socio-culturales que procuran el desarrollo de la calidad de vida.

La finalidad de la animación socio-cultural es la de mejorar la comunicación del individuo con el resto, por medio de la integración dentro de un grupo.

Tiene como objetivo que los individuos tomen conciencia de sus problemas y sus necesidades, así como las de su entorno, para que por medio de la comunicación con los demás puedan actuar para solucionarlos.³

Para realizar la animación sociocultural los especialistas del museo, promotores culturales e instructores de arte necesitan reunir un conjunto de cualidades que permitan que las actividades que se desarrollen cumplan su objetivo, las mismas han sido abordadas de forma general por varios autores, algunas de ellas son:

- Mística y sentido de servicio hacia los demás, esta consiste en tener presente que aquellos con los que se trabaja no son clientes sino personas y deben ser su preocupación central.
- Habilidad para motivar, esta condición es indispensable para quienes trabajan con la gente y que por la índole de su tarea actúan como agentes de promoción, o al menos, como catalizadores de un proceso de cambio.
- Don de gentes, por la exigencia de esta labor de tratar con la gente, se manifiesta esta cualidad en la amabilidad y simpatía hacia otras personas, buen humor y capacidad para saber escuchar, facilidad de

² Estrategia de Animación Socio Cultural para el proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio Cultural en la comunidad "La Paila" en el municipio de San Cristóbal, en la zona del Plan de Turquino ; Teresita Tellería Iturriagoitia, Universidad de la Habana. Páginas 15-17.

³ Estrategia de Animación Socio Cultural para el proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio Cultural en la comunidad "La Paila" en el municipio de San Cristóbal, en la zona del Plan de Turquino ; Teresita Tellería Iturriagoitia, Universidad de la Habana. Páginas 30- 31.

comunicación, capacidad de acogida, apertura y disponibilidad a los otros.

- Capacidad para vencer dificultades, para fortalecer la tenacidad y perseverancia para no amedrentarse ante las dificultades y ceder ante los obstáculos, se debe tener empuje suficiente para llevar a cabo la tarea y cumplir los objetivos deseados.

La estrategia de animación sociocultural no es tan solo un medio para enfrentar los retos del museo ante el entorno, sino también desde la perspectiva de su propia misión. Ella conduce a que los aspectos fundamentales de la institución se traduzcan en instrumentos de percepción y accionar colectivo en la propia comunidad.⁴

2.1.3 INTERPRETACION DEL PATRIMONIO

Según Jorge Morales y Sam Ham, la interpretación ocurre en tres niveles, son los que se describen a continuación:

- Hay un nivel inicial, que está basado en el conocimiento científico, y que es la materia prima para la elaboración del posterior mensaje.
- Hay un segundo nivel que consiste en traducir esos conocimientos científicos a un lenguaje comprensible y ameno, utilizando las técnicas de la disciplina. Aquí comienza la tarea de comunicar este significado con la elaboración del mensaje, que es la base de la Interpretación del Patrimonio.
- El tercer nivel es el que se produce en la mente del público, y será este el que elaborara sus propios significados. Si logramos que piensen sobre el recurso, incluso a través de caminos no previstos por el intérprete, es probable que se generen actitudes positivas hacia este y, por lo tanto, que su comportamiento también lo sea.

La Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP) define la interpretación de la siguiente manera:

“La interpretación del Patrimonio es el “arte” de revelar in situ el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio”.

La interpretación puede perseguir objetivos educativos, recreativos, económicos, orientados a la gestión de visitantes, a la implicación del

⁴ Estrategia de Animación Socio Cultural para el proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio Cultural en la comunidad “La Paila” en el municipio de San Cristóbal, en la zona del Plan de Turquino ; Teresita Tellería Iturriagoitia, Universidad de la Habana. Páginas 33- 35

público, a la inclusión de la población local, a la preservación del patrimonio. Al igual que persigue objetivos específicos conceptuales, emocionales, y actitudinales.⁵

2.1.3.1 PRINCIPIOS DE LA INTERPRETACION

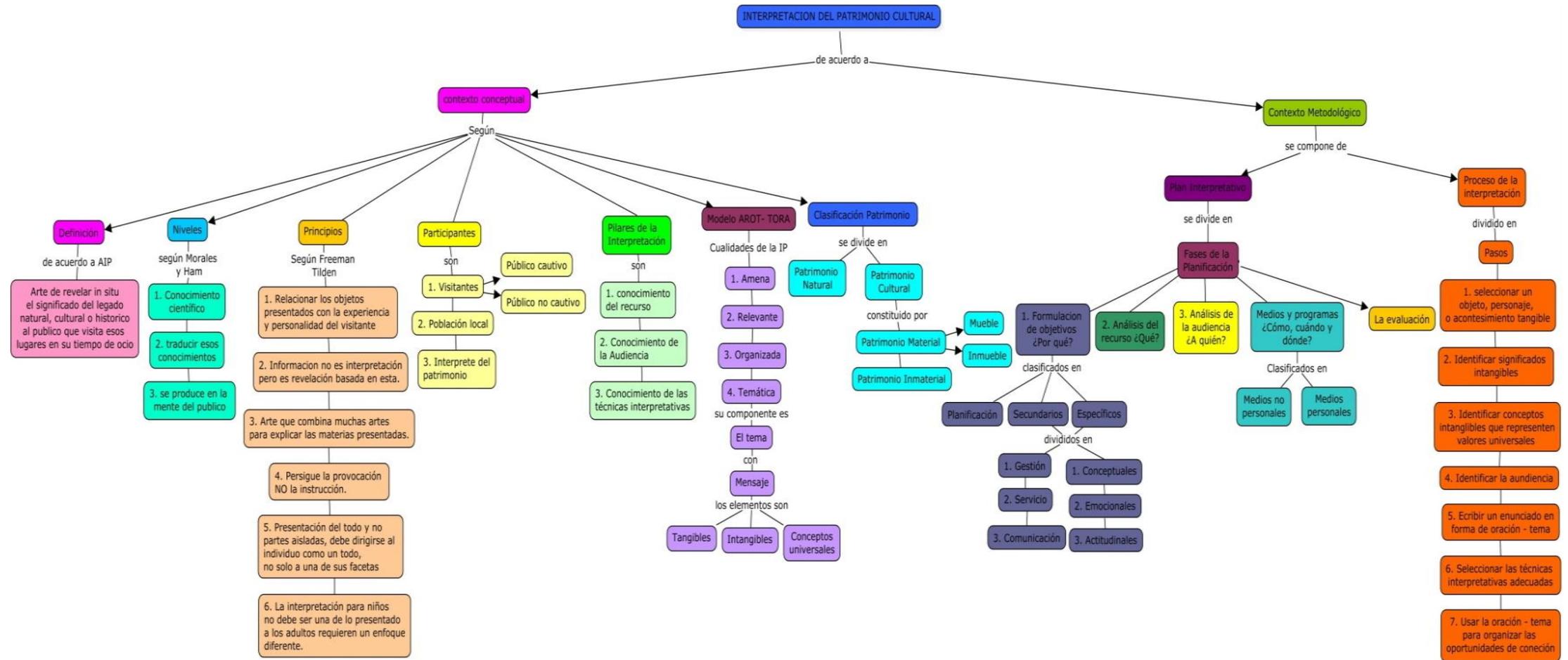
Freeman Tilden, uno de los padres de la interpretación, formulo los principios de la interpretación:

- Cualquier forma de forma de interpretación que no relacione los objetos que presenta y describe con algo que se encuentre en la experiencia y la personalidad de los visitantes, será totalmente estéril.
- La información, como tal, no es interpretación. Es una revelación basada en la información. Son dos cosas diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información.
- La interpretación es un arte que combina muchas artes para explicar las materias presentadas; y cualquier forma de arte, hasta cierto punto puede ser enseñada.
- La interpretación persigue la provocación, no la instrucción.
- Debe ser la presentación del todo y no de las partes aisladamente, y debe dirigirse al individuo como un todo y no solo a una de sus facetas.
- La interpretación destinada a niños no debe ser una mera dilución de lo entregado a los adultos, requiere un enfoque radicalmente diferente. En el mejor de los casos necesitara programas específicos.⁶

⁵ Interpretación del Patrimonio, una herramienta eficaz para la conservación. Páginas 11-12

⁶ Interpretación del Patrimonio, una herramienta eficaz para la conservación. Páginas 16-17

ILUSTRACION 1: MAPA CONCEPTUAL INTERPRETACION DEL PATRIMONIO



Fuente: elaboración propia

2.1.4 TURISMO CULTURAL

El Turismo a nivel nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura.

El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo local cuando se gestiona adecuadamente.

Por su propia naturaleza, el Turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas, geográficas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivos, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales. (Carta Internacional sobre Turismo Cultural - ICOMOS, 2003)

De acuerdo a la Secretaria de Turismo de México, Sectur, define al turismo cultural como: “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Secretaria de Turismo-Sectur, Centro de Estudios Superiores en Turismo-Cestur; Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, 2003)

Mientras que la OMT (2005) lo define como: “Movimiento de personas hacia atractivos culturales con objeto de adquirir una nueva información y experiencias por satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (Sancho & Univeridad de Valencia).

Ambas definiciones coinciden en que el turismo cultural se trata de desplazamientos motivados por el interés de conocer y comprender, además disfrutar de otras culturas y todas sus implicaciones culturales materiales e inmateriales, que traigan al visitante la satisfacción de sus intereses intelectuales, emocionales, artísticos, espirituales, etc.

De este segmento del turismo se identifican dos corrientes relacionadas con la cultura que son:

Los turistas con interés especial en la cultura, que corresponden al segmento del “turismo cultural”, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje.

Los turistas con interés ocasional en la cultura pertenecen a otros segmentos turísticos con diversas motivaciones, en ellos la cultura es un valor agregado al que solo se imputa directamente el gasto adicional que realizan en el país al realizar actividades relacionadas con la cultura.

Ilustración 2: Turismo relacionado con la cultura



(Secretaria de Turismo-Sectur, Centro de Estudios Superiores en Turismo-Cestur; Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, 2003)

De esta interacción permanente y dinámica entre el turismo y la cultura, dadas las implicaciones como hecho social que tiene la actividad turística para la humanidad, se concluye que **todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural: sin cultura no se explica el turismo.** (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Ministerio de Cultura, 2007)

2.1.5 REFERENTE MUSEO HISTORIA DE BARCELONA

El Museo de Historia de Barcelona (España) tiene en su programación tres visitas o itinerarios autoguiados llamados:

- La muralla medieval de Barcelona
- El call de Barcelona
- Barcino, un recorrido por la Barcelona romana

Cada una de estas opciones despliega un menú con el respectivo recorrido, el cual consta de un plano del mismo con cada una de las paradas establecidas.

Ilustración 3: Visitas e itinerarios autoguiados Museo de Historia de Barcelona.

The image shows two screenshots of the MUHBA website. Both screenshots display the 'Itinerarios Autoguiados' section under the 'PROGRAMACIÓN' menu. The first screenshot shows three tour cards: 'La muralla medieval de Barcelona' (M|5), 'El Call de Barcelona' (C|1), and 'Barcino, un recorrido por la Barcelona romana' (R|1). The second screenshot shows the same three tour cards, but the 'La muralla medieval de Barcelona' card is highlighted with a red background and contains a detailed description of the tour's purpose and objectives.

BarCELONA CULTURA

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

EL MUHBA INVESTIGACIÓN Y DEBATE COLECCIONES ESPACIOS PATRIMONIALES **PROGRAMACIÓN** INFORMACIÓN Y SERVICIOS AMIGOS Y VOLUNTARIOS

Programación , Visitas e Itinerarios , Itinerarios Autoguiados

Visitas e itinerarios

Itinerarios Autoguiados

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

M|5

TORNERS D'INTERÉS HISTÒRIC DE LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)

La muralla medieval de Barcelona

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

C|1

PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)

EL CALL MAJOR
EL CALL MAJOR
EL CALL MAJOR

El Call de Barcelona

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

R|1

PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)

Barcino, un recorrido por la Barcelona romana

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

C|1

PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE EL CALL DE BARCELONA (C)

EL CALL MAJOR
EL CALL MAJOR
EL CALL MAJOR

El Call de Barcelona

MU·HBA MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

R|1

PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE BARCELONA ROMANA (R)

Barcino, un recorrido por la Barcelona romana

LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA

Esta guía pretende ser un instrumento para contar la historia de las construcciones defensivas de la ciudad levantadas durante los siglos XIII y XIV, unas construcciones que han dejado rastro en la trama urbana de ciutat vella y de las que se han encontrado en distintos puntos restos arqueológicos.

LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)
PUNTS D'INTERÉS HISTÒRIC DE LA MURALLA MEDIEVAL DE BARCELONA (M)

La muralla medieval de Barcelona

<http://museuhistoria.bcn.cat/es/taxonomy/term/383>

2.2. MARCO CONTEXTUAL

El departamento del Cauca y en especial Popayán se han constituido en un referente histórico y cultural de Colombia desde la época de la colonia y la gesta independentista del país. Por lo cual la División de Cultura y Patrimonio que hace parte de la Vicerrectoría de Cultura y Bienestar de la Universidad del Cauca, es la encargada de la conservación, investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural, de los cuales hacen parte los recintos objetos del proceso de intervención profesional, además que la Casa Museo Mosquera y el Panteón de los Próceres pertenecen a la Red de Museos del Cauca, encargada de promover procesos de articulación de los museos presentes en la ciudad.

2.2.1 VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR

La Vicerrectoría de Cultura y Bienestar es la dependencia encargada de coordinar y apoyar las diferentes iniciativas que se realizan en la Universidad del Cauca y que están relacionadas con el deporte, la recreación, el arte, el patrimonio cultural, las publicaciones bibliográficas, el uso de los medios de comunicación y la salud de la comunidad universitaria.⁷

2.2.2 DIVISION DE GESTION DE LA CULTURA

Uno de sus propósitos principales es estimular, identificar, visibilizar y promover actividades y procesos culturales que involucren las diversas manifestaciones y expresiones creativas y comprometan a los diferentes estamentos de la Alma Máter de manera activa.⁸

2.2.3 RED DE MUSEOS DEL CAUCA

Lograr consolidar la Red de Museos del Cauca, es el resultado de un acuerdo de voluntades de los directores y funcionarios de las instituciones museísticas, que han unido sus esfuerzos para generar un bienestar común.

⁷<http://portal.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/directivos/vicerrectoria-de-cultura-y-bienestar#sthash.ZRcogHj6.dpuf>

⁸<http://portal.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/dependencias/division-de-patrimonio-cultural#sthash.TvsWL66B.dpuf>

Teniendo en cuenta la importancia de constituirse legalmente, fueron redactados y analizados sus estatutos, y con base en los lineamientos de la Política Nacional y del Programa de Fortalecimiento de Museos, se formuló “El Plan Estratégico de las instituciones museales del Cauca 2011-2015”.⁹

2.3 .MARCO LEGAL

- Ley 1558 de 2012 , ley de Turismo
- Ley 397 de 1997 ley del Patrimonio Cultural: Programa de Fortalecimiento de Museos.
- Ley 1185 de 2008 que modifica los artículos 4 y 56 de la ley 397 de 1997.
- Panteón de los próceres: acuerdo 40 del 15 de octubre de 1940 del consejo directivo de la universidad del Cauca.
- Ordenanza 050 de 2009. Política turística del departamento del Cauca.
- Acuerdo 1128 del 11 de febrero de 1946, se funda el Museo de Arte Colonial e Historia.

2.3.1. DESCRIPCIÓN PATRIMONIO CULTURAL LEY, 1185 DE 2008

La ley 1185 de 2008, ley de cultural hace una descripción sobre el patrimonio cultural de Colombia:

"Artículo 4°. *Integración del patrimonio cultural de la Nación.* El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico". (Congreso de Colombia, 2008).

⁹ <http://www.redmuseoscauca.com/es/sobre-la-red>

2.3.2. POLITICA DE TURISMO CULTURAL: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio, 2007

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Ministerio de Cultura

La política de Turismo Cultural: “identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo”, busca resaltar la potencialidad del turismo para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural. Esta política se constituye en una estrategia para el fortalecimiento del turismo cultural; dicha tipología contiene muchas ventajas, de las cuales se destacan su transversalidad con otros tipos de turismo y, la multiterritorialidad dado que se puede presentar en cualquier territorio.

Se ampara en:

- Constitución política de Colombia
- Ley 397/1997, ley general de la cultura.
- Ley 300/ 1996, ley 1101, ley 1558/ 2012, leyes de turismo.
- Plan decenal de cultura
- CONPES: Plan Nacional de Cultura y Plan Sectorial de Turismo.

Algunos antecedentes que pueden resaltarse dentro de la política son:

- En Colombia hace falta más promoción y difusión del turismo cultural.
- Preservación del patrimonio y articulación a la oferta turística. Incluyendo el sector de los museos desde la Red Nacional de Museos y las Redes departamentales de museos.
- Ministerio de Cultura puede articularse con proyectos de otros ministerios, por ejemplo levantamiento de inventarios turísticos, campañas de promoción turística y programas de señalización, etc.
- El Ministerio de Cultura apoya la vinculación civil en procesos de conservación y salvaguardia del patrimonio (Voluntariado Universitario).
- El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo realiza actividades en materia de competitividad y sostenibilidad del sector turístico por medio del Plan Sectorial de Turismo. Dentro de las 13 regiones identificadas con potencial para el turismo cultural se encuentra Popayán y Tierradentro en el Cauca.

El objetivo general de la política es: posicionar a Colombia como destino de turismo cultural e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, genere dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas

sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.

Algunos objetivos específicos de la política son:

- Posicionar y promocionar a Colombia como uno de los principales destinos de turismo cultural.
- Definir y rescatar hitos urbanos, nacionales y regionales que hagan parte del patrimonio cultural colombiano para que sean imprescindibles dentro del recorrido del turista.
- Fomentar acciones para lograr compromisos y cooperación entre los representantes locales, las comunidades indígenas, los conservacionistas, los operadores turísticos, los gestores culturales y vigías del patrimonio, para que los bienes patrimoniales con interés turístico sean gestionados dentro de los parámetros de sostenibilidad, lo que permitirá aumentar la protección en beneficio de las futuras generaciones.
- Realizar campañas y programas educativos de sensibilización social y de apropiación del patrimonio cultural.

Los principios que rigen la política corresponden a:

- **Participación:** vinculación de la sociedad civil en la toma de decisiones con el desarrollo turístico sostenible de una región.
- **Identidad:** el turismo y la cultura aportan constructivamente a la visión que las comunidades tienen de sí mismas.
- **Sostenibilidad:** desarrollo de la política a partir de procesos sociales, económicos, políticos y ambientales que respeten la integración-identidad cultural y la biodiversidad del entorno.
- **Equidad:** relaciones entre turismo y cultura con la riqueza de la región y el desarrollo de sus habitantes para reducir la desigualdad.
- **Coordinación:** entre las entidades públicas que integren el sector de turismo y cultura para actuar en forma coordinada con sus funciones.
- **Concertación:** las decisiones de los sectores de turismo y cultura por medios de acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos.
- **Descentralización:** la promoción del turismo cultural es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado desarrollado por empresas privadas y estatales.

Los lineamientos que constituyen la base de la política son:

1. **Sostenibilidad del turismo cultural:** dado que los objetivos buscan la apropiación del patrimonio, el fortalecimiento de su competitividad y

productividad y el incremento de los beneficios que genera la actividad turística, la sostenibilidad es el eje de acción de esta política.

2. Gestión del Turismo Cultural

A. Mejoramiento de la oferta para el turismo cultural: se fortalecerá el turismo cultural a través de las siguientes acciones:

- **Ordenamiento y planificación:** las entidades territoriales deben incluir el turismo cultural en su plan de desarrollo local.
- **Acceso a la oferta cultural y su uso turístico:** se establecerán programas conjuntos para mejorar la gestión de acontecimientos y eventos especiales orientándolos como productos turísticos. Mejorando las condiciones de infraestructura y acceso al público a los museos, iglesias, monumentos y parques, etc.
- **Fortalecimiento de la cadena productiva artesanal en destinos turísticos culturales:** lograr que los objetos artesanales formen parte del turismo cultural. Respecto al sector turístico se busca fortalecer y consolidar la gestión socio-empresarial y de diseño de la empresa turística unida a la artesanal.
- **Fortalecimiento de la gastronomía tradicional en los destinos turísticos culturales:** es un elemento para reforzar tanto la identidad nacional como las identidades regionales jugando un papel primordial como atractivo turístico.

B. Investigación de mercados: es indispensable analizar los dos tipos de corrientes turísticas vinculadas con la cultura: los turistas con especial interés en la cultura y los turistas con interés ocasional en la cultura.

C. Diseño del producto turístico cultural: se deben identificar los productos básicos o imágenes de los destinos y promover su integración con los servicios turísticos complementarios.

D. Participación de las comunidades receptoras y estructuración del sector: se requiere de la participación activa e informada de todos los actores implicados.

E. Formación del talento humano para el turismo cultural: se deberán adelantar programas de formación a las comunidades receptoras sobre la integración de los bienes culturales a la actividad turística. Integrados de manera transversal entre los programas del Ministerio de Cultura.

F. Gestión de la información para la promoción del turismo cultural para el turista: los ministerios gestionaran la creación de un sistema nacional de información para el turista.

G. Mercadeo y promoción del turismo cultural: se debe realizar de acuerdo a los criterios de las investigaciones de mercados nacionales e

internacionales, en conjunto con las herramientas de la Política de Competitividad.

3. **Sinergia:** se debe procurar la participación de las autoridades estatales y privadas del sector cultural y de turismo tanto de orden nacional, regional y local, para que en conjunto hagan aportes que optimicen los recursos culturales.
4. **Información:** se requiere implementar mecanismos de captación, registro, organización, suministro de datos, estableciendo indicadores de seguimiento y ejecución de la política.
5. **Investigación:** a través de varios aspectos generar innovación o valor agregado a la gestión del turismo cultural, los ministerios de Cultura y Comercio, Industria y Turismo, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, COLCIENCIAS, PROEXPORT (ahora PROCOLOMBIA) y las universidades promoverán la creación de grupos y líneas de investigación para el turismo cultural.

La financiación:

Se establecen las líneas de financiación directas o indirectas que permitan cualificar y sostener el sector del turismo cultural en el país. (Estampillas, participación en fondos de cofinanciación, etc.)

Las entidades participantes de la implementación de la política:

- **Nacional:** presidencia de la República, los distintos ministerios, DNP, acción social, PNN, ProColombia, SENA, COLCIENCIAS, BANCOLOMBIA, FINDETER, ICANH, COLDEPORTES, etc.
- **Territorial:** gobernaciones, alcaldías, consejos comunitarios de comunidades indígenas y afrocolombianas, autoridades regionales y locales de la gestión del turismo cultural, fondos territoriales de promoción turística y de cultura.
- **Asociaciones- Agremiaciones:** ANATO, COTELCO, ACODRES, ALAICO, ATAC, cámaras de comercio, Federación Nacional de Cafeteros, fondo para el desarrollo fotográfico, universidades y entidades educativas, autoridades Eclesiásticas y Arquidiócesis y empresas privadas del sector turístico y cultural. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2007)

2.3.3. GUIAS DE TURISMO

El artículo 94 de la ley 300 de 1996 y modificado por el artículo 26 de la ley 1558 de 2012 reconoce quienes se consideran como guías de turismo, por lo cual no es correcto aplicar el término a los estudiantes del voluntariado, quienes en realidad ejercen la labor de informadores turísticos.

“Artículo 94. De los Guías de Turismo. Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado. Se conoce como profesional en el área de guionaje o guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, previa obtención de la correspondiente tarjeta profesional como guía de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe.

Para obtener la tarjeta profesional deberá acreditarse, como mínimo título de formación de educación superior del nivel tecnológico como Guía de Turismo, certificada por el SENA o por una Entidad de Educación Superior reconocida por el Gobierno Nacional.

También podrá ser reconocido como Guía de Turismo, quien ostente un título profesional en las áreas afines del conocimiento determinadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y haber aprobado el curso de homologación que el SENA diseñe para tal fin. Estos últimos solamente podrán ejercer la actividad en el ámbito de su especialidad.

El Estado, por intermedio del SENA o una Entidad de Educación Superior reconocida por el Gobierno Nacional, promoverá el desarrollo de competencias en bilingüismo, para proporcionar herramientas que permitan el acceso en condiciones de igualdad y equidad a la oferta laboral y empresarial del sector turístico.

No obstante, quien obtenga el título profesional de guía de turismo a partir del segundo año de vigencia de la presente ley deberá acreditar el conocimiento de un segundo idioma.

La Tarjeta Profesional de Guía de Turismo es el documento único legal que se expide para identificar, proteger, autorizar y controlar al titular de la

misma en el ejercicio profesional del Guionaje o Guianza Turística. El gobierno nacional reglamentará la expedición de la tarjeta profesional.

Los prestadores de servicios turísticos, así como las personas o entidades a cargo de la administración de todos los atractivos turísticos registrados en el inventario turístico nacional, están en la obligación de observar y hacer cumplir que el servicio profesional de Guionaje o Guianza Turística sea prestado únicamente por Guías de Turismo inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

El Gobierno Nacional, en desarrollo de los principios generales de la industria turística, previa consulta con las diferentes organizaciones gremiales que representan legalmente a los Guías de Turismo, reglamentará la profesión de Guionaje o Guianza Turística y su ejercicio.” (Congreso de Colombia, 2012)

3. CONTEXTUALIZACION METODOLOGICA

3.1. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

En el desarrollo de la propuesta “Diseño de un programa de interpretación del patrimonio cultural de la Universidad del Cauca: para la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Parainfo Francisco José de Caldas” se llevaron a cabo los siguientes pasos que se presentan en la gráfica 1 en el cual se detalla el proceso que se llevó a cabo durante la intervención profesional:

Gráfica 1: Proceso metodológico implementado



Fuente: Elaboración propia

3.1.1. FORMULACIÓN PROPUESTA

Con el apoyo de la asesoría académica y empresarial se desarrolló la propuesta de intervención profesional “Diseño de un Programa de Interpretación del Patrimonio Cultural de la Universidad del Cauca: para la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Paraninfo Francisco José De Caldas” a cargo de la División de Gestión de Cultural del Alma Mater.

3.1.2. CONTEXTUALIZACION

Inicialmente se hicieron recorridos por los sitios de intervención para evidenciar la manera como se le entrega la información a los visitantes (turistas), medios utilizados y condiciones de la planta física para tal fin.

Posteriormente se entrevistó a funcionarios y expertos afines a las temáticas de estos sitios, entre ellos la historiadora Samira Díaz López, Francisco Valencia coordinador encargado de la Casa Museo Mosquera y el jefe de la División de Gestión de Cultura, Gustavo Feris; con el interés de

solicitar referencias bibliográficas para la contextualización histórica de los mismos, ver ampliación de entrevistas en anexos 2.

Finalmente se realizaron las consultas bibliográficas, en las que se encontraron temas de interés como: historia de cada uno de los sitios, estilos arquitectónicos e imaginarios entorno a estos recintos. Simultáneamente se trabajó con los referentes bibliográficos de la disciplina de la Interpretación del Patrimonio buscados en la web.

3.1.3. ESTRATEGIAS

En reuniones con los funcionarios a cargo de los sitios de intervención se conocieron las estrategias de comunicación que se desarrollan actualmente en cada uno de los recintos, estableciendo un intercambio de información para proponer ideas que se puedan implementar, o adaptar las ya existentes con base a la metodología de la Interpretación del Patrimonio en un público no cautivo.

Se estableció un dialogo vía correo electrónico con el docente y consultor en Iberoamérica y España Jorge Morales Miranda, especialista en la disciplina de la Interpretación del Patrimonio, cuyos aportes han contribuido al establecimiento de estrategias para el desarrollo de la práctica profesional.

La aplicación de encuestas en los tres sitios caso de estudio con formatos en español e inglés, el procesamiento y análisis de los datos obtenidos se realizó con el apoyo de la Docente Johana Sandoval y; el estadista Yilton Riascos Adscritos al programa de Matemáticas, y estudiantes de segundo semestre del Programa Profesional en Turismo de la Universidad del Cauca. La técnica usada en la aplicación de la encuesta fue “bola de nieve”, la cual consiste en que un individuo encuestado referencie otro posible participante. Ver estructuración de la encuesta en anexos.4.

En el desarrollo de la intervención profesional se fue estructurando el Programa de Interpretación del Patrimonio Cultural con las orientaciones académicas y empresariales.

3.1.4. INFORME FINAL

Concluida la intervención profesional se procedió con la redacción del documento que será entregado a la División Gestión de la Cultura con los compromisos establecidos.

Con la información contenida en el documento final se procedió a realizar la presentación para la socialización del trabajo de grado.

3.2. ACTIVIDADES Y LOGROS ALCANZADOS

3.2.1. PLANTA FISICA SITIOS DE INTERVENCION

La planta física de los tres sitios de intervención se encuentra en óptimas condiciones para prestar el servicio a los visitantes en general.

3.2.1.1. CASA MUSEO MOSQUERA

De los tres sitios de intervención este lugar ha tenido adecuaciones considerables en el interior de las salas de exhibición, con el cambio de pintura, instalación de infografías, nuevas fichas informativas, puesta en marcha de imagen corporativa y la instalación de luces adecuadas para la protección de las piezas expuestas.

RESEÑA HISTORICA

La casa Museo Mosquera promueve la conservación y resguardo de elementos de la historia de la época colonial y hechos históricos de la Nueva Granada del siglo XVII, la mayoría pertenecientes a la familia Mosquera, también se encuentran objetos de otros próceres como el Libertador Simón Bolívar, José Hilario López, el sabio Francisco José de Caldas, José María Obando, Camilo Torres y Carlos Albán. Por último se resaltan objetos de arte colonial, como tallas en maderas y oleos. Todo está debidamente organizado en cuatro salas, de tal manera que se pueda apreciar la importancia económica y política de la familia, pasando hasta por anécdotas de los personajes mencionados.

Las cuatro salas en las que se divide el museo fueron denominadas de la siguiente manera:

- **SALON 1: Salón del Contexto, del Pensamiento y Designaciones:** resalta el poder económico, político y militar de la familia compuesta por José María Mosquera y Figueroa y María Manuela Arboleda y Arrechea, y la importancia de sus cuatro hijos ilustres.
- **SALON 2: Dedicado al Ilmo. Arzobispo Manuel José Mosquera Arboleda:** contiene objetos que hacen referencia a la vida del Arzobispo, destacado por su vida religiosa, y sus estudios en derecho.
- **SALON 3: Dedicado al Gran General Tomas Cipriano de Mosquera:** es dedicado a la vida y obra del Gran General, que también se destacó por

ser estadista, diplomático, historiador, geógrafo y político y artífice en la creación de la república.

- **SALON 4: Arte Colonial:** en él se exponen obras religiosas, tallas en madera, esculturas y algunos oleos pertenecientes a las escuelas quiteña y santafereña del siglo XVIII. (UNICAUCA, 2015)

Ilustración 4: Fachada, Interior y Salas de Exhibición Casa Museo Mosquera

Fachada



Fuente: Grupo de trabajo.

Patio principal



Fuente: Diego Imbachi Garcés.

Salas de exhibición II periodo académico de 2015 antes de los cambios

Sala del contexto



Sala ilustres caucanos



Sala Arzobispo Manuel José M



Sala General Tomás Cipriano M



Sala Arte Colonial



Pasillos



Fuente: Diego Imbachi Garcés

Salas de exhibición I periodo académico de 2016 después de los cambios

Sala del Contexto



Sala ilustres caucanos



Fuente: Diego Imbachi Garcés.

Sala Arzobispo Manuel José M



Sala General Tomás Cipriano M



Sala Arte Colonial



Pasillos



Fuente: Grupo de trabajo.

3.2.1.2. PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS

RESEÑA HISTORICA

Su construcción se inició en 1892, y se inauguró el 16 de abril de 1916 en el centenario del fusilamiento del Sabio Caldas y del tricentenario de la muerte de Cervantes. El maestro Guillermo Valencia pronunció en esta ocasión un discurso conmemorativo. En el interior a espaldas del estrado, se encuentra el óleo del pintor Efraím Martínez en el cual se interpreta el poema de Valencia “Canto a Popayán” Grabado sobre mármol. En el muro que da a la calle se encuentra el tríptico impresionista de Andrés Santamaría, del techo cuelga una lámpara en bronce hecha por estudiantes del SENA. Después del terremoto del 83 todo fue protegido y restaurado. (CASTRILLON, 1986)

Ilustración 5: Fachada e Interior Paraninfo Caldas

Fachada



Interior: Apoteosis a Popayán



Fuente: Diego Imbachi Garcés

Interior: Tríptico Santa María



Interior: Techo, lámpara y vitrales.



Entrada lateral derecha



Entrada lateral izquierda



Fuente: Grupo de trabajo

3.2.1.3. PANTEÓN DE LOS PRÓCERES

RESEÑA HISTORICA

Destinado a ser la sede de la asamblea departamental, fue inaugurado el 27 de diciembre de 1940 con discurso del Maestro Valencia, como recinto sacro para guardar las cenizas de los payaneses ilustres que ayudaron en la formación de la república. En él se guardan las urnas cinerarias de: Camilo Torres, Joaquín Mosquera y Arboleda, José María Obando, Tomas Cipriano de Mosquera, José Hilario López, obispo Pedro Antonio Torres, Francisco José de Caldas, Francisco Antonio Ulloa, Miguel Montalvo (Huilense), Miguel Buch (Chocoano), Julio Arboleda, Froilán Largacha, Julián Trujillo, Ezequiel Hurtado y Euclides de Angulo. En la entrada adornan cuatro placas alusivas a las batallas del Alto y Bajo Palacé (costado norte) y de la ladera y Calibío (costado sur), un Cristo crucificado preside la gran sala acompañado del escudo de Colombia y un vitral con el escudo de Popayán. . (VELASCO MOSQUERA, 2004)

Ilustración 6: Fachada e Interior Panteón de los Próceres

Fachada



Santuario



Placas batallas



Sala de exposiciones temporales



Capiteles y Escudo de Colombia



Fuente: Grupo de trabajo

3.2.2. ENTREGA DE INFORMACIÓN A VISITANTES

3.2.2.1. MEDIOS PERSONALES

3.2.2.1.1. ACTIVIDADES GUIADAS

Se identificaron recorridos durante los dos periodos académicos regulares de la Universidad del Cauca y durante Semana Santa. Trabajo realizado con el apoyo de los estudiantes del Voluntariado de Servicio Social Universitario.

Ilustración 7: recorridos guiados

I Periodo Académico 2016



Recorrido Casa Museo Mosquera

Voluntarios Semana Santa 2016



Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres, rectoría Unicauca y Paraninfo Caldas, Parque Caldas, Museo Negret y MIAMP

Caracterización de voluntarios Casa Museo Mosquera jueves y viernes Santo (Semana Santa 2016).



Fuente: grupo de trabajo

3.2.2.2. MEDIOS NO PERSONALES DE LOS SITIOS DE INTERVENCIÓN

En esta categoría se encontraron:

- Folletos, postales y separadores.
- páginas Web institucionales
- Páginas Web convenio “Vive Digital”.
- Redes sociales
- Infografía
- Fichas informativas

Ilustración 8: folletos, postales y separadores



Folletos.



Postales y separadores

Fuente: Grupo de trabajo

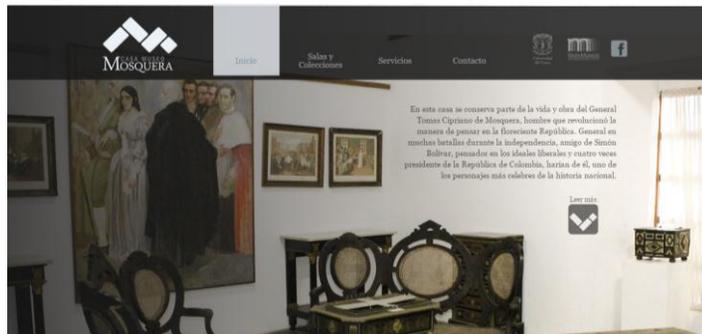
Ilustración 9: páginas Webs institucionales

“Red de Museos Universidad del Cauca”: Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Museo de Historia Natural.



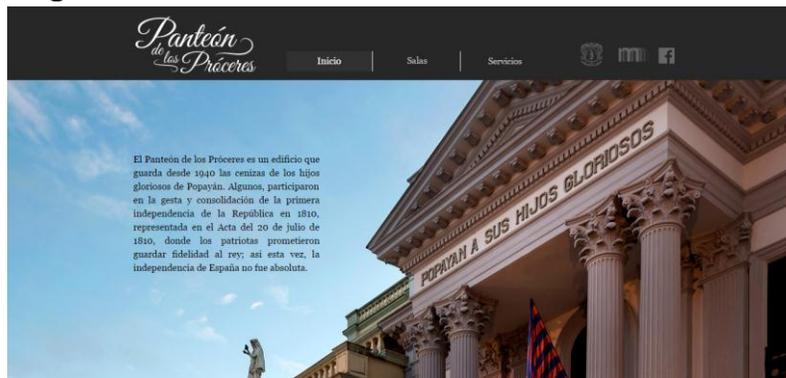
Interfaz “Red de Museos Universidad del Cauca”
<http://www.unicauca.edu.co/museos/>

- **Página Web Casa Museo Mosquera**



Interfaz página Web Casa Museo Mosquera
<http://www.unicauca.edu.co/museos/museomosq/info.html>

- **Página Web Panteón de los Próceres**



Interfaz página Web Panteón de los Próceres
<http://www.unicauca.edu.co/museos/panteon/index.html>

Fuente: Grupo de trabajo

Ilustración 10: páginas Webs convenio Vive Digital

- museospopayan.org (de los sitios caso de estudio solo Casa Museo Mosquera y Panteón de los Próceres).



Interfaz página Web museos Popayán.

<http://www.museospopayan.org/es/>



Interfaz página Web museos Popayán: Casa Museo Mosquera.

http://www.museospopayan.org/es/web_cargarElementos/335



Interfaz página Web museos Popayán

http://www.museospopayan.org/es/web_cargarElementos/334

Fuente: Grupo de trabajo

Ilustración 11: Redes sociales sitios de intervención profesional

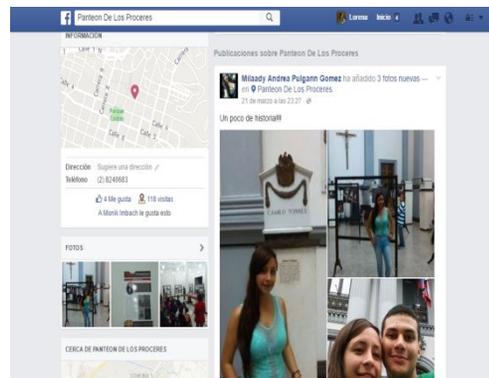
- **Facebook Casa Museo Mosquera**

La red social no se actualiza desde el año 2015 por implementación de la página Web de la Casa Museo y falta de personal que la esté actualizando.



- **panteón de los Próceres**

Para este sitio ocurre lo mismo que la página de la Casa Museo Mosquera, sin embargo tiene una entrada de información durante Semana Santa 2016.



Fuente: Grupo de trabajo

Ilustración 12: Infografía sitios de intervención profesional

- Casa Museo Mosquera

Salón del Contexto



Salón Arzobispo Manuel José M



Salón General Tomás Cipriano M



Salón Arte Colonial



- Panteón de los Próceres



Fuente: grupo de trabajo

Ilustración 13: fichas informativas sitios de intervención profesional

- Casa Museo Mosquera



- Panteón de los Próceres



Fuente: grupo de trabajo

3.2.3. ANÁLISIS ENTREVISTAS

En entrevista con el Coordinador de la Casa Museo Mosquera, profesor **Francisco Valencia**, nos da a conocer el estado actual de la casa con respecto a la atención y suministro de información hacia los visitantes empezando por los guías los cuales afirma que se manejan desde el programa de voluntariado, son permanentes mientras se esté dentro del periodo académico, mientras tanto no hay guía, pero se adecuó en cada sala infografías para diferentes tipos de turistas; la capacitación de ellos se hace a través de reuniones, material de apoyo y seguimiento; También que desde el año 2011 se cambió el guion del museo por uno que permite contextualizar a las personas con las piezas y las historias que giran en torno a ellas y la casa, siendo menos inventariado, sin embargo aún falta lograr que cada vez más los voluntarios que llegan a este proceso se apropien de manera adecuada del mismo, para ofrecer un discurso que permita que los visitantes establezcan conexiones tanto intelectuales como emocionales.

Además nos dio a conocer sobre las actividades y proyectos que se están promoviendo en pro del mejoramiento, como la implementación de un guía virtual precisamente para cuando no haya el guía, teniendo instalado el programa en el celular o tableta que no necesite internet y a la vez que sea un programa que te lleve y que pueda ser escuchado; También se están desarrollando otros procesos para fortalecer la prestación del servicio a todos los visitantes del museo, sean niños de colegios o turistas, entre los cuales se estructuró la didáctica del museo para llegarle al público infantil de una manera acorde a sus procesos de aprendizaje; la implementación de las Tics con las nuevas páginas Webs y de otras a futuro; cambios e implementación de nuevo material impreso; desarrollo de un proceso investigativo de la historicidad de la casa, y las mejoras a la infraestructura de las salas.

En entrevista con la historiadora y decana de la facultad de humanidades **Samira Díaz López** de acuerdo con su formación académica y grandes conocimientos especialmente de las edificaciones que pertenecen a la universidad del Cauca, considera que le parece muy interesante la motivación del trabajo el cual debemos exponer muy en detalle ya que dentro de su desempeño desea conocer bien la razón por la cual escogimos trabajar el tema de la interpretación; después de argumentar que lo que buscamos es cambiar o dejar pautas sobre cómo se debe dar las guías las cuales están dentro del plan de interpretación y contar experiencias vividas en el desempeño como voluntarias, considera que no ve acorde el voluntariado ya que se trabaja con personas que no tienen ningún conocimiento en una serie de actividades sin tener un entrenamiento apropiado y además que lo hacen en carreras que no

son afines aunque pueden ser interesantes para que los estudiantes los hagan como complemento de lo que a ellos les guste para su formación personal en áreas relacionadas a la artística.

Al indagarse sobre el Paraninfo, el cual tiene pocos referentes bibliográficos, aclara que el término “estilo republicano” en el cual se clasifica la construcción no es correcto, sin embargo hace parte del estilo que identifica a las construcciones de la República en el siglo VXIII, caracterizadas por los frontones, arcos y las escalinatas que provienen de la República Romana, la cual se constituyó en el imaginario del sistema de gobierno ideal por la intervención de los ciudadanos, un factor determinante en la independencia; y en Popayán se da por las elites payanesas dada su trayectoria intelectual.

Algo muy importante que nos da a conocer es que las edificaciones como la edificación de palacio presidencial y el capitolio (edificio romano); cuando se crea el palacio presidencial en Colombia que es creación de Mosquera tiene la forma del capitolio Romano. Y que todo estos ideales e imaginarios que hemos propuesto, lo que están tratando es de establecer un imaginario que guía o que conecte los tres elementos que les interesan del imaginario republicano, pero ese imaginario republicano a su vez deriva del imaginario de las elites de Popayán, unas elites que tenían una trayectoria intelectual, define.

Según la profesora desde su formación cuando se hace un programa de estos tiene que estar guiado, o tiene que estar sustentado en una conceptualización, y en lo que yo entiendo este debe estar guiado por la conceptualización que se tiene del asunto investigado o del objeto de estudio y eso ustedes tienen que mirarlo no en los elementos materiales, sino como producto de algo.

De acuerdo a la interpretación de la decana el Paraninfo describe la parte de la historia prehispánica, colonial, independencia y república, entonces es importante que nosotros entendamos eso porque ese imaginario que hay en la intencionalidad del mural es un imaginario que también esta aunque es mucho más concentrado en el panteón Y es con motivo del centenario que se construye el panteón, todo va concatenado, las dos cosas el mural y el panteón se hacen para exaltar la memoria de los héroes ese es uno de los grandes propósitos de las elites no solo de Popayán sino de todo el país; celebrar el centenario de la independencia.

Por ultimo para destacar en las palabras de la historiadora y docente Zamira Díaz López *“los museos son el guardián de la memoria y esa memoria lo que pretende es digamos hegemonizar el pensamiento de quienes asisten al museo, entonces es mostrarles y decirles vea hicimos esto, hicimos aquello,*

*por eso la mayoría de los museos públicos, son museos sobre la gestación de la nación, términos que tienen que tener en cuenta como **palabras clave: Imaginario, gestación de la nación, identidad.***"

En entrevista realizada al profesor **Gustavo Feris**, jefe de la División de gestión de la cultura se le dio a conocer los objetivos planteados entre los cuales esta despertar el interés de los visitantes hacia lo visitado hacerlos más atractivos a través de la metodología de la interpretación, y para lo cual se solicitó de su ayuda en la parte investigativa, con soportes, guías, fotos de las urnas, información de salas, descripción de las placas y los objetos además de servicios adicionales.

Respecto a cómo se encuentra la División de Gestión de la Cultura o la Vicerrectoría de Cultura y Bienestar vinculados con otros estamentos como la alcaldía y la gobernación, cámara de comercio, Cotelco otros el profesor comenta que esos convenios son en doble vía, pero de todos los actores de la cadena turística, los empresarios son los más renuentes a vincularse a estos procesos, en cambio con las instituciones hay mucha más posibilidad de hacer sinergia. Con la cámara de comercio se hace con la divulgación de las programaciones, con la alcaldía se hace un programa especial de Semana Santa, al final se queda en la formalidad de hacer algo, pero no se le da la continuidad en el tiempo.

Lo único divulgativo de forma externa son las páginas Webs y las redes sociales, pero se nota que no se actualizan constantemente y sus miembros son la mayoría de la comunidad educativa en realidad si argumenta el profesor Gustavo las redes sociales necesitan que alguien las esté moviendo constantemente, estamos interesados en producir mejoras y mirar que estrategias se proponen.

Con respecto a lo anterior se le comenta al profesor sobre el contacto vía correo electrónico con el experto en Interpretación del patrimonio, el cual nos ha brindado una serie de ayudas y consejos de cómo podemos aplicar la metodología de la Interpretación de los sitios, para lo cual responde eso es lo que ustedes deben identificar, aquí y en el paraninfo cuales serían los objetos fundamentales que permitirían desarrollar unas estrategias un acercamiento mucho más espontaneo, de más asombro de algo que se da a conocer, pero no de una manera tradicional sino que a través de algo que le va a despertar unas emociones profundas, no solamente el conocimiento. Como hacemos para que Tomás Cipriano le llegue a los niños... pues hablarles de cuando él era un niño, como era que jugaba, adonde jugaba, con que jugaba.

Entre los planes a desarrollar, ya se está implementando lo del programa vive digital en el Museo Mosquera y en el Panteón, el cual funciona si tienes un Smartphone o un android con el código vas a encontrar la información del panteón, además aquí se han desarrollado tres propuestas interesantes; ya entramos a producir un folleto en español-inglés, a partir de la propuesta de los voluntarios.

En relación al voluntariado nos da a conocer que se inscriben más de 700 estudiantes, y que este ya está posicionado; Ahora depende de cual sea la oferta para aplicarse a organizaciones internas y externas de la universidad, se pide un perfil específico de un estudiante de determinado programa para así ir mejorando el problema de que no están lo suficientemente preparados ya que muchos vienen de carreras distintas a su área de formación además por el tiempo.

Sobre la creación de la imagen corporativa de los museos, que estaba en la propuesta del programa de apropiación social del patrimonio, para crear una identidad y fortalecer el sentido de pertenencia hacia estos lugares nos informa que se ha hecho desde el Museo de Historia Natural y desde la Casa Museo Mosquera, el Panteón está por hacerse, la va a hacer un diseñador a través de una monitoria, investigando para sacar el logo.

En entrevista realizada al docente en ingeniería telemática profesor **Gustavo Ramírez**, nos dio a conocer desde su punto de vista y formación académica todos los aspectos relacionados con la aplicación de la tecnología como medio de interpretación turística en los sitios de intervención, de esa manera sugiere que; Si queremos llegar a tener un plan, lo primero que debemos tener es un tema para cada uno de los museos, generar contenido que muy probablemente hayan muy pocos y el plan desagregado, hay que hacer una labor de inventario sobre lo que tiene el museo si hay multimedia o no, si hay información escrita o no, después de eso hay que sistematizar la información quedarse con unos datos o unificarlos,

Cuando ya se tenga el inventario hay que pensar en que hace falta, la financiación, el personal quien estará pendiente de descargar contenidos, entonces es cuando ya se debe preocuparse por la estrategia no presencial ahí es cuando ya el contenido es como lo esencial y después del contenido vienen los canales estos son la web, móviles, televisión, todos los spot que se nos ocurran.

Con respecto a las páginas web que ya están establecidas y que sus contenidos son muy largos, aburridos a la lectura y si se habla que no es acta

para turistas ya que se manejan bajo una plataforma institucional el profesor Gustavo da sus aportes al respecto diciendo que ellos tendrían que ir más atrás, mirar cual es la misión del museo? si la misión del museo no contempla la parte turística no se trabaja con ellos, pero si ellos contemplan la posibilidad pueden mantener la estructura oficial institucional, y nosotros podemos ayudar a diagramar la información de tal manera que se exprese la preservación y más lo que ellos hacen, la comunicación y divulgación, no quiere decir que ellos se dediquen a vender pero sí que ellos sepan con quien expresar sus conocimientos y ahí probablemente abra una parte académica por labores y una parte turística que es saber hasta que parte el museo permite que llegue el turista.

No es culpa de las páginas argumenta el profesor, lo que hay es un problema de políticas de gestión de la institución digital y ese es otro tema; Qué políticas se va a manejar, hay que mirar quien lo va a mantener, cual será nuestra política: bueno nuestra política es que nosotros solo vamos a publicar noticias, pero para eso nosotros necesitamos, o que haya un interfaz para un administrador que la guie o un monitor que pueda estar subiendo esa información y manteniéndola pero entonces eso es cuestión de una política de decisión que tiene que tomar el museo, donde debe haber mucha dinámica un periodos, en donde uno explore varias alternativas, tecnológicamente lo que yo monto hoy no lo voy a montar en diez años; deben haber alternativas de exploración, por pilotos, en donde el museo si quisiera podría decir déjeme todo listo, la información y un monitor de los que ya tengo va a tener estas dos o tres tareas más y mantenerlo. Alguien tiene que tener la misión de darse cuenta que ahí sigue la espada ahí falta el QR se debe reemplazar y vuelve a ponerlo, esta persona se encargue de decir... Bueno vamos a empezar el recorrido si alguien quiere puede descargar las aplicaciones, tenemos dos o tres aplicaciones las cuales se seleccionaron después de un largo cacharreo, y dar una aprobación de que gusto. Bueno se contrataran monitores y sobretodo el contenido podría tener montones de contenidos, entonces le puede servir no solo para turistas sino para niños quizá adecuados con sonidos distintos la idea es que sirva la misma aplicación de los QR; el problema es la política para mantenerlo permanentemente.

En Entrevista realizada al gestor cultural **Alejandro Luna** Popayán Memoria y Encanto bajo su trayectoria dentro del tema turístico nos habla de cómo nació su propuesta y la manera que dio marcha su proyecto, el cual es de gran interés en el tema que nos compete como es el de la interpretación del patrimonio.

Primero que todo don Alejandro nos da una breve reseña de su proyecto el cual nació hace ya casi cinco años bajo el deseo compartido de crear personajes dentro de unas rutas teatralizadas denominado Popayán Memoria y Encanto, para ello crearon unos personajes dándoles vida dependiendo a su afinidad, gusto, sentido crítico o por afecto a un quehacer, entonces cada cual definió su tema y empezó a hacer lecturas a conversar con personas que pudieran ilustrarlos y hacer ensayos del personaje, los trajes los apporto industrias culturales, de esa manera da inicio el proyecto.

Al plantearle la posibilidad de hacer lo mismo con el voluntariado, de prepáralos don Alejandro nos comenta que lo que pasa es que crear o hacer que nazca un personaje similar conlleva de mucho tiempo de preparación, y dedicación y viendo como está planteado lo del voluntariado será difícil que funcione a menos que tuvieran mucho más tiempo y las capacitaciones fueran mucho más allá de previo de semana santa acompañamiento en lo que se requiere; para poder llegar a tener el personaje, hay que ir incorporando una cantidad de materiales, hacer un proceso de estudio de investigación para el personaje y para el proyecto, dedicarle tiempo y recursos; Cada que roten los voluntarios es volver a empezar.

Como un componente del proyecto tenemos el tema investigativo cada personaje tiene unas necesidades temáticas por lo que es y por la época en que vivió.

Entre las ideas que se le plantean está el haber podido hacer la conexión de los tres lugares de estudio con un recorrido teatralizado como el de Memoria y Encanto, para esto afirma don Alejandro que como es una propuesta no tiene limitantes si la universidad o quien quiera implementar la ruta la financia se logra.

En relación a que la interpretación busca hacer cambios tanto en los recorridos, en los folletos, videos, que se estén actualizando de tal manera que si las personas quieren alguna vez repetir la experiencia no sea la misma; Responde don Alejandro lo que pasa es que eso es algo difícil innovar, incorporar nuevos temas, variar las presentaciones de sitio eso es como decirle a un artista que canta ceretana cuál es su nuevo género, de todas maneras por algo hay que empezar la universidad tiene historia, programa de historia, literatura como vincularse o hacer un convenio para nutrirnos, a nosotros nos hacen falta personajes pero para ello se necesita algo serio habría que ver bueno vincular a gente del programa de teatro, además está el tema del circuito interpretativo bueno pónganos un recurso para empezar a desarrollar los personajes pensando en el circuito pero que además nos puedan servir

para el proyecto ósea es que ustedes nos dijeran vean nosotros queremos esos dos personajes y pues nosotros los creamos y vemos que se puede hacer. Ver entrevistas completas en anexos 2.

3.2.4. CONSULTAS BIBLIOGRÁFICAS

Durante el desarrollo de la intervención profesional se llevaron a cabo diferentes consultas bibliográficas sobre la temática de cada sitio de intervención, igualmente sobre la metodología de la interpretación, de las cuales se hicieron unas fichas bibliográficas que se pueden consultar en el anexo 3.

3.2.5. REUNIÓN CON FUNCIONARIOS 4 DE MARZO DE 2016

En dicha reunión participaron los profesores Francisco Valencia, Gustavo Feris, Luz Stella Pemberthy, el señor Esteban Erazo, Alejandro Luna y dos estudiantes del voluntariado. En la cual se hizo un avance sobre la intervención profesional.

Así mismo se habló sobre el papel que juega el programa de apropiación social del patrimonio como método de lograr el compromiso y participación de los estudiantes, docentes y funcionarios en la difusión y conservación de los bienes y manifestaciones culturales de la Alma Mater. También se habló sobre otros temas como la didáctica de la Casa Museo Mosquera como método de llegarle al público escolar, el cambio del discurso con la reforma del guión museográfico de la misma en el año 2011, el rescate y caracterización de la historicidad de este recinto.

Igualmente se hizo una socialización con los voluntarios de Semana Santa 2016 el día 8 de marzo, en la cual se explicó de que trata la metodología y como pueden aplicarla de acuerdo a las necesidades de los visitantes. Ver en anexos 6 listado de asistencia.

Ilustración 14: reunión de avances y socialización voluntariado



Fuente: Diego Imbachi Garcés.



Fuente: Grupo de trabajo.

3.2.6. DIALOGO CON EL EXPERTO EN INTERPRETACION DEL PATRIMONIO CULTURAL

En dialogo con el docente y consultor del patrimonio cultural Jorge Morales Miranda se buscó conocer la manera cómo podríamos aplicar la metodología de la interpretación en el desarrollo de este trabajo, para lo cual el señor Jorge Morales muy amablemente nos aporta los siguientes conocimientos; primero que todo afirma que no hay una bibliografía específica sobre interpretación aplicada en museos, se debe usar la general que sirve igual para un museo como para una catedral o un bosque; pero hay que tener en cuenta es si va a ser guiada, atendida por personal o auto guiada con medios no atendidos por personal.

Considera que la interpretación busca la efectividad, es decir, la captación del mensaje y que éste haga pensar y/o reflexionar.

Según el intérprete un aspecto que puede contribuir a la efectividad de los museos, es el tratamiento que se le dé a los títulos, la redacción y extensión de los textos y el diseño que estos tengan, si se la considera y aplica puede funcionar, ya que lo primero que llama la atención a los visitantes, es ver un objeto expuesto más un título provocativo y que dé una idea del "tema", combinado con un buen diseño, y un texto muy breve (menos de 80 palabras por bloque de texto); además afirma don Jorge que dependiendo del nivel de interés, se tiene que satisfacer la posibilidad de saber más por parte del público, que puede ser mediante puertecitas, botones para activar texto retro iluminado, visitar alguna web (mediante aplicación de teléfono móvil). Pero

definitivamente una buena síntesis (título provocativo y texto breve) es esencial.

Este proyecto afirma el señor Jorge Morales es muy complejo, lleno de detalles, que se debe tener claro "que quiero que la gente sepa" conocimiento, el tema estructurado con sujeto, verbo y predicado, "que quiero que sientan" sorpresa, empatía, pena, alegría, indignación, cariño, orgullo, etc. Pero sólo una emoción, Y "que quiero que adopten como actitud" evidentemente: Aprecio.

Como consejo para los guías e informadores de parte de este consultor, es seguir unas instrucciones metodológicas para que no expliquen de forma memorística los lugares patrimoniales si no, que deben aprender y acostumbrarse a que el recorrido tenga una idea-tema muy clara, una afirmación que sintetiza lo esencial del lugar que se puede realizar en un taller de grupo y llegar a un consenso, aunque después cada uno la exprese con sus propias palabras. Esta estrategia de Introducción, Cuerpo y Conclusión es la principal fórmula para la interpretación secuencial y para que el recorrido sea un éxito que equivale a que "provoque el pensamiento" en los visitantes, de forma intelectual y emocional con los valores del lugar y que piensen en torno a la idea central, tocando el ego de los visitantes, hablando con ellos, usando ejemplos y analogías de la vida cotidiana actual y, conceptos universales, como: dolor, conquista, derrota, sufrimiento, vida, muerte, familia, hijos, amor, esperanza entre otros, sin ser muy melodramáticos.

Después de darle a conocer los folletos que se manejan actualmente en los lugares a interpretar, nos da unas pautas o sugerencias argumentando que estos no cumplen los requisitos para ser interpretativos ya que se tratan de explicaciones y descripciones que posiblemente le servirán a los guías como ayuda pero no logran captar la atención y parecer interesantes. De esa manera termina su ayuda para con este proyecto afirmando que el folleto interpretativo tiene que poderse utilizar (leer) justo frente al objeto al que hace referencia; por ese motivo debe ser extremadamente breve y ameno. Ver en anexo 1 diálogos completos.

3.2.7. DESCRIPCIÓN ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA SEMANA SANTA 2016 PARA LA CASA MUSEO MOSQUERA, PANTÓN DE LOS PRÓCERES Y PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS

Para dar cumplimiento a algunos de los objetivos específicos propuestos en el desarrollo de la intervención profesional en los sitios caso de estudio, se aplicaron 1.509 encuestas de satisfacción turística durante Semana Santa, entre los días 20 y 26 de marzo de 2016, utilizando formatos en español e inglés para visitantes extranjeros.

Se escogió esta temporada por ser la de mayor afluencia de visitantes en Popayán tanto nacionales como extranjeros.

La recolección de los datos se hizo mediante el método de muestreo no probabilístico conocido como "bola de nieve" el cual se emplea cuando se quiere estudiar pequeñas poblaciones muy especializadas, que son difíciles de localizar. El procedimiento consiste en que cada persona después de la entrevista, referencie otro posible participante, formando una cadena y de esa manera encuestar solo personas con un rasgo de interés similar (Abascal & Grande, 2005).

Para la tabulación y posterior realización de graficas de las encuestas se utilizó una hoja electrónica de EXCEL Microsoft.

Para sacar los intervalos de la edad se usó la fórmula de Sturges:

$$k = 1 + (3,322 * \log N), \text{ donde } N \text{ es la cantidad de datos.}$$

Para efectos de este estudio las preguntas 8 y 11 las cuales tratan sobre la frecuencia de visita y recomendación del sitio a otras personas, no serán objeto de análisis por ser preguntas de información general y no relevante para el estudio hecho.

El número de encuestas aplicadas para cada sitio se detallan a continuación:

Tabla 1: sitios de aplicación de la encuesta

SITIO DE APLICACIÓN	N° DE ENCUESTADOS
Casa Museo Mosquera	619
Panteón de los Próceres	484
Paraninfo Francisco José de Caldas	406
Total de encuestados	1.509

Fuente: elaboración propia

3.2.7.1. CASA MUSEO MOSQUERA

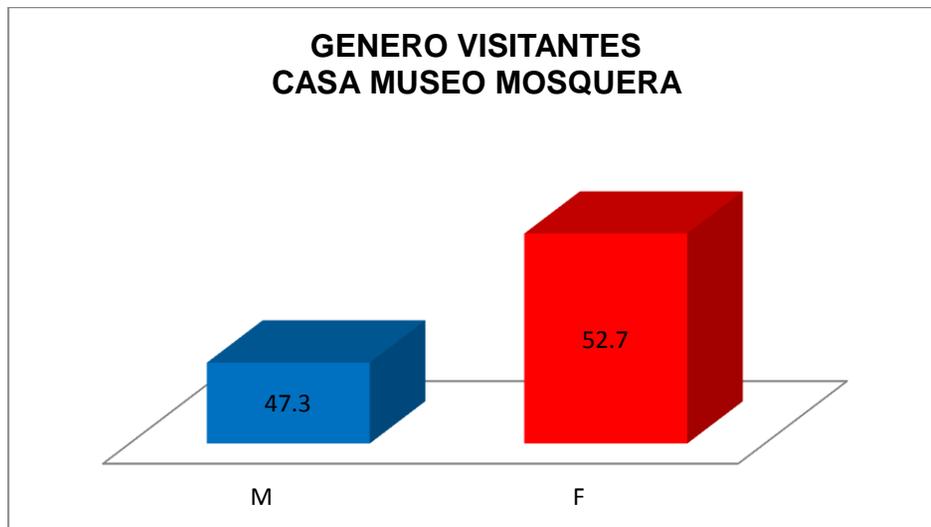
- Género visitantes Casa Museo Mosquera

Tabla 2: Género visitantes Casa Museo Mosquera

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	293	47,3
Femenino	326	52,7
Total	619	100,00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 2: Género visitantes Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

Se infiere que la mayor parte de los visitantes de la Casa Museo Mosquera corresponde al **género femenino** con un **52,7%** a diferencia del **47,3 %** que corresponde al **género masculino**.

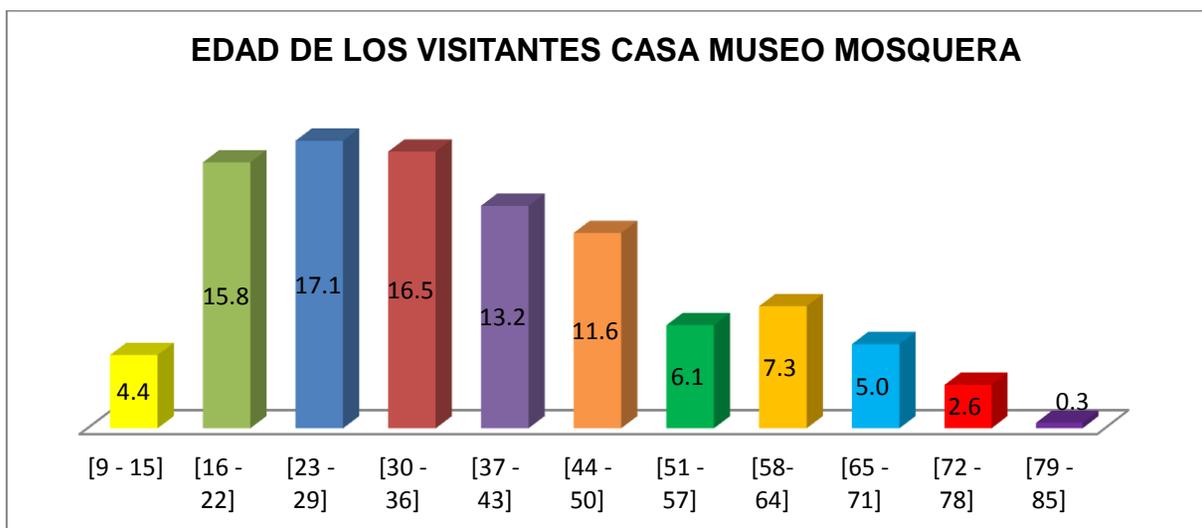
- **Edades visitantes Casa Museo Mosquera**

Tabla 3: Edad visitantes Casa Museo Mosquera

Intervalos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
[9 - 15]	27	4,4
[16 - 22]	98	15,8
[23 - 29]	106	17,1
[30 - 36]	102	16,5
[37 - 43]	82	13,2
[44 - 50]	72	11,6
[51 - 57]	38	6,1
[58- 64]	45	7,3
[65 - 71]	31	5,0
[72 - 78]	16	2,6
[79 - 85]	2	0,3
TOTAL	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 3: Edad Visitantes de la Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

Las personas que más visitaron la Casa Museo Mosquera están entre los 23 y 29 años de edad con un 17,1%, seguidas por las personas entre 30 y 36 años con un 16,5%, y las personas entre 16 y 22 años con un 15,8%.

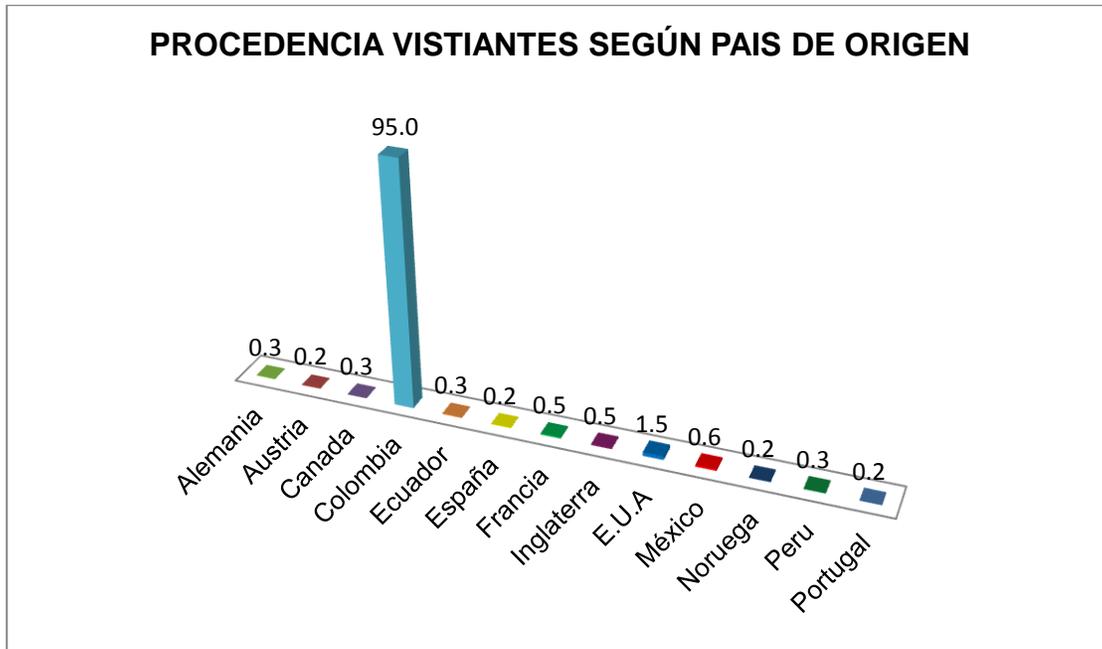
- **Procedencia visitantes Casa Museo Mosquera**

Tabla 4: Procedencia visitantes Casa Museo Mosquera por países de origen

País	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alemania	2	0,3
Austria	1	0,2
Canadá	2	0,3
Colombia	588	95,0
Ecuador	2	0,3
España	1	0,2
Francia	3	0,5
Inglaterra	3	0,5
E.U.A	9	1,5
México	4	0,6
Noruega	1	0,2
Perú	2	0,3
Portugal	1	0,2
TOTAL	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 4: procedencia visitantes Casa Museo Mosquera por países de origen



Fuente: elaboración propia

A la Casa Museo Mosquera la visitaron personas de 13 países diferentes, siendo Colombia el país anfitrión con el mayor número de visitantes con un 95,0%, seguido de Estados Unidos con un 1,5% y de México con un 0,6%.

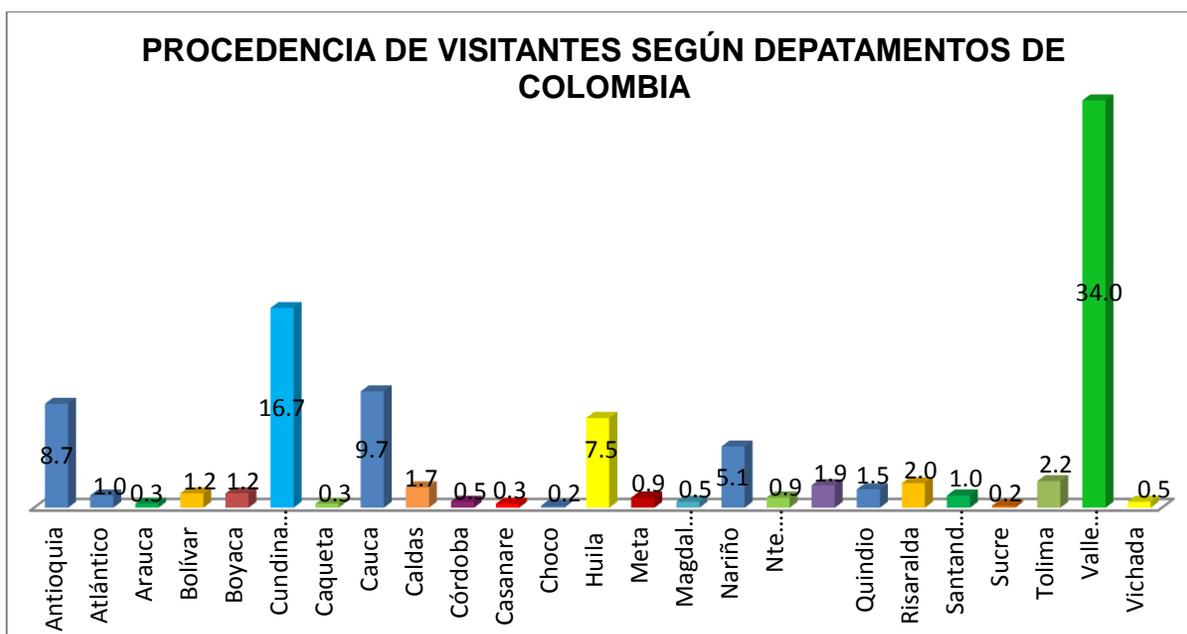
- **Procedencia de visitantes Casa Museo Mosquera por departamentos de Colombia.**

Tabla 5: procedencia de visitantes Casa Museo Mosquera por departamentos de Colombia

Depto.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Antioquia	51	8,7
Atlántico	6	1,0
Arauca	2	0,3
Bolívar	7	1,2
Boyacá	7	1,2
Cundinamarca	98	16,7
Caquetá	2	0,3
Cauca	57	9,7
Caldas	10	1,7
Córdoba	3	0,5
Casanare	2	0,3
Choco	1	0,2
Huila	44	7,5
Meta	5	0,9
Magdalena	3	0,5
Nariño	30	5,1
Nte. Santander	5	0,9
Putumayo	11	1,9
Quindío	9	1,5
Risaralda	12	2,0
Santander	6	1,0
Sucre	1	0,2
Tolima	13	2,2
Valle del Cauca	200	34,0
Vichada	3	0,5
TOTAL	588	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 5: Procedencia de visitantes según departamentos de Colombia



Fuente: elaboración propia.

De los 32 departamentos de Colombia a la Casa Museo Mosquera la visitaron personas de 25 departamentos del país, siendo Valle del Cauca el que tuvo la mayor participación con un 34,0%, seguido de Cundinamarca con un 16,7% y de Cauca con un 9,7%, se aclara que de los visitantes locales se tuvieron en cuenta los que residen en una localidad diferente a Popayán.

- **Nivel de estudio de los visitantes Casa Museo Mosquera.**

Tabla 6: Nivel de estudio de los visitantes Casa Museo Mosquera

Nivel de Estudio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	35	5,7
Bachiller	135	21,8
Técnico	36	5,8
Tecnólogo	48	7,8
Profesional	220	35,5
Magister	42	6,8
Doctorado	27	4,4
Especialista	74	12,0
No marcados	2	0,3
TOTAL	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 6: Nivel de estudios de los visitantes Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

De los visitantes de la Casa Museo Mosquera el nivel de estudio más alto corresponde a los **profesionales** con un **35,5%**, seguido de las personas con **bachillerato** con un **21,8%** y de los **especialistas** con un **12,0%**.

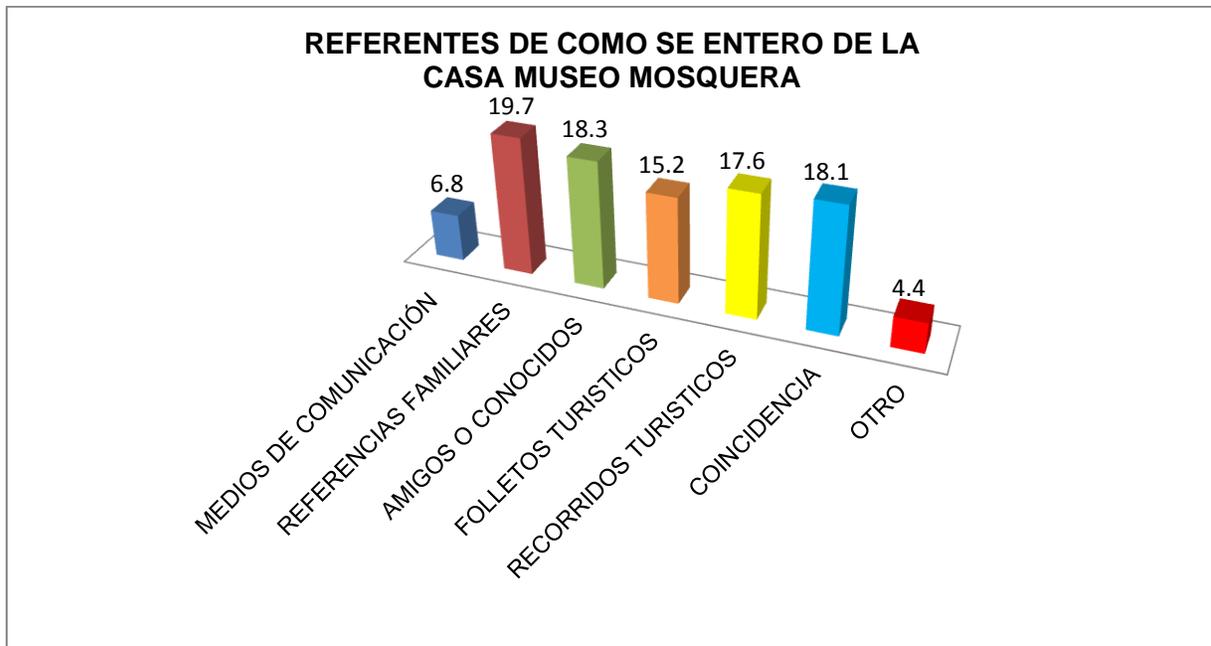
- **Pregunta 1: ¿usted cómo se enteró de este sitio patrimonial?**

Tabla 7: Referentes de cómo se enteró de la Casa Museo Mosquera

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Medios de Comunicación	42	6,8
2 Referencias de Familiares	122	19,7
3 Amigos o Conocidos	113	18,3
4 Folletos Turísticos	94	15,2
5 Recorridos Turísticos	109	17,6
6 Coincidencia	112	18,1
7 Otro	27	4,4
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 7: Referentes de cómo se enteró de la Casa Museo Mosquera.



Fuente: elaboración propia

Las personas que visitaron la Casa Museo Mosquera manifestaron haberse enterado del museo a través de **referencias de familiares** con un **19,7%**, seguido de **referencias de amigos o conocidos** con un **18,3%** y de recorridos turísticos con un **17,6%**.

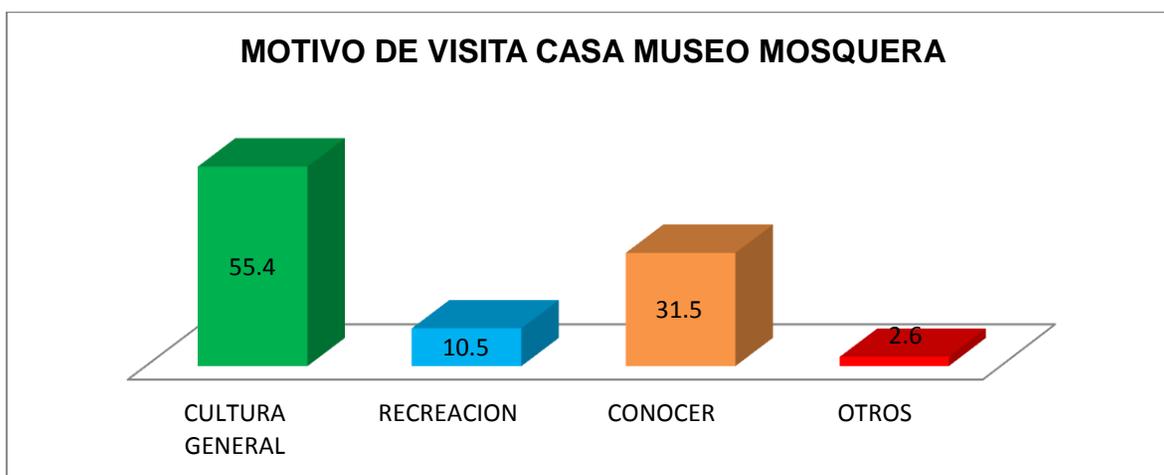
- **Pregunta 2: ¿Cuál fue el motivo de su visita?**

Tabla 8: Motivo de visita a la Casa Museo Mosquera

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Cultura General	343	55,4
2 Recreación	65	10,5
3 Conocer	195	31,5
4 Otros	16	2,6
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 8: Motivo de visita Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

El principal motivo de visita a la Casa Museo Mosquera fue por **cultura general** con un **55,4%**, seguido por **conocer** con un **31,5%** y por **recreación** con un **10,5%**.

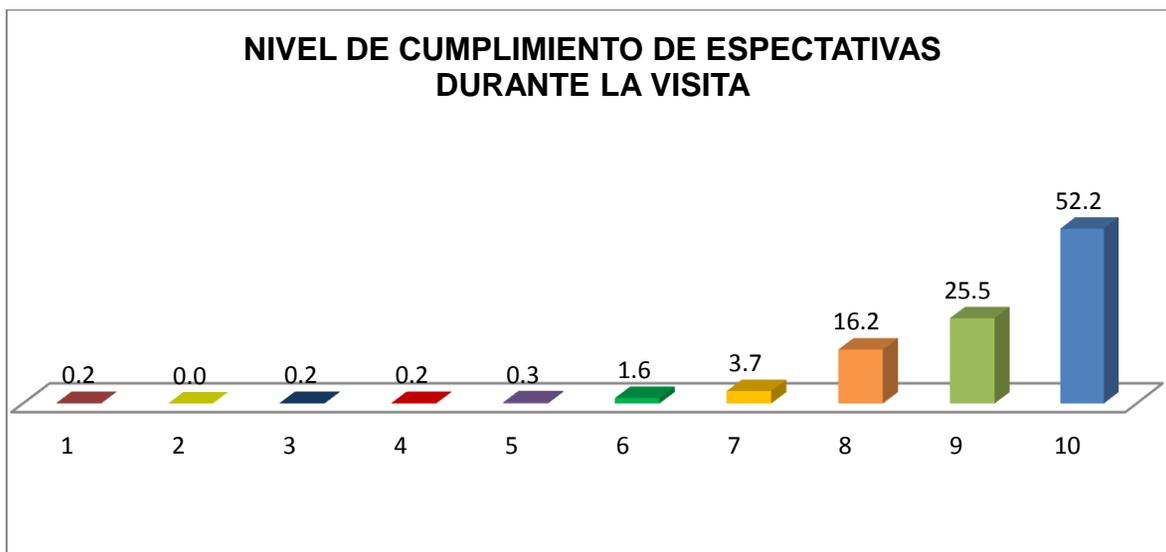
- **Pregunta 3: califique de 1 a 10 el cumplimiento de sus expectativas durante la visita.**

Tabla 9: Cumplimiento de expectativas durante la visita

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	Frecuencia Relativa
1	1	0,2
2	0	0,0
3	1	0,2
4	1	0,2
5	2	0,3
6	10	1,6
7	23	3,7
8	100	16,2
9	158	25,5
10	323	52,2
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 9: Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita



Fuente: elaboración propia

Los visitantes de la Casa Museo Mosquera eligieron en relación al nivel de cumplimiento de sus expectativas la **opción 10** con un **52,2%**, la **opción 9** con un **25,5%** y la **opción 8** con un **16,2%** respectivamente.

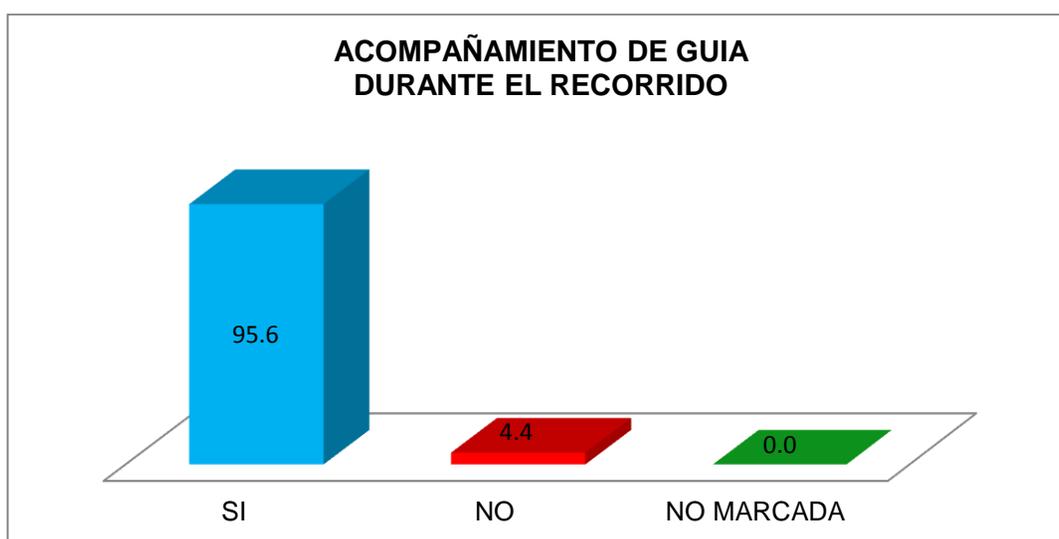
- **Pregunta 4: ¿Tuvo usted un guía durante este recorrido?**

Tabla 10: acompañamiento de guía durante el recorrido

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	592	95,6
No	27	4,4
No Marcadas	0	0,0
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 10: Acompañamiento de guía durante el recorrido



Fuente: elaboración propia

Los visitantes de la Casa Museo Mosquera expresaron haber tenido guía con la opción **SI** correspondiente al **95,6%** y la opción **NO** con un **4,4%**.

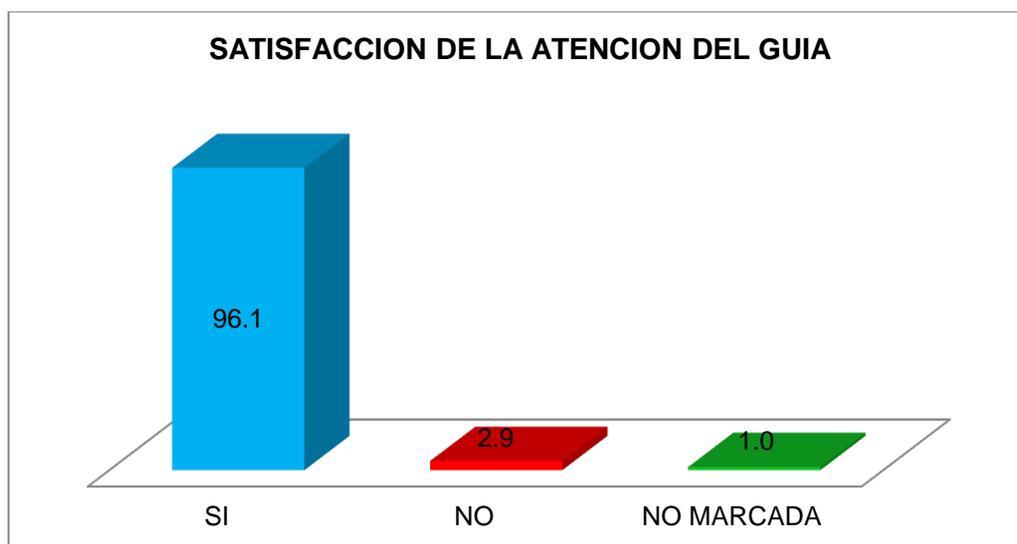
- **Pregunta 5: ¿La atención que recibió del guía fue de su agrado?**

Tabla 11: Satisfacción de la atención del guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	595	96,1
No	18	2,9
No Marcadas	6	1,0
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 11: Satisfacción de la atención del guía



Fuente: elaboración propia

Con el **96,1%** de satisfacción los visitantes de la Casa Museo Mosquera eligieron la opción **SI**, en contraste con el **2,9%** de la opción **NO**, con la atención brindada por el guía respectivamente.

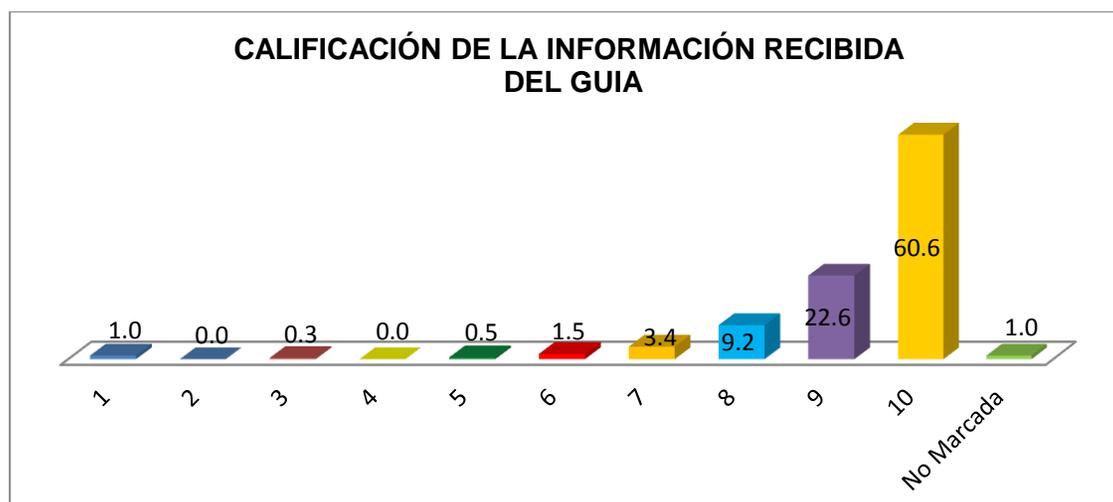
- **Pregunta 6: ¿Cómo califica la información que recibió del guía?**

Tabla 12: calificación de satisfacción de la información brindada por el guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	6	1,0
2	0	0,0
3	2	0,3
4	0	0,0
5	3	0,5
6	9	1,5
7	21	3,4
8	57	9,2
9	140	22,6
10	375	60,6
No Marcadas	6	1,0
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 12: Calificación de la información recibida del guía



Fuente: elaboración propia

Respecto a la calificación de la información recibida por el guía, los visitantes de la Casa Museo Mosquera eligieron la **opción 10** con un **60,6%**, sucesivamente la **opción 9** con un **22,6%** y la **opción 8** con un **9,2%**.

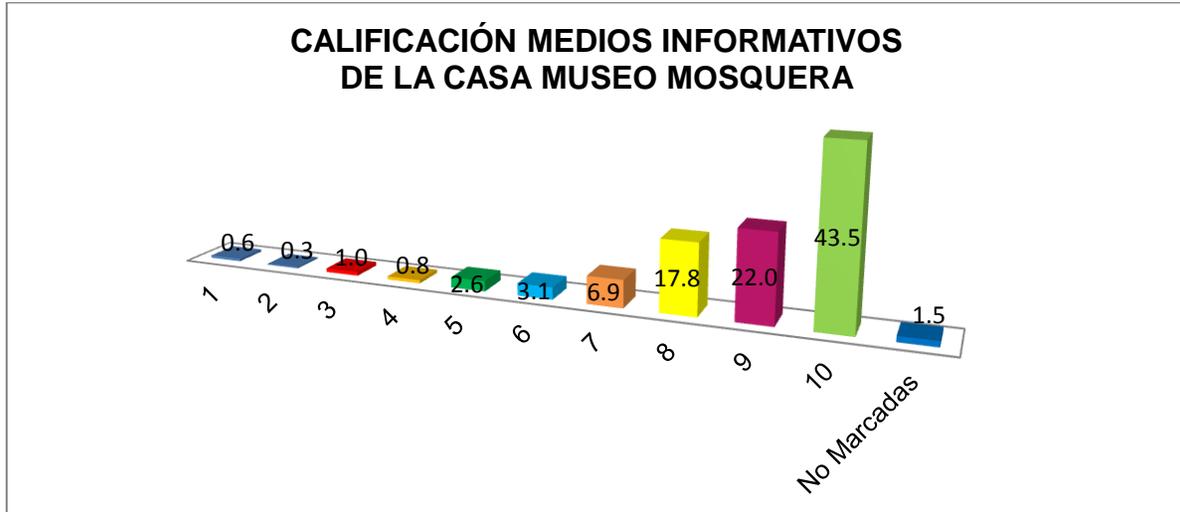
- **Pregunta 7: de 1 a 10 ¿Cómo califica los medios informativos de este lugar? Folletos, infografía, páginas Web, fichas informativas, actividades guiadas, etc.**

Tabla 13: Calificación de los medios informativos de la Casa Museo Mosquera

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	4	0,6
2	2	0,3
3	6	1,0
4	5	0,8
5	16	2,6
6	19	3,1
7	43	6,9
8	110	17,8
9	136	22,0
10	269	43,5
No Marcadas	9	1,5
TOTAL	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 13: Calificación de los medios informativos de la Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

La calificación de los medios informativos de la Casa Museo Mosquera corresponde a la **opción 10** con el **43,5%**, seguidamente de la **opción 9** con el **22,0%** y la **opción 8** con el **17,8%**.

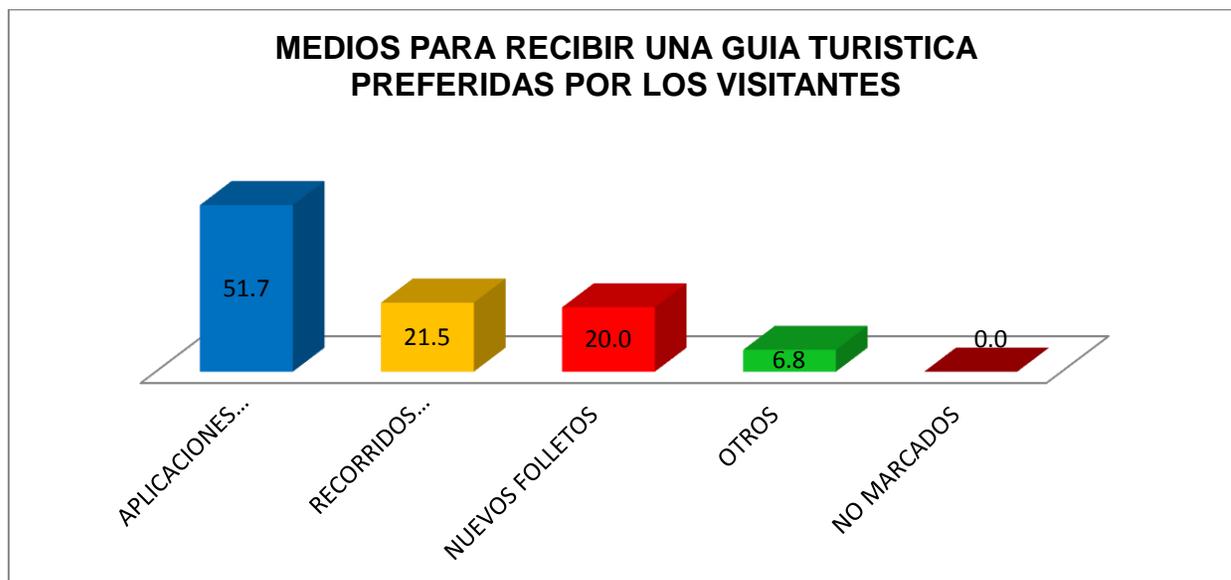
- **Pregunta 9: ¿A través de que otros medios le gustaría recibir una guía turística?**

Tabla 14: medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes de la Casa Museo Mosquera

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Aplicaciones Tecnológicas	320	51,7
2 Recorridos Teatralizados	133	21,5
3 Nuevos Folletos	124	20,0
4 Otros	42	6,8
No Marcados	0	0,0
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 14: Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes de la Casa Museo Mosquera



Fuente: elaboración propia

Los medios preferidos por los visitantes de la Casa Museo Mosquera para recibir una guía turística son **las aplicaciones tecnológicas** con un **51,7%** seguida de los **recorridos teatralizados** con un **21,5%** y **nuevos folletos** con un **20,0%**.

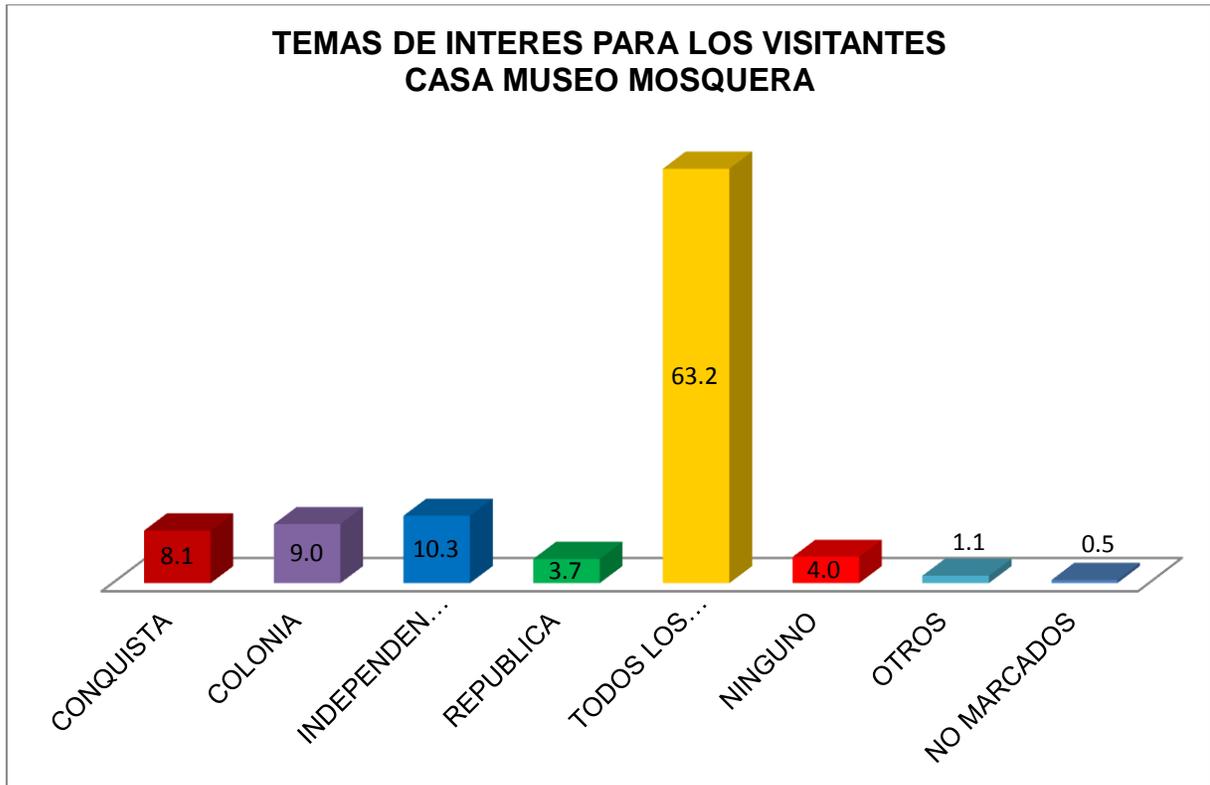
- **Pregunta 10: ¿Cuáles de estos temas son más relevantes para su interés?**

Tabla 15: Temas de interés para los visitantes de la Casa Museo Mosquera

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Conquista	50	8,1
2 Colonia	56	9,0
3 Independencia	64	10,3
4 Republica	23	3,7
5 Todos Los Anteriores	391	63,2
6 Ninguno	25	4,0
7 Otros	7	1,1
No Marcados	3	0,5
Total	619	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 15: Temas de interés para los visitantes de la Casa Museo Mosquera.



Fuente: elaboración propia

Los temas de interés elegidos por los visitantes son **todos los anteriores** como la más seleccionada de la Casa Museo Mosquera con un 63,2%, seguida de la **independencia** con un 10,3% y de la **Colonia** con un 9,0%.

3.2.7.2. PANTEON DE LOS PROCERES

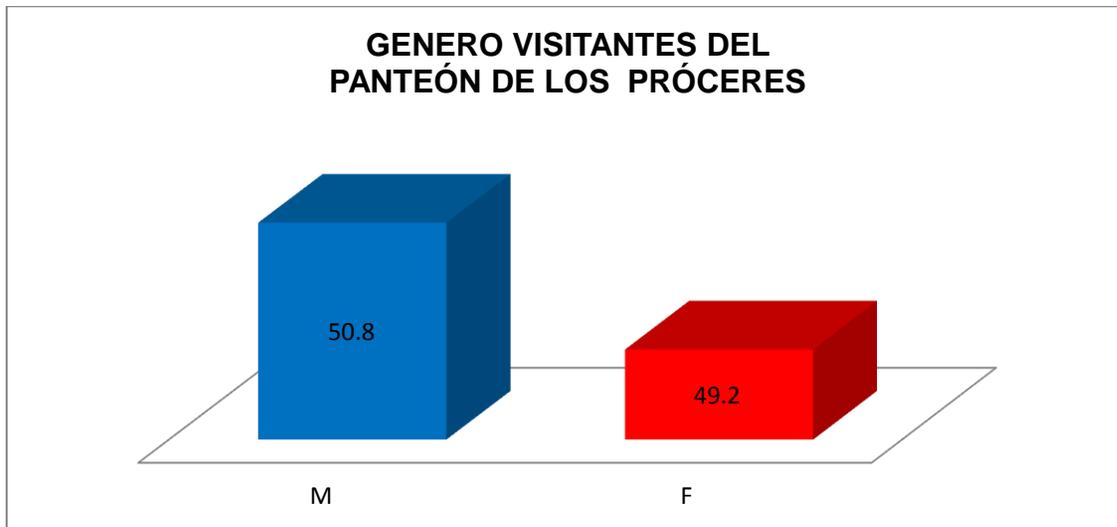
- Género visitantes del Panteón de los Próceres

Tabla 16: Género visitantes del Panteón de los Próceres

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	246	50,8
Femenino	238	49,2
Total	484	1,00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 16: Género de los visitantes del Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

Se puede inferir que la mayor parte de los visitantes del Panteón de los Próceres corresponde al **género masculino** con un **50,8%** a diferencia del **49,2 %** que corresponde al **género femenino**.

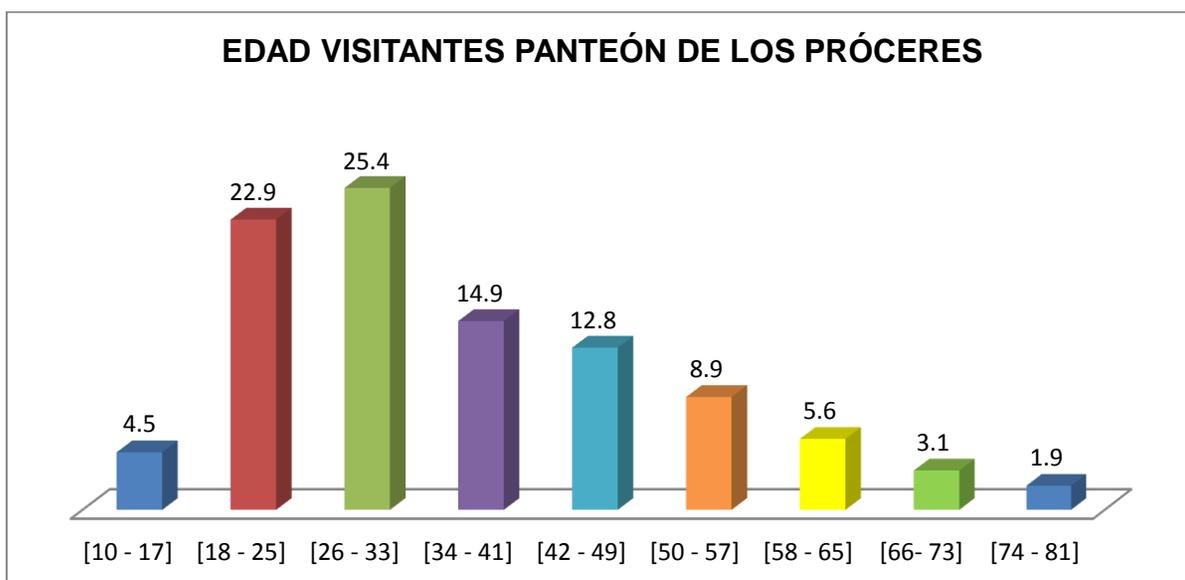
- **Edad de los visitantes Panteón de los Próceres**

Tabla 17: Edad de los visitantes del Panteón de los Próceres

Intervalos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
[10 - 17]	22	4,5
[18 - 25]	111	22,9
[26 - 33]	123	25,4
[34 - 41]	72	14,9
[42 - 49]	62	12,8
[50 - 57]	43	8,9
[58 - 65]	27	5,6
[66 - 73]	15	3,1
[74 - 81]	9	1,9
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 17: Edad de los Visitantes del Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

Las personas que más visitaron el Panteón de los Próceres están entre los 26 y 33 años de edad con un 25,4%, seguidas por las personas entre 18 a 25 años con un 22,9%, y las personas entre 34 y 41 años con un 14,9%.

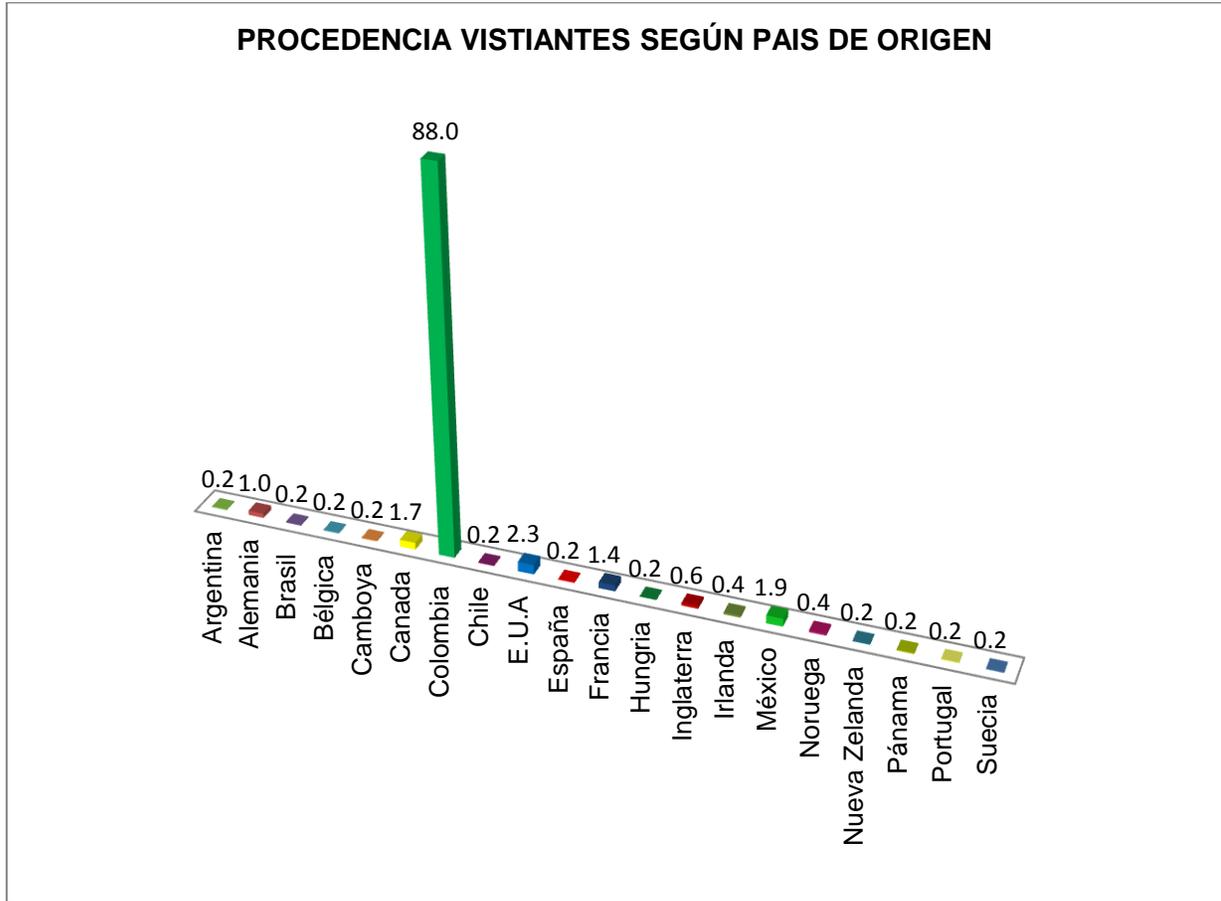
- Procedencia Visitantes del Panteón de los Próceres.

Tabla 18: Procedencia de los visitantes del Panteón de los Próceres por países de origen

País	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Argentina	1	0,2
Alemania	5	1,0
Brasil	1	0,2
Bélgica	1	0,2
Camboya	1	0,2
Canadá	8	1,7
Colombia	426	88,0
Chile	1	0,2
E.U.A	11	2,3
España	1	0,2
Francia	7	1,4
Hungría	1	0,2
Inglaterra	3	0,6
Irlanda	2	0,4
México	9	1,9
Noruega	2	0,4
Nueva Zelanda	1	0,2
Panamá	1	0,2
Portugal	1	0,2
Suecia	1	0,2
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 18: Procedencia visitantes del Panteón de los Próceres por países de origen



Fuente: elaboración propia

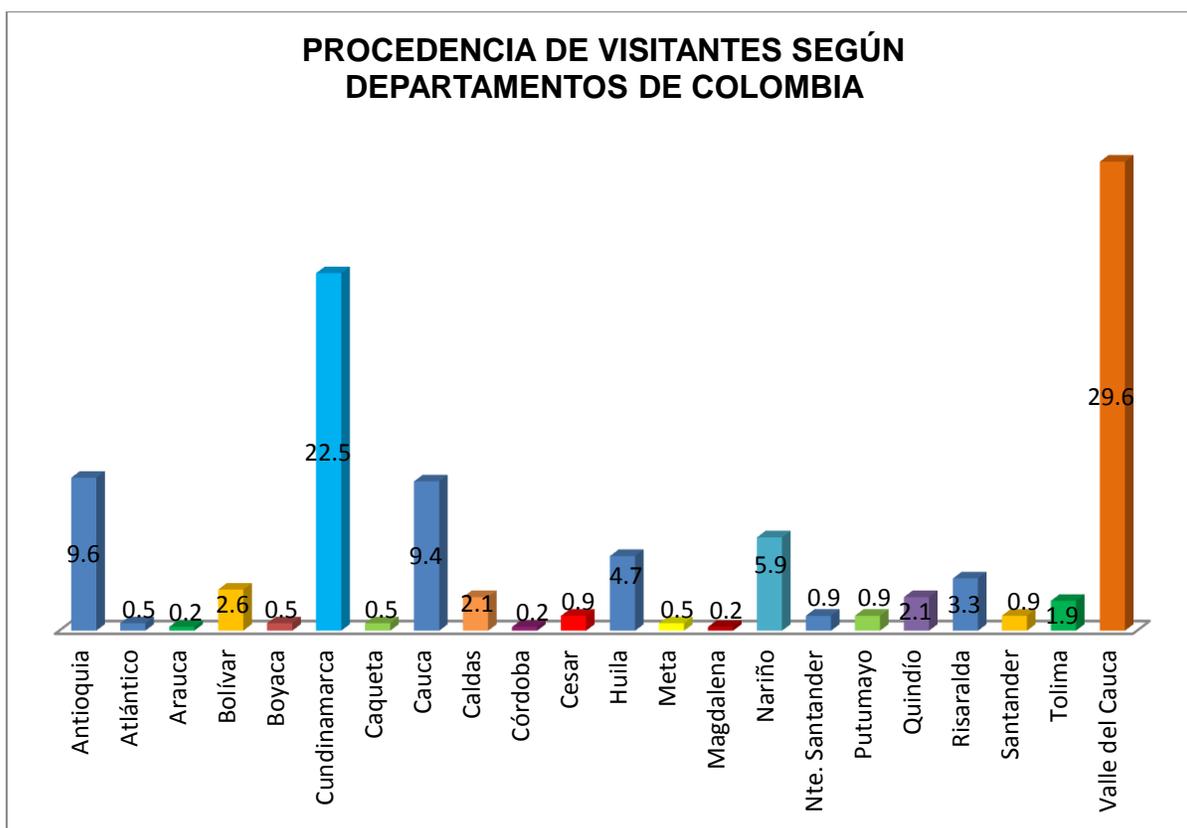
Al Panteón de los Próceres visitaron personas de 20 países diferentes, siendo Colombia el país anfitrión con el mayor número de visitantes con un 88,0%, seguido de Estados Unidos con un 2,3% y de México con un 1,9%.

Tabla 19: Procedencia de los visitantes del Panteón de los Próceres según departamentos de Colombia

Depto.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Antioquia	41	9,6
Atlántico	2	0,5
Arauca	1	0,2
Bolívar	11	2,6
Boyacá	2	0,5
Cundinamarca	96	22,5
Caquetá	2	0,5
Cauca	40	9,4
Caldas	9	2,1
Córdoba	1	0,2
Cesar	4	0,9
Huila	20	4,7
Meta	2	0,5
Magdalena	1	0,2
Nariño	25	5,9
Nte. Santander	4	0,9
Putumayo	4	0,9
Quindío	9	2,1
Risaralda	14	3,3
Santander	4	0,9
Tolima	8	1,9
Valle Del Cauca	126	29,6
Total	426	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 19: Procedencia Visitantes según departamentos de Colombia



Fuente: elaboración propia

De los 32 departamentos de Colombia al Panteón de los Próceres lo visitaron personas de 22 departamentos del país, siendo Valle del Cauca el que tuvo la mayor participación con un 29,6%, seguido de Cundinamarca con un 22,5% y de Antioquia con un 9,6%.

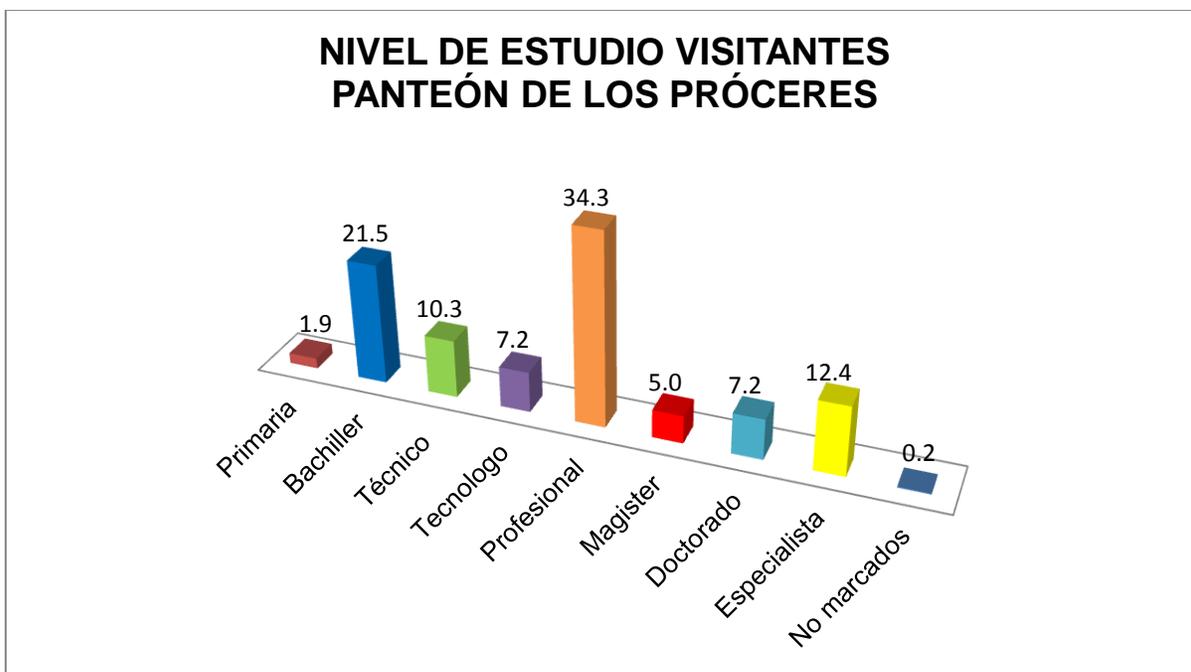
- Nivel de estudio Visitantes Panteón de los Próceres.

Tabla 20: Nivel de estudio de los visitantes del Panteón de los Próceres

Nivel De Estudio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	9	1,9
Bachiller	104	21,5
Técnico	50	10,3
Tecnólogo	35	7,2
Profesional	166	34,3
Magister	24	5,0
Doctorado	35	7,2
Especialista	60	12,4
No Marcados	1	0,2
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 20: Nivel de estudio visitantes Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

De los visitantes del Panteón de los Próceres el nivel de estudio más alto corresponde a los **profesionales** con un **34,3%**, seguido de las personas con **bachillerato** con un **21,5%** y de los **especialistas** con un **12,4%**.

- **Pregunta 1: ¿Usted cómo se enteró de este sitio patrimonial?**

Tabla: 21: Referentes de cómo se enteró del Panteón de los Próceres

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Medios de Comunicación	32	6,6
2 Referencias Familiares	86	17,8
3 Amigos o Conocidos	110	22,7
4 Folletos Turísticos	54	11,2
5 Recorridos Turísticos	79	16,3
6 Coincidencia	113	23,3
7 Otro	10	2,1
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 21: Referentes de cómo se enteró del Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

Las personas que visitaron el Panteón de los Próceres manifestaron haberse enterado del sitio por **coincidencia** con un **23,3%** seguido de **referencias de amigos o conocidos** con un **22,7%** y de **referencias de familiares** con un **17,8%**.

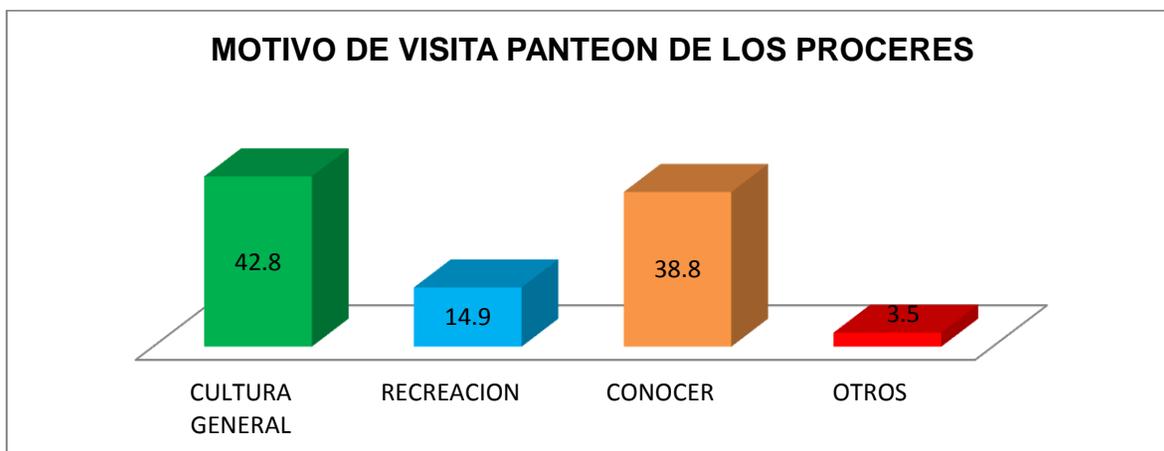
Pregunta 2: ¿Cuál fue el motivo de su visita?

Tabla 22: Motivo de visita al Panteón de los Próceres

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Cultura General	207	42,8
2 Recreación	72	14,9
3 Conocer	188	38,8
4 Otros	17	3,5
	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 22: Motivo de visita al Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

El principal motivo de visita al Panteón de los Próceres fue por **cultura general** con un **42,8%**, seguido por **conocer** con un **38,8%** y por **recreación** con un **14,9%**.

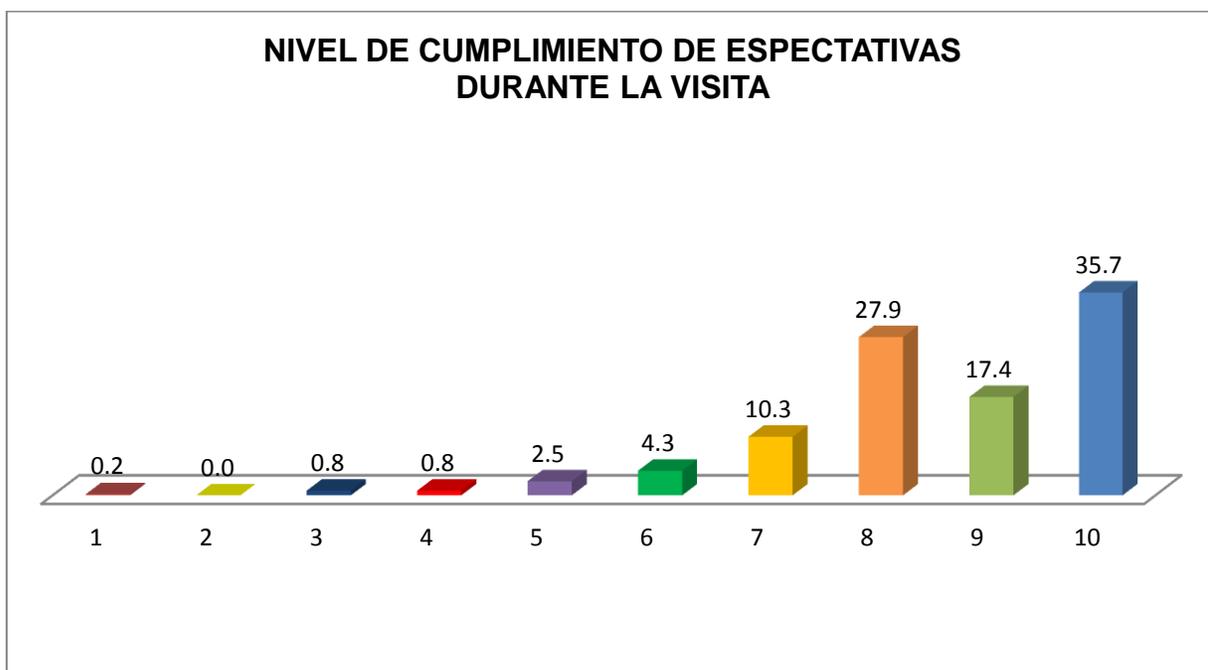
- **Pregunta 3: califique de 1 a 10 el cumplimiento de sus expectativas durante la visita.**

Tabla 23: Cumplimiento de expectativas durante la visita

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	1	0,2
2	0	0,0
3	4	0,8
4	4	0,8
5	12	2,5
6	21	4,3
7	50	10,3
8	135	27,9
9	84	17,4
10	173	35,7
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 23: Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita



Fuente: elaboración propia

Los visitantes del Panteón de los Próceres eligieron en relación al nivel de cumplimiento de sus expectativas la **opción 10** con un **35,7%**, la **opción 8** con un **27,9%** y la **opción 9** con un **17,4%** respectivamente.

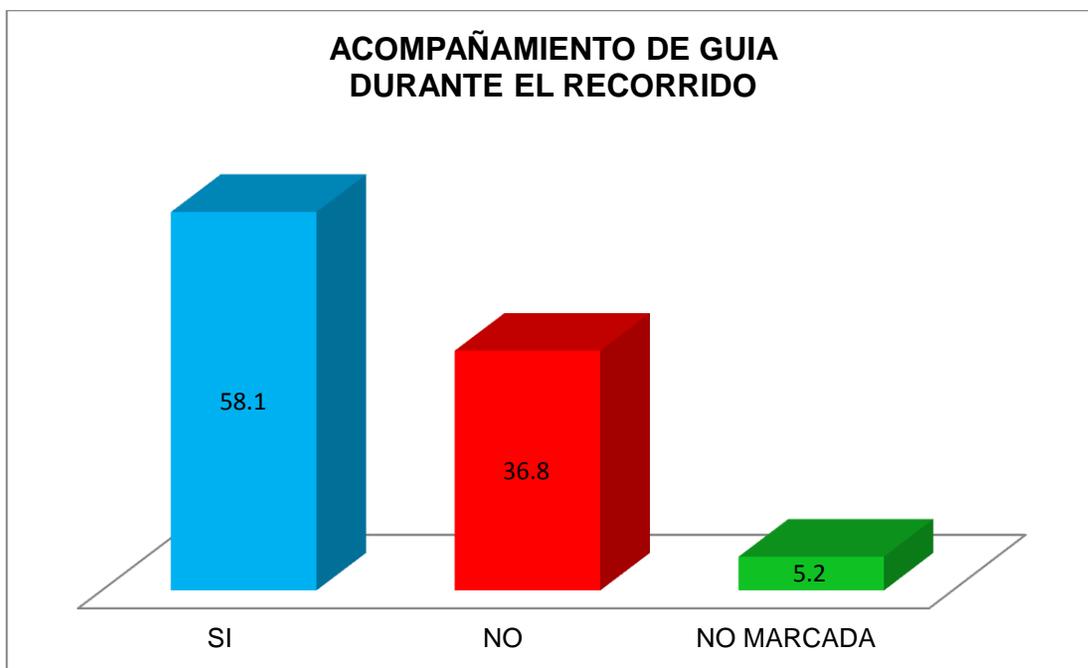
- **Pregunta 4: ¿Tuvo usted un guía durante este recorrido?**

Tabla 24: Acompañamiento de guía durante el recorrido.

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	281	58,1
No	178	36,8
No Marcadas	25	5,2
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 24: Acompañamiento de guía durante el recorrido



Fuente: elaboración propia

Los visitantes del Panteón de los Próceres expresaron haber tenido guía con la opción **SI** correspondiente al **58,1%** y la opción **NO** con un **36,8%**.

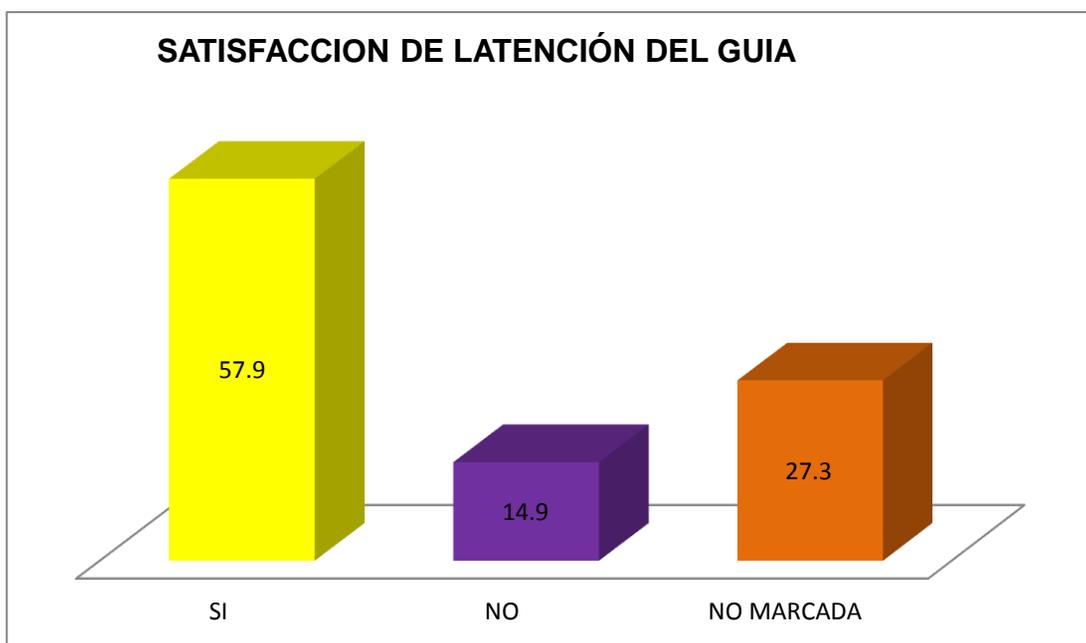
- **Pregunta 5: ¿La atención que recibió del guía fue de su agrado?**

Tabla 25: Satisfacción de la atención del guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	280	57,9
No	72	14,9
No Marcada	132	27,3
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 25: Satisfacción de la atención del guía



Fuente: elaboración propia

Con el **57,9%** de satisfacción los visitantes del Panteón de los Próceres eligieron la opción **SI**, en contraste con el **14,9%** de la opción **NO**, y con el **27,3%** no marcaron ninguna de las opciones.

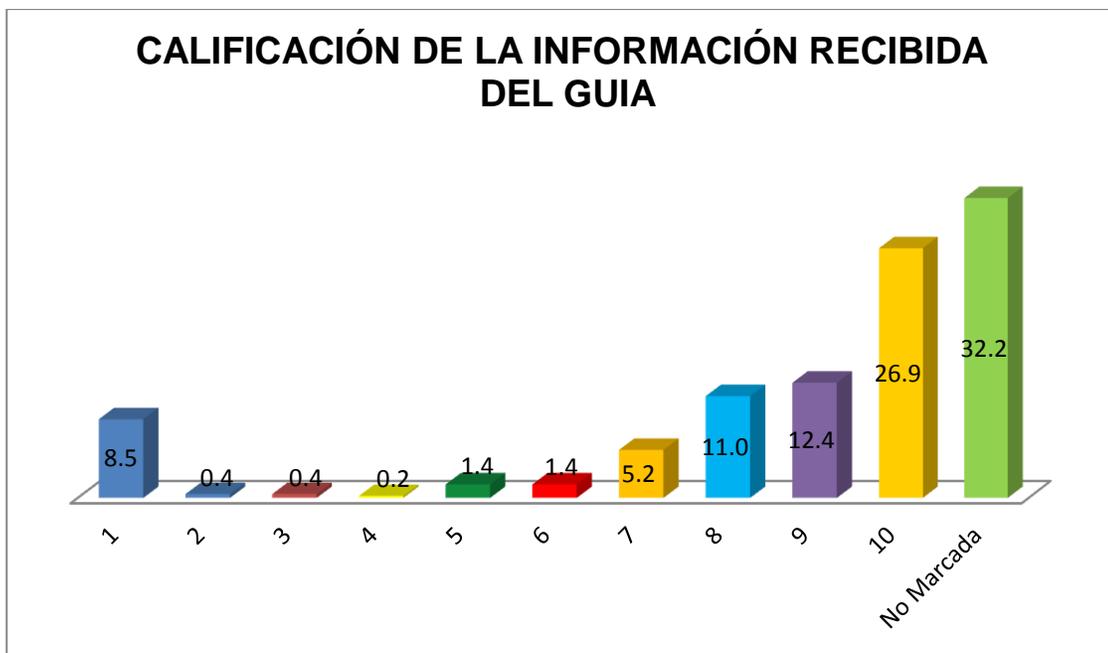
- **Pregunta 6: ¿Cómo califica la información que recibió del guía?**

Tabla 26: Calificación de satisfacción de la información brindada por el guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	41	8,5
2	2	0,4
3	2	0,4
4	1	0,2
5	7	1,4
6	7	1,4
7	25	5,2
8	53	11,0
9	60	12,4
10	130	26,9
No Marcada	156	32,2
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 26: Calificación de la información recibida del guía



Fuente: elaboración propia

Respecto a la calificación de la información recibida por el guía, los visitantes del Panteón de los Próceres no marcaron ninguna opción con el **32,2%**, mientras que la **opción 10** tuvo un **26,9%** y la **opción 9** un **12,4%**.

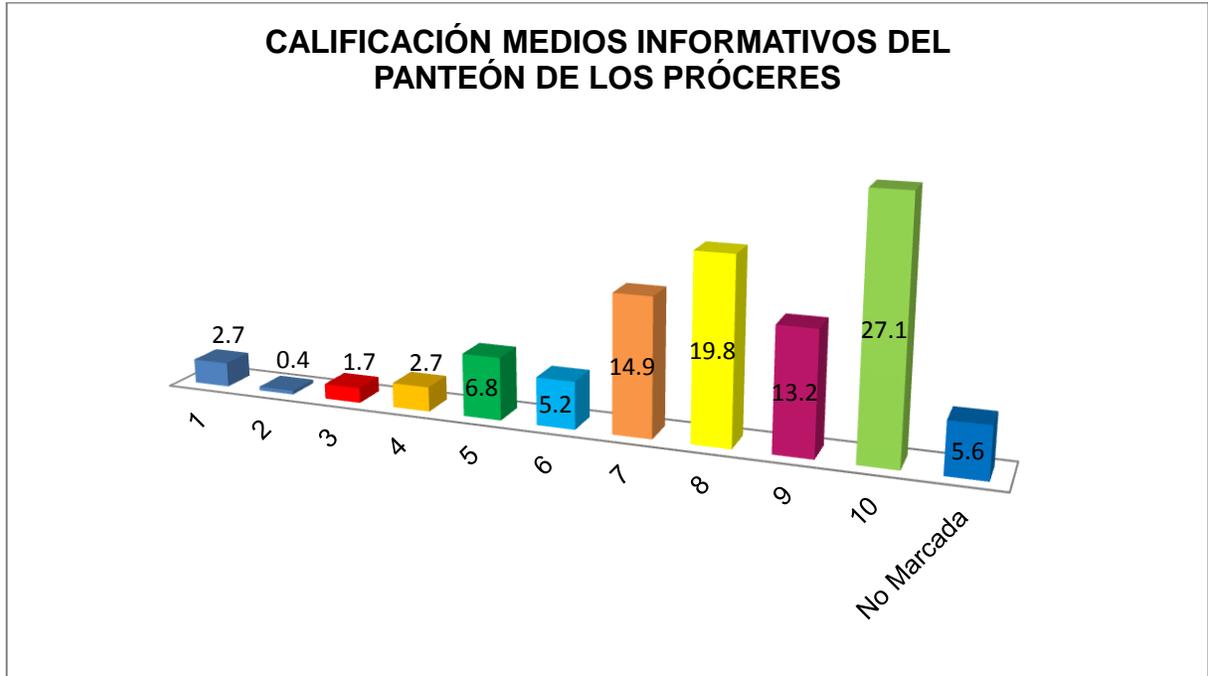
- **Pregunta 7: de 1 a 10 ¿Cómo califica los medios informativos de este lugar? Folletos, infografía, páginas Web, fichas informativas, actividades guiadas, etc.**

Tabla 27: Calificación de los medios informativos del Panteón de los Próceres

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	13	2,7
2	2	0,4
3	8	1,7
4	13	2,7
5	33	6,8
6	25	5,2
7	72	14,9
8	96	19,8
9	64	13,2
10	131	27,1
No Marcada	27	5,6
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 27: Calificación de los medios informativos del Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

La calificación de los medios informativos del Panteón de los Próceres corresponde a la **opción 10** con el **27,1%**, seguidamente de la **opción 8** con el **19,8%** y la **opción 7** con el **14,9%**.

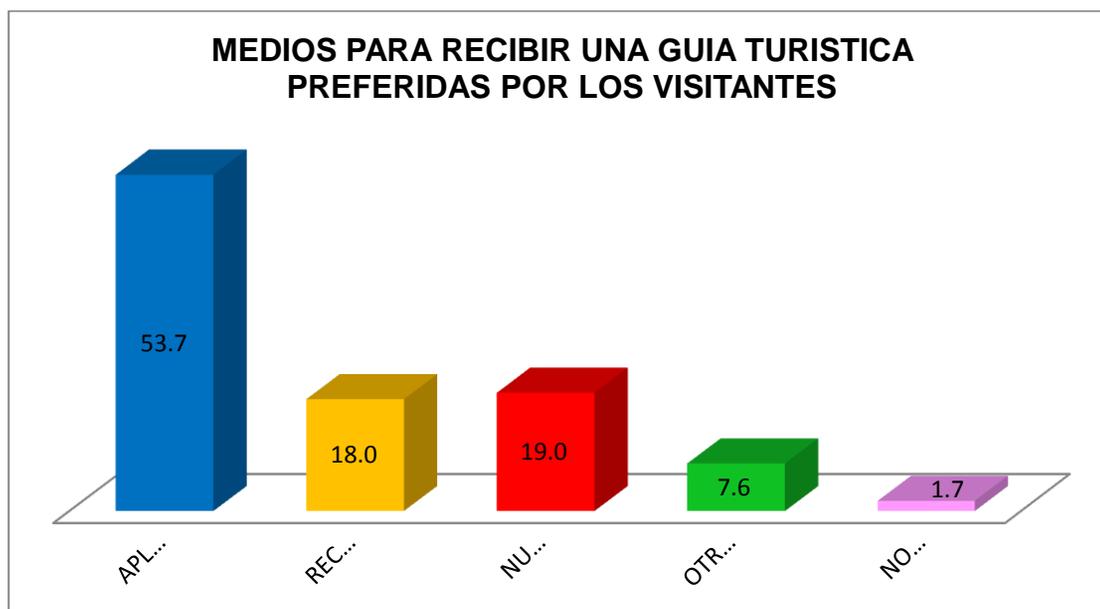
- **Pregunta 9: ¿A través de que otros medios le gustaría recibir una guía turística?**

Tabla 28: Medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes del Panteón de los Próceres

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Aplicaciones Tecnológicas	260	53,7
2 Recorridos Teatralizados	87	18,0
3 Nuevos Folletos	92	19,0
4 Otros	37	7,6
No Marcados	8	1,7
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 28: Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes del Panteón de los Próceres



Fuente: elaboración propia

Los medios preferidos por los visitantes del Panteón de los Próceres para recibir una guía turística son **las aplicaciones tecnológicas** con un **53,7%** seguida de **nuevos folletos** con un **19,0%**, y los **recorridos teatralizados** con un **18,0%**.

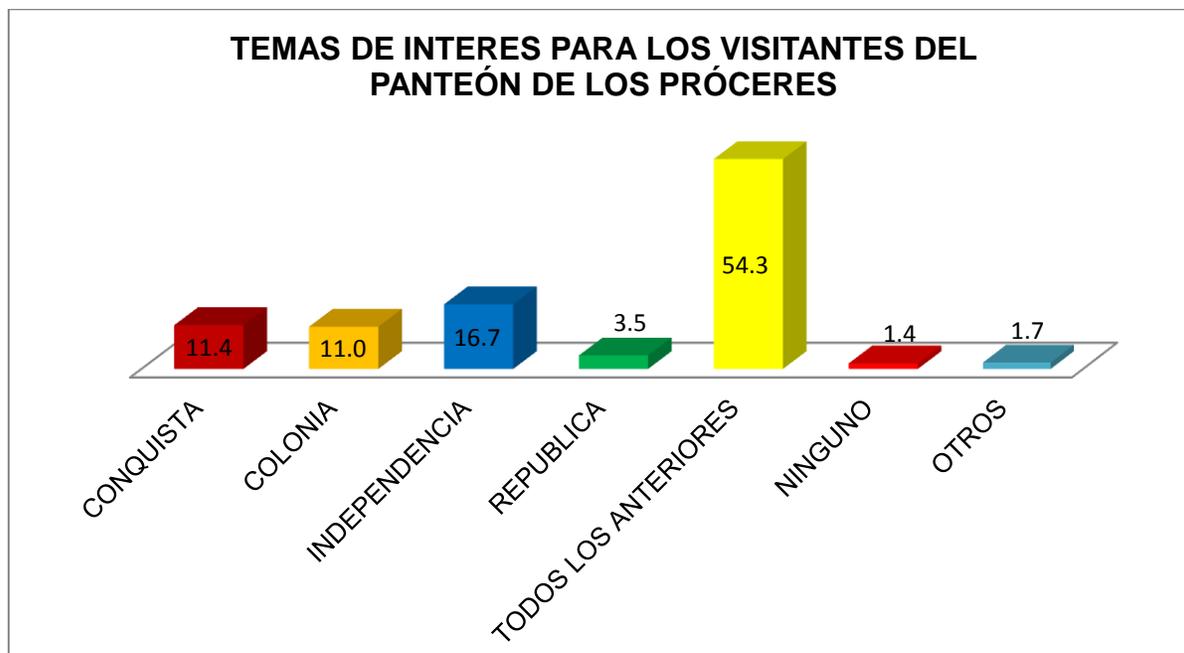
Pregunta 10: ¿Cuáles de estos temas son más relevantes para su interés?

Tabla 29: *Temas de interés para los visitantes del Panteón de los Próceres*

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Conquista	55	11,4
2 Colonia	53	11,0
3 Independencia	81	16,7
4 Republica	17	3,5
5 Todos Los Anteriores	263	54,3
6 Ninguno	7	1,4
7 Otros	8	1,7
Total	484	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 29: *Temas de interés para los visitantes del Panteón de los Próceres*



Fuente: elaboración propia

Los temas de interés elegidos por los visitantes son **todos los anteriores** como la opción más seleccionada del Panteón de los Próceres con un **54,3%**, seguida de la **independencia** con un **16,7%** y de la **Conquista** con un **11,4%**.

3.2.7.3. PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS

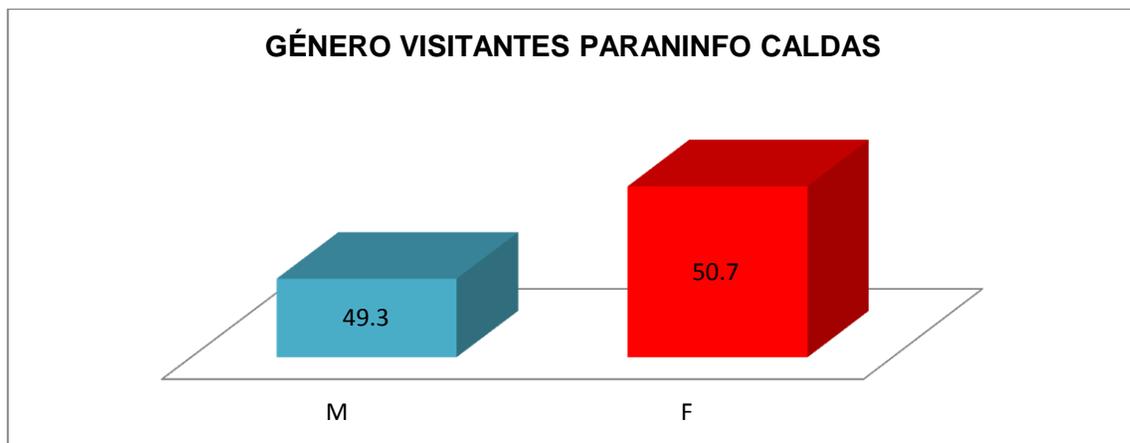
- Género visitantes del Paraninfo Caldas.

Tabla 30: Género visitantes del Paraninfo Caldas

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	200	49,3
Femenino	206	50,7
Total	406	100,00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 30: Género de los visitantes del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Se infiere que la mayor parte de los visitantes del Paraninfo Caldas corresponde al **género femenino** con un **50,7%** a diferencia del **49,3 %** que corresponde al **género masculino**.

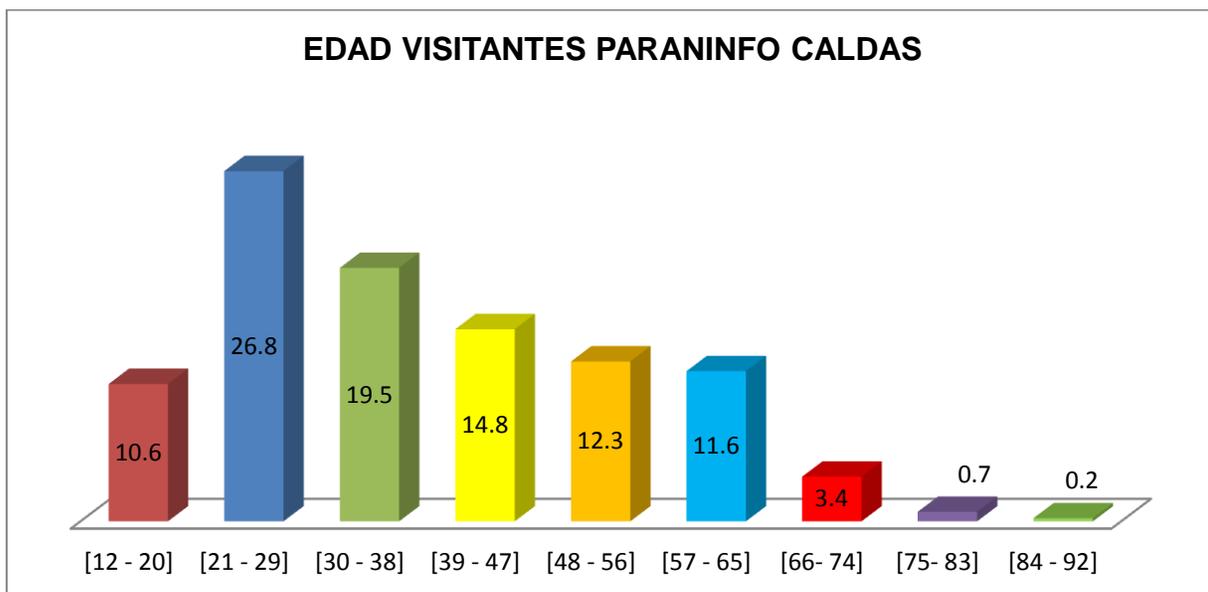
- **Edad de los visitantes del Paraninfo Caldas.**

Tabla 31: Edad de los visitantes del Paraninfo Caldas

Intervalos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
[12 - 20]	43	10,6
[21 - 29]	109	26,8
[30 - 38]	79	19,5
[39 - 47]	60	14,8
[48 - 56]	50	12,3
[57 - 65]	47	11,6
[66- 74]	14	3,4
[75- 83]	3	0,7
[84 - 92]	1	0,2
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 31: Edad Visitantes del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Las personas que más visitaron el Paraninfo Caldas están entre los 21 y 29 años de edad con un 26,8%, seguidas por las personas entre 30 y 38 años con un 19,5%, y las personas entre 39 y 47 años con un 14,8%.

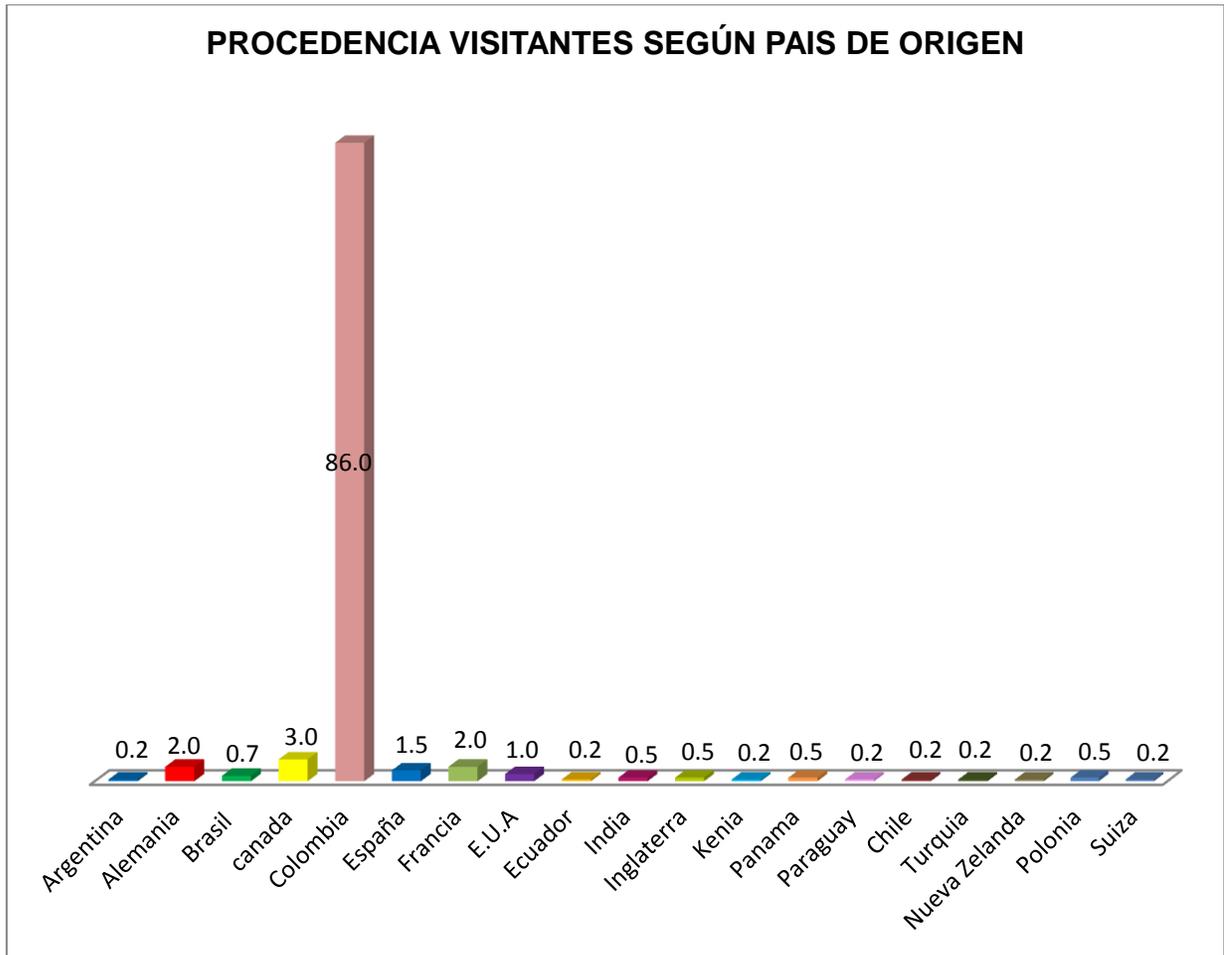
- Procedencia Visitantes del Parainfo Caldas.

Tabla 32: Procedencia de los visitantes del Parainfo Caldas por países de origen

País	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Argentina	1	0,2
Alemania	8	2,0
Brasil	3	0,7
Canadá	12	3,0
Colombia	349	86,0
España	6	1,5
Francia	8	2,0
E.U.A	4	1,0
Ecuador	1	0,2
India	2	0,5
Inglaterra	2	0,5
Kenia	1	0,2
Panamá	2	0,5
Paraguay	1	0,2
Chile	1	0,2
Turquía	1	0,2
Nueva Zelanda	1	0,2
Polonia	2	0,5
Suiza	1	0,2
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 32: Procedencia visitantes del Paraninfo Caldas por países de origen



Fuente: elaboración propia

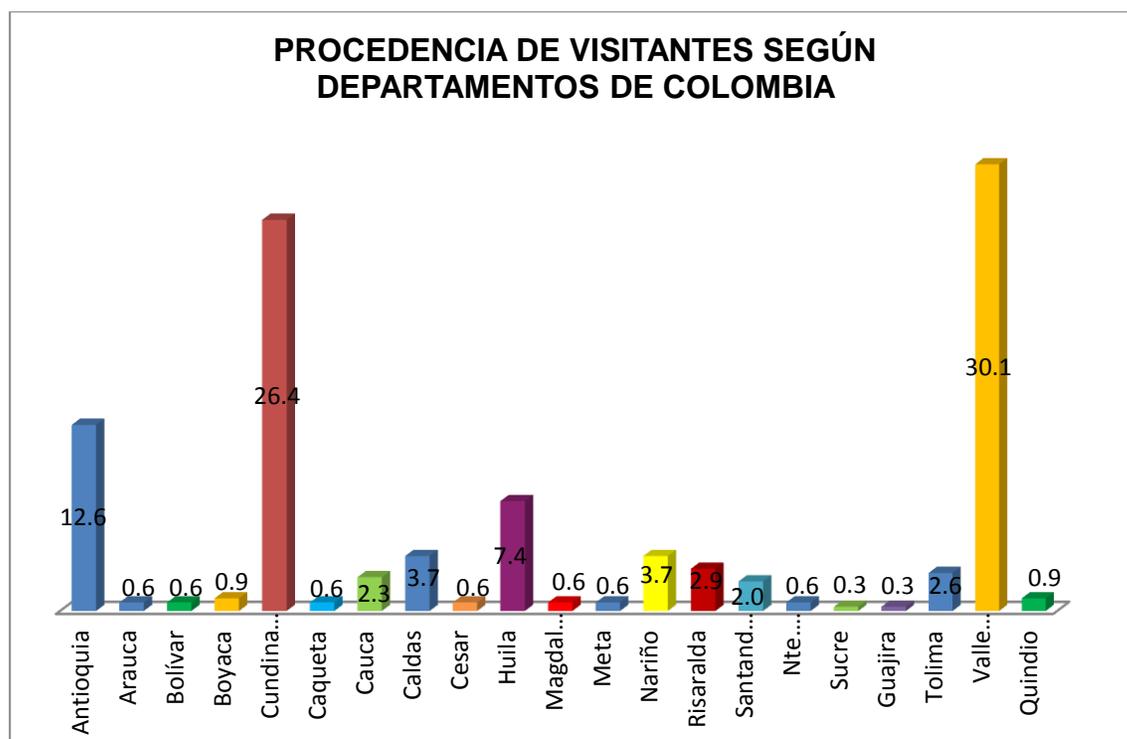
Al Paraninfo Caldas visitaron personas de 19 países diferentes, siendo Colombia el país anfitrión con el mayor número de visitantes con un 86,0%, seguido de Canadá con un 3,0%, Francia y Alemania con un 2,0%.

Tabla 33: Procedencia de los visitantes del Paraninfo Caldas según departamentos de Colombia

Depto.	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Antioquia	44	12,6
Arauca	2	0,6
Bolívar	2	0,6
Boyacá	3	0,9
Cundinamarca	92	26,4
Caquetá	2	0,6
Cauca	8	2,3
Caldas	13	3,7
Cesar	2	0,6
Huila	26	7,4
Magdalena	2	0,6
Meta	2	0,6
Nariño	13	3,7
Risaralda	10	2,9
Santander	7	2,0
Nte. Santander	2	0,6
Sucre	1	0,3
Guajira	1	0,3
Tolima	9	2,6
Valle Del Cauca	105	30,1
Quindío	3	0,9
Total	349	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 33: Procedencia Visitantes según departamentos de Colombia



Fuente: elaboración propia

De los 32 departamentos de Colombia al Parainfo Caldas lo visitaron personas de 21 departamentos del país, siendo Valle del Cauca el que tuvo la mayor participación con un 30,1%, seguido de Cundinamarca con un 26,4% y de Antioquia con un 12,6%

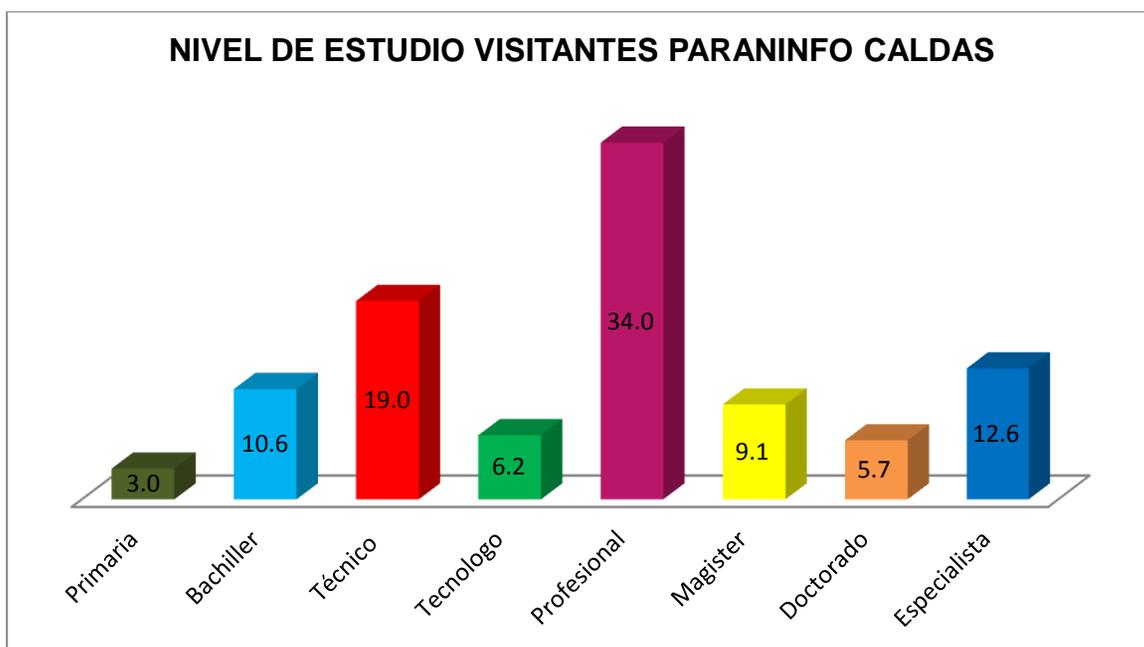
- **Nivel de estudio Visitantes Parainfo Caldas.**

Tabla 34: Nivel de estudio visitante Parainfo Caldas

Nivel de Estudio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	12	3,0
Bachiller	43	10,6
Técnico	77	19,0
Tecnólogo	25	6,2
Profesional	138	34,0
Magister	37	9,1
Doctorado	23	5,7
Especialista	51	12,6
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 34: Nivel de estudio visitantes Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

De los visitantes del Paraninfo Caldas el nivel de estudio más alto corresponde a los **profesionales** con un **34,0%**, seguido de las personas con **técnico** con un **19,0%** y de los **especialistas** con un **12,6%**.

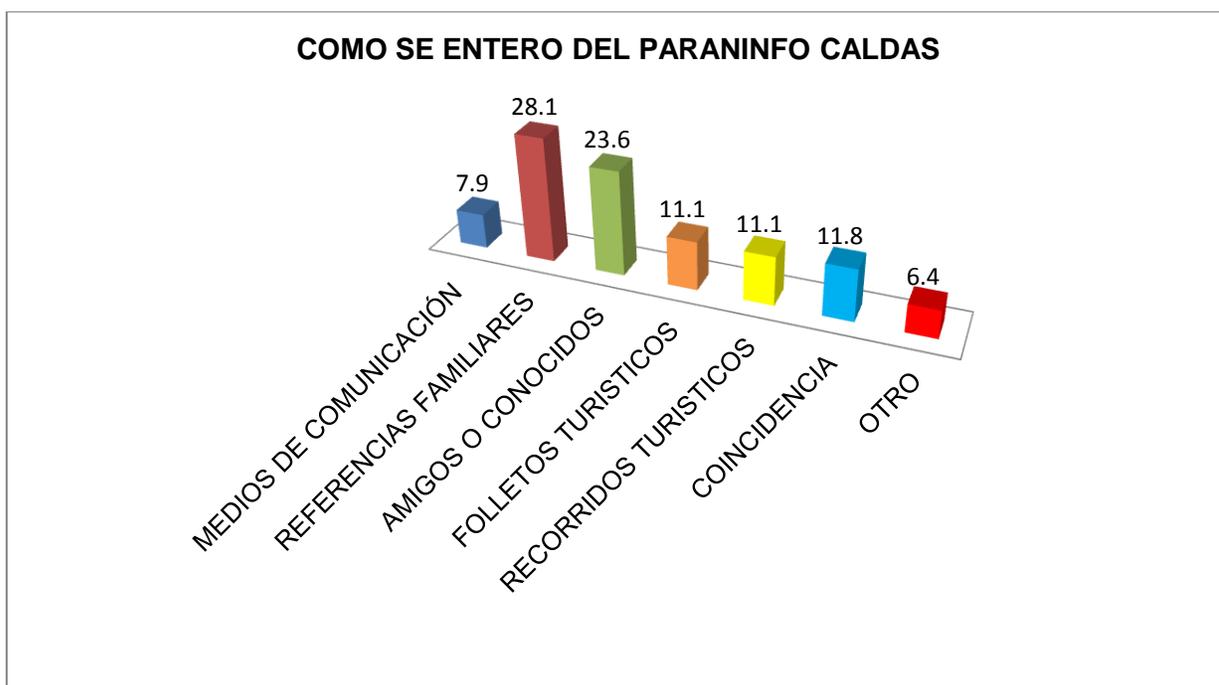
- **Pregunta 1: ¿Usted cómo se enteró de este sitio patrimonial?**

Tabla 35: Referentes de cómo se enteró del Paraninfo caldas.

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Medios de Comunicación	32	7,9
2 Referencias Familiares	114	28,1
3 Amigos o Conocidos	96	23,6
4 Folletos Turísticos	45	11,1
5 Recorridos Turísticos	45	11,1
6 Coincidencia	48	11,8
7 Otro	26	6,4
	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 35: Referentes de cómo se enteró del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Las personas que visitaron el Paraninfo Caldas manifestaron haberse enterado del sitio por **referencias de familiares** con un **28,1%** seguido de **referencias de amigos o conocidos** con un **23,6%** y por **coincidencia** con un **11,8%**.

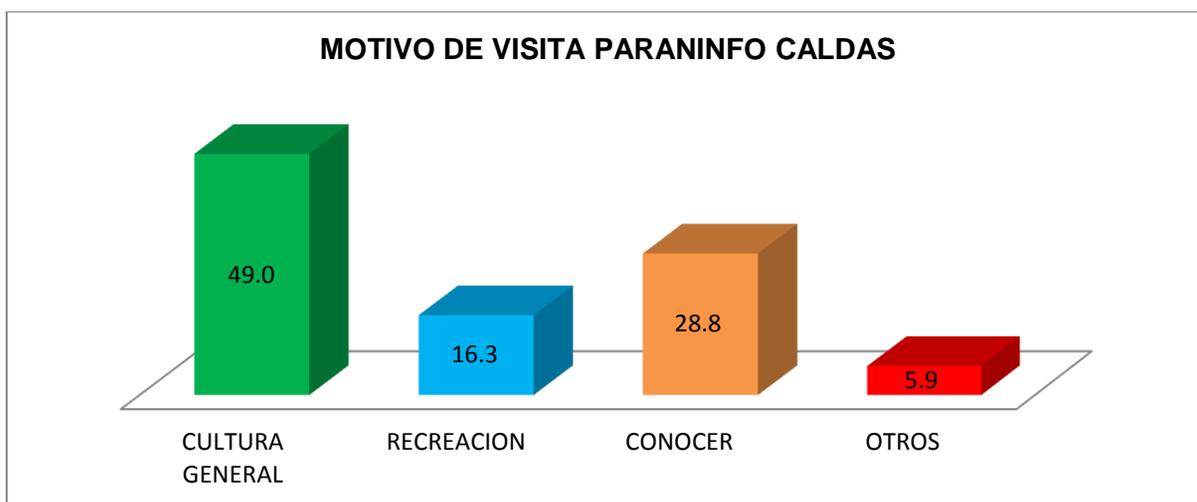
- **Pregunta 2: ¿Cuál fue el motivo de su visita?**

Tabla 36: Motivo de visita al Paraninfo Caldas

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Cultura General	199	49,0
2 Recreación	66	16,3
3 Conocer	117	28,8
4 Otros	24	5,9
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 36: Motivo de visita Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

El principal motivo de visita al Paraninfo Caldas fue por **cultura general** con un **49,0%**, seguido por **conocer** con un **28,8%** y por **recreación** con un **16,3%**.

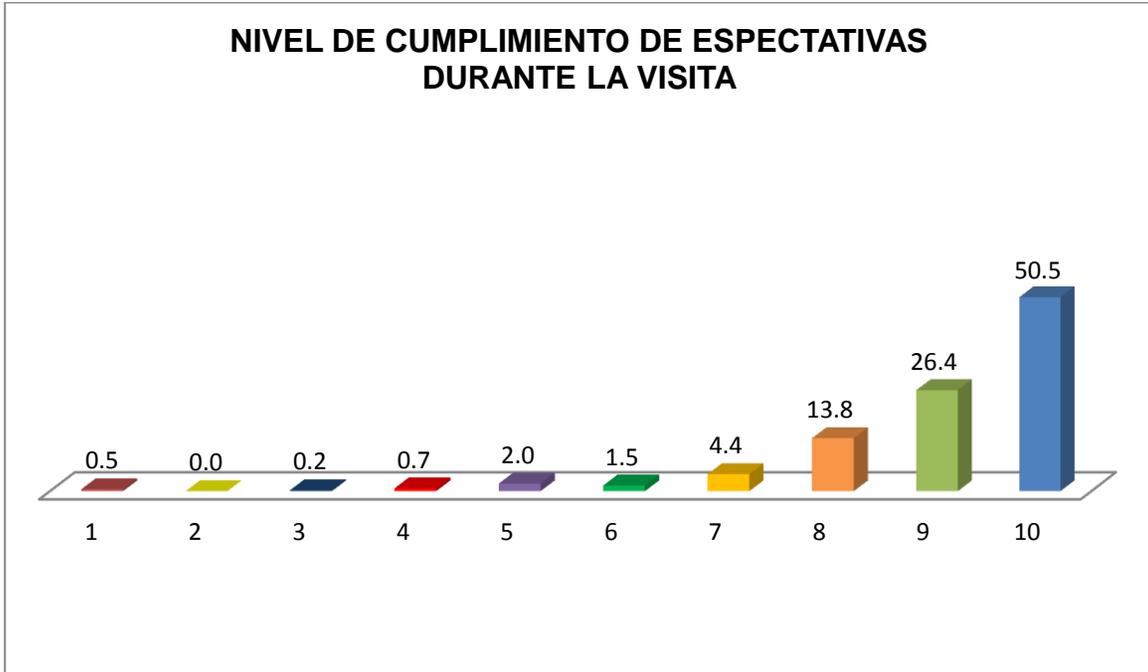
- **Pregunta 3: califique de 1 a 10 el cumplimiento de sus expectativas durante la visita.**

Tabla 37: Cumplimiento de expectativas durante la visita al Paraninfo Caldas

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	2	0,5
2	0	0,0
3	1	0,2
4	3	0,7
5	8	2,0
6	6	1,5
7	18	4,4
8	56	13,8
9	107	26,4
10	205	50,5
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 37: Nivel de cumplimiento de expectativas durante la visita al Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Los visitantes del Paraninfo Caldas eligieron en relación al nivel de cumplimiento de sus expectativas la **opción 10** con un **50,5%**, la **opción 9** con un **26,4%** y la **opción 8** con un **13,8%** respectivamente.

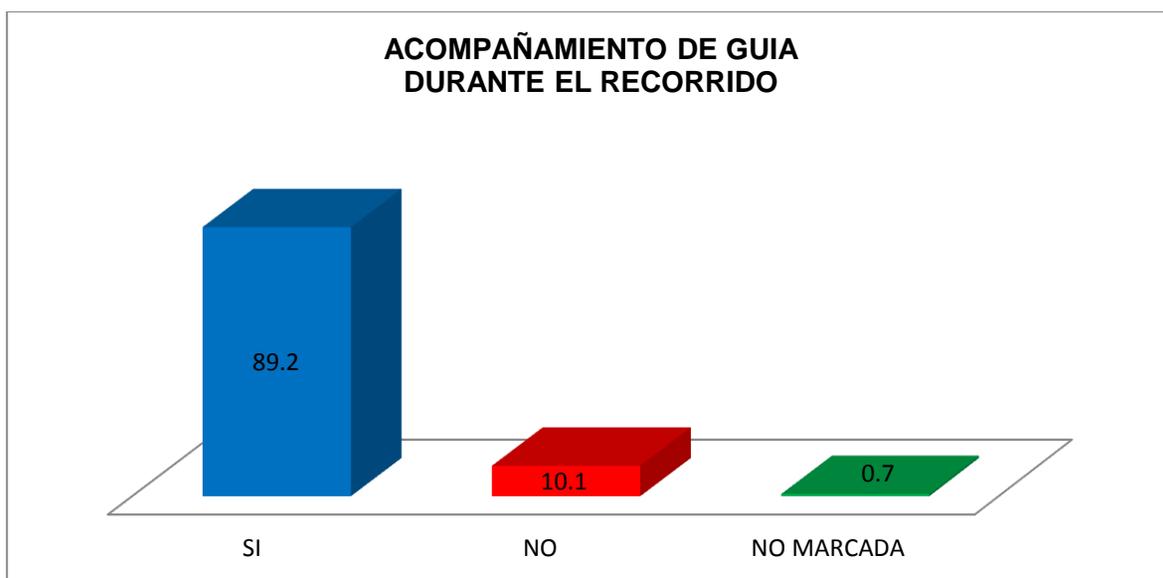
- **Pregunta 4: ¿Tuvo usted un guía durante este recorrido?**

Tabla 38: Acompañamiento de guía durante el recorrido.

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	362	89,2
No	41	10,1
No Marcadas	3	0,7
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 38: Acompañamiento de guía durante el recorrido



Fuente: elaboración propia

Los visitantes de la Paraninfo Caldas expresaron haber tenido guía con la opción **SI** correspondiente al 89,2% y la opción **NO** con un 10,1%.

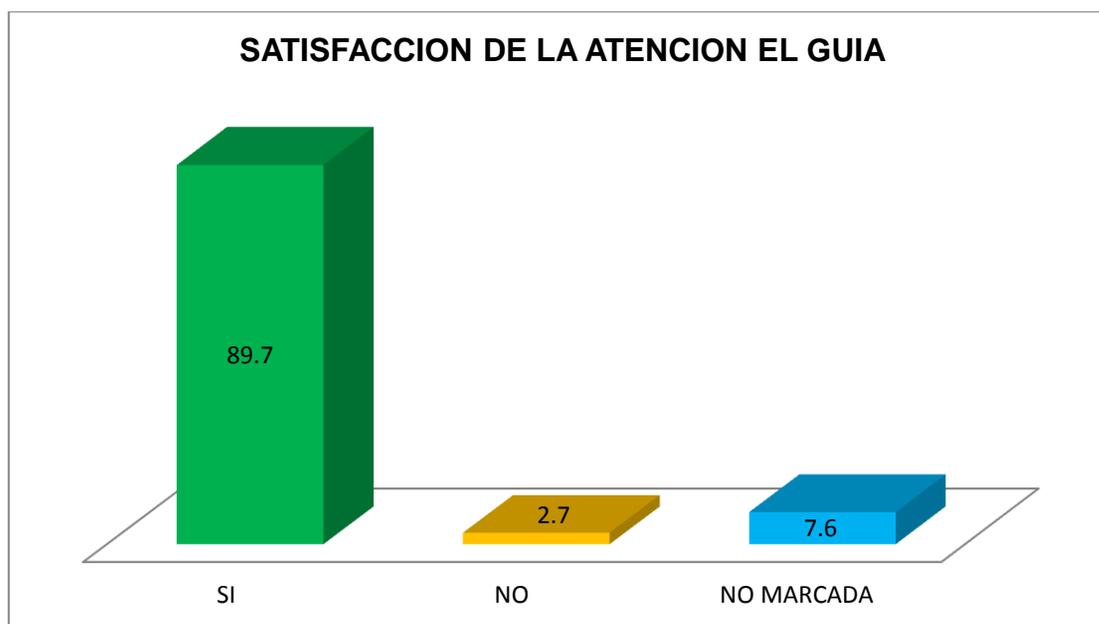
- **Pregunta 5: ¿La atención que recibió del guía fue de su agrado?**

Tabla 39: Satisfacción de la atención del guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	364	89,7
No	11	2,7
No Marcadas	31	7,64
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 39: Satisfacción de la atención del guía



Fuente: elaboración propia

Con el 89,7% de satisfacción los visitantes de la Paraninfo Caldas eligieron la opción **SI**, en contraste con el 2,7% de la opción **NO**, y no marcaron ninguna el 7,6%.

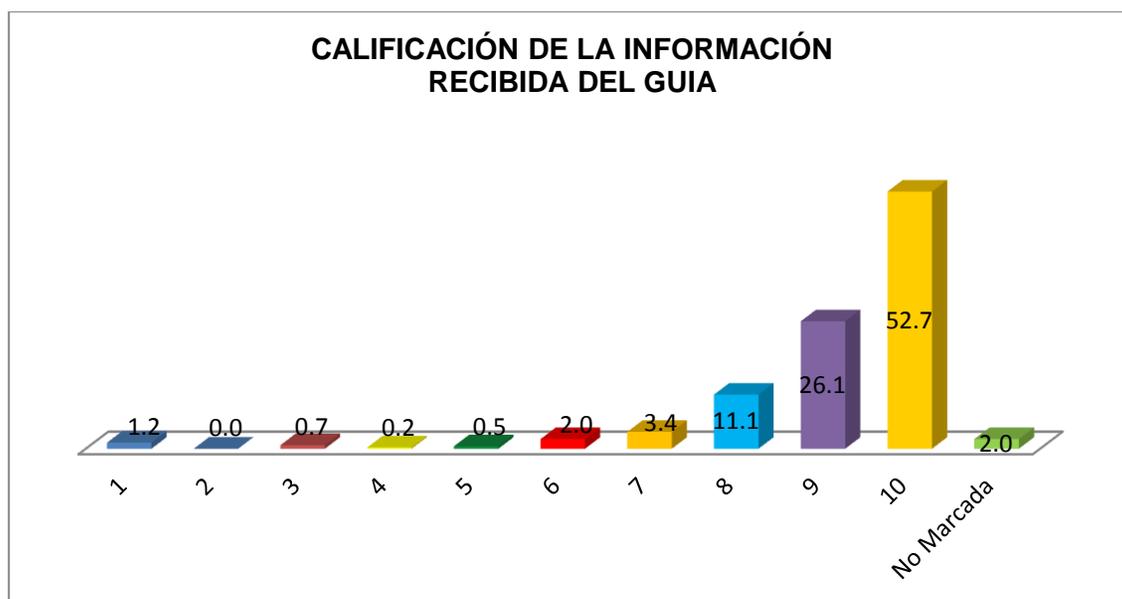
- **Pregunta 6: ¿Cómo califica la información que recibió del guía?**

Tabla 40: Calificación de la información brindada por el guía

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	5	1,2
2	0	0,0
3	3	0,7
4	1	0,2
5	2	0,5
6	8	2,0
7	14	3,4
8	45	11,1
9	106	26,1
10	214	52,7
No Marcada	8	2,0
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 40: Calificación de la información recibida del guía.



Fuente: elaboración propia

Respecto a la calificación de la información recibida por el guía, los visitantes del Paraninfo Caldas eligieron la **opción 10** con un 52,7%, sucesivamente la **opción 9** con un 26,1% y la **opción 8** con un 11,1%.

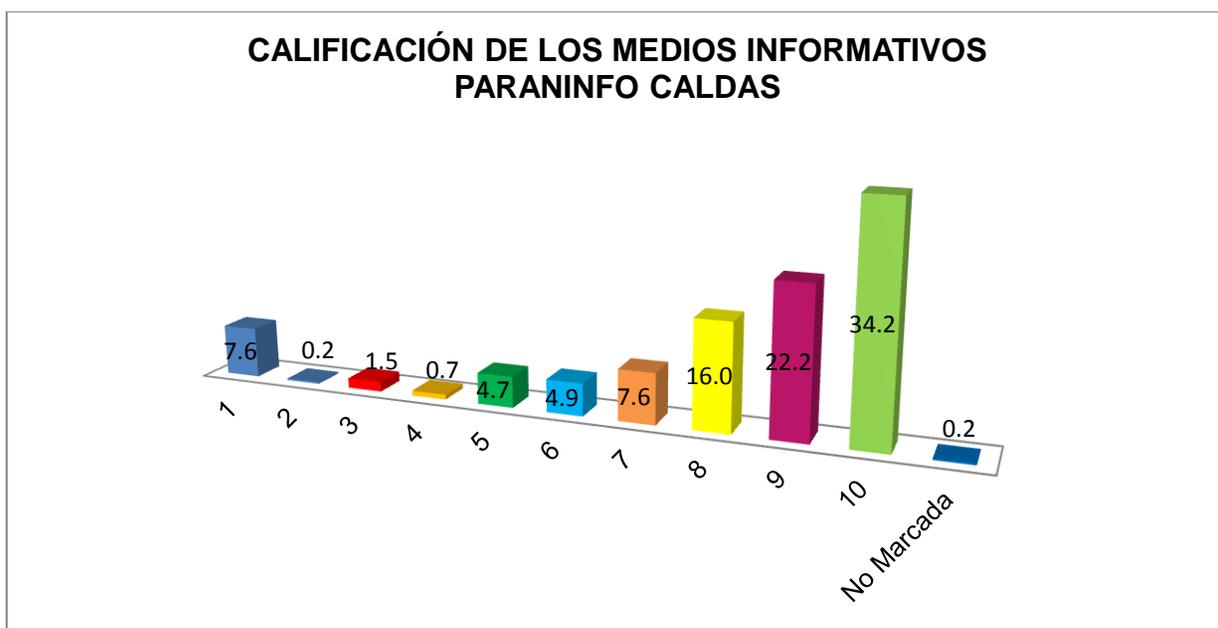
- **Pregunta 7: de 1 a 10 ¿Cómo califica los medios informativos de este lugar? Folletos, infografía, páginas Web, fichas informativas, actividades guiadas, etc.**

Tabla 41: Calificación de los medios informativos del Paraninfo Caldas

Opción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	31	7,6
2	1	0,2
3	6	1,5
4	3	0,7
5	19	4,7
6	20	4,9
7	31	7,6
8	65	16,0
9	90	22,2
10	139	34,2
No Marcada	1	0,2
total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 41: Calificación de los medios informativos del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

La calificación de los medios informativos de la del Paraninfo Caldas corresponde a la **opción 10** con el **34,2%**, seguidamente de la **opción 9** con el **22,2%** y la **opción 8** con el **16,0%**.

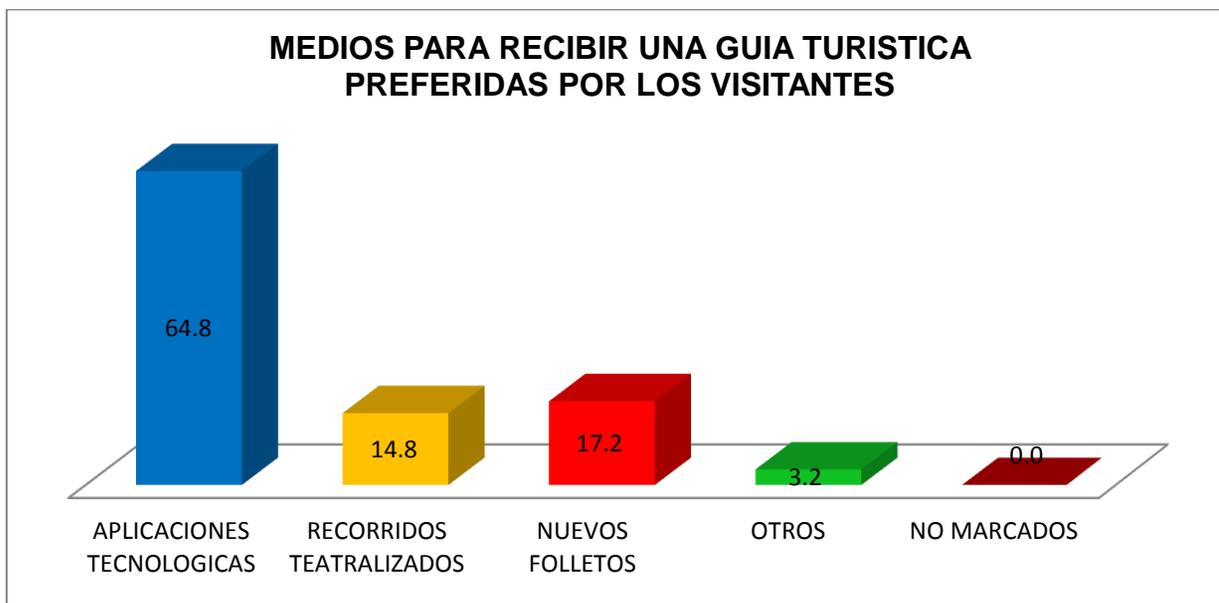
- **Pregunta 9: ¿A través de que otros medios le gustaría recibir una guía turística?**

Tabla 42: Medios preferidos para recibir una guía turística por los visitantes del Paraninfo Caldas.

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Aplicaciones Tecnológicas	263	64,8
2 Recorridos Teatralizados	60	14,8
3 Nuevos Folletos	70	17,2
4 Otros	13	3,2
No Marcados	0	0,0
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 42: Medios para recibir una guía turística preferidos por los visitantes del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Los medios preferidos por los visitantes del Paraninfo Caldas para recibir una guía turística son **las aplicaciones tecnológicas** con un **64,8%**. Seguida de los **nuevos folletos** con un **17,2%** y **recorridos teatralizados** con un **14,8%**.

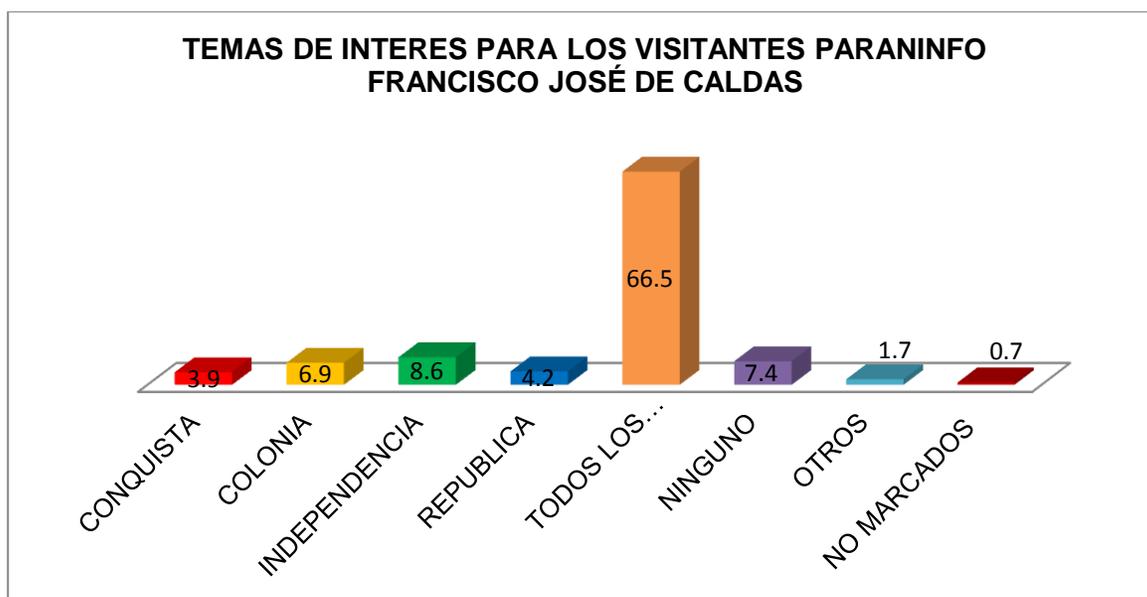
- **Pregunta 10: ¿Cuáles de estos temas son más relevantes para su interés?**

Tabla 43: Temas de interés para los visitantes del Paraninfo Caldas

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Conquista	16	3,9
2 Colonia	28	6,9
3 Independencia	35	8,6
4 Republica	17	4,2
5 Todos los Anteriores	270	66,5
6 Ninguno	30	7,4
7 Otros	7	1,7
No Marcados	3	0,7
Total	406	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfica 43: Temas de interés para los visitantes del Paraninfo Caldas



Fuente: elaboración propia

Los temas de interés elegidos son **todos los anteriores** como la más seleccionada por los visitantes del Paraninfo Caldas con un 66,5%, seguida de la **independencia** con un 8,6% y **ninguno** con un 7,4%.

3.2.8. ANÁLISIS RESULTADOS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA SEMANA SANTA 2016 SITIOS CASO DE ESTUDIO.

De los resultados se puede concluir que los visitantes de los sitios caso de estudio estuvieron satisfechos, debido a que el nivel de cumplimiento de sus expectativas fueron altos, la atención e información que recibieron de los voluntarios fue de su agrado, al igual que los medios informativos del lugar; esta información se puede corroborar en los cuadros de frecuencia y las gráficas de las preguntas 3, 4, 5, 6 y 7 en las cuales se mide se la satisfacción de los visitantes después de haber realizado el recorrido por los sitios de intervención.

Los ítems sociodemográficos de género, edad, lugar de procedencia, nivel de estudio y las preguntas 1 y 2, permitieron identificar un perfil a grandes rasgos de los visitantes no cautivos (Turistas) que asistieron durante Semana Santa a los sitios caso de estudio, determinando que la mayor participación de genero fue el femenino para la Casa Museo Mosquera y Paraninfo Caldas, a diferencia del Panteón de los Próceres donde la mayoría de los visitantes fue de genero

masculino, dicha información se puede constatar en los cuadros de frecuencia y graficas de cada lugar respectivamente.

Las personas que más visitaron los sitios están entre las edades de 21 a 33 años de edad, indicando que son personas jóvenes quienes más asisten a este tipo de lugares con interés patrimonial.

Par el lugar de procedencia el país que más apporto visitantes fue Colombia como país anfitrión, seguido de los visitantes extranjeros de países como E.U.A, México, Canadá, Francia, Alemania e Inglaterra, demostrando cada vez más el interés de esta población por conocer la historia de las localidades que los acogen.

Respecto a los visitantes a nivel nacional los departamentos que más aportaron participación fueron Valle del Cauca, Cundinamarca y Antioquia.

En el nivel de estudios la categoría que predomino en los tres sitios fueron las personas profesionales, indicando que tienen un alto grado de preparación.

En la pregunta 1 de cómo se enteraron del sitio patrimonial las categorías más seleccionadas fueron por referencias de familiares y amigos, indicando que el voz a voz de las personas que ya habían visitado los sitios sigue manteniendo vigencia, como una técnica de promoción y difusión del patrimonio cultural.

Para la pregunta 2, correspondiente al motivo de visita, las personas eligieron la categoría de cultura general como la más seleccionada, indicando que sus motivaciones tienen de base su formación personal.

La pregunta 9 corrobora que el otro medio preferido por las personas para recibir una guía son a través de aplicaciones tecnológicas, dado que la mayoría de los visitantes eran personas jóvenes, además de la tendencia turística como los nativos digitales cuya preferencia está dada por el manejo de herramientas tecnológicas como medio para elegir los lugares de visita.

Por último la pregunta 10 reafirmo que el guión museográfico de la Casa Museo Mosquera y el Panteón de los Próceres están bien estructurados, al detallar de manera cronológica los hechos y épocas por los cuales pasaron varios de los personajes a los cuales se les rinde homenaje en estos recintos.

3.2.9. PLAN DE INTERPRETACION

Para implementar la interpretación de un lugar con interés patrimonial, es recomendable elaborar un documento que integre los aspectos más sobresalientes del mismo, dando coherencia a la información que se desea resaltar del lugar.

Cuadro 1: plan de interpretación Casa Museo Mosquera

CASA MUSEO MOSQUERA		
Potencialidades	Singularidad y atractividad	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura colonial • Variedad de piezas en las colecciones histórica y de arte colonial • Posicionado como sitio de interés histórico y cultural
	Localización y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica • Fácil acceso terrestre • Accesibilidad transporte público urbano. • Falencia de accesibilidad para personas en condición de discapacidad. • Atención en horarios de oficina de martes a domingos. • Atención a todo tipo de visitantes
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia privada • Cercanía a centros hospitalarios • Brigadista de emergencia e implementos de primeros auxilios • Circuito de vigilancia por cámaras de seguridad
	Complementariedad y relación con otros productos	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía a los otros establecimientos de la Red de Museos del Cauca • Cercanía a monumentos de interés patrimonial del centro histórico. • Cercanía a centros comerciales y entidades bancarias. • Cercanía a establecimientos de prestación de servicios turísticos (Hoteles, restaurantes y cafeterías, agencias de viajes)
	Resistencia al impacto	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de servicios públicos básicos • Infraestructura para redes tecnológicas (Convenio Vive Digital) • Servicio voluntariado de información turística (Temporal) • Capacidad de carga de 15 personas simultáneamente por sala.
	Medios de interpretación y mensaje a transmitir	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos institucionales y turísticos • Pendones • Páginas Web y Facebook • Voz a voz - Voluntariado • Concientización y valoración del patrimonio histórico y cultural – recorridos y conversatorios con funcionarios y estudiantes de primer semestre.

Fuente: elaboración propia

Cuadro 2: Plan de interpretación Paraninfo Francisco José de Caldas

PARANINFO FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS		
Potencialidades	Singularidad y atractividad	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura republicana • Posicionado como sitio de interés histórico y cultural
	Localización y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica • Fácil acceso terrestre • Accesibilidad transporte público urbano. • Ingreso de visitantes en horarios de oficina
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia privada • Cercanía a centros hospitalarios • Circuito de vigilancia por cámaras de seguridad
	Complementariedad y relación con otros productos	<ul style="list-style-type: none"> • Hace parte del Claustro de Santo Domingo • Cercanía a monumentos de interés patrimonial del centro histórico. • Cercanía a centros comerciales y entidades bancarias • Cercanía a establecimientos de prestación de servicios turísticos
	Resistencia al impacto	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de servicios públicos básicos • Capacidad de carga de 250 personas sentadas.
	Medios de interpretación y mensaje a transmitir	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos institucionales y turísticos • Voz a voz - Voluntariado • Concientización y valoración del patrimonio histórico y cultural – recorridos y conversatorios con funcionarios y estudiantes de primer semestre.

Fuente: elaboración propia

Cuadro 3: Plan de interpretación Panteón de los Próceres

PANTEÓN DE LOS PRÓCERES		
Potencialidades	Singularidad y atractividad	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura Republicana • Posicionado como sitio de interés histórico y cultural
	Localización y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica • Fácil acceso terrestre • Accesibilidad transporte público urbano. • Atención en horarios oficina de lunes a viernes, sábados y domingos de 9:00 am – 12:00 m y 2:00 pm – 5:00 pm • Atención a todo tipo de visitantes
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia privada • Cercanía a centros hospitalarios • Disponibilidad de botiquín y primeros auxilios • Circuito de vigilancia por cámaras de seguridad
	Complementariedad y relación con otros productos	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía a los otros establecimientos de la Red de Museos del Cauca • Cercanía a monumentos de interés patrimonial del centro histórico. • Cercanía a centros comerciales y entidades bancarias. • Cercanía a establecimientos de prestación de servicios turísticos
	Resistencia al impacto	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de servicios públicos básicos para visitantes. • Infraestructura para redes tecnológicas • Servicio voluntariado de información turística (Temporal) • Capacidad de carga de 20 persona en el santuario y sala de exposiciones temporal.
	Medios de interpretación y mensaje a transmitir	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos institucionales y turísticos • Pendones • Páginas Web y Facebook • Voz a voz - voluntariado. • Concientización y valoración del patrimonio histórico y cultural – recorridos y conversatorios con funcionarios y estudiantes de primer semestre.

Fuente: elaboración propia

3.2.10. CRITERIOS PARA LA VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

De acuerdo a la temática tratada en cada sitio caso de estudio, solo se tomó del patrimonio cultural el grupo de patrimonio material inmueble, y de este último se toma el componente de Arquitectura Institucional.

Cuadro 4: criterios para la valoración de los atractivos turísticos

Criterios para la Valoración de los Atractivos Turísticos					
Tipo de Patrimonio	Grupo	Tema	Criterios	Descripción	Puntaje Máximo
Patrimonio Cultural	Patrimonio Material Inmueble	Calidad	Estado de Conservación	Si conserva su homogeneidad estética y su integridad física desde su situación original o a partir de las posibles acciones del hombre (restauración) para mejorar la calidad del recurso.	21
			Constitución del Bien	Se refiere a los materiales y las técnicas de elaboración del bien. Existen bienes que por su antigüedad poseen materiales y técnicas en desuso o desaparecidas que merecen ser destacadas en el ejercicio de la valoración. Pero pueden existir bienes con materiales o combinación de técnicas modernas que, igualmente pueden valorarse por su singularidad o porque representan avances tecnológicos.	21
			Representatividad	Importancia del bien como un elemento que dio partida a un hecho histórico, social o cultural	28
			Total puntuación Calidad		
	Significado	Local	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.	6	
		Regional	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos	12	
		Nacional	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.	18	
		Internacional	Grado de reconocimiento del atractivo en dos o más países.	30	
	Total puntuación significado			30	

Fuente: adaptado de la Metodología para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010).

A continuación se presenta los formatos diligenciados para la valoración del inventario de la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Paraninfo Francisco José de Caldas.

Cuadro 5: Formato diligenciado para la valoración del inventario Casa Museo Mosquera

**PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Muebles e Inmuebles**

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre		CASA MUSEO MOSQUERA			
1.2. Departamento		Cauca	1.3. Municipio		Popayán
1.4. Corregimiento, Vereda		Zona urbana de Popayán			
1.5. Administrador o Propietario		Universidad del Cauca			
1.6. Dirección/Ubicación		Calle 3 N° 5-14, Centro Histórico			
1.7. Teléfono		(572) 8209900 Ext.: 1341			
1.8. Distancia desde el Parque Caldas (en tiempo)		3 min.	1.9. Tipo de acceso		
			Terrestre	x	Acuático
					Férreo
					Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso		Desde el Parque Caldas de Popayán situarse en la calle 4 con carrera 6, caminar por la carrera hacia la calle 3 hasta la esquina de la Facultad de Artes de la Universidad del Cauca, girar a la derecha sobre la calle 3 al final de la cuadra sobre el lado izquierdo se encuentra la Casa Museo Mosquera			
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código asignado		1.1.4.4 Edificación para la Cultura (Museo)			
2.2. Descripción					
La Casa Museo Mosquera promueve la conservación y el resguardo de elementos de la historia que datan los acontecimientos y estilos de vida de la época colonial y hechos históricos de la Nueva Granada del siglo XVII, tales elementos pertenecientes y referentes a la familia Mosquera Arboleda teniendo como principales protagonistas al Arzobispo Manuel José y al General Tomás Cipriano de Mosquera, cuatro (4) veces presidente de Colombia. Además de otros próceres como el Libertador Simón Bolívar, José María Obando, José Hilario López, el sabio Caldas, Camilo Torres y Carlos Albán, destacados hombres que participaron en la construcción de la República soberana e independiente. La Casa Museo Mosquera posee cinco (5) salas de exhibición y un total de 711 objetos de las colecciones de Historia y Arte Colonial. (Adaptado de la página Web de la Casa Museo Mosquera http://www.unicauca.edu.co/museos/museomosg/salas.html)					
3. PUNTAJE DE VALORACIÓN					
CALIDAD		PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)		18			
Constitución del Bien (21)		21			
Representatividad General (28)		28			
Subtotal		67			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12)		30			
Nacional (18) Internacional (30)					
TOTAL		97			



Fuente: Diego Imbachi Garcés

Diligenciado por:	Mónica Imbachi H. – Lorena Andrade B.	Fecha:	Marzo 2016
--------------------------	---------------------------------------	---------------	------------

Fuente: elaboración propia

Cuadro 6: Formato diligenciado para la valoración del inventario Panteón de los Próceres

PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Muebles e Inmuebles

1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	PANTEON DE LOS PROCERES		
1.2. Departamento	Cauca	1.3. Municipio	Popayán
1.4. Corregimiento, Vereda	Zona urbana de Popayán		
1.5. Administrador o Propietario	Universidad del Cauca		
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 7N°3 - 43, Centro Histórico		
1.7. Teléfono	(572) 8240683 - 8209800 Ext.: 1128 y 1129		
1.8. Distancia desde el Parque Caldas (en tiempo)	2 min.	1.9. Tipo de acceso	
		Terrestre x	Acuático
1.10. Indicaciones para el acceso	Desde el Parque Caldas de Popayán situarse en la calle 4 con carrera 7, caminar por la carrera hacia la calle 3 a media cuadra sobre el lado derecho se encuentra el Panteón de los Próceres.		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código asignado	1.1.4.7 Funeraria (Mausoleo)		
2.2. Descripción	<p>El Panteón de los Próceres es un edificio que guarda desde 1940 las cenizas de los hijos gloriosos de Popayán. Algunos, participaron en la gesta y consolidación de la primera independencia de la República en 1810, donde los patriotas prometieron guardar fidelidad al rey; así esta vez, la independencia de España no fue absoluta. Otros próceres, cayeron en la segunda reconquista española, ocurrida de 1815 a 1819, bajo el mando de los realistas Pablo Morillo (1815-1817) y Juan Sámano (1817-1819). Con todo, la segunda independencia definitiva de España ocurrió el 7 de agosto de 1819, con la Batalla de Boyacá. A partir de ahí las Provincias de la República experimentaron varias constituciones; guerras civiles y divisiones políticas entre centralistas (bolivarianos) y federalistas (santandereanos) hasta principios del siglo XX. En términos generales, este es el contexto que rodea a nuestros próceres. (Tomado de la página Web http://www.unicauca.edu.co/museos/panteon/index.html)</p>		
3. PUNTAJE DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de Conservación (21)		21	
Constitución del Bien (21)		21	
Representatividad General (28)		28	
Subtotal		70	
SIGNIFICADO			
Local (6)	Regional (12)	30	
Nacional (18)	Internacional (30)		
TOTAL		100	



Fuente: Mónica Imbachi Hoyos.

Diligenciado por: Mónica Imbachi H. – Lorena Andrade B.	Fecha: Marzo 2016
--	--------------------------

Fuente: elaboración propia

Cuadro 7: Formato diligenciado para la valoración del inventario Paraninfo Francisco José de Caldas

PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL
Bienes Culturales Muebles e Inmuebles

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS						
1.2. Departamento	Cauca	1.3. Municipio	Popayán				
1.4. Corregimiento, Vereda	Zona urbana de Popayán						
1.5. Administrador o Propietario	Universidad del Cauca						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 5 N° 4 - 70, Centro Histórico						
1.7. Teléfono	(572) 8209900 Ext.: 1202 y 1401 - Línea 018000 949020						
1.8. Distancia desde el Parque Caldas (en tiempo)	3 min.	1.9. Tipo de acceso					
		Terrestre	x	Acuático		Férreo	
1.10. Indicaciones para el acceso	Desde el Parque Caldas de Popayán situarse en la calle 5 con carrera 6, caminar por la calle 5 una cuadra hasta la carrera 5, y a media cuadra sobre el lado izquierdo se encuentra el Paraninfo Francisco José de Caldas.						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código asignado	1.1.4.4 Edificaciones para la Cultura (Paraninfo)						
2.2. Descripción							
Su construcción se inició en 1892, y se inauguró el 16 de abril de 1916 en el centenario del fusilamiento del Sabio Caldas y del tricentenario de la muerte de Cervantes. El maestro Guillermo Valencia pronunció en esta ocasión un discurso conmemorativo. En el interior a espaldas del estrado, se encuentra el óleo del pintor Efraím Martínez en el cual se interpreta el poema de Valencia "Canto a Popayán" Grabado sobre mármol. En el muro que da a la calle se encuentra el tríptico impresionista de Andrés Santamaría, del techo cuelga una lámpara en bronce hecha por estudiantes del SENA. Después del terremoto del 83 todo fue protegido y restaurado. (Tomado de Muros de Bronce: Popayán y sus instancias Históricas, humanas y territoriales; Diego Castrillón Arboleda, 2007).							
3. PUNTAJE DE VALORACIÓN							
CALIDAD		PUNTAJE					
Estado de Conservación (21)		21					
Constitución del Bien (21)		21					
Representatividad (28)		28					
Subtotal		70					
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12)		30					
Nacional (18) Internacional (30)							
TOTAL		100					



Fuente: Lorena Andrade Bolaños.

Diligenciado por:	Mónica Imbachi H. – Lorena Andrade B.	Fecha:	Marzo 2016
-------------------	---------------------------------------	--------	------------

Fuente: elaboración propia

3.2.11. DOFA SITIO DE INTERVENCIÓN

Se realizó una DOFA de forma general la cual permitió identificar las Fortalezas y debilidades presentadas internamente en los sitios. Así mismo se identificaron las oportunidades y amenazas que inciden de forma externa en los lugares de intervención.

Cuadro 8: DOFA sitios de intervención.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Planta física en óptimas condiciones para el servicio. • Mayoría de piezas expuestas en buen estado de conservación. • Apoyo del programa Voluntariado Servicio Social Universitario con informadores. • Implementación de páginas Webs Red de Museos Universidad del Cauca. • Puesta en marcha de la imagen corporativa de los museos. • Implementación de las Tic • Ubicación estratégica en el centro histórico. • Disponibilidad administrativa para la creación de convenios con otras entidades. • Riqueza cultural e histórica de la Universidad del Cauca 	<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con personal certificado y fijo durante el año para actividades guiadas. • Poca información histórica del lugar (Parainfo) • Desorganización de la información existente. • Atención en horarios de oficina. • Ausencia de señalética direccional. • Inexistencia de un estudio de perfil del visitante para identificar los actuales y potenciales usuarios. • Desactualización de los perfiles de Facebook. • Folletos con contenido extenso. • Falta capacitación en conceptos básicos de turismo para los voluntarios. • Formalismo en convenios existentes con entidades municipales y departamentales. • Incapacidad de sostenimiento propio. • Desarticulación con empresarios del turismo en el municipio y el departamento. • Periodo de capacitación corto para los voluntarios.

Fuente: elaboración propia

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha total y adaptación del programa de apropiación social del patrimonio cultural en público no cautivo. • Articulación con otras entidades y empresarios turísticos con actividades complementarias en eventos empresariales, académicos y culturales que se desarrollen en la ciudad. • Articulación con el SENA en procesos de formación turística. • Diversificación de la tienda universitaria con productos artesanales para visitantes (Turistas) • Aumento del interés turístico cultural e histórico por extranjeros. • Implementación de la didáctica de la Casa Museo Mosquera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de ser sitios aburridos. • Deterioro de la planta física y piezas de exposición por el paso del tiempo, clima y falta de mantenimiento adecuado. • Desinterés y falta de conocimiento de la comunidad por estos recintos • Pérdida de valores culturales, históricos y tradiciones por cambio generacional. • Competencia con centros comerciales, campos deportivos y otros establecimientos como sitios de esparcimiento y disfrute del tiempo libre. • Poco apoyo de las entidades de orden municipal y departamental en la gestión y promoción turística de estos sitios. • Poco apoyo de los guías profesionales con el voluntariado.

Fuente: elaboración propia

4. DISEÑO PLAN DE INTERPRETACIÓN

4.1. PROCESO DE LA INTERPRETACIÓN: PASOS

De acuerdo a los pasos descritos en el proceso de la interpretación, se hizo lo correspondiente con los sitios caso de estudio, dando como resultado el circuito interpretativo denominado “un recorrido por los aposentos del pasado y las estancias del presente”

Ilustración 15: pasos del proceso de la interpretación

1. Seleccionar un objeto, personaje o acontecimiento tangible a destacar ante los visitantes.	• Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres, Paraninfo Francisco José de Caldas
2. Identificar los significados intangibles que surgen de ese patrimonio	• Justicia, honor, familia, legado, tradición, enaltecimiento, conservación, libertad, historia, lucha, amor, vida, muerte, paz, defensa, difusión, etc.
3. Identificar los conceptos intangibles que representan valores universales	• Triunfos, derrotas, sacrificios, vida, muerte, conquista, libertad, estrategias, protección, conservación, difusión.
4. Identificar la audiencia	• Público no cautivo (Turistas).
5. Escribir un enunciado en forma de oración – tema que represente lo esencial de ese recurso.	• Un recorrido por los aposentos del pasado y las instancias del presente (Tomado de historias edilicias Unicauca)
6. Seleccionar las técnicas interpretativas adecuadas.	• Citas de textos importantes o relevantes, preguntas y respuestas, refranes, comparaciones y analogías, usar ejemplos, metáforas, etc.
7. Utilizar la oración – tema para organizar las oportunidades de conexión.	• Circuito interpretativo : Casa Museo Mosquera, Paraninfo Caldas y Panteón de los Próceres.

Fuente: elaboración propia

4.2. CIRCUITO TURISTICO INTERPRETATIVO “UN RECORRIDO POR LOS APOSENTOS DEL PASADO Y LAS ESTANCIAS DEL PRESENTE”

La conexión establecida entre los sitios de intervención profesional inicia en la Casa Museo Mosquera, continua con el Paraninfo Francisco José de Caldas y finaliza en el Panteón de los Próceres, los cuales se detallan de la siguiente manera:

Estación 1: el recorrido iniciaría en la Casa Museo Mosquera, siendo este recinto la antigua casa de la Familia Mosquera y Arboleda, en cuya instalaciones hay una exposición permanente de elementos que fueron de su propiedad y de otros

ilustres personajes, sobresaliendo cuatro miembros de esta reconocida familia payanesa, siendo los principales el Arzobispo Manuel José y su hermano Tomás Cipriano Mosquera, 4 veces presidente de Colombia, además de otros próceres de la época como el Libertador Simón Bolívar, José Hilario López, José María Obando, Camilo Torres, el sabio Francisco José de Caldas y Carlos Albán, hombres destacados por su contribución en la formación de la naciente República libre y soberana. Igualmente se exponen piezas de arte colonial de incalculable valor artístico e histórico de los siglos XVI, XVII y XVIII.

La pieza que establece conexión con el Paraninfo Caldas es el boceto de la participación de la Familia Mosquera en el óleo “Apoteosis de Popayán” del maestro Efraím Martínez, en el cual aparecen el Arzobispo Manuel José, el Gran General Tomás Cipriano, Don Manuel María (gemelo del Arzobispo) y Don Joaquín, cuyo simbolismo radica en la transición de la Colonia a la República con la ofrenda que el padre de estos próceres, Don José María Mosquera y Figueroa hace a la causa independentista. En contra parte de quien los antecede, Joaquín Mosquera y Figueroa hermano y tío respectivamente, quien sirvió a la corona española.

Estación 2: en el Paraninfo Francisco José de Caldas se puede observar la obra completa en su esplendor, un hermoso óleo de 5,85 x 9,35 metros, inspirado en los poemas “Canto a Popayán” y “Alma Mater” del Maestro Guillermo Valencia, asimismo se observa la representación de otros ilustres próceres y mártires de la elite payanesa, en dicha obra también se incluyen personajes imaginarios dándole una relevancia mítica a la Ciudad Blanca, también conocida como ciudad procera por esta razón; La obra en mención hace un recuento cronológico de cuatro periodos de nuestra historia desde la época Precolombina, Conquista, Colonia y República; También se puede observar el tríptico de Santamaría pintor bogotano de mitad del siglo XIX, lienzo que hace alusión poética a las bellas artes: Música, Ciencia y pintura.

Igualmente el Paraninfo guarda otra connotación aparte de ser el aula máxima de la Universidad del Cauca, y es la de rendir homenaje al sabio Francisco José de Caldas, de allí el origen de su nombramiento. Inaugurado a principios del siglo XX con ocasión de la conmemoración del centenario de su fusilamiento y del tricentenario de la muerte de Miguel de Cervantes.

El elemento o hecho que conduce a la conexión con el Panteón de los Próceres es la inauguración de este recinto a principios de la década de los años cuarenta del siglo pasado, con el fin de honrar la memoria de los payaneses ilustres en el marco de la celebración del IV centenario de la fundación de Popayán. Para dicho propósito los despojos mortales de los mártires fueron repatriados desde las

ciudades donde fueron inmolados o caídos, y en una ceremonia presidida por el entonces presidente de Colombia el Dr. Eduardo Santos en el Paraninfo, las 12 urnas de mármol fueron llevadas a su sitio de disposición final por descendientes de los próceres en un solemne desfile hacia el Panteón.

Estación 3: ya en el Panteón de los Próceres, su última morada después de tan merecido enaltecimiento yacen los restos mortales de los hombres que ofrendaron hasta su vida por la anhelada libertad del pueblo colombiano participando en la gesta independentista de 1810 y 1819, hombres que dieron ejemplo de sacrificio justicia y honor; el recinto lo preside Cristo en la Cruz de madera y bajo sus brazos descansan las almas de estos hijos ilustres de Colombia, y en medio de las urnas el busto de Simón Bolívar quien lidero la causa independentista. En este lugar también se conmemoran las batallas que tuvieron lugar en las afueras de la ciudad de Popayán, y a los hombres que forjaron la ciudad y la región.

En cada extremo del recinto sepulcral, se hallan ubicados cuatro grandes pebeteros de hierro forjado, en donde se pueden quemar perfumes, esencias o plantas aromatizantes que indican unción para personajes destacados, para altas dignidades y además se puede encender una llama, en homenaje a los personajes que allí reposan, coronado o no de llamas y de humo, que simboliza que la vida de ellos se extinguió, más no sus ejecutorias, que son las que los mantendrán siempre vivos, porque sus vidas y sus obras ya pasaron a la posteridad. El panteón, simboliza el pasado glorioso de Popayán, identifica a otras personas, a otros hechos, a una historia que ya se escribió.

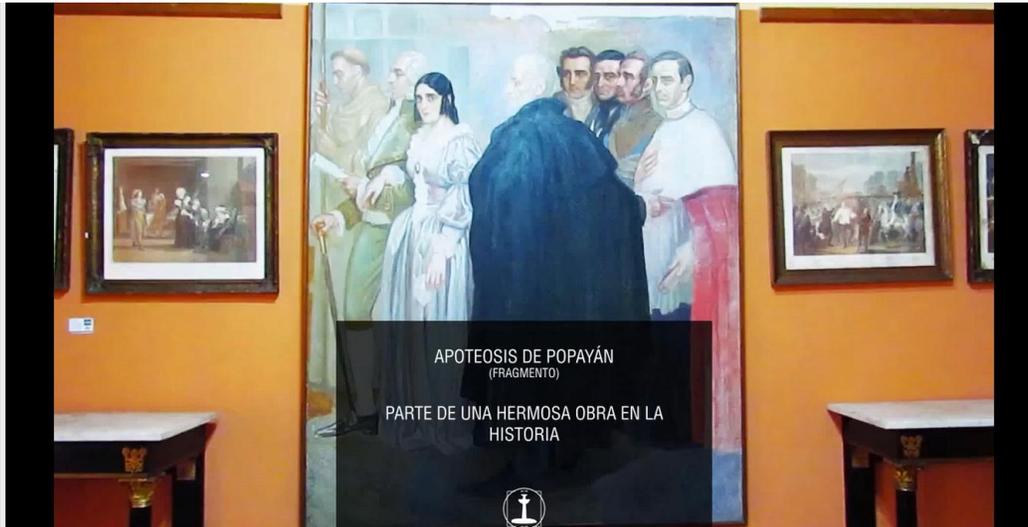
Este recinto sacro no se construyó para tal fin, la Gobernación del Departamento lo cedió a la Universidad del Cauca para su custodia, muchos de estos personajes se destacaron por la relación que guardaron con el pasado e historia del Alma Mater, al haberse recibido, o ejercido como profesores y rectores en esta noble institución.

4.2.1. COMPLEMENTOS CIRCUITO INTERPRETATIVO

Al diseño del programa de interpretación del patrimonio cultural para los sitios caso de estudio lo acompañan un video y un folleto interpretativo.

VIDEO CIRCUITO INTERPRETATIVO

Ilustración 17: video Interpretativo “un recorrido por los aposentos del pasado y las estancias del presente”



En este link se puede encontrar el video completo:

<https://www.youtube.com/watch?v=C9PQwTq-FgA&feature=youtu.be>

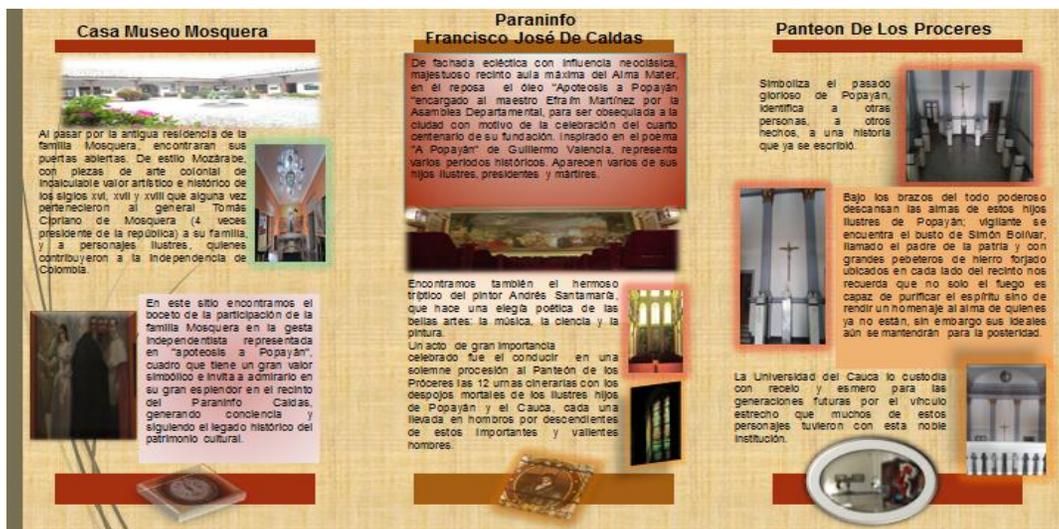
FOLLETO INTERPRETATIVO

Ilustración 18: lado externo del folleto.



Fuente: elaboración propia

Ilustración 19: lado interno del folleto.



Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Esta práctica con enfoque de investigación se desarrolló con el interés de buscar la manera de generar procesos de promoción, comunicación y apropiación social del patrimonio cultural de la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Paraninfo Francisco José de Caldas de la Universidad de Cauca; Se cumplió con este objetivo general al dejar pautas de cómo aplicar la metodología de la interpretación del patrimonio cultural en los sitios caso de estudio, a través de un circuito interpretativo que conecta los tres lugares, resaltando su valor patrimonial y haciendo que la comunidad y en especial turistas se apropien de lo que se tiene y se dé a conocer de una manera amena, breve y sobretodo que provoque el pensamiento crítico y reflexivo en los visitantes sobre la historia de cada sitio, y también a través de un video y folleto interpretativo adecuados con recomendaciones hechas por el experto en interpretación Jorge Morales Miranda.

Para dar cumplimiento a los demás objetivos propuestos se utilizaron tres métodos que son la observación, consultas bibliográficas y entrevistas con expertos, con los cuales:

Mediante la metodología de observación, se pudo realizar primero que todo el diagnóstico de la atención y suministro de información dada a los visitantes por parte del voluntariado en cada sitio de estudio; Con las consultas bibliográficas se recopiló y analizó la información de los sitios a interpretar de los cuales se sacó fichas bibliográficas que se encontraran remitiéndose a los anexos del documento, además que nos sirvieron para la orientación y la selección de conceptos y temas que se pusieron a estudio dentro de una encuesta aplicada durante semana santa, la cual arrojó que al público turista le interesan todos los temas propuestos, en esta también se midió el grado de satisfacción de los visitantes respecto a la atención ; y con las entrevistas vincular al personal encargado de estos recintos en la formulación del plan de interpretación haciendo la selección de medios y estrategias apropiadas para cada recinto, al igual que se propuso vincular nuevas herramientas tecnológicas las cuales con la puesta en marcha del convenio vive digital se cumplió paralelo en el desarrollo de la práctica ya que la división también lo había considerado y hacia parte de una de sus propuestas.

6. RECOMENDACIONES

- Profundizar más en el conocimiento de la metodología de la interpretación del patrimonio a través de, libros, expertos invitados, videos otros.
- Realizar programas de capacitación a los actores involucrados utilizando la metodología de la interpretación.
- Tener muy en cuenta las recomendaciones hechas por el experto en interpretación del patrimonio Jorge Morales Miranda, encontradas dentro del cuerpo del trabajo.
- Se recomienda crear políticas de gestión de la institución digital, con el propósito de darle continuidad a los diferentes proyectos implementados ya sean mediante prueba piloto, que de estos se estudien los ajusten y según resultados se mejoren y estructuren.
- Buscar fuentes de financiamiento, articulándose con diferentes programas para que estas aporten sus habilidades y conocimientos fortaleciendo la gestión de estos sitios y de los demás que tengan vocación turística.
- Seguir implementando las herramientas tecnológicas, existentes las cuales sean manejadas por un gestor de turismo que las administre mediante actualizaciones, con la finalidad de que cada día se encuentren cosas nuevas y que sean motivación para que el turista nos visite.
- Crear alianzas estratégicas con empresas del sector privado como agencias de viaje, restaurantes, hoteles, que permitan conseguir objetivos comunes y además difundir las actividades programas en el museo que puedan ser de interés para los turistas.
- Como sugerencia crear una cartilla con anécdotas de los personajes en donde la información sea más amena, entretenida y fácil de recordar para el voluntariado.
- Hacer real la idea de los recordatorios con frases célebres, con una imagen del museo de fondo, en conjunto vender algo artesanal que sea alusivo al sitio.

- Hacer adaptaciones para ofrecer servicios pensando en el personal discapacitado como sordomudos e invidentes a través de imágenes, audios, braille, videos.
- Crear monitorias como aporte a un mejor desempeño y prestación del servicio.
- Crear el álbum fotográfico de los museos en donde se localicen los puntos de las batallas, haciendas y sitios de interés relacionados con los personajes.
- Hacer convocatoria formal a los coordinadores de los distintos programas a fines a los museos al momento de trabajar con el voluntariado.
- Ambientar los sitios con música de época.
- Vincular a estudiantes de diseño o a fines ofreciendo incentivos, para crear el vestuario el cual se empleara para la foto de recordatoria del visitante.
- Vincularse en eventos de tipo empresarial con actividades de apoyo ofrecidas a los participantes, permitiendo mostrar y difundir nuestro patrimonio.
- En las fechas memorables hacer representaciones teatrales alusivas al acontecimiento y citar a los guardias de honor para llamar la atención de los visitantes.
- Se debe hacer un estudio detallado en busca de conocer el perfil del visitante para estos sitios.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *books.google.com.co*. Recuperado el 30 de Abril de 2016, de https://books.google.com.co/books?id=qFcZOOiwRSgC&pg=PA69&dq=metodos+no+probabilisticos&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=metodos%20no%20probabilisticos&f=false
- BIENESTAR, V. D. (12 de 2014). *PROGRAMA APROPIACION SOCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL UNIVERSITARIO*. Recuperado el 22 de 09 de 2015
- Carta Internacional sobre Turismo Cultural - ICOMOS. (8 de 10 de 2003). *ICOMOS.org*. Recuperado el 6 de 04 de 2016, de http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- CASTRILLON ARBOLEDA, D. (22 de 09 de 1986). *MUROS DE PAPEL*. POPAYAN, CAUCA, COLOMBIA: TALLER EDUTORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Recuperado el 22 de 09 de 2015
- CASTRILLON ARBOLEDA, D. (22 de 09 de 1986). *MUROS DE PAPEL*. POPAYAN, CAUCA, COLOMBIA : TALLER EDUTORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Recuperado el 22 de 09 de 2015
- CASTRILLON, D. (1986). *MUROS DE BRONCE: POPAYAN Y SUS INSTANCIAS HISTORICAS, HUMANAS Y TERRITORIALES - PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS*. POPAYAN: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Recuperado el 22 de 09 de 2015
- CASTRILLON, D. (2007). *MUROS DE BRONCE*. POPAYAN: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Recuperado el 22 de 09 de 2015
- Congreso de Colombia. (12 de Marzo de 2008). *Archivo General de la Nación Colombia*. Recuperado el 20 de Febrero de 2016, de http://www.archivogeneral.gov.co/sites/all/themes/nevia/PDF/Transparencia/LEY_1185_DE_2008.pdf
- Congreso de Colombia. (10 de Julio de 2012). *mincit.gov.co*. Recuperado el 29 de Abril de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=199>
- CROSBY, A. (2011). *INTERPRETACION TURISTICA*. Recuperado el 10 de 08 de 2015
- ESTRADA, N. B. (21 de 10 de 2004). *LA INTERPRETACION DEL PATRIMONIO COMO HERRAMIENTA PARA LA CONVERSION DEL RECURSO PATRIMONIAL EN PRODUCTO TURISTICO CULTURAL*. Recuperado el 21 de 10 de 2015
- FERNANDEZ BALBOA, C. (2013). *La interpretacion del Patrimonio en la Argentina*. Recuperado el 30 de 09 de 2015
- HERVIAS BEORLEGUI, J. J. (11 de 08 de 2011). *INTERPRETACION DEL PATRIMONIO EN MUSEOS ARQUEOLOGICOS Y DE BELLAS ARTES*. Recuperado el 11 de AGOSTO de 2015

- HISTORIA EDILICIA UNICAUCA. (07 de 10 de 2015). Recuperado el 07 de 10 de 2015
- INTEPA, P. (27 de 10 de 2006). *INTERPRETACION DEL PATRIMONIO, UNA HERRAMIENTA EFICAZ PARA LA CONSERVACION*. Recuperado el 27 de 10 de 2015
- LAZZO CRUZ, C. E., & ARROSPIDE TEHUAY, G. (12 de 10 de 2013). *GUIA DE INTERPRETACION DEL PATRIMONIO NATYRAL Y CULTURAL*. Recuperado el 12 de 10 de 2015
- Ludwig, T. (2014). *Guia de interpretacion - compartiendo el patrimonio con las personas*. Recuperado el 18 de 09 de 2015
- MARTHA, M. O., ELENA, U. M., & MARLA, A. M. (10 de 08 de 2011). *INTERPRETACION DEL PATRIMONIO UNIMEXICO (UNA HERRAMIENTA PARA EL PROFESIONAL DEL TURISMO)*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Ministerio de Cultura. (2007). *METODOLOGIA PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS*. Recuperado el 6 de 04 de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=199>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (Septiembre de 2007). www.mincit.gov.co. Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=199>
- MORALES MIRANDA, J. (2004). *La planificacion interpretativa asegura la excelencia en interpretacion*. Recuperado el 21 de 10 de 2015
- MORALES, J. (04 de 08 de 2015). *LA INTERPRETACION DEL PATRIMONIO TIENE QUE VER CON SIGNIFICADOS*. Recuperado el 04 de 08 de 2015
- Pazos, A. S. (09 de 2010). *INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO, TURISMO Y ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O COMO COMUNICAR EL LEGADO NATURAL A NUESTROS VISITANTES*. Recuperado el 10 de AGOSTO de 2015
- Proyecto INTEPA. (2006). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.adam-europe.eu/prj/7760/prd/12/1/INTEPA%20Didactic%20Guide%20ES.pdf>
- QUINTERO, G. (2015). *VISIONES ALTERNATIVAS DEL PATRIMONIO*. Recuperado el 20 de FEBRERO de 2016
- Sancho, A., & Univeridad de Valencia . (s.f.). *Impacto y Oportunidades del Turismo Cultural. Estrategias clave en la empresa y la política turística*. España.
- Secretaria de Turismo-Sectur, Centro de Estudios Superiores en Turismo-Cestur; Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México. (25 de 06 de 2003). [cultura.gob.mx](http://www.cultura.gob.mx). Recuperado el 6 de 04 de 2016, de http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf

Taller Editorial Universidad del Cauca. (25 de 09 de 2015). *APOTEOSIS DE POPAYAN - EFRAIN MARTINEZ*. POPAYAN, COLOMBIA: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA.
Recuperado el 25 de 09 de 2015

UNICAUCA. (22 de 09 de 2015). *GUION CASA MUSEO MOSQUERA*. Recuperado el 22 de 09 de 2015

UNIVERSIDAD DEL CAUCA. (07 de 10 de 2002). *HISTORIA EDILICIA UNICAUCA*. Recuperado el 07 de 10 de 2015

UNIVERSIDAD DEL CAUCA. (07 de 10 de 2014). *SINTESIS GUIA PANTEON DE LOS PROCERES*.
Recuperado el 07 de 10 de 2015

VELASCO MOSQUERA, J. (22 de 09 de 2004). *CONSIDERACIONES SOBRE LA ARQUITECTURA DE POPAYAN*. POPAYAN, COLOMBIA: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA.
Recuperado el 22 de 09 de 2015

VELASCO MOSQUERA, J. (22 de 09 de 2004). *CONSIDERACIONES SOBRE LA ARQUITECTURA DE POPAYAN*. POPAYAN, COLOMBIA: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA.
Recuperado el 22 de 09 de 2015

VELASCO MOSQUERA, J. (22 de 09 de 2015). *CONSIDERACIONES SOBRE LA ARQUITECTURA DE POPAYAN*. POPAYAN, COLOMBIA: TALLER EDITORIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA.
Recuperado el 22 de 09 de 2015

VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR. (12 de 2014). *PROGRAMA APROPIACION SOCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL UNIVERSITARIO*. Recuperado el 22 de 09 de 2015

VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR. (12 de 2014). *PROGRAMA APROPIACION SOCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL UNIVERSITARIO*. Recuperado el 22 de 09 de 2015

ANEXOS

ANEXO 1: DIALOGO VIA CORREO ELECTRONICO

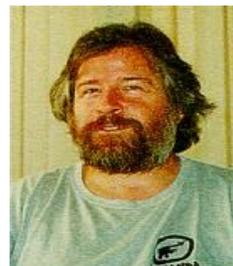
Dialogo vía correo electrónico con el docente y consultor del patrimonio en Ibero América y España **JORGE MORALES MIRANDA**

Primer dialogo a través de correo electrónico

Fecha: 01-10-2015

Estimado señor Jorge Morales

Cordial saludo:



Somos Mónica Imbachi Hoyos y Lorena Andrade Bolaños, estudiantes del Programa de Turismo de la Universidad del Cauca - Colombia, en el desarrollo de nuestra práctica profesional para optar por el título, nos hemos enterado del gran conocimiento que usted tiene sobre la metodología de la interpretación del patrimonio.

El tema es de nuestro interés ya que en el momento buscamos aplicar la interpretación del patrimonio en los museos a cargo de la Universidad del Cauca para nuestra práctica. Por lo cual le solicitamos de manera comedida si usted nos puede enviar información sobre la metodología, en especial sobre cómo se puede hacer en museos de historia.

De antemano agradecemos su atención y colaboración.

Respuesta

Fecha: 7-10-2015

Con respecto a tu consulta, no hay una bibliografía específica sobre interpretación aplicada en museos.

Por esta razón, lo que yo recomiendo simplemente es aplicar la metodología de la interpretación en los museos de una vez por todas. Esta metodología (que son dos) sirve igual para un museo como para una catedral o un bosque.

Lo único que hay que tener en cuenta es si va a ser guiada/atendida por personal (SECUENCIAL) o auto guiada/con medios no atendidos por personal (NO SECUENCIAL).

En realidad, lo más práctico es conseguir el libro de Sam Ham: "Interpretación-Para marcar la diferencia intencionadamente", que ya está en castellano. (Los datos para comprarlo están en <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/>)

Otra consideración es que la interpretación busca la efectividad, es decir, la captación del mensaje y que éste haga pensar/reflexionar. Si el público no lee nada o visita apresuradamente el museo, no se puede considerar que haya habido interpretación.

Otra: la interpretación es sólo un aspecto que puede contribuir a la efectividad de los museos (por el tratamiento de los títulos, la redacción y extensión de los textos y el diseño), no es la solución a todas las posibles circunstancias y necesidades del museo. PERO: si se la considera y aplica como el "PRIMER NIVEL DE LECTURA", puede funcionar.

Este primer nivel de lectura es lo que primero llama la atención a los visitantes: el objeto expuesto MÁS: un título provocativo y que dé una idea del "tema", combinado con un buen diseño, y un texto muy breve (menos de 80 palabras por bloque de texto).

Otros niveles de lectura pueden y deben existir: más texto con letra más pequeña, ojalá oculto y que el visitante descubra (puertecitas, botones para activar texto retro iluminado, etc.), además de la posibilidad de "consultar al personal", visitar alguna web (en casa o in situ mediante aplicación de teléfono móvil), hasta incluso solicitar visitar la biblioteca. O sea, dependiendo del nivel de interés, se tiene que satisfacer la posibilidad de saber más por parte del público.

Pero una buena síntesis (título provocativo y texto breve) es esencia, y aquí sería posible aplicar la metodología de la interpretación.

Segundo Dialogo a través de correo electrónico

Fecha 18-01-2016

Hola señor Jorge, cordial saludo.

Hace un tiempo le comente que con una compañera estamos trabajando la metodología para aplicarla en unos museos y en sitio de interés patrimonial, en la Universidad del Cauca- Popayán, Colombia.

Una de las inquietudes que tenemos es que no es lo mismo trabajar un plan que un programa pues el primero es mucho más amplio y concentra varios programas

y la propuesta de mi compañera y mía es trabajar en el diseño de un programa, dado que el tiempo que tenemos no da para ejecutarlo.

Nos gustaría que nos aclare cómo podemos estructurar el programa, si debe de tener un nombre, que pautas del plan son útiles de tener en cuenta.

Si no es mucho atrevimiento de mi parte le envié el anteproyecto de la pasantía, para que lo revise y se entere un poco de lo que deseamos hacer, y así nos dé su opinión.

De antemano agradecemos su atención y colaboración.

Respuesta:

Fecha 19-01-2016

Es muy complejo lo que planteas. Vi vuestro anteproyecto y me pareció muy complejo, lleno de detalles, aunque entiendo que así se debe hacer por cuestiones académicas.

No existe (que yo sepa) un procedimiento para "programar" en interpretación. La interpretación es el estilo (lingüístico) del mensaje, y eso requiere la aplicación de la metodología (TORA) y ciertas técnicas en el producto final. Yo no me perdería tanto en los objetivos (generales, específicos, etc.), pero tengo que tener claro "que quiero que la gente sepa" (conocimiento, el tema estructurado con sujeto, verbo y predicado), "que quiero que sientan" (sorpresa, empatía, pena, alegría, indignación, cariño, orgullo, etc. Pero sólo UNA EMOCIÓN), Y "que quiero que adopten como actitud" (evidentemente: APRECIO).

Yo si tuviese que "programar", en el sentido de COMENZAR todo un proceso de diseño de un producto interpretativo... me plantearía lo siguiente:

- ¿Mi programa será atendido por guías? ¿Habría una persona frente a los visitantes que los acompañe y explique? (Interpretación Secuencial).

En ese caso, establezco contenidos, diseño del mensaje interpretativo siguiendo el "proceso de la interpretación". Y una vez que esté definido el producto, que el guía es una persona apta y ha participado en el proceso (y que ha estudiado "interpretación del patrimonio" como metodología de comunicación) lo pongo en un calendario de trabajo con horarios y fechas (por eso se llama "programa").

- La segunda opción: ¿Mi servicio interpretativo (no lo llamo programa aquí) estará constituido por letreros en el exterior (por ejemplo, en un sendero), o será una exposición con varias "unidades expositivas" (exhibits) en un museo? (Interpretación NO secuencial).

En este caso, defino los contenidos, pero siguiendo también la pauta que indica el "proceso de la interpretación" para aplicar la metodología comunicacional adecuada (que es lo que es la interpretación realmente).

No te puedo sugerir más porque tendría que especular. Pero te recomiendo que veas en este documento el apartado del "Proceso de la Interpretación", que es un proceso secuencial para que el producto final sea realmente "interpretativo" y no sólo algo que "explique cosas". Recuerda que el objetivo instrumental de la interpretación no es instruir al público, sino "provocar su pensamiento" para que los visitantes "construyan sus propios significados", y así ADOPTEN UNA ACTITUD DE APRECIO (que es nuestra meta).

http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/interpretacion-del-patrimonio-natural-y-cultural/anexo2_bases_competencias_interpr_tcm7-13296.pdf

Saludos.

Hola Por aquí estaré para lo que puedan necesitar. Pero me pica la curiosidad ¿qué están planteando "programar"? ¿Exposiciones para algún museo? actividades guiadas

Tercer Dialogo a través de correo electrónico

Fecha: 19-01-2016

Hola señor Jorge

Bueno, para ponerlo un poco en contexto, con mi compañera de trabajo pensamos en hacer el diseño del programa para los sitios que ya mencionamos en el anteproyecto que le envié, pero de cierta forma general que conecte a los 3 sitios, destacando el valor de cada uno, ya que manejan una temática histórica de personajes relevantes en la independencia de Colombia y que nacieron en estas tierras. Por lo cual en los sitios se les rinde homenaje a ellos. Le hablaremos un poco de cada sitio:

La Casa Museo Mosquera; Perteneció a la Familia del mismo apellido del cual destacan 4 de sus miembros, es original, se exponen elementos que le pertenecieron a la familia y otros personajes relacionados al proceso de

independencia de Colombia. Incluso se alojó Simón Bolívar ahí. Se divide en 4 salas, bueno 5 con los pasillos de la casa.

Actualmente cuenta con infografía (unos carteles explicativos de cada sala), folletos, se hizo una prueba piloto con códigos QR, páginas web, y en temporada académica cuenta con la presencia de estudiantes que hacen parte del programa de voluntariado de la universidad, quienes son ellos los encargados de la guianza, no son guías profesionales, son solo chicos de diferentes programas, y cada semestre cambian. Esta es su página web para que la observe. <http://www.unicauca.edu.co/museos/museomosq/info.html>

El Panteón de los Próceres es más bien un mausoleo, donde están las urnas cinerarias de algunos próceres y mártires de la independencia, es solo una sala, tiene un recibidor, placas conmemorativas. Al igual que La Casa Museo Mosquera tiene el apoyo de los voluntarios, pagina web, la prueba de los códigos QR. Esta es su página web.

<http://www.unicauca.edu.co/museos/panteon/index.html>

el Paraninfo Francisco José de Caldas, es un sitio de interés patrimonial en honor a uno de los próceres de la independencia, en él se realizan eventos importantes de la universidad, y cuenta con cuadro hermoso que muestra la historia de la ciudad, a diferencia de los demás su acceso es restringido, no cuenta con página web, y solo se abre al público en general en Semana Santa, la temporada más importante y representativa de Popayán, modestia aparte tiene reconocimiento de la UNESCO esta celebración.

Los tres tienen relación, la idea es dejar el diseño del programa para que funcione tanto en temporada baja como alta, que trabaje con los elementos que cuenta (ya mencionados a grandes rasgos), y que deje un impacto en los visitantes tanto de apropiación y sentido de pertenencia, que resalte la esencia de los tres, que se cumplan muchos de los ideales de la metodología de la Interpretación del Patrimonio.

Pero nos tiene un tanto contrariadas es la forma como relacionamos estos elementos, sobre todo que los chicos cambian todos los semestres y su discurso es memorizado por decirlo de alguna forma, bueno la universidad también cuenta con grupo de teatro, danzas, y musicales. Pero están inmersos es otras actividades de tipo académico. La parte turística es algo que no está bien organizada en este aspecto, de hecho nuestro programa es nuevo y no hay muchos referentes de esta metodología la mayor parte funciona es en el ámbito académico, por lo cual se nos ha dificultado el desarrollo de la propuesta.

Muchas gracias por su atención y colaboración, esperamos dejarlo antojado para que algún día nos visite.

Con aprecio: Mónica y Lorena.

Ilustración 20: Paraninfo Caldas



Fuente: Grupo de trabajo

Respuesta:

Fecha 24-01-2016

Hola gracias por la información. Ahora comprendo que se trata de actividades guiadas, y que los guías pueden ir cambiando de año en año.

En ese caso, creo que sería útil porque ustedes dejaran algo así como una lista de instrucciones metodológicas para los guías, para que no expliquen de forma memorística los lugares patrimoniales.

Por ejemplo: lo más importante, como consejo para los guías:

- DEBEN aprender (y acostumbrarse) a que el recorrido tenga una idea-tema muy clara (una oración con sujeto, verbo y predicado). Es una afirmación que sintetiza lo esencial del lugar. Esta idea se puede realizar en un taller de grupo y llegar a un consenso, aunque después cada uno la exprese con sus propias palabras. Debe contener adjetivos del tipo "conceptos universales"

- DEBEN preparar y aplicar: **Introducción** (donde se plantea el tema, claramente, o de forma disimulada), **Cuerpo** (es decir, las paradas, donde se "desarrolla el

tema", es decir, se complementa con detalles) y **Conclusión** (donde se recapitula el tema y se repite).

Esta estrategia de Introducción, Cuerpo y Conclusión es la principal fórmula para la interpretación SECUENCIAL, y para que el recorrido sea un éxito ("éxito" equivale a que "provoque el pensamiento" en los visitantes).

- Las técnicas son variadas, pero se pueden aplicar de forma intuitiva (por ejemplo, si el guía realiza una pregunta "abierta", ya está aplicando una técnica. Ejemplos, analogías, usar la imaginación, invitar a tocar o a oler algo, etc., son otras técnicas)

- La técnica principal es la PASIÓN por su trabajo. Pero que no se olviden de "tocar el ego" de los visitantes, hablando con ellos, usando ejemplos y analogías de la vida cotidiana actual y, conceptos universales, como: dolor, conquista, derrota, sufrimiento, vida, muerte, libertad, opresión, paz, abuso, defensa, familia, hijos, amor, desolación, esperanza... sin ser muy "lacrimógenos" (o sea, sin caer en lo melodramático).

- Lo importante es conseguir que los visitantes "conecten" de forma intelectual y emocional con los valores del lugar y que piensen (reflexionen) en torno a la idea central (o "tema interpretativo").

Saludos y buena suerte.

Cuarto Dialogo a través de correo electrónico

Fecha: 04-02-2016

Señor Jorge Morales

Cordial saludo

Le pido el favor de mirar los siguientes folletos y darnos su opinión sobre qué tan adecuados están para la interpretación no personal, pues como le contaba anteriormente no siempre se cuenta con el apoyo de los voluntarios para los recorridos.

Nos interesa dejarles recomendaciones sobre este aspecto en el diseño del programa. Aunque le aclaro que solo son 3 folletos, pero no pude escanearlos bien, pues son bastante largos para la impresora que tengo en casa.

El folleto de la red de museos contiene 2 de los 3 sitios de trabajo. La última foto corresponde a la infografía o cartel que hay en el Museo Casa Mosquera, en la



Fuente: Universidad del Cauca

Fuente: Grupo de trabajo

Respuesta

Fecha: 05-02-2016

Estos no son productos interpretativos. Lo que me envías no cumple los requisitos para que sea interpretativo. Estará correcto, preciso, etc., pero se trata de "descripciones" y "explicaciones". Lo siento, pero la interpretación no tiene nada que ver con esto.

La interpretación tiene que conseguir captar la atención (y hacer que le parezca interesante) a Homero Simpson y sus amigos.

En todo caso, le puede servir a los guías (como base mínima), pero ellos tendrán que hacerlo TORA.

Saludos.

Quinto Dialogo a través de correo electrónico

Fecha: 05-02-2016

Hola señor Jorge

Muchas gracias por su apreciación, y no sienta pena, aunque le aclaro que esos folletos (no los hemos hecho nosotras), son institucionales, y al igual que usted comparto su opinión.

Ha de imaginarse que al ser estos recintos parte de una institución no cuentan con la autonomía y los recursos disponibles de manera inmediata para implementar

procesos como el cambio de folletos cada cierto tiempo. Deben ceñirse a procesos administrativos además de mantener su carácter institucional.

Le agradeceríamos si tiene ejemplos que nos pueda compartir para hacer una comparación de cómo deberían ser o adaptarse de acuerdo a la metodología de la interpretación.

Gracias de nuevo por su apoyo, es muy importante para nosotras.

Respuesta

Fecha: 08-02-2016

Hola Lorena y Mónica.
Estoy buscando un folleto en el que trabajé para una Casa Museo del Chocolate (de principios del siglo XX), a ver si pronto lo encuentro.

Son muy escasos los folletos "interpretativos". En general se hacen como los que me enviaron, con mucha lectura, llenos de datos y demasiado extensos como para leerlos in situ.

Saludos

Hola de nuevo, lo encontré.

El folleto interpretativo tiene que poderse utilizar (leer) justo frente al objeto al que hace referencia. Por ese motivo debe ser extremadamente breve y ameno.

Saludos, Jorge

ANEXO 2 ENTREVISTAS

Entrevista realizada de manera presencial al coordinador de la Casa Museo Mosquera Prof. Francisco Valencia

El motivo de esta entrevista es conocer el estado actual de la casa con respecto a la atención y suministro de información hacia los visitantes, además de informarnos sobre las actividades y proyectos que se estén promoviendo en pro del mejoramiento.

Mónica... ¿En el museo hay guía permanente de parte del museo o lo maneja el voluntariado?

Prof. Francisco: Los guías si se manejan desde el programa del voluntariado y son permanentes mientras estén dentro del periodo académico, durante el periodo de vacaciones no hay acompañamiento de un guía para la información pero para ello se han colocado unas infografías encada sala, adecuadas a cada tipo de turista que nos visite.

Mónica... ¿Cómo se capacita al personal de voluntariado para la guianza?

Prof. Francisco: Ellos tienen un periodo de capacitación en donde se citan a una reunión antes de ellos empezar y se les dan material para que ellos a partir de ahí comiencen a trabajar; durante todo el semestre, les estamos haciendo periódicamente evolución y vemos como ellos se van apropiando de la guianza.

Lorena... ¿El guión cada cuanto se cambia o se modifica?

Prof. Francisco: El guión es permanente porque las salas bajo el guion que se ultimó en el 2011 se cambió totalmente es un guion contextual a diferencia del guion que había antes que era un guion más de inventario.

El guión actual es un guion que habla de contextos cada pieza cuenta una historia, la historia de la republica de la independecia bajo la tutoría de la familia Mosquera que intervinieron en las dos épocas permitiendo que hayan anécdotas, además que lo que es falso de la historia se permita contarlos, que no son anécdotas pero son falsos históricas generando interés muy grande.

El voluntariado nos ayuda a argumentar el guion haciendo mejoras o mayor argumentación del guion.

Lorena... ¿Qué actividades se están realizando aparte para mejorar o dinamizar el guion del museo?

Prof. Francisco: A partir de este semestre se está trabajando con un estudiante de telecomunicaciones tic, se está haciendo un guía virtual y además se está haciendo dentro un trabajo de grado una prueba piloto con implementación de QR.

- Se va a comenzar a hacer la didáctica del museo lo que se busca con ello es articular el museo a un proceso donde las instituciones educativas vengan con sus niños y podamos adaptar el guion de tal manera que sea entendible para ellos al igual hacer una mejor adaptación para los adultos.
- El guía virtual se está tratando de desarrollar para ayudar precisamente cuando no haya el guía; teniendo instalado el programa en el celular o tableta que no necesite internet y a la vez que sea un programa que te lleve y que pueda ser escuchado este a la vez adaptado a los niños, un guion en audio definitivamente aunque si se puede meter imágenes estaría bien.
- Se está enfatizando en desarrollar un juego para los niños, en la didáctica lo que se quiere es desarrollar un juego en tic y llevarlo a los colegios y luego que los niños vengan al museo a terminar ese juego.
- Afuera se colocara una infografía total de la información en una ficha técnica en los pasillos.
- Se está haciendo un suministro para los impresos.
- Se está pensando en dar recordatorios como postales.
- Otro proyecto es la historicidad del museo, que la está haciendo un grupo interdisciplinar de la universidad del cauca.
- Junto con los voluntarios la idea es que todo quede sistematizado la información al igual que los registros, en octubre se hará el pilotaje y de esa manera hacer una memoria con información precisa.

Mónica... ¿El museo tiene página web, esta se está habitualmente actualizando?

Prof. Francisco: Si se está actualizando la página web para turistas virtuales en donde se coloquen elementos de interés y demás se quiere relacionar la página con la página de turismo. Una de mis acciones en este momento es mostrar y difundir el museo de una manera diferente que es lo que ustedes en su trabajo piensan hacer que es llevar un proceso de preservación y conservación.

Entrevista realizada a la decana “facultad de humanidades” e historiadora **Zamira Días López**

El interés de esta entrevista es retro alimentar nuestros conocimientos acerca de la historia, especialmente la de la universidad y sus monumentos históricos, motivo de consulta ya que de ello depende el desarrollo de nuestro trabajo, el cual consiste en un programa de interpretación del patrimonio para la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres y Paraninfo Francisco José de Caldas.

Prof. Zamira: ¿qué les motivó a escoger este tema para la práctica profesional?

Lorena... Como primer argumento esta que la guía de estos lugares es muy plana, no se salen de la línea de un guion, el cual más bien parece un relato inventariado.

Mónica... Profe tuvimos la oportunidad de prestar el servicio en dos de los museos como voluntarias, por ese motivo se observó las fallas que existen en ellos, empezando por el personal encargado para la guía, quienes son estudiantes de diferentes carreras universitarias las cuales muchas no tienen nada que ver con el servicio prestado, motivo por el cual no están capacitados para ello.

Prof. Zamira: Bueno me parece muy buena su motivación y antes de que ustedes me pregunten les diría que me interesa tanto, que me parece que es muy importante que ustedes expongan muy en detalle su motivación, no podemos seguir acolitando y esto es una palabra pues muy vieja, que se hagan este tipi de actividades que pueden tener un buen sentido del voluntariado pero que se hagan de manera tan olímpica, cuando lo del voluntariado se propuso en consejo de facultad, yo inmediatamente pegue el grito, y dije que como era posible que pusiera a personas que no tuvieran ningún conocimiento en una serie de actividades no me refería solamente a los museos, sino a una serie de actividades que ellos hacen en las cárceles, algunos en los hospitales, en escuelas y colegios sin tener un entrenamiento apropiado y más en el caso que ustedes señalan que comparto plenamente si lo están haciendo en careras que no son afines, yo les recomendaría mucho que lo sostengan, que insistan en eso, resalten eso que ustedes me han señalado que eso resulta muy pedagógico para que revisemos el enfoque que se le está dando a esos cursos; eso lo hicieron les comento como una manera de la universidad de la vicerrectoría, más bien salió eso como una manera de reducir costos en los cursos en los componentes de FISH, entonces en la facultad que disque nosotros somos los que manejamos eso, reclamamos pero no nos hicieron caso y siempre los montaron, lo del voluntariado yo decía y sigo insistiendo esos cursos pueden ser interesantes pero para que los estudiantes los

haga como un complemento de lo que a ellos les guste para su formación está muy bien que hagan cursos de danza de poesía de literatura, pero no en remiendo de ese componente social y humanístico que todo profesional debe tener. ¿Por qué Paraninfo Panteón y Casa Mosquera?

¡Porque habían estado allá!

Lorena... Si porque ya habíamos estado allá y en el Paraninfo también porque es el aula máxima de la universidad posee y tiene unas características llamativas e importantes, es un sitio de interés patrimonial que la gente le gusta visitar y porque en lo que hemos leído sabemos que del Paraninfo salieron en procesión al Panteón de los Próceres las urnas cenizas con los descendientes, sabemos también que abarca y se mencionan acerca de los personajes del museo Mosquera haciendo como una especie de circuito, claro que el paraninfo como no es abierto al público es ahí en donde vemos el inconveniente.

Prof. Zamira: no del todo porque cuando hay grados todos lo convierten en sitio turístico, tomándose la foto ahí en el mural e la gente que viene los que viene a congresos y eventos lo ven le toman fotos les gusta y todo eso y de vez en cuando entre semana a veces por ejemplo cuando hay eventos en otras instituciones y se presta para ello.

Mónica... La idea profe es encontrar más información acerca de estos sitios porque la que tenemos es muy poca.

Prof. Zamira: ¿Bueno que es lo que quieren de mí; que las oriente acerca del tema?

Mónica... Si profe lo que pasa es que hemos estado leyendo y recopilando información y en lo que respecta al Paraninfo tenemos muy poca y casos en los que se encuentran datos herrados, intercambiados, por ello lo que buscamos es contrastar un poco lo que hemos leído con la ayuda de sus grandes conocimientos acerca del tema.

Prof. Zamira: ¿Entonces que quieren...que las oriente una bibliografía?

Mónica... Bueno si o también que sabe usted del tema, si usted profe tiene alguna documentación, ya que la que tenemos por ejemplo del paraninfo es corta. Si usted tiene algún dato nuevo.

Prof. Zamira: Bueno como a mí me gusta preguntar cuándo me preguntan yo casi nunca les doy el resumen sino que yo aplico el método que se inventó

Sócrates que se llama la Mayéutica es ir preguntando para que la persona preguntada baya por su propia orientación vayan encontrando las cosas, no es decirles todo sino que les indico el camino.

Bueno que ven en el paraninfo vislúmbrenlo, cierren los ojos:

Lorena...Vemos el cuadro, el tríptico de Santa María, la lámpara, el estilo en el que está construido.

Prof. Zamira: ¿qué estilo está construido el paraninfo?

Lorena...Se dice que es el estilo republicano,

Prof. Zamira: bueno ese es un cuento que se inventó Diego Castrillón, el estilo republicano como tal está consignado dentro de los órdenes arquitectónicos pero aceptémoslo un estilo que caracteriza a una serie de edificaciones que son modelo de la república de Colombia del siglo XVIII que es cuando se crea en 1821. El modelo de la república, que decía Diego Castrillón que se caracteriza por los frontones, por los arcos y las escalinatas es de la republica Romana ósea por mí la misma clase, pero como quiera que la republica Romana es un sistema que se constituye como el sistema ideal de gobierno porque representa la participación de los ciudadanos pero es la excelencia entonces por eso en el siglo XVIII se da la independencia porque se quiere tener un sistema de verdad democrático en el que haya participación de los ciudadanos en la toma de decisiones eso es lo importante de la república, el sistema democrático que supuestamente tenemos y que a toda hora se alega se reclama se absorta se exalta etc., por los medios, por los libros bueno en toda parte donde uno mira, entonces ese modelo, ese estilo arquitectónico que se llama republicano ese es un estilo que se constituyó y se sigue constituyendo como un ideal de representación de un sistema político y como un ideal de lo que es alcanzar una sociedad organizada; las edificaciones como la edificación de palacio presidencial y el capitolio (edificio romano); cuando se crea el palacio presidencial en Colombia que es creación de Mosquera tiene la forma del capitolio Romano y así sucesivamente ...claro que sí; Mosquera es quien lo a construir, para que la presidencia de la republica tuviera un edificio apropiado a una cosa tan importante como es ser presidente de un país democrático.

Entonces miren como son ideas que se sustentan en la independencia, crean la república y se van a mantener entonces por eso donde usted vea esto generalmente hay una identidad del gobierno está la presidencia o un departamento o cualquier vaina así, ahora que salgan dan la vuelta, al palacio de justicia y buscan el nombre propio del ese edificio; todo esto son ideales e

imaginarios lo que ustedes han propuesto, los que están tratando es de establecer un imaginario que guía o que conecte los tres elementos que les interesan del imaginario republicano, pero ese imaginario republicano a su vez deriva del imaginario de las elites de Popayán, unas elites que tenían una trayectoria intelectual, define con la colonia cuando acá el Real Colegio San Francisco regentado por muchos años atrás por jesuitas, Carlos tercero los expulso entonces quedaron representados por franciscanos pero traen intelectuales desde Quito, Bogotá y España entonces vienen y traen enseñanzas que hablan especialmente de no dejarse.

Lorena... La idea de la metodología propone que a los turistas y a las personas se les dé información que sea amena, breve, y que motiven a las personas a que por ellos mismos busquen un poco más y creen sus propios conceptos no que sean conceptos impuesto por el guía, o por recinto como tal que sea a base de información que sea más real.

Prof. Zamira: desde mi formación cuando se hace un programa de estos tiene que estar guiado, o tiene que estar sustentado en una conceptualización, ustedes hablan de un programa interpretativo y en lo que yo entiendo este debe estar guiado por la conceptualización que se tiene del asunto investigado o del objeto de estudio y eso ustedes tienen que mirarlo no en los elementos materiales, sino esos elementos materiales son producto de algo.

Prof. Zamira: ¿ustedes cuando ven el mural que ven del mural?

Lorena... la parte histórica.

Mónica... personajes ilustres

Prof. Zamira: Este describe la parte de la historia prehispánica, colonial, independencia y republicana, entonces ¿por qué eso? Es que es importante para que ustedes puedan hilar es importante que ustedes piensen porque ese mural. Porque había podido ser cualquier paisaje de esos que nos muestra Popayán.; Había podido ser algo que evoque literatura.

Para que investiguen de Hernández Latorre Salvador y Díaz López Samira el libro visiones alternativas del patrimonio local; Popayán una ciudad en construcción – Artículo Felipe Quintero sobre el mural de paraninfo, el hizo un análisis muy interesante para entender ese mural y para entender la historia de Popayán, no es una análisis de historia pues porque para eso estamos los historiadores pero es una interpretación muy buena del interés que tiene una elite en un momento por

mostrar lo que es y lo refleja ahí y como refleja es decir el autor El Maestro Martínez esta imbuido en una ideología que en Popayán todavía era muy fuerte cuando él lo pinta que es en la época del cuarenta una ideología que todavía deriva mucho de la colonia aunque hasta ahora no se ha acabado del todo; entonces es importante que ustedes entiendan eso porque ese imaginario que hay en la intencionalidad del mural es un imaginario que también esta aunque es mucho más concentrado en el panteón.

Y es con motivo del centenario que se construye el panteón, entonces miren todo va concatenado, las dos cosas el mural y el panteón se hacen para exaltar la memoria de los héroes ese es uno de los grandes propósitos de las elites no solo de Popayán sino de todo el país; celebrar el centenario de la independencia era fundamental en Colombia, cambian los textos escolares, el programa de historia en las escuelas y colegios, los maestros tienen que empaparse de la independencia para poder enseñar, se crean colegios, se hacen fiestas, se dirigen estatuas, se sellan monedas se hacen puentes con el nombre de personajes de héroes más que todo de batallas para conmemorar la independencia. El panteón se hizo con ese propósito aunque no en el 2010 se demoró más pero la finalidad era esa.

Prof. Zamira: ¿ustedes saben que significa la palabra panteón?

Lorena: Tiene origen griego PAN – todo Y TEON Dios

Prof. Zamira: muy bien (TEMPLO DE TODOS LOS DIOS); saben en qué consiste el panteón y dónde está? no el de acá sino el edificio aquel que es un patrimonio universal, este está en Roma y es una edificación en donde se supone que estaba todos los dioses porque Roma es una ciudad donde convergían todas las culturas, por eso hicieron un templo donde todas las culturas que ahí convergían pudieran poner sus dioses y venerarlos con entera libertad; imagínense ese grado de digamos de madures, de libertad de expresión y de credo. Entonces se tomó la figura del panteón y se trae porque país que se respete tiene su panteón, pero miren como permanece el **imaginario** greco latino en todos estos tanto en las edificaciones como en la intencionalidad obviamente que ellas tiene, entonces ese es un eje conector que ustedes están buscando; la palabra imaginario establece imaginarios de la independencia y de la república.

Prof. Zamira: ¿a ustedes dentro de su pensum ven historia?

Si queremos hacer turismo, un turismo real, un turismo valido no el de los datos, porque los datos los tergiversan, se debería tener conocimientos sobre la historia., siempre me ha llamado la atención del porque no nos tuvieron en cuenta al

departamento de historia. Está muy bien de que tienen que conocer los criterios del turismo la reglamentación, pero si no conocen la historia de la ciudad en la cual van a ejercer, la esencia, que cuento van a echar de la ciudad, de sus edificios si cada uno de estos tienen Historia.

El valor de los museos, la importancia como guardianes de la memoria. Para ir viendo que el museo no es solo el edificio, sino la concepción que se tiene para crearlos. Los museos son el guardián de la memoria y esa memoria lo que pretende es digamos hegemonizar el pensamiento de quienes asisten al museo, entonces es mostrarles y decirles vea hicimos esto hicimos aquello, por eso la mayoría de los museos públicos, son museos sobre la gestación de la nación, términos que tienen que tener en cuenta como **palabras clave**: Imaginario, gestación de la nación, identidad.

Si ustedes se aplican a hacer esto bien hecho ustedes quedan listas a hacer un buen pos grado y meterse en la universidad o convertirse en asesoras de turismo del departamento y de cualquier otra entidad.

Con esto entonces tienen un sustrato muy importante para empezar a conocer la ciudad, además que es una ciudad que tiene pues tanta riqueza también en la región étnica, multiétnica, pluricultural etc.

Qué tal que con esto ustedes sientan unos precedentes creen intereses para ir a otros lados.

Hace muchos años se hizo una reunión para declarar a Popayán patrimonio de la humanidad, no se pudo porque se partió de suposiciones falsas, el centro histórico se ha reformado tanto con los terremotos que aunque se ha tratado de conservar su estilo original no es auténtico.

Es muy importante que tomen de esta orientación, pero requiere ilustrarse.

Su punto de partida también sería... partir de cuándo se creó la universidad y como pasó a hacer parte de la universidad del Cauca.

Entrevista realizada al jefe de la División de gestión de la cultura profesor **Gustavo Feris**.

Mónica... ¿Profesor Gustavo la idea u objetivo de nuestro trabajo es despertar el interés de los visitantes hacia lo visitado hacerlos más atractivos a través de la metodología de la interpretación es por eso que requerimos de todos los documentos que usted nos pueda facilitar del Panteón?

Prof....Gustavo: ¿Qué es lo que ustedes en si necesitan?

Lorena...Si profe necesitamos el guion, documentos en general de todo el lugar.

Prof....Gustavo: Bueno aquí les envié la guía de instrumentos históricos, el tema de la fotografías de las urnas, a descripción de las placas y los objetos además de la informaciones la sala de exposición. En el Día a día se prestan una serie de servicios además de los horarios en los que se atiende.

Lorena...Profe estuvimos revisando lo de la página de la red de museo, la interfaz está muy oscura, negro muy gris y hay muchas sugerencias.

Prof... Gustavo: Para ello se ha citado a expertos en el tema para dictar charlas como por ejemplo al ponente Edmon Castell para hablar sobre patrimonio cultural. Además sabemos que hay museos a nivel nacional que hacen planes de capacitación y educan por ejemplo en la gestión de museos, la presentación de proyectos, en la implementación de bienes productivo, para que los museos tengan mejores herramientas para que participen en las convocatorias que hace el ministerio de cultura, y nosotros tenemos que enviar al programa de fortalecimiento la información del software este es de la colección del Museo Mosquera en donde tenemos que meter toda la información en el software que se llama colecciones coloniales.

Prof.... Gustavo: Aquí se presentó en el año pasado hacer la unidad productiva en el Museo de Historia Natural, un recurso de 35 millones que daban para instalar un a venta de suvenires, pero como es nacional no paso, ganaron otros museos, pero cada año se hacen las convocatorias en Marzo y se llama la convocatoria estímulos, en donde ustedes pueden presentar como universidad.

Mónica...Claro profe como usted sabe nuestro enfoque es un enfoque turístico, la atención.

Prof.... Gustavo: Claro, claro el hecho de que un museo tenga un plus asociado no solamente a la visita sino que cuando ya se vaya, el visitante se lleve un recuerdo.

Lorena... Esa es la idea un recuerdo y sobretodo como lo dice la metodología es general esa conexión tanto emocional como espiritual, entonces que la gente aprenda y de cómo en el proceso de transmitirles los conocimientos que sea un poco más ameno, más divertido etc. Que la gente les quede la idea de ellos mismos investigar por sí mismos.

Prof... Gustavo: Nosotros ya nos conectamos a vive digital, ósea ya lo van a instalar tanto en el Museo Mosquera como a aquí, porque en el de Historia Natural ya existía, en donde cada uno que tenga con el código un Smartphone o un android va a encontrar la información del panteón.

Lorena... Sí. De hecho estamos haciendo algunas sugerencias-

Prof... Gustavo: Espero que las hagan pero antes de que se lance públicamente porque se hará pública.

Mónica... Algunas de las sugerencias son que no sea tan oscuro el fondo, y que no quede tan como escondido el ingreso a cada una de las plataformas de los museos.

Prof... Gustavo: Bueno es que de hecho para el ingreso van a quedar tres fuentes y ahora con esto digital será mucho mejor.
La información que ustedes han visto va a desaparecer.

Lorena... Qué posibilidad hay de mostrar a las personas a través de imágenes en donde fueron las batallas, por medio de un tv

Prof... Gustavo: Bueno esas son las que deben suceder como propuestas, de mejoras para interpretar el patrimonio, inclusive los museos no necesita que haya nadie, que se abran las puertas y que la gente entre,
Ya hay una propuesta pedagógica no sé si Francisco les comento que hay una para el Museo Mosquera, se las envió para que la revisen.

Mónica... Hablando con don Alejandro y mirando cómo sería posible si se puede dejar algo similar a algo que ellos hacen con memoria y encanto, apoyando a los chicos del voluntariado que son los que permanecen todo el tiempo, sino que él

nos comentaba que es algo complicado debido a la rotación y para ello se requiere de tiempo para crearlos.

Prof....Gustavo Feris: ¿Qué recreen?

Mónica... Si

Lorena...Que chévere que sería que pudieran conseguir los trajes o vestuarios como una ñapanga, uno del general etc.

Prof....Gustavo Feris: Sería bueno que ustedes visiten otros museos el de historia Natural, Negree, Arte religioso entre otros con ellos averiguar cuáles son las estrategias, como ellos se implementan, como manejan el patrimonio. Solo como observar, cual es el enfoque que tienen allá, con el de acá y retro a alimentarse.

Mónica...vale profe, bueno muchas gracias por sus aportes de seguro nos será de gran ayuda.

Segunda entrevista **Profesor Gustavo Feris.**

Lorena...Estamos estableciendo una conexión de los tres sitios, que va de la siguiente manera; inicia en la Casa Museo Mosquera, donde se habla de la Familia Mosquera, y el boceto de la participación de esta familia en cuadro “Apoteosis a Popayán” nos remite al óleo que reposa en el Paraninfo Caldas, y como allí también aparecen otros personajes, además de la percepción artística, histórica y política de la elite payanesa.

Gustavo Feris: y de algunos que están aquí....

Lorena... Claro, y del Paraninfo nos remitimos al Panteón de los Próceres, porque aquí ya es el sitio final, donde reposan varias de esas personas. Ese fue el mini circuito que establecimos, de lo que leímos de los libros y documentos. En donde en uno se habla de la procesión que se hizo con las 12 urnas cinerarias traídas desde el Paraninfo hasta aquí (Panteón), son elementos y detalles que pueden atraer el interés de las personas. Si esto funciona con un público tan difícil y exigente como los turistas, puede funcionar con otros tipos de públicos, pues aparte de que aprendan algo se quiere es que se diviertan principalmente, que les resulte entretenido y no aburrido más bien que los conecte intelectual y emocionalmente con el patrimonio que están visitando.

Gustavo Feris: Lo más importante es que de cada objeto, de cada historia resaltar los atributos que la van a avivar más, porque lo otro son fechas....cuando murió, donde nació; si saben ustedes que el sabio Caldas cuando iba a morir...tal cosa...esos son detalles que las personas no van a olvidar.... Pero cuando dicen que el sabio Caldas participo en la esta... y esta, lalala.

Lorena...El voluntariado es otro componente que facilita la participación de los estudiantes al ser flexible curricularmente para cumplir bien sea deporte formativo, una FISH, o un área de interés personal. Pero hay que tener en cuenta que muchos estudiantes, no todos, lo hacen por el afán de cumplir con ese requisito, y no se comprometen de lleno.

Gustavo Feris: Aquí han desarrollado tres propuestas interesantes; ya entramos a producir un folleto en español-inglés, a partir de la propuesta de los voluntarios.

Lorena... Otra propuesta que vimos fue la creación de la imagen corporativa de los museos, que estaba en la propuesta del programa de apropiación social del patrimonio, para crear una identidad y fortalecer el sentido de pertenencia hacia estos lugares.

Gustavo Feris: se ha hecho desde el Museo de Historia Natural y desde la Casa Museo Mosquera, el de aquí (Panteón) está por hacerse, la va a hacer un diseñador a través de una monitoria, investigando para sacar el logo.

Lorena...En el programa se propone también vincular a los profesores de otras áreas, de historia, educación, etc. Para que ellos incentiven a los estudiantes a participar más en el fortalecimiento de estos recintos.

Gustavo Feris: si claro, abrimos un ciclo de conferencias sobre las interpretaciones de la independencia, vinculando a profesores de filosofía, historia, antropología, para que llevaran a los chicos a las conferencias, pero ahí hubieron inconvenientes...

Lorena... Pero es muy diferente que desde el voluntariado se hubiese hecho la invitación formal a la coordinadora del programa para que hiciera extensiva la invitación a los estudiantes del programa.

Gustavo Feris: en el voluntariado se inscriben más de 700 estudiantes, el voluntariado ya está posicionado. Ahora depende de cual sea la oferta para aplicarse a organizaciones internas y externas de la universidad, se pide un perfil específico de un estudiante de determinado programa.

Mónica... También es importante sacar el perfil del visitante, para conocer quiénes son las posibles personas que vendrán, para poderse dirigir a ellas con más propiedad, conociendo sus gustos y preferencias.

Gustavo Feris: Aquí no se ha hecho una investigación de mercados... aquí entra todo el mundo y lo que se hace es recoger la percepción de las personas que nos visita de forma general, a lo que vinieron, qué aprendieron. Aquí es un poco más pedagógico, lo histórico.

Lorena...En nuestra labor de campo, observamos como los voluntarios daban la guía, algunos muy bien pero otros no, y también cual era la actitud de los turistas.

Gustavo Feris: Es lógico porque el chico no está preparado, ya que muchos vienen de carreras distintas a su área de formación además por el tiempo.

Lorena... La temática que maneja estos sitios son referente a la conquista, colonia, independencia y república, estos temas son bastante amplios y cada semestre se puede enfatizar en uno de ellos buscando hechos que los apoyen, por ejemplo los conflictos que habían entre varios de los próceres.

Mónica... La idea es que al momento de dar la guía se tomen temas, que no sean solo fechas sino historias, contar una historia de un acontecimiento.

Gustavo Feris: Pero eso se puede hacer siempre y cuando exista personal permanente, de resto eso no funciona.

Lorena: Se puede crear ese guión o discurso condensando toda esa información en diferentes fases y analice, cuando vengan los chicos ya se tenga un material que les facilite su proceso, pues con tantas versiones que se tienen puede generar confusión entre los voluntarios.

Mónica... Sacar un texto que reúna toda esa información, que sea entretenido para evitar memorizarse las cosas, un guión que contenga todas esas historias en forma de relatos, cuentos.

Gustavo Feris: Si es contar los momentos de la vida de ese personaje que tuvieron más trascendencia, tanto como persona como para el país.

Lorena... Otro asunto que nos interesa es ¿cómo se encuentra la División de Gestión de la Cultura o la Vicerrectoría de Cultura y Bienestar vinculados con otros estamentos como la alcaldía y la gobernación, cámara de comercio, Cotelco?

Gustavo Feris: Esos convenios son en doble vía, pero de todos los actores de la cadena turística, los empresarios son los más renuentes a vincularse a estos

procesos, en cambio con las instituciones hay mucha más posibilidad de hacer sinergia. Con la cámara de comercio se hace con la divulgación de las programaciones, con la alcaldía se hace un programa especial de Semana Santa, al final se queda en la formalidad de hacer algo, pero no se le da la continuidad en el tiempo; hace falta inversión para contratar gente que permanezca, no solo es poner una cuña radial sin hacerle seguimiento de cuantas personas la pudieron escuchar, cuantos llamaron a preguntar por las actividades que se hacen en el museo de historia natural, el Mosquera o el Panteón, cuales son los horarios, que personas del museo estuvieron al aire en el programa para responder las dudas de las personas. Falta es un equipo de trabajo, así es muy complicado proponer estrategias.

Lorena... ¿lo único divulgativo de forma externa son las páginas Webs? También vimos las redes sociales, pero se nota que no se actualizan constantemente y sus miembros son la mayoría de la comunidad educativa.

Gustavo Feris: Si y las redes sociales necesitan que alguien las esté moviendo constantemente, estamos interesados en producir mejoras y mirar que estrategias se proponen, con Alexandra estamos pensando en hacer un ciclo de conferencias y con ustedes sería interesante proponer unas sobre el patrimonio cultural, invitando a personas nacionales, de universidades cercanas.

Lorena...Hemos tenido contacto vía correo con un experto en Interpretación del patrimonio, que nos ha dado unos consejos, le enviamos los folletos para que los evaluara, y nos respondió que estos folletos tenían mucho texto y no eran interpretativos; Nos mandó un ejemplo de un folleto de una fábrica de chocolate en España. Muchos de los objetos del museo Mosquera tienen un significado especial más que otros.

Gustavo Feris: Eso es lo que ustedes deben identificar, aquí y en el paraninfo cuales serían los objetos fundamentales que permitirían desarrollar unas estrategias un acercamiento mucho más espontaneo, de más asombro de algo que se da a conocer, pero no de una manera tradicional sino que a través de algo que le va a despertar unas emociones profundas, no solamente el conocimiento. Como hacemos para que Tomás Cipriano le llegue a los niños... pues hablarles de cuando él era un niño, como era que jugaba, adonde jugaba, con que jugaba.

Aquí tenemos dos meses especiales, mayo mes internacional de los museos y septiembre mes del patrimonio cultural. Sería interesante que con ustedes se pueda proponer que en esos meses se pudiera enfatizar en la pieza o el personaje del mes y que todo el tiempo se enfatizara en ellos, o cual es el papel de los museos.

Mónica... Hemos pensado que la idea es tomar por temporadas temas que vayan rotando cambiar cada cierto tiempo, de manera que si alguien visita de nuevo el museo no se repita el discurso que les da el guía. Que sean ellos que con la voz a voz le hagan publicidad.

Gustavo Feris: Las mejoras aquí se ven lentas, pero que las personas que están en estos centros culturales entiendan esos cambios.

Lorena... Algo que también quiero preguntarle es si ¿han leído algo sobre Sam Ham, Jorge Morales, Francisco Guerra, Freeman Tilden, que proponen la metodología de la Interpretación del Patrimonio?

Gustavo Feris: No, la verdad que no. Aquí se trabaja más de las estrategias de comunicación que desde lo teórico.

Mónica, Lorena... Muchas gracias.

Entrevista realizada al docente en ingeniería telemática profesor **Gustavo Ramírez.**

Mónica... Profesor como ya le habíamos comentado acerca de nuestro trabajo nos gustaría que por favor nos de unas pautas y opiniones acerca de la manera cómo podemos aplicar las tecnologías como medio de interpretación turística en los museos y sitios de intervención.

Prof... Gustavo Ramírez.: Si ustedes quieren llegar a tener ese plan, lo primero que deben tener es un tema para cada uno de los museos que hablen en temas de contenidos las personas que lo vayan a hacer van a tener que generar contenido muy probablemente hayan muy pocos contenidos y el plan desagregado y eso hay que hacer y una labor de inventario sobre lo que tiene el museo si hay multimedia o no, si hay información escrita o no hay información, después de eso toca sistematizar la información y quedarse con unos datos o unificar, porque es que alguien puede tener un formato en español, en inglés lo que les toca es mirar que cosas van a hacer todo texto, que cosas van a hacer audio, que cosas van a hacer todo video bueno lo primero que van a hacer ustedes es un inventario cuando ustedes tengan el inventario ya pueden pensar en que les hace falta, la financiación, el personal quien estará pendiente de descargar contenidos entonces es cuando ya se debe preocuparse por la estrategia no presencial y esta debe estar en ese contenido mirarlo por la web, mirarlo por aplicaciones móviles. Mirarlo por otros medios móviles por ejemplo tv digital o en línea, entonces ahí es cuando ya el contenido es como lo esencial y después del contenido vienen los

canales estos son la Web, móviles, televisión, todos los spot que se les ocurran, entonces esa primera parte es que ustedes deberían poner.

Lorena... Hay unas páginas nuevas que de hecho están establecidas, pero miramos que los contenidos son muy largos dispendiosos y a ratos pueden mostrarse como aburridas y si hablamos que es para turistas, las personas no académicas; en este caso se propuso por que no desagregar eso y el coordinador nos explicó que no podían hacer eso porque ellos trabajan bajo una institución, bajo una plataforma institucional.

Prof... Gustavo Ramírez: Bueno entonces ellos tendrían que ir más atrás, cual es la misión del museo? si la misión del museo no contempla la parte turística no se trabaja con eso, pero si ellos contemplan, la verdad eso no puede ser incompatible no necesariamente son incompatibles, es decir pueden mantener la estructura oficial institucional, pero ustedes pueda ayudar a diagramar la información de tal manera que se exprese la preservación y más lo que ellos hacen, la comunicación y la divulgación porque lo que ustedes van a hacer es socialización o hacer una disertación de parte de ese conocimiento para que la gente lo conozca porque hay museos que se dedican a eso, nos dedicamos a cuidar la pieza pero es que eso nadie lo conoce entonces es una labor de divulgación, no quiere decir que ellos se dediquen a vender pero sí que ellos sepan con quien expresar sus conocimientos y ahí probablemente abra una parte académica por labores y una parte turística que es saber hasta que parte el museo permite que llegue el turista. Lo que tú dices de la información eso ya depende de a quien está dirigido, porque la información que tú tienes seguramente es ya muy de tipo académico pues será para un historiador, académico, biólogos u otra es que es la que ustedes les interesa muy probablemente será la cohesión general y esa es muy probablemente abra que construirla con unas serie de pautas.

Lorena... Hay algunas cosas que las tratan de manejar general, pero hay algunas cosas que no, igual la página está prácticamente nueva, tanto para el Panteón como para el Mosquera.

Prof... Gustavo Ramírez: Si pero no es culpa de las páginas, lo vimos con dos proyectos que estuvimos realizando, se montaron las paginas e inmediatamente se desmontaron; hay un problema de políticas de gestión de la institución digital y ese es otro tema, que políticas se va a manejar no es no más hay vamos a montamos un loguito en una página y demás hay que mirar quien lo va a mantener, cual será nuestra política: bueno nuestra política es que nosotros solo vamos a publicar noticias, pero para eso nosotros necesitamos, o que haya un interfaz para un administrador que la guie o un monitor que pueda estar subiendo

esa información pero entonces eso es cuestión de una política de decisión que tiene que tomar el museo.

Lorena...La otra es que hay un convenio con vive digital para instalar en la parte de la infraestructura la red wifi, computador en los dos lugares, el Panteón pues es pequeño pero la Casa Mosquera solo se instaló en una de las salas y ahí las otras salas quedan ahí; también se quiso montar lo de un juego pero por lo menos las páginas que hicieron con Museos Popayán, prácticamente es lo mismo solo que cambiaron un poquito el diseño la interfaz pero es la misma información.

Prof... Gustavo Ramírez: Bueno es simplemente cuando tu hagas cualquier tipo de trabajo, cualquier tipo de información, lo primero que hay que preguntarse es cuál es el objetivo que tiene la organización, porque ustedes pueden estar pensando algo como profesionales, pero si la organización no conoce, no entiende o no le interesa; no conoce porque nadie le ha dicho que puede hacerlo, no lo entiende porque las personas hablan de otro idioma entonces hay que migrar ese idioma en la parte de la tecnología en la parte turística o no les interesa es decir ya lo conocen pero nosotros no le vamos a jugar a eso, entonces esos tres apuntes es donde debemos preguntarnos cuál es el objetivo del museo con respecto a lo que ustedes están haciendo que es la parte turística; Entonces siempre preguntense eso en cualquier intervención que hagan si el museo le interesa hacer una intervención de esa naturaleza? Que voy a intervenir entonces no quiere decir que voy a intervenir todo el museo, quiere decir que hay que mantener y ponerle una capa más que quiere decir una persona que hace algo, una señalética que hace algo o una información que se desarrolla y queda disponible, porque en la intervención hay que cambiar todo.

Mónica...En el museo hay unos códigos QR de una prueba piloto que aparentan olvidados en el tiempo

Prof... Gustavo Ramírez: Esos se probaron el año pasado y los hicieron unos chicos que trabajaron conmigo eran unos juegos, que paso se montaron montones de QR y después de semana santa se acabó, entonces ahí hay un problema de políticas, darte cuenta de que ahí falta alguien que dijera bueno aquí está el QR de la espada, aquí está el QR de esto.

El problema en realidad es un problema de política, es decir a donde quiero llegar, eso implica bueno montemos QR el problema es que debe haber una política de alguien que este revisando que los QR existe, aparte de los QR deben llevar una página web, continuidad tiene que haber claridad de lo que se quiere por ejemplo QR de las paginas si ellos no responden mínimamente es decir en mantener la

continuidad porque los QR se dañan, alguien tiene que estarlos recogiendo o poniéndolos bonitos de nuevo y la página web.

Lorena...Bueno otra cosa que proponíamos es porque no abrir un espacio para comentarios de las personas, galería de fotos en donde los visitantes puedan compartir sus fotos de la experiencia.

Prof... Gustavo Ramírez: Allí tú estás hablando de una interacción social que debería estar después que una interacción multimedia mínima constante, entonces yo pensaría que primero se debería hacer el montaje de imagen de las páginas con su identidad, entonces no sé si está manejando Museo Mosquera como Museo o Unicauca no sé qué Museo Mosquera, ¿Qué es lo que yo quiero? es darle dinámica ya que esto debería tener un dominio del museo aparte. Distintamente que yo estoy bajo la norma, el loop no existe porque si debe tener atrás a un ministerio de cultura, debe tener atrás yo no sé qué pero si queremos estar atrás del ministerio de cultura loop, no debe tener loop.

Mónica...Para ingresar a los Museos es muy enredado porque primero hay que entrar a la página oficial de la u, nosotros como estudiantes sabemos pero personas ajenas no.

Prof... Gustavo Ramírez: bueno cuando tú ya vas a montar la página es porque ya tienes contenido pero no está completo hay algo pero no está hegemonizado entonces un diagnóstico de contenido, pero cuando vas a montar la página, ese montaje de la página es el que te va a involucrar un esfuerzo de gestor de la web y ahí es donde deben haber unas políticas claras para que se divulgue la información, luego la siguiente etapa es que tú ya seas más social entonces ya que la gente lo conoce, suba fotos ya interactúe no solamente con la página sino con Facebook, con los link del museo.

Lorena...De hecho tiene Facebook pero está desactualizada porque no hay quien los esté moviendo.

Prof... Gustavo Ramírez: Bueno eso requiere la web, el Facebook, Twitter, lo que sea requiere de alguien que se encargue de dinamizando, un gestor o puede ser un monitor, listo cada cuatro meses de cada semestre, pero es algo de lo que no se va a encargar el director del museo, porque él tiene muchas cosas por hacer entonces puede haber un monitor que entre sus múltiples funciones este encargado de esto subir un oficio o tener una política de visualización del

patrimonio en incentivo de una pregunta semanal; Sabía usted que el general Mosquera fue...algo así irla dinamizando.

El Museo debe tener una identidad porque si no se pierde por allá.

Mónica...De hecho el museo Casa Mosquera ya tiene su identidad corporativa, con el logo dentro de la red de museos aunque esta última se desmontó por falta de dinero para seguirla manteniendo.

Prof... Gustavo Ramírez: ahí es donde debemos ver, bueno un museo debe tener claro que es lo que quiere con respecto a la parte digital, es decir ellos tienen su vida propia, el museo debe tener su presupuesto en donde debe preocuparse por mantener las piezas por arreglarlas, pero debería tener un presupuesto para poderle dar visibilidad y ahí es donde deben entrar estudiantes de diseño, electrónica, turismo para recuperar información y anexarla o para desde otras fuentes recuperar esa información y anexarla.

Mónica...Esa idea ya se la habíamos planteado la posibilidad de sacar gran provecho de lo que tiene la misma universidad como lo son los diferentes programas que pueden aportar todos sus diferentes conocimientos y habilidades.

Prof... Gustavo Ramírez: Entonces es donde debe haber mucha dinámica un periodo, en donde uno explore varias alternativas, tecnológicamente lo que yo monto hoy no lo voy a montar en diez años; deben haber alternativas de exploración, por pilotos, en donde el museo si quisiera podría decir déjeme todo listo, la información y un monitor de los que ya tengo va a tener estas dos o tres tareas más y mantenerlo. Alguien tiene que tener la misión de darse cuenta que ahí sigue la espada ahí falta el QR se debe reemplazar y vuelve a ponerlo, esta persona se encargue de decir... Bueno vamos a empezar el recorrido si alguien quiere puede descargar las aplicaciones, tenemos dos o tres aplicaciones las cuales se seleccionaron después de un largo cacharreo, y dar una aprobación de que gusto, como quedo.

Bueno se contrataran monitores y sobretodo el contenido podría tener montones de contenidos, entonces le puede servir no solo para turistas sino para niños quizá adecuados con sonidos distintos la idea es que sirva la misma aplicación de los QR; entonces el problema es la política para mantenerlo permanentemente.

Otra cosa que pienso que podría ser interesante es, por ejemplo el gobierno paso una ley en donde toda institución debe tener un gerente de tecnología que en este caso podría ser un pasante de electrónica, de sistemas, de tecnología telemática, puede ser un estudiante de turismo que maneje o se defienda en esto; y resulta

que estas funciones en las que el director no puede estar todo el tiempo pensándolas porque tiene un poco de compromisos administrativos y demás, los pueda hacer esta persona que se encargara de hay que revisar esto ..Aquello en fin es como un nivel intermedio para que cuando las cosas estén un poco más maduras, ya se las presentan al director o vicerrector o a quien interese, igual debería haber un gerente de turismo un gestor de turismo para cada uno de los museos trabajando de la mano con el gestor o gerente de tecnología pensando como lo orientamos y sobretodo orientado a piloto, diciendo este semestre el piloto debería llegar hasta aquí para evaluarlo y si funciona o no funciona hay que colocar más aplicaciones llegara a la idea de ya formular algo.

Entonces lo que hay que hacer es...

1 Diagnóstico de lo que hay y recuperar lo que hubo y no se aplicó. Inventario de contenido y saber su orientación y demás.

2 Políticas quienes se van a encargar de eso.

3 Hacia dónde dirigimos, entonces van a ver esfuerzos niños, adultos mayores, turistas y cada uno de ellos y cada uno de ellos van a tener diferentes responsables

El ministerio de cultura a veces saca convocatorias para fondos para niños y resulta que puede haber alguien que se dedique a buscar fuentes de financiación que a últimos les sirven para todos porque si se colocan unos QR bien bonito, unas tabletas no solo servirá para los niños. Ese alguien maneje todo esto y se articule con todas las facultades y lo más importante es que estos monitores mantengan los proyectos los retome las estudie las ajuste que busque fuentes de financiación si lo requiere y las complete y luego alguien que las evalúe las mejore que luego de cuatro años ya haya algo mejor estructurado ajustado....

Entrevista realizada al gestor cultural **Alejandro Luna** Popayán Memoria y Encanto

Lorena... ¿Cómo fue que nació Popayán Memoria y Encanto que es lo que hacen?

Alejandro Luna: Nació porque alguna vez Jafet Gómez de aquí de Wipala nos convocó a una reunión en donde dijo que chévere hacer unos personajes a nivel teatral y había contemplado hacer unas rutas teatralizadas, entonces al coincidir estos dos temas, se habló con el proyecto industrias al cual le pareció muy interesante así fue.

Por eso buscamos una asesoría y el proyecto industrias del cauca nos dio un primer empujón, a quienes para entonces éramos Popayán romance emprendimiento que yo estaba alojando en industrias culturales del cauca y Wipala acordamos que surgirá al interior de la Wipala este proyecto o programa el cual se le denominó Popayán Memoria y Encanto en un principio.

Lorena... ¿Don Alejandro como surgieron los personajes, como se fueron creando?

Alejandro Luna: Acordamos que cada uno de las personas le iba a dar nacimiento a los personajes, por afinidad, por gusto, por sentido crítico o por afecto a un quehacer pues fueron naciendo, digamos que Jafet Gomes, trabajando pues en su quehacer de la vida real lo que es la pintura, quiso inclinarse por un pintor José María Espinosa pintor de la independencia; Alejandro Luna pues venía con Popayán Romance haciendo oficios de cochero y encontramos una Historia de cuando llegó el primer coche traído a Popayán y de ahí se empezó como a continuar con esas lecturas para irlo referenciando, en esa parte, otra parte del equipo sugerí fue Sugrey Gañarita ella quiso dar nacimiento a una Mujer mestiza la Ñapanga y Patricia Molano sintió atracción hacia el tema de la chichería, la chichera; entonces cada cual definió su tema y empezó a hacer lecturas a conversar con personas que pudieran ilustrarnos y hacer como los ensayos del personaje; Primero no teníamos los trajes entonces industrias culturales aportó para estos, se mandó a partir de una revisión se mandaron hacer. Hablamos en sí del tema para el año 2011 entre otras viajamos a Quito, allá pagamos algunas presentaciones del que hoy es nuestro proyecto hermano equipo eterno, tuvimos una o dos reuniones con ellos estando muy interesados en acompañarnos ya vinimos acá y les hicimos una propuesta para que trabajaran con nosotros hasta que sugieran los personajes del proyecto y ellos les pareció bien entonces industrias culturales negocio directamente con ellos y ya llegaron en el 2012 a trabajar con nosotros dejándonos con un plan de trabajo, profundización de lecturas ensayos, nos aportaron un profesor de teatro.

Lorena... En conversaciones anteriores planteábamos la posibilidad de hacer esto con el voluntariado.

Alejandro Luna: Lo que pasa es que hacer que el personaje nazca toma un tiempo, además que tenga que contar toma otro tiempo que dependiendo de la dedicación pues es más rápido pero necesita de más concentración y dedicación, la idea es que tal como está planteado lo del voluntariado es algo que no va a funcionar nunca, nunca en el modelo nuestro porque a menos que la gente ingresara en primer semestre al voluntariado y durante las diez semanas santas o

más de su carrera este en ese mismo voluntariado y tenga una capacitación más allá del previo de semana santa entonces de resto si a mí me ponen hoy mire póngase este traje de soldado y además actué y hable como soldado, si yo estoy en ese mundo del teatro pues es posible que pueda hacerlo aunque sea una improvisación si tengo mucha más experiencia quedara mucho mejor; pero bueno en la Historia, si estas en el museo la familia de Mosquera que hizo cada uno de ellos?, don Tomas Cipriano cual fue su papel que rol jugó?, cuál era el relacionamiento de esa familia con la ciudad de Popayán, con Bogotá? El papel en la independencia, digamos que cuando yo te digo eso no es que Manuel el cochero, tenga todo resuelto para don Jerónimo Torres, ahora puede ser solo historia de Popayán y no solo del museo, pero entonces hay que ir incorporando una cantidad de materiales hay que hacer un proceso de estudio de investigación para el personaje y para el proyecto, hay que dedicarle tiempo y recursos; cada que roten los voluntarios es volver a empezar.

Nosotros que hemos ido logrando, porque todo el mundo cree y se pregunta en la calle que disfraz lleva, la diferencia entre ponerse un traje y disfrazarse, estar para unas fotos y estar de adorno en un lugar es lo que el personaje pueda caracterizar teatralmente y lo que pueda llegar a decir por su trabajo.

En la fundación casa caldas ellos tienen unos trajes sin embargo miembros de la fundación amigos suyos y algunas personas que estudiaban teatro también se ponían los trajes para salir a los eventos conmemorativos ejemplo 20 de julio o las fiestas de Popayán, y se vestían de Caldas pero caldas más allá de un personaje de un gesto no era Caldas.

La idea es llegar a lograr esa caracterización así sea más ficcional que sea creíble, bonita que efectivamente se note que es un personaje de época un poco más situado.

Lorena...La idea de hacer el programa de interpretación para estos tres sitios, es que logremos establecer una conexión con los tres y pues hasta se había pensado lo bueno que sería si se hubiese podido hacerlo de esa manera.

Alejandro Luna: Igual como lo de ustedes es una propuesta no mira ningún limitante lo que ustedes hacen es concibo un programa de interpretación que tiene tres estaciones o ruta que se hace así y debe funcionar así así y así si la universidad o quien quiera implementar la ruta, la financia se logra, sino se logra en un mínimo porcentaje. En términos más claros ustedes no son responsables de entregar un texto a alguien para que se lo aprenda o el día anterior o una semana antes sino a hecho ensayos, sino a hecho todo el ejercicio, Manuel es

Manuel bueno regular y malo o sea ya llevamos desde que nacimos en el 2012 un gran recorrido en septiembre cumplimos cinco años, eso nos da una experiencia y simplemente desde allá hablamos; Nosotros semanalmente nos reunimos, hacemos evaluación que hemos logrado que no hemos logrado que nos falta en que hay que profundizar.

Lorena... Con respecto a la parte turística ¿usted nos hablaba que lo consideran más que un hecho social que hacia el turismo, pero he podido ver que funciona también con eso, les ha ido bien o no?

Alejandro Luna: La verdad No, nuestros clientes son institucionales la gran mayoría, cámara de comercio, la misma universidad, Comfacauca, cultura del departamento del municipio un poco, turismo del departamento un poquitín, turismo del municipio cero o sea me refiero a las entidades y dependencias si, particulares si lo que pasa es que hay una parte que todavía no hemos podido trascender para poder decir en lo turístico como nos va, al darles una cotización al día de hoy les parece muy costoso para cinco personas entonces mucha gente también viene y no sabe de nosotros, entonces con quien hemos ido trabajando con quienes sí nos han ido identificando ya.

Si ustedes me preguntan si el proyecto puede sobrevivir de eso No hoy en día el proyecto lo subsidiamos nosotros mismos.

Lorena... ¿El discurso que ustedes dan es un discurso que lo construyen cada tiempo o como hacen lo están cambiando o modificando?

Alejandro Luna: Como un componente del proyecto tenemos el tema investigativo y cada personaje tiene unas necesidades temáticas por lo que es y por la época en que vivió, hablando de los temas. Hemos ido consiguiendo y haciendo una biblioteca para profundizar como parte de nuestra propia investigación y cada uno se va alimentando, ahora juega una parte la improvisación en el ejercicio porque hay cosas que a uno se le olvida o hubieron cambios y uno no se dio cuenta en fin.

Lorena... ¿En algún momento ustedes hablan de cual fue el papel de los caucanos en la independencia o la chichera como personaje de las mujeres, que trascendencia tiene?

Alejandro Luna: Hay cosas que nosotros ya hemos trazado como por ejemplo Manuel el cochero resalta los oficios de Popayán, en sus presentaciones alcanza a mencionar algunos de esos oficios y hace referencia a algunos que él vivía en

ese tiempo como las bolas de cebo, o lo de los herreros, la ebanistería, el de aguatero uno que otro de sus oficios ahí hay que hacer profundización de esos oficios lectura de esos oficios, en que consistían en que se utilizan esos productos, quienes lo compraban que se hacía con ello y eso no lo tiene resultado Manuel y toca profundizar hasta donde se pueda. Ahora cuando nos dicen 20 de julio temas de independencia, como ya hemos hecho varias veces estos temas sin embargo se lee un poco más las generalidades de los temas, revisamos nuestros archivos que cada cuanto se le ha hecho modificaciones en otro color o en una nota o entran nuevas lecturas que refuercen las publicaciones.

Lo que Manuel necesita es saber que contar como contarlo y en donde eso ya es parte del pre diseño que uno hace, buscar los lugares propicios para uno hablar de ciertos temas.

Lorena...La idea de acuerdo a la interpretación es que cada nada se estén haciendo cambios tanto en los recorridos, en los folletos, videos, pero que se estén actualizando de tal manera que si las personas quieren alguna vez repetir la experiencia no sea la misma que cuando vinieron la última vez.

Alejandro Luna: Claro lo que pasa es que eso es algo difícil innovar, incorporar nuevos temas, variar las presentaciones de sitio eso es como decirle a un artista que canta serenatas cuáles son tus nuevas canciones que no sean las que me cantaste la ves pasada.

Ustedes han tenido el privilegio del criterio crítico, porque nos han visto en diferentes presentaciones y un poco ya saben que hemos repetido y que no pero quien solo nos ve una vez no y por lo general no tenemos repitencia de público porque este no repite aun así incluso repitiendo haya algún elemento nuevo con nuevos elementos para hacer mención de algo.

En algún momento le dije a Gustavo chévere el programa que están planteando las chicas como lo vas a implementar, no todavía no eso cuesta una plata, no es solo decir, ahí se necesita saber cuáles serán los personajes, el tipo de trajes, como llevas al personaje y traje a un punto que sea presentable más allá de tener un traje, viene un evento, bueno tómense las fotos y decir yo soy una chichera yo soy un cochero, la foto con el cochero a que chévere es una experiencia efímera, pero el tema debe ir más allá , consideramos que en el caso nuestro debe tener un componente más educativo, social, cultural, resaltar patrimonio.

Cuando valoramos a Tomas Cipriano y por tanto al museo que es una valoración por querer resaltar a Tomas Cipriano y a si familia lo que estamos valorando es

eso, si el referente son las cosas que están ahí su casa, para poder resaltar otros aportes del gran general pues tendríamos que conocer más sobre qué fue lo que socialmente apporto, lo que como gobernante apporto y sus guerras que ayudaron a conseguir digamos que para ya no solo hacer la descripción, y lo estoy diciendo como autocrítica también para mí mismo por eso no es solo ponerse el traje, ósea nosotros no es que estemos en el lado perfecto de la escena, entonces autocrítica como es la ciudad que queremos mostrar validamos el blanco, lo resaltamos, el tipo de construcciones.

Bueno por algo hay que empezar la universidad tiene historia programa de historia, literatura como vincularse o hacer un convenio para nutrirnos a nosotros a nosotros nos hacen falta personajes pero para ello se necesita algo serio habría que ver bueno vincular a gente del programa de teatro, además está el tema del circuito interpretativo bueno pónganos un recurso para empezar a desarrollar los personajes pensando en el circuito pero que además nos puedan servir para el proyecto ósea es que ustedes nos dijeran vean nosotros queremos esos dos personajes y pues nosotros los creamos y vemos que se puede hacer.

Mónica... Precisamente ayer hablando con un profesor nos decía que cada museo debería tener unas políticas tal manera que esta persona cada proyecto o propuesta que llegue sea analizada, estudiada y ejecutada así sea en una prueba piloto, esta persona podría ser un monitor, pasante o inclusive voluntario aprovechando esa gran herramienta como lo son las diferentes carreras y talento humano que se tiene pero que no se utiliza.

Alejandro Luna: Ustedes van a entregar algo, hablen con Gustavo y con el vicerrector, bueno este es nuestro trabajo, como hacemos para implementarlo para ello hay que dedicarle unos pesitos, inclusive a nosotros nos podría interesar intentar implementarlo para la universidad, lo que pasa es que la universidad habría que ver si se interesa y nosotros lo podríamos hacer como una propuesta de ellos, nos imaginamos de esta manera con contrapartida, que pone la universidad que ponemos nosotros y con eso poder tratar de relacionar con los estudiantes de teatro allá y tener asesoría con los de literatura, de historia para empezar a estudiar que personajes quedan, porque de hecho nosotros éramos cuatro y solo dos hemos evolucionado.

Mónica... En nuestro trabajo lo que hemos hecho son unas fichas de todo lo investigado como resumen en donde se encontrarán en cada una diferentes apartes de los lugares los cuales les podrían servir para aumentar sus estudios investigativos, alimentar sus conocimientos y argumentos para sus recorridos.

Alejandro Luna: ¿Ósea ustedes alcanzaron a diseñar un poco el recorrido, es un circuito cierto?..

Mónica...SI

Alejandro Luna: ¿Visitar los tres con personaje o con un guía normal, que están pensando?

Mónica...habíamos pensado así normal con guía, pero como usted nos da la idea sería chévere que hubiera personajes aunque también podría funcionar, tanto guiado como no guiado.

Alejandro Luna: Nosotros podríamos hacerlo así a manera de alianza con la universidad, si el circuito se establece y nosotros podríamos lograr apropiación de él, lo haríamos teatralizado, bien sea que la universidad diga queremos resaltar esto y tenemos tal invitado venga hagamos el circuito pero que sea con tiempo de preparación, uno armaría el recorrido dependiendo de lo que dice en cada parte con el material que ustedes levantaron más lo que uno estudie y listo.

Lorena...Bueno el circuito comenzaría en la Casa Mosquera, el referente que nos manda al Paraninfo es el boceto de la familia y en el Paraninfo lo que nos manda hacia el Panteón es que en 1940 en una ceremonia para conmemorar los 400 años de Popayán y fue donde se llevaron las doce urnas cinerarias en procesión hacia el Panteón.

Alejandro Luna: ¿Ósea que se hace Mosquera, Paraninfo, Panteón? Chévere muy chévere.

Mónica...También se hizo un folleto del circuito aplicando la metodología de la interpretación por lo cual no se metió mucho texto.

Alejandro Luna: Pero me gusta como lo han planteado.

A nosotros nos gusta terminar mucho en la casa Mosquera por el espacio que posee esta casa el patio que tiene atrás, podríamos terminar acá su circuito diciendo...” Buena parte de lo que hemos vivido antes sucedió aquí y empezó aquí “o tiene relación con este sitio por tal y tal cosa, la chichera hace su ronda, hace su baile juega en el patio, allá se ambienta el lugar con música, ponen un vino yo que sé. De todas maneras locaciones se tienen, tema de las locaciones se tiene, historia de Popayán hay, el tema es levantar la ficha.

Bueno espero que funcione su ejercicio hablen con Francisco cuando terminen para que no quede ahí ojala y se implemente.

Ustedes como van a hacer su ejercicio...hagamos el ejercicio del trabajo con ustedes busquemos que no sea tan gratis que cuando vayan a sustentar si podemos y si aún tenemos el convenio con Unicauca podríamos hablar con ellos para que una de las presentaciones para ellos pueda ser en el marco del circuito que también es para ellos de sustentación entonces podríamos hacer una pequeña muestra del circuito, es decir ustedes hacen su presentación y al final se arma un grupo del circuito real y si somos dos personajes, un personaje en cada sitio, una de ustedes hace el circuito llevando de sitio en sitio en sitio y otra de ustedes hace el otro sitio del circuito a manera de ustedes ósea guianza pero desde lo que han querido plantear pero como si estuviera haciendo el guía no teatralizado sino otra faceta ahora si quieres arriesgarte a un traje pues ya verás y quien hace el circuito hace la presentación es decir “miren entonces ya nos vamos a hacer el circuito.... Vamos hacia tal parte halla se encuentra tu compañera o uno de nosotros y después al otro sitio y al otro sitio haciendo el primer piloto del circuito.

Ilustración 23: Registro fotográfico entrevistas

REGISTRÓ FOTOGRAFICO ENTREVISTAS



Fuente: Grupo de trabajo

A continuación se presenta la recopilación de documentos y libros, revisados para la realización de este trabajo en cada uno de los sitios de intervención.

ANEXO 3 FICHAS BIBLIOGRAFICAS

CASA MUSEO MOSQUERA

De acuerdo al libro de **Castrillón Arboleda 1986** la Casa Museo Mosquera fue dividida y ocupada como residencia del Gran General Tomas Cipriano de Mosquera presidente de Colombia en cuatro periodos, fue restaurada y condicionada, preservando su originalidad. En esta casa se alojó el Libertador Simón Bolívar en 1829, quien iba de paso para el Ecuador, y el General Antonio José de Sucre también conocido como el “Gran Mariscal de Ayacucho” en 1821, 1829 y 1830. Lo que hoy es el “Hotel el Herrero” fue el solar de esta casa. (CASTRILLON ARBOLEDA, MUROS DE PAPEL, 1986)

Según **Vicerrectoría de Cultura y Bienestar 2014**, la Casa Museo Mosquera está abierta al público de martes a viernes de 9.00 am a 12.00 m y de 2:00 pm a 6:00 pm y los sábados de 9:00 am a 1:00 pm con entrada gratuita con un total de 711 objetos de las colecciones de Historia y Arte, pertenecientes básicamente al General Tomás Cipriano de Mosquera y a su hermano el arzobispo Manuel José Mosquera, así como los uniformes de batalla del General y su corazón que se guarda en una urna de cristal, por decisión de su familia.

Presta los siguientes servicios: Cine-Arte, Exposiciones temporales, Talleres artísticos, Visitas guiadas, Préstamo y alquiler de auditorios, Préstamo y alquiler de espacios para eventos, Conferencias especializadas, Conciertos de música, Fondo bibliográfico donado por herederos del General Tomás Cipriano de Mosquera, Cursos, Seminarios y Diplomados en Patrimonio Cultural. (VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR, 2014)

De acuerdo al documento **Historia Edilicia Unicauca 2002**, la Casa Museo Mosquera localizada frente a la de Julio Arboleda, se modificó al pasar a propiedad de la universidad del Cauca que tuvo por los años 40s, el “Museo Etnológico”, de mucho interés científico y el “Museo de Arte Colonial e Historia”.

Los acabados de piso tanto de corredores como de estancias se componen de ladrillo colocado en espina de pescado con una cenefa periférica del mismo material. Posee dos patios en el primero encontramos una pila tallada en piedra de cantera exorna en su zona central, sirviendo como elemento decorativo que produce una tranquilidad ambiental, junto con las flores y el empedrado del piso.

En el segundo patio encontramos: Un salón que sirve como depósito del museo, donde se guardan piezas que no están expuestas y algunas piezas que deben ser reparadas, Auditorio con capacidad para 50 personas, televisor, VHS, proyector de diapositivas, Batería de Baños, Cuarto de Aseo.

Actualmente se maneja dentro de la concepción de museo como entidad dinámica, sede de actividad cultural en sus diferentes manifestaciones, con énfasis en el fomento del conocimiento de la historia y la investigación.

Simbología al interrogar a cerca de la casa museo: Sólo unos pocos se refieren a sus 11 hermanos o a los demás miembros de esa familia, no saben qué representa para la historia de Popayán, y de Colombia y sobretodo, qué nexos tuvieron los habitantes del pasado de esta casona con la educación en la Colombia Republicana, y con la dirección de la Universidad del Cauca en esa misma época.

En esta misma casona está localizado El Archivo Histórico, contiene importantísimos documentos de la Colonia, desde 1540, de la Independencia y de la República, fundado por el Historiador payanés Don José María Arboleda Llorente es el segundo en su género en Colombia después del Archivo Nacional, y solo en consideración a la cantidad de volúmenes, porque en calidad son equivalentes) y uno de los más importantes de Latinoamérica. (HISTORIA EDILICIA UNICAUCA, 2015)

Según **Unicauca 2015** La casa Museo Tomás Cipriano de Mosquera promueve la conservación y resguardo de elementos de la historia de la época colonial y hechos históricos de la Nueva Granada del siglo XVII. Se puede apreciar la importancia económica y política de la familia, pasando hasta por anécdotas de los personajes; Las cuatro salas en las que se divide el museo fueron denominadas de la siguiente manera:

- 1. Salón del Contexto, del Pensamiento y Designaciones:** resalta el poder económico, político y militar de la familia compuesta por José María Mosquera y Figueroa y María Manuela Arboleda y Arrechea, y la importancia de sus cuatro hijos ilustres.
- 2. Dedicado al Ilmo. Arzobispo Manuel José Mosquera Arboleda:** contiene objetos que hacen referencia a la vida del Arzobispo, destacado por su vida religiosa, y sus estudios en derecho.
- 3. Dedicado al Gran General Tomas Cipriano de Mosquera:** es dedicado a la vida y obra del Gran General, que también se destacó por ser estadista, diplomático, historiador, geógrafo y político y artífice en la creación de la república.

4. Arte Colonial: en él se exponen obras religiosas, tallas en madera, esculturas y algunos oleos pertenecientes a las escuelas quiteña y santafereña del siglo XVIII. (UNICAUCA, 2015)

De acuerdo a **Velasco Mosquera 2004** la casa fue dividida en 1824 y restaurada en 1987 a causa del terremoto que sacudió a Popayán en 1983. (VELASCO MOSQUERA, CONSIDERACIONES SOBRE LA ARQUITECTURA DE POPAYAN, 2004)

PANTEON DE LOS PROCERES

De acuerdo a **Castrillón Arboleda 1986** En este lugar existió una casa de un solo piso, posiblemente construida antes de 1736, a finales del siglo XVIII Don Joaquín Basto la adquirió para el funcionamiento de su escuela. En 1926 durante la Gobernación del Dr. Carlos Vernaza, cuando llegó el ferrocarril a Popayán, el Departamento compró el lugar para construir un edificio para la Asamblea Departamental, pero después se acondicionó como el Panteón de los Próceres por defectos de diseño, y se le cedió a la Universidad del Cauca para su custodia.

En 1933, en una de las iniciativas para conmemorar el IV centenario de la fundación de Popayán, el Dr. Antonio José Lemos Guzmán por ese entonces rector de la Universidad del Cauca, propuso fundar el panteón para honrar la memoria de los payanes ilustres, esta idea fue secundada por el Dr. Luis Carlos Iragorry.

Los restos de los mártires payaneses fueron repatriados para tal fin desde otras ciudades donde fueron inmolados o caídos, y en una ceremonia presidida por el Sr. Presidente de la República, Dr. Eduardo Santos, el 27 de diciembre de 1940 se colocaron en la cripta del panteón las 12 arquillas que guardaban las cenizas de dichos personajes. Las urnas de mármol fueron conducidas desde el Paraninfo por jóvenes descendientes de los próceres el 15 de octubre de 1940. (CASTRILLON ARBOLEDA, MUROS DE PAPEL, 1986)

Según **Velasco Mosquera 2004** El Panteón de los Próceres se encuentra en la Carrera 7ª entre calles 3ª y 4ª. Construido en 1928, fue restaurado por la Subdirección de Monumentos Nacionales del Instituto Nacional de Vías entre 1996 y 1997. Destinado a ser la sede de la asamblea departamental, fue inaugurado el 27 de diciembre de 1940 con discurso del Maestro Valencia, como recinto sacro para guardar las cenizas de los payaneses ilustres que ayudaron en la formación de la república.

Con planos y dirección de obra inicial a cargo del ingeniero Benjamín Dussán, y terminada por Vicente Caicedo en calidad de ingeniero departamental.

Situado sobre el costado nor – oriental de la gobernación del Cauca, presenta en su fachada un vestíbulo enmarcado por un pórtico de orden corintio, constituido por dos columnas y rematan en capiteles corintios. En su friso se lee “Popayán a sus Hijos Gloriosos”. En él se guardan las urnas cinerarias de: Camilo Torres, Joaquín Mosquera y Arboleda, José María Obando, Tomas Cipriano de Mosquera, José Hilario López, obispo Pedro Antonio Torres, Francisco José de Caldas, Francisco Antonio Ulloa, Miguel Montalvo (Huilense), Miguel Buch (Chocoano), Julio Arboleda, Froilán Largacha, Julián Trujillo, Ezequiel Hurtado y Euclides de Angulo.

En la entrada adornan cuatro placas alusivas a las batallas del Alto y Bajo Palacé (costado norte) y de la ladera y Calibío (costado sur), un Cristo crucificado preside la gran sala acompañado del escudo de Colombia y un vitral con el escudo de Popayán. (VELASCO MOSQUERA, 2004)

Según **Historia Edilicia Unicauca 2002** el Panteón fue gravemente averiado por los efectos del terremoto 1983, la Universidad del Cauca lo restauró en 1985, dándole mejoras estructurales, colocando en el techo una marquesina o cubierta abovedada de vidrios ahumados y destinando el segundo piso para Sede de la Academia de Historia del Cauca; Atrás del Salón Principal, se aprovechó un espacio útil para ensayos de coros, orquestas, reuniones, teatro, en el primer piso hay una gran puerta de madera con dos abas, que conduce al recinto sepulcral, que se encuentra en una semipenumbra, que simboliza paz, recogimiento, respeto y veneración para los que ya duermen su sueño eterno, pero que siempre serán recordados por la huella imperecedera que dejaron por sus ejecutorias notables, realizadas a lo largo de todas sus vidas. Las urnas funerarias, están elaboradas en mármol blanco, evocan el simbolismo de la morada o casa.

Algunos de los próceres están estrechamente ligados a la vida del pasado y a la historia de la Universidad del Cauca, por cuanto en esta casa de estudios se graduaron en derecho, fueron profesores y rectores de la Institución Y todos ellos fueron presidentes de la República, entre ello: Don: Joaquín Mosquera prócer, rector del Alma Mater y presidente de la República, Ezequiel Hurtado, doctor en derecho de la Universidad del Cauca y presidente de la Nación, Julián Trujillo, doctor en derecho de la Universidad y presidente, Froilán Largacha, doctor en

derecho de la Universidad del Cauca. Secretario y profesor de esta institución y Presidente de la República.

En cada esquina, se hallan cuatro grandes pebeteros (tubo) de hierro forjado, en donde se queman perfumes, esencias y/o plantas aromatizantes indicando unción para personajes destacados, altas dignidades y además se puede encender una llama, que simboliza que la vida de ellos se extinguió, más no sus ejecutorias, que son las que los mantendrán siempre vivos, porque sus vidas y sus obras ya pasaron a la posteridad. "En todas las tradiciones, la llama es un símbolo de purificación, de iluminación y de amor espirituales. Es la imagen del espíritu y de la trascendencia, el alma del fuego.

El panteón, simboliza el pasado glorioso de Popayán, identifica a otras personas, a otros hechos, a una historia que ya se escribió.

El horario del Panteón es de martes a domingo de 8:00 a.m. a 12:00 m., y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. El lunes se hace mantenimiento, (algunas veces no se abre el 25 de diciembre, 1º. de enero y 5 y 6 de enero). La entrada es libre, y es más visitado en época de vacaciones y durante la Semana Santa. (UNIVERSIDAD DEL CAUCA, 2002)

De acuerdo a la **Vicerrectoría de Cultura y Bienestar 2014** La sala principal del Panteón está presidida por una imagen de Jesucristo crucificado, escultura colonial tallada en madera, y por el busto del libertador Simón Bolívar, obra realizada en mármol por Pietro Teheraní en 1832. (VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR, 2014)

De acuerdo a **síntesis Guía Panteón de los Próceres 2014** En el Panteón no solo se encuentran los nombres de las batallas que se libraron en Popayán y las placas conmemorativas a sus hijos gloriosos sino que también está la imagen de Jesucristo crucificado, en el recinto central de este edificio, el busto de Simón Bolívar y se conserva la Campana Del Buque Lautaro, en el que pereció en Panamá, en el desarrollo de la guerra de los mil días, el Payanes coronel Carlos Albán, nacido en 1844, pedagogo estadista y científico quien ideó y patentó varios inventos, entre ellos el dirigible, su cuerpo desapareció en el océano.

Además de las ya mencionadas, conmemorativas de la batalla por la independencia se hallan en el recinto las siguientes placas:

A Don María Mosquera y Figueroa y a Don Joaquín Mosquera y Figueroa quienes cumplieron destacado papel por la independencia y en los primeros años de la república, padre y tío respectivamente de Joaquín, Tomas Cipriano, Manuel María y Manuel José, igualmente ilustres ciudadanos.

En el muro del costado norte dos placas registran los nombres del conquistador Sebastián de Belalcázar, fundador de Popayán y de sus compañeros en la empresa.

En el muro del costado sur tres placas contienen los nombres conocidos de los payaneses que perecieron luchando por la independencia.

También se encuentran las placa de las bóvedas que contuvieron en la iglesia de nuestra señora del rosario los restos de don Rafael Arboleda y arroyo patriota y padre de Julio y Sergio Arboleda y los del sabio Francisco José de Caldas en la catedral de Bogotá esta última tiene un texto en latín de don Miguel Antonio Caro cuya traducción es: “Devueltos al nativo suelo en 1905, aquí reposan los restos mortales de francisco José de caldas, investigador pres tantísimo de las ciencias naturales, que cultivo por su propio genio y con sus obras y que encendido en amor patrio, por la libertad de sus conciudadanos, sufrió el martirio en 1816, no sin haber antes recibido los auxilios de la santa religión”.

En otra placa se rinde homenaje al poeta Guillermo Valencia (1873-1943) máximo vate Payanes y figura sobresaliente de las letras colombianos, Dos veces candidato a la presidencia de la república. Padre del ex presidente Guillermo León Valencia (1909-1971) este último pronuncio el discurso de inauguración del Panteón.

El panteón de los próceres es considerado Patrimonio Histórico y Cultural de la Nación. (UNIVERSIDAD DEL CAUCA, 2014)

PARANINFO FRANCISCO JOSE DE CALDAS

- Según la **Vicerrectoría de Cultura y Bienestar 2014** El Paraninfo Francisco José de Caldas aula máxima de la Alma Mater, Su construcción inició en el año de 1892. En 1927, para la celebración de los 100 años de la Universidad, se inauguró en este recinto la obra “Apoteosis a Popayán”, del pintor payanés Efraín Martínez. El óleo de 5,85 x 9,35 metros representa el poema “Canto a Popayán”, del escritor payanés Guillermo Valencia, en esta aula se realizan diferentes actos de la universidad o de entidades gubernamentales, entre otros. (VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR, 2014)

De acuerdo a **Castrillón Arboleda 2007** La construcción del Paraninfo se inició en 1892, y se inauguró el 16 de abril de 1916 en el centenario del fusilamiento del Sabio Caldas y del tricentenario de la muerte de Cervantes. El maestro Guillermo Valencia pronunció en esta ocasión un discurso conmemorativo. En el interior a espaldas del estrado, se encuentra el óleo del pintor Efraím Martínez en el cual se interpreta el poema de Valencia “Canto a Popayán” Grabado sobre mármol. En el muro que da a la calle se encuentra el tríptico impresionista de Andrés Santamaría, del techo cuelga una lámpara en bronce hecha por estudiantes del SENA. Después del terremoto del 83 todo fue protegido y restaurado. (CASTRILLON, MUROS DE BRONCE, 2007)

Según **Velasco Mosquera 2004** En el siglo XIX y XX. Con planos generales de Augusto Aragón y diseño de fachada del arquitecto italiano Luis Chiapinni se construyó el Paraninfo, hasta 1938 reposó en el desaparecido intercolumnio el tríptico de Andrés Santamaría, que hoy lo hace a los pies, el cual fue sustituido por el monumental lienzo del pintor Efraím Martínez. Salón de doble altura y trazo rectangular en sentido norte- sur, se sitúa en la zona central del costado sur del Claustro de Santo Domingo. Acceso por los costados occidente – rectoría y oriente – Facultad de Derecho (antes facultad de contaduría) debido al cierre del principal por razones acústicas y para reubicar en dicho costado el Tríptico de Santamaría. Está adornado con pilastras de orden jónico, donde se sienta una bóveda deprimida acabada en material acústico de color negro.

En la parte alta se abren en cada costado siete balcones sin puertas con barandal de hierro forjado, los dos últimos balcones del costado occidental presentan vitrales.

Flanqueando el estrado, está escrito en lapidas de mármol distribuidas en ambos costados el poema “Canto a Popayán” del maestro Guillermo Valencia, junto al poema “Alma Mater”.

- Fachada eclíptica de influencia neoclásica y trazo simétrico que coincide con el de la planta general. . (VELASCO MOSQUERA, CONSIDERACIONES SOBRE LA ARQUITECTURA DE POPAYAN, 2015)

Según **Universidad del Cauca 2015** La apoteosis a Popayán fue encargada al maestro Efraím Martínez por la Asamblea Departamental en 1938, para ser obsequiada a la ciudad con motivo de la celebración del cuarto centenario de su

fundación por Don Sebastián de Belalcázar (1537). Este cuadro al óleo que adorna el Paraninfo de la Universidad del Cauca, se inspiró en el poema “A Popayán” de Guillermo Valencia, en el cual se representa varios periodos históricos por los que ha pasado Popayán desde la colonia hasta la independencia, y aparecen varios de sus hijos ilustres, presidentes y mártires de la causa independentista. Y el Tríptico de Andrés Santamaría A partir de la inauguración del Paraninfo Francisco José de Caldas, en la pared frontal estuvo ubicado el Tríptico de Andrés Santamaría, pintor bogotano, de mitad del siglo XIX, quien vivió y trabajó la mayor parte de su tiempo en Europa. La obra es muestra de la Escuela Impresionista, fue realizada en 1913 por solicitud del entonces rector Alfredo Garcés, quien la encargó para el acto de inauguración del lugar; por sus calidades y trascendencia del artista fue elevado a la categoría de Patrimonio Nacional, se ejecutó al óleo sobre lienzo y es una elegía poética de las bellas artes: la Música, la Ciencia y la Pintura. (Taller Editorial Universidad del Cauca, 2015)

De acuerdo a **García Quintero 2015** en el libro Visiones alternativas del Patrimonio Local / Crítica cultural de la pintura “Apoteosis a Popayán” de Efraím Martínez; El autor del artículo hace un análisis de la composición artística del maestro Efraím Martínez “Apoteosis a Popayán”, la cual tardó 20 años en terminarla (1935 – 1955). Dicha obra es considerada para muchos como el símbolo artístico más representativo del ideal de los nobles e ilustres miembros de la sociedad republicana payanesa de mitad del siglo XX. Admirada y a la vez criticada por su belleza y representatividad, se convierte en un referente que intenta determinar la identidad urbana de los habitantes de Popayán.

La pintura que cuenta con 60 personajes entre reales e imaginarios, detalla cuatro momentos de la historia del nuevo mundo, haciendo alusión al periodo precolombino, Conquista, Colonia y la República, en un contexto mítico cargado de simbolismos que sitúa al mismo tiempo a Popayán en un entorno natural. (QUINTERO, 2015)

INTERPRETACION DEL PATRIMONIO

Según **Blaya Estrada 2004** en el documento sobre La interpretación del patrimonio como herramienta para la conversión del recurso patrimonial en producto turístico cultural; La interpretación nos proporciona, productos y/o recursos que necesitan de un hilo conductor que los convierta en parte integrante de una oferta cultural rica y variada que permita disfrutar de una experiencia única

y diferenciada tanto al turista que visita el lugar atraído por la cultura como el gran público; y ese hilo conductor, que descubrirá el patrimonio, lo mostrara como algo compatible con el ocio y genera un interés por la cultura además de revelar al público el sentido y el significado de un lugar, insertarlo dentro de una historia de un argumento que se convierta en el hilo conductor de todo el discurso interpretativo, hacer que sea ameno y atractivo y que conecte adecuadamente los recursos y productos culturales. Convertir la visita en una vivencia que a la larga contribuirá a propiciar el encuentro entre patrimonio y sociedad, guiando directamente al público a ese recorrido de descubrimiento; un encuentro real y diferente entre el visitante y el patrimonio convirtiéndola en una experiencia única y enriquecedora. (ESTRADA, 2004)

De acuerdo a **Jorge Morales Miranda 2015** Cuando protegemos algo es porque tiene un significado importante, unos valores que les confieren atributos patrimoniales, que hemos recibido en herencia y tenemos la responsabilidad de usarlos correctamente para legarlos a las futuras generaciones, símbolos de ideales, triunfos o tragedias y desgracias humanas, en definitiva, los consideramos como recursos patrimoniales.

Los visitantes tienen sus propios intereses personales (muy variados), el desafío consiste en poner en común o “conectar” estos intereses con los significados profundos del recurso patrimonial visitado, intelectual y emocionalmente, para que los disfruten y aprecien”, le encuentren un valor personal y su experiencia (la visita) sea más enriquecedora y gratificante. Un aspecto fundamental de la estrategia consiste en saber quiénes son los visitantes, cómo varían, qué traen en sus experiencias vitales, y cuáles son sus intereses y preferencias, para ajustar y realizar estratégicamente la intervención, produciendo significados en la mente de los Visitantes, (Provocación del pensamiento).

La interpretación es un esfuerzo, de creatividad y de planificación, la esencia de ésta radica en el mensaje, en cómo se redacte o se presente al público, aunque el medio de comunicación utilizado y el entorno también juegan un papel importante, es preciso saber cómo las personas *obtienen, organizan y almacenan* la información en sus estructuras mentales, reforzando sus creencias (convicciones) o produciendo otras nuevas, ésta es una de las principales aportaciones metodológicas a la interpretación, y postula que la interpretación tiene que ser amena, pertinente, ordenada, temática; teniendo en cuenta que el destinatario de la interpretación puede estar dentro de un público cautivo o no cautivo (no está obligado) La obligada “brevedad” es otro de los obstáculos que tiene que salvar la interpretación, la cual debe tener los siguientes componentes, un guion atractivo,

Mensaje Comprensible y relevante al ego, Un Guión Lógico y Una Idea Central o Tema Interpretativo. (MORALES, 2015)

Según **Martha, Elena, & Marla, 2011** hoy no se venden servicios, se venden vivencias capaces de generar emoción, afectos y sensaciones. De ahí, que el desarrollo de productos turísticos deba realizarse dentro de una economía de la experiencia, de la diversión, del juego, del espectáculo y de los viajes, muchos guías no diferencian entre un autobús que lleva médicos, arquitectos, historiadores o estudiantes de turismo pues estos no analiza quiénes son las personas que lo escuchan, no figuran edades, ni profesiones; menos, sus temas de interés; Este guía cree que su misión es exponer todo su “saber” frente a cada sitio turístico. Considera que la eficiencia de su trabajo se mide en el volumen de información que ofrece. Luego se despide de los turistas y seguramente no se pregunta ¿qué aprendió cada visitante?, ¿Para qué les sirvió la información proporcionada?, ¿Cambió en algo su vida?

El público que está en su tiempo libre no está obligado a poner atención, por tal motivo, es preciso no perder de vista a aquél que va a divertirse, a pasar un rato agradable en contacto con el patrimonio. Los visitantes buscan algo valioso para ellos mismos, por ello, acuden a parques, museos y espacios culturales e históricos; además, por naturaleza los humanos necesitan darle sentido o significado a sus experiencias. Los visitantes no desean únicamente algo para mirar, sino para maravillarse, por tal razón, la forma de exponer los recursos debe encender la chispa de la curiosidad, pues los recursos poseen secretos listos para descubrirse.

Transformar un recurso patrimonial en un atractivo turístico requiere utilizar todas las herramientas al alcance para despertar el interés del público visitante, para hacer sencillo lo complejo sin perder el rigor. (MARTHA, ELENA, & MARLA, 2011)

De acuerdo a **Juan José Hervías 2011** Cree adecuado implementar técnicas y principios que posee la interpretación del patrimonio, que centra su interés en el receptor del mensaje más que el objeto, a través de museografía didáctica, entre otras técnicas.

-Hay desconocimiento subvalorado de la disciplina entre gestores culturales. (Se tiende a confundir con gestión cultural).

-Falta formación específica de los profesionales y de ofertas académicas que los capaciten.

-Las técnicas de comunicación que utiliza la interpretación del patrimonio ayudan a mediar entre el desconocimiento del visitante y las verdaderas intenciones del

artista, produciéndose de esta forma un verdadero acto de comunicación. La interpretación propone un discurso igual de riguroso y científico pero comunicativamente más efectivo.

- -Se necesita una serie de claves para descifrar el mensaje que el artista nos ha querido enviar. Sin ellas la visita a un museo supone deambular por las salas con un catálogo en mano, leyendo fechas nombres y datos triviales. Quien se acerque a la obra debe poder acceder a todas las herramientas que le permitan adentrarse en ese mundo secreto que nos propone el artista. (HERVIAS BEORLEGUI, 2011)

Según **Cruz & Tehuay, 2013** Ser un intérprete del patrimonio natural y cultural implica conocer, entender y utilizar un conjunto de métodos y técnicas basados en la comunicación con el fin de que el visitante reconozca y sienta los espacios desde su propia experiencia, para permitir que el espacio revele por sí mismo y directamente sensaciones, sentimientos y entendimiento.

Pasos para el proceso interpretativo:

1. Seleccionar un lugar, objeto, personaje o acontecimiento sobre el cual se quiera destacar su significado.
2. Identificar los significados intangibles que surgen de ese patrimonio tangible.
3. Identificar conceptos intangibles que representen valores universales.
4. Identificar a la audiencia.
5. Escribir un enunciado que represente lo esencial de ese recurso. Conviene incluir un concepto universal.
6. Seleccionar las técnicas interpretativas adecuadas para facilitar las oportunidades de conexión con los significados por parte del público.

Utilizar el enunciado para organizar oportunidades de conexión y desarrollar las ideas secundarias de forma coherente. (LAZZO CRUZ & ARROSPIDE TEHUAY, 2013)

De acuerdo al **Proyecto INTEPA 2006** “La interpretación del Patrimonio es el arte de revelar in situ el significado del legado natural, cultural o histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio”. Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP).

Según Jorge Morales y Sam Ham (2008), ocurre en tres niveles:

1. Basado en el conocimiento científico, materia prima para la elaboración del mensaje.

2. Traducir esos conocimientos científicos a un lenguaje comprensible y ameno, utilizando las técnicas de la disciplina.
3. Se produce en la mente del público, quien elaborara sus propios significados.

Hay otras definiciones acerca de la interpretación del patrimonio que se trata de un proceso comunicativo, cuyo fin es ayudar a las personas a establecer conexiones emocionales e intelectuales con el recurso que está siendo interpretado, sea natural o cultural.

Se contempla la planificación interpretativa y sus fases, los medios y programas interpretativos, la evaluación del plan o programa, este caso; al igual que los pilares de la interpretación, se hace un recuento de que es el patrimonio cultural, como se debe llevar a cabo el proceso comunicativo, y cuáles son las características del mensaje, entre otros aspectos importantes a considerar en la disciplina de la interpretación del patrimonio. (INTEPA, 2006)

Según **Araceli Serrantes Pazos 2010** la Interpretación del Patrimonio “TILDEN definía esta disciplina como “una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, medios ilustrativos y facilitándoles experiencias de primera mano, experimentando con los objetos y lugares, bien con medios que permiten entender el alma del lugar.

- Intenta que la información llegue a la cabeza y también al corazón, produciendo conexiones entre los visitantes y el lugar:

-Se basa en la inducción en el visitante de nuevos significados de alto valor a través del mecanismo de la comprensión; convierte al público en personas motivadas y receptivas para entender por qué y cómo se puede conservar el patrimonio.

Tenemos que tener en cuenta que mucha de la gente que se dirige a estos espacios no tiene previsto hacer uso de ningún servicio divulgativo, ni quiere “perder tiempo” en informarse, sólo quiere disfrutar del lugar; el primer reto que se presenta como conservador es conseguir que estén abiertos a propuestas y sugerencias, y la IP utiliza la provocación para que nadie se quede indiferente.

TILDEN resume en seis principios la metodología para hacer una buena IP

1. Cualquier IP que no relacione lo que se muestra o describe con algo que está en la personalidad o en la experiencia del visitante, será estéril.

2. La información, simplemente, no es interpretación. La IP es revelación basada en la información, aunque son cosas completamente diferentes. Pero, toda IP incluye información.
3. Es un arte, que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presentan sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma.
4. El objetivo principal no es la instrucción, si no la provocación.
5. Debe intentar presentar un todo en lugar de una parte, y debe estar dirigida al ser humano en su conjunto, no a un aspecto concreto.
6. La IP dirigida a niñas y niños (hasta los doce años) no es una simplificación de la presentación a las personas adultas, si no que tienen un encuadre diferente. Para obtener el máximo provecho, necesitará un programa específico.

Para John VEVERKA (1994), los objetivos que debemos perseguir para un PI responden a tres categorías: objetivos educativos (lo que deberían conocer como resultado de la interpretación), objetivos emocionales (lo que deberían sentir) y objetivos conductuales (lo que deberían hacer). (Pazos, 2010)

De acuerdo a **Jorge Morales Miranda 2004** La palabra interpretación tiene varias acepciones, es un proceso de comunicación de carácter creativo entendido como el arte de revelar el significado e importancia del legado histórico, al visitante que está en su tiempo libre en un lugar de interés patrimonial, para que lo comprenda, lo aprecie, disfrute y contribuya a su conservación.

La IP analiza diversas necesidades y oportunidades, proponiendo soluciones racionales y variables las cuales deben estar fundamentadas en un proceso de planificación interpretativa la complejidad del proceso es variable dependerá de la escala a la que vayamos a trabajar, Lo que sí está claro es que debemos planificar para conseguir algo nuevo, distinto, y enriquecedor, definirlo desde el principio. Estas pueden ser las finalidades esenciales de la planificación interpretativa.

La mejor descripción es la que hace años propusieron Badaracco y Scull 1978:

- Reunir y analizar la información acerca del lugar a interpretar.
- Analizar y definir quiénes serán los destinatarios de los servicios interpretativos.
- Seleccionar y desarrollar los medios y las estrategias comunicacionales que mejor transmitan el mensaje del lugar a ese público concreto.
-

Etapas o esquema secuencial oportuno para seguir al momento de la interpretación del patrimonio.

Situación inicial.

1. Formulación de objetivos de planificación.
2. Recopilación de información.
3. Análisis.
4. Síntesis.
5. El plan
6. Ejecución
7. Evaluación y seguimiento

OBJETIVOS DE LA PLANIFICACIÓN

(De Gestión) Diseñar un servicio de interpretación que contribuya a un mejor uso del espacio por parte de los visitantes.

(De Servicio) Prever la infraestructura y las necesidades de personal para una óptima ejecución de los servicios interpretativos.

(De Comunicación) Incrementar el conocimiento del público acerca de los riesgos ante los expolios y saqueos.

Usuarios de la interpretación

Esto sería entre otros aspectos lo que debemos analizar del visitante real y potencial

- Patrones de visitas (época ,horarios, uso del espacio)
- Duración de la visita. (prevista y aceptable)
- Tamaño estructura y tipo de grupos.
- Grupos especiales (discapacitados, científicos, tercera edad, etc.)
- Características socioeconómicas
- Conocimientos o experiencias previstas del visitante
- Procedencia
- Tipo de viaje (de paso, hacia otro lugar, fin de semana, vacaciones)
- Repetición de visita
- Necesidades especiales (rampas, para sillas de ruedas, servicios higiénicos)
- Intereses del visitante (conocimiento, recreación, deporte, etc. (MORALES MIRANDA, 2004)

Según la **Vicerrectoría de Cultura y Bienestar 2014** se debe: Potenciar y fomentar la colaboración entre los museos como forma habitual de trabajo para aprovechar en común recursos, esfuerzos, conocimientos y experiencias.

Para desarrollar esta estrategia planteamos las siguientes actividades:

-Contar con un acceso directo desde la página de internet de la universidad a la web de los museos y que esta página a su vez esté conectada con las redes sociales de auge como Facebook, Twitter, Google +, Pinterest, Youtube, entre otras, en las que se anuncian las actividades que realizarán los museos, con esto buscamos ampliar la información y llegar a los diferentes estamentos de la universidad.

-Utilizar el correo institucional como fuente de información.

-Museo en vivo, teniendo en cuenta que la universidad cuenta con una emisora radial y un canal de noticias se podrá hacer transmisiones en vivo desde los diferentes museos.

-Permitir exposiciones por parte de los alumnos de la facultad de artes de sus trabajos realizados en los museos para atraer la atención de la comunidad universitaria en general.

-Los estudiantes del programa de música para que realicen pequeños conciertos para ambientar el lugar y así capturar la atención de estudiantes, profesores y administrativos que les guste este tipo de actividades.

-Promocionar la tienda universitaria por medio de publicidad en carteles, plegables, volantes y voz a voz.

-Realizar exposiciones itinerantes en las facultades de la universidad que contengan piezas llamativas de los museos, con esto se logrará llamar la atención de los universitarios que posteriormente querrán visitar los museos. Esto radica principalmente en la oportunidad de salir de las fronteras físicas que contienen al museo y así hacer que su campo de acción no sea tan limitado.

-Tardes de cine: con la ayuda del programa de Comunicación Social, en la que utilizando el espacio de los museos se pueda proyectar una película acorde con algún tema cultural.

-Desarrollar conversatorios en cada uno de los museos dependiendo de su temática individual, invitando a los programas que podrían estar interesados en cada uno de los temas abordados, donde puedan interactuar docentes y estudiantes y que sean provechosos para su formación profesional.

-Noches de museo: Programar recorridos de exposición, compartiendo con los visitantes los tesoros y secretos que guardan estos lugares. Terminando con una reunión donde se compartan comentarios y experiencias, y donde el ambiente del lugar este organizado para disfrutar de una amena noche.

-Crear recorridos vivos, donde los guías estén caracterizados con trajes y actuaciones de la época o del tema del museo en particular. Buscar personas con conocimiento histórico y teatral que representen las vivencias, hechos, costumbres

y teorías que nos cuentan las exposiciones, para hacerlo de una manera entretenida y agradable ante los ojos del espectador.

-Los dos museos y el monumento como Panteón de los Próceres y Sala Insigne deben unirse y trabajar conjuntamente para celebrar el día internacional de los museos y del Patrimonio Cultural. Realizar una actividad en simultánea donde se cuente la historia, el legado, y la importancia de cada uno para la comunidad. Apropiando de todo esto a docentes, estudiantes y funcionarios e invitándolos para que conozcan los demás museos con una pequeña representación de lo que allí encontrarán, promoviendo e incentivando su visita.

De acuerdo a la **Asociación para las Interpretación del Patrimonio (AIP) 2006** la interpretación tiene aspectos emocionales y artísticos intangibles que son muy difíciles de evaluar.

EL PROCESO: ANTES, DURANTE Y DESPUÉS

Toda intervención o práctica interpretativa debería provenir de un proceso de planificación previo, Por lo tanto, los momentos que abordaremos en la descripción de estas recomendaciones son:

- 1) Planificación
- 2) Diseño
- 3) Fabricación/instalación
- 4) Intervención/desarrollo de los servicios interpretativos
- 5) Evaluación

La forma de anotar la valoración será mediante un abanico de puntuaciones. (BIENESTAR, 2014)

Para **Arturo Crosby 2011** La interpretación, es un proceso de comunicación, diseñado para revelar el significado y los vínculos existentes, entre el Patrimonio Natural o Cultural y los intereses específicos del público objetivo.

Para ello, no se precisa, de grandes infraestructuras, ni equipamientos, sino creatividad e innovación, después de tener muy claro y definidos, los objetivos que se persiguen (tema muy olvidado y confundido). Es importante tener en cuenta que la aplicación de estas técnicas y metodología (Plan Interpretativo) es una herramienta que genera una gran rentabilidad en las visitas, no requiere grandes inversiones económicas, pero si una importante inversión en formación de los recursos humanos implicados, esta es la clave del éxito.

En la interpretación, es más importante la comunicación, que el contenido, en sí. Y por tanto es necesario conocer el público objetivo, es decir los diferentes

segmentos de la demanda turística, identificando sus motivaciones, expectativas y entorno de referencia (social y cultural).

En contra de la guianza o visitas convencionales, donde se ofrece un contenido informativo, sin conocer el interés, expectativas, etc. del público visitante. La interpretación, consigue o debe conseguir despertar el interés por la información presentada; relacionar el valor del mensaje, con las necesidades específicas de los segmentos de la demanda y emplear la creatividad, en la presentación del mensaje.

La interpretación es una técnica de comunicación, eficiente, que puede permitir, conseguir aplicar un proceso educativo, si es ese, el objetivo deseado. (CROSBY, 2011)

De acuerdo a **Fernández Balboa 2013** La interpretación, es la herramienta que puede conseguir que el público común y corriente comprenda el significado del sitio que está visitando. Es la estrategia ideal para brindar el “sentido de lugar” a los visitantes, y puede reforzar la identidad y el “sentido de pertenencia” en los habitantes locales.

La interpretación no está en los letreros, ni en los folletos, ni en el discurso del guía... ahí sólo está *nuestra intención de interpretar*. La interpretación ocurre dentro de la cabeza de los visitantes, lo que equivale a decir que los significados los tiene que poner el propio visitante, a la luz de sus experiencias pasadas o su nivel de instrucción. Por lo tanto, lo más importante es CÓMO se le cuenten las cosas... esto es casi más importante que el QUÉ se le cuente (aunque siempre con rigor y exactitud). Así, el éxito de la interpretación radicará en el “estilo” del lenguaje que se utilice, además de la estética de los materiales e infraestructuras (tipo de letra, tamaño, color de fondo, materiales utilizados) y, por supuesto, también dependerá de la pericia de los guías. Como dice Wagar (1976), la interpretación no será efectiva a menos que:

- a) *atraiga y mantenga* la atención del visitante;
- b) éste *entienda y retenga* cierta información;
- c) que gracias a esa información *adopte una actitud positiva*; y
- d) se observe en él *un cambio permanente de comportamiento*.

Además de conocer su significado y sus propósitos, para su puesta en práctica debemos considerar los **principios de Freeman Tilden** (1957),

-La interpretación debe provocar atención, curiosidad e interés en la audiencia. -
Debe *relacionarse* con la vida cotidiana del visitante.

- Debe *revelar la esencia* del significado del lugar u objeto.
- Debe unir las partes en un *todo*.
- Es un *arte*, por lo tanto, debe producir un impacto en el público.
- La interpretación tiene que intentar *ir más allá del mero hecho de la visita* (Morales, 2000).

Según Fernández Balboa un Museo es “*una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, que preserva los bienes materiales del hombre y su entorno. Los adquiere, conserva y comunica con el objetivo de educación, disfrute y deleite*”.

La interpretación del patrimonio debería ser una herramienta para revertir esta tendencia, ya que la forma “no personalizada” de practicar esta disciplina involucra directamente a los museos y centros de visitantes. Por lo tanto, los museólogos deberíamos ser mucho más proclives a practicar la interpretación que ha demostrado ser exitosa en países de culturas tan variadas como Estados Unidos, España, México o Costa Rica.

Para cumplir con los principios y características de la interpretación, los museos deberían modificar sus muestras y replantearse algunas de sus tareas pedagógicas. En muchas ocasiones, tal vez en forma casual, éstas están centradas en cumplir con las tres estrategias de la disciplina: la participación, la animación y la demostración. (FERNANDEZ BALBOA, 2013)

De acuerdo a **Thorsten Ludwig 2014** La interpretación del patrimonio utiliza una serie de medios, pero está en su máxima expresión cuando hay contacto directo de persona a persona.

Los cuatro ases son el resultado de la conexión de los cuatro elementos del triángulo el intérprete, el fenómeno, los participantes y la frase-tema – y su función es:

- Promover la motivación por nuestro patrimonio
- Transformar fenómenos en experiencias
- Entrar en un intercambio con los participantes
- Dirigir los hechos hacia temas con significado

Es un objetivo importante de cualquier actividad interpretativa inspirar a los participantes hacia este cometido global, y permitir que cada uno experimente a su manera particular cada lugar.

Nuestra propia personalidad juega un papel crítico en el guiado interpretativo –Las experiencias personales suelen ser más emotivas para los participantes que la información objetiva de los hechos. Y la impresión que como guías dejamos con nuestra participación contribuye significativamente al éxito de una charla interpretativa o una caminata.

Para hacerlo, debemos ser capaces de jugar diferentes roles. Los guías interpretativos argumentan, escuchan y median, explican, inspiran y animan, pueden aumentar la tensión o fomentar la relajación, y siempre apoyan a sus participantes en su asombro ante las nuevas revelaciones. Crean una pequeña pieza de teatro, un drama memorable que refuerza los mensajes y recuerdos. (Ludwig, 2014)

ANEXO 4: FORMATOS ENCUESTA



ENCUESTA DE SATISFACCION TURISTICA 2016

VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR

DIVISION GESTION DE LA CULTURA

PRACTICA PROFESIONAL

“Diseño de un Programa de Interpretación del Patrimonio Cultural de la Universidad del Cauca para: la Casa Museo Mosquera, Panteón de los Próceres, Paraninfo Francisco José de Caldas”

GENERO M F

EDAD

LUGAR DE PROCEDENCIA

PAIS / CIUDAD:
REGION / DEPTO:

NIVEL DE ESTUDIO

Primaria	Bachiller	
Técnico	Tecnólogo	
Profesional	Magister	
Doctorado	Especialista	

1. ¿Usted cómo se enteró de este sitio patrimonial?

Medios de comunicación	
Referencias Familiares	
Amigos o conocidos.	
Folletos turísticos.	
Recorridos turísticos.	
Coincidencia en tiempo-espacio.	
Otros, ¿Cuál?:	

2. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

Cultura general	
Recreación por Conocer	
Otro ¿Cuál?:	

3. Califique de 1 a 10 el nivel de cumplimiento de sus expectativas durante la visita

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. ¿Tuvo usted un guía durante este recorrido?

SI	NO
----	----

5. La atención que recibió del guía fue de su agrado?

SI	NO
----	----

6. De 1 a 10 ¿cómo califica la información que recibió del guía?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. De 1 a 10 ¿cómo califica usted los medios informativos de este lugar? (folletos, infografía, páginas web, videos, fichas informativas, actividades guiadas, etc.)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. ¿Usted había visitado antes este lugar patrimonial?

SI	NO
----	----

¿En qué mes lo hizo?

9. ¿A través de que otros medios le gustaría recibir una guía turística?

Aplicaciones tecnológicas (juegos, realidad aumentada audio guías, proyecciones)	
Recorridos teatralizados	
Nuevos Folletos	
Otro ¿Cuál?:	

10. ¿Cuáles de estos temas son más relevantes para su interés?

Conquista	
Colonia	
Independencia	
República	
Todos los anteriores	
Ninguno	
Otro ¿Cuál?:	

11. ¿Recomendaría este lugar a otras personas para que lo visiten?

SI	NO
----	----

Observaciones y /o sugerencias:

Muchas gracias por su información.
Esperamos que la estadía en esta ciudad sea de su agrado, regrese pronto.



TOURIST SATISFACTION SURVEY 2016

VICERRECTORIA DE CULTURA Y BIENESTAR

DIVISION GESTION DE LA CULTURA

PROFESSIONAL PRACTICE

“A Desig of a Program of Interpretation of Cultural Heritage of The University of Cauca for: La Casa Museo Mosquera, Panteón De Los Próceres, Paraninfo Francisco José De Caldas”

Gender M F

Age

PLACE OF ORIGIN

COUNTRY / CITY
REGIÓN / DEPARTMENT

EDUCATION BACKGROUND

Primary	High School	
Technical	Technology	
Professional	Magister	
Ph.D	Specialization	

1. ¿How did you hear out about this place?

Means of communication	
Relatives	
Friends	
Brochures	
Touristic journeys	
Coincidence	
Others	

2. ¿What was the purpose of your visit?

General Knowledge	
Recreation	
To know	
Other:	

3. On a scale 1 to ten being the most positive how was the level of fullfillness of your visit

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. ¿Did you have a tour guide?

YES	NO
-----	----

5. ¿Did you like the guidance?

YES	NO
-----	----

6. On sacale 1 to 10 being 10 the most positive how was the information given by the tour guide?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. On sacale 1 to 10 being 10 the most positive, how do you grade the means of communication in this place? (Brochures, Computer graphics, web sites, videos, factsheets, guidance, etc.)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. ¿Have you vistited this place before?

YES	NO
-----	----

¿When did you visited?

9. ¿What other means of communication would you like to receive a tourist guide?

Technological applications (Games, argumente reality, audio quides, projections)	
Dramatized tours	
New brochures	
Other:	

10. ¿Which of these issues are most relevant to your interes?

Conquest	
Colony	
Independence	
Republic	
All above	
None	
Other:	

11. ¿Would you recommend this place?

YES	NO
-----	----

SUGGESTIONS:

Thanks for your attention
 .Enjoy your stay in this city and come back soon

**ANEXO 5: REGISTRO FOTOGRAFICO APLICACIÓN DE ENCUESTAS
CASA MUSEO MOSQUERA**



Fuente: grupo de trabajo

PARANINFO CALDAS



Fuente: grupo de trabajo.

PANTEON DE LOS PROCERES



Fuente: grupo de trabajo.

ANEXO 6: ACTIVIDADES DE PRESOCIALIZACION Y CAPACITACION VOLUNTARIADO SEMANA SANTA

LISTADO DE ASISTENCIA

REUNIÓN INFORME PARCIAL PRÁCTICA EMPRESARIAL "DISEÑO DE UN PROGRAMA DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA: PARA LA CASA MUSEO MOSQUERA, PANTEÓN DE LOS PRÓCERES Y PARANINHO FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Lugar: Panteón de los próceres

Fecha: 4 de marzo de 2016

Nombre	Cargo	Dependencia	Firma
Daniela Fernanda Obato	estudiante		Daniela F. Obato
Paola Andrea Ramos	Estudiante		Paola Ramos
Gustavo Fátis	Prof. Especializado	Div. Cultura	Gustavo Fátis
Francisco L. del	Tec. Acb	Digeacb	Francisco L. del
José Esteban Erazo	Quemador de Sólidos	Postgrado	José Esteban Erazo
Alejandro Gre	Director	Fund. Menores y Jóvenes	Alejandro Gre
Luz Stella Velandy G	Docente Investigadora	FCCEA - Ciencias Sociales	Luz Stella Velandy G
Lorena Andrade	Estudiante - Pasante	FCCEA - Turismo	Lorena Andrade
Mónica Imbachi H.	Estudiante - Pasante	FCCEA - Turismo	Mónica I.

CAPACITACIÓN VOLUNTARIOS SEMANA SANTA 2016
 PROGRAMA VOLUNTARIADO SOCIAL UNIVERSITARIO
 UNIVERSIDAD DEL CAUCA.

Lugar: Auditorio Alcañía

Fecha: 8 de marzo 2016.

Hora: 6:30 PM

NOMBRE	Cargo	Programa	Firma
1 Darwin Hoyos	Voluntario	Lic. lengua Castellana e Ingles	DARWIN HOYOS
2 Keilyn Vanessa	Estudiante	Licenciatura. Leng C e Ingt.	VANESSA BURBANO
3 Sandra Carolina Astudillo R.	Estudiante	Lic. lengua Castellana e Ingles	Carolina Astudillo R.
4 Brandon Staelig Celorera	Estudiante	Lic. lengua Castellana e Ingles	Brandon Staelig Celorera
5 Angre Vanessa Rodriguez	Estudiante	Lic. lengua Castellana e Ingles	Angre Vanessa Rodriguez
6. Uzeih Andrea Montenegro	estudiante.	Lic. lengua Castellana e Ingles	Uzeih Andrea Montenegro
7. Juan David Polintara	estudiante	Ing. Avionica Industrial	Juan David Polintara
8. Francisco J Burbano O.	Estudiante	Lenguas Modernas	Francisco Burbano
9. Karen Daiana G.	Estudiante	Lenguas Modernas	Karen Gonzales
10 M ^{ra} Alejandra Martinez G.		Fono audiológica	Alejandra Martinez
11. Juliana Quinayas Luna		Lic. Ciencias Naturales	Juliana Quinayas
12. Melissa Rodriguez	Soñez	Enfermeria.	Melissa Rodriguez
13 Camilo Andrés Menezes	Soñez	Enfermeria	Camilo Menezes
14. Diana Marcela Hurtado Garcia	Estudiante	Enfermeria	Diana Hurtado
15 Diego Losado A.	Estudiante	Eng. Ambiental	Diego Losado
16. Jhennatten Mamín J.	Estudiante	Ing Ambiental	Jhennatten Mamín
17. Mónica Gantón P.	Estudiante	Ing. Ambiental	Mónica Gantón
18 Xiomara Alejandra Ibarra B.	Estudiante	Contraloria Pública	Xiomara A Ibarra
19. Gustavo Adolfo Pino H	Estudiante	Ing. Ambiental.	Gustavo Pino
20. Victor Hugo Fernandez	Estudiante	Ing Automática	Victor Hugo Fernandez
21. Luis Fernando Acosta	Estudiante	Ing. Electronica.	Luis Fernando Acosta
22. Ederia N. Ibarra Martinez	Voluntario	Ing forestal	Ederia N. Ibarra
23. Adriana Isabel Fernandez	Estudiante	Ing. Ambiental.	Adriana Isabel Fernandez
24. Arimison Alejandro Acosta P.	Estudiante	Ing Ambiental	Arimison Alejandro Acosta
25. Alejandra Naranjo Nambrocy	Estudiante	Fisioterapia	Alejandra Naranjo N.
26. Nelson David Lemus P.	Estudiante	Fisioterapia	Nelson David Lemus
27. Samuel Martinez Bravo		Admon Empresas	Samuel Martinez
28. Sara Lucia Martinez	Bravo	Lenguas modernas	SMB.

29. Andrés Felipe Maca Ruiz	Estudiante	Turismo	a. Felipe Maca Ruiz
30. Mauricio Manrique	Estudiante	Derecho	Mauricio Manrique
31. Esteban Jaime Martínez	Estudiante	Electronica	Esteban J. M.
32. Leidy Yobano Perez F	Estudiante	Ing. Ambiental	Yobano Perez F
33. Katherin Gomez G.	Estudiante	Ing. Electronica.	Kt. Gomez.
34. Rene Zemanate	Estudiante	Lenguaje M	Rene Zemanate
35. Adriana Concha Ruiz	Artisana	Corporacion Arbo	Adriana Concha Ruiz
36. Julian Prada M.	Artisano	Corporacion Arbo	Julian Prada M.
37. Conxelo Yungana	Artisana		Conxelo Yungana
38. Maria Yungana Castelló			Maria Yungana Castelló

Fanny Hoyos Fanny 2012-H@Hotmail.com.
 H² del com Yungana comerciantes.
 *CORPORACIONARBO@GMAIL.COM