

# *Método a dos voces: la construcción de múltiples miradas en la educación en el Museo del Oro*

Eduardo Londoño L. Museo del Oro, Banco de la República

---



Fotografía Gerardo Reichel Dolmatoff.  
Archivo Biblioteca Luis Angel Arango del  
Banco de la República.

**Abstract:** Two contradictory voices can be heard inside the head when communicating from a contemporary museum: positivism vs. post-modernism, behaviourism vs. constructivism. The post-modern school of thought deconstructs the museum's messages, but it is traumatic to be the person who constructs them and at the same time is capable of deconstructing them. The two voices method aims to make this a conscious situation and to send out a message that is based on the particular theme of the museum (archaeology, in the case of Colombia's Banco de la República Gold Museum), but which at the same time goes beyond this and reaches out to touch the life of every person, and issues which present-day society reflects on.

**Resumen:** Al practicar la comunicación desde un museo contemporáneo se oyen dos voces internas que se contradicen: el positivismo vs. el postmodernismo, el conductismo vs. el constructivismo. La academia postmoderna deconstruye los mensajes del museo, pero es traumático ser quien los construye y a la vez estar en capacidad de deconstruirlos. El método a dos voces propone hacer esta situación consciente y emitir un mensaje que parta del tema propio del museo (la arqueología, en el caso del Museo del Oro del Banco de la República de Colombia) pero que vaya más allá, hasta tocar la vida de cada individuo y los temas de reflexión de la sociedad actual.

La transformación del Museo del Oro del Banco de la República en un museo para el siglo XXI tiene y tendrá en los años por venir un alcance mayor de lo que cada persona en su interior pudo imaginar cuando se inició el proceso hace diez años. No se podía prever entonces cómo sería de compleja la obra de arquitectura o cómo se resolvería la museología que hoy finalmente se ofrece a la vista del público; pero no conocemos todavía el final de otra transformación que tocará a cada integrante del equipo del Museo: un cambio de mentalidad, un cambio cultural que está lejos de terminar:

Todo antropólogo puede decir cómo es de difícil un cambio cultural. Pero no es cierto: cuando se lo vive es muchísimo más difícil. El proceso que la oficina de Servicios Educativos inició en 1996 y que internamente llamamos “nuestro psicoanálisis” significó años de ensayos, de dudas, de triunfos nunca entendidos por el entorno y de conferencias fallidas. Este artículo busca compartir la reflexión y el método al que finalmente hemos llegado, y que sin duda le servirá a muchos en su propio proceso de comunicar desde un nuevo Museo.

### *Dos paradigmas opuestos*

Como en un psicoanálisis feliz, en un instante de lucidez nos dijimos: “Esas dos voces contrapuestas que nos persiguen, que nos conflictúan y nos desgarran, ¿qué pasaría si las dejáramos hablar?, ¿qué dirían si las escucháramos?”. El método consiste, justamente, en hacer consciente ese diálogo de locos que surge cuando se vive un cambio entre dos paradigmas.

#### **Nota 1.**

Este artículo es la compilación de tantas ideas de las que nos hemos apropiado, que resulta imposible agradecer a todas las personas y textos que nos han permitido pensarlas. Muchas gracias a todos. En particular, a Flor Alba Garzón, con quien he compartido esta etapa de creatividad en el Museo del Oro, y a Daniel Castro, quien ha liderado el proceso de numerosos museos.

Una voz dice:	Y la otra voz dice:
— Existe la Verdad y es una sola.	— No existe una única verdad, coexisten varias. Las verdades son múltiples, en negociación constante.
La razón salvará al mundo y la sociedad moderna avanzará confiada por el camino del progreso.	Estamos en una encrucijada donde hay múltiples caminos (pero no estamos seguros de si van a alguna parte e incluso dudamos si queremos ir). Experimentamos (no sin nihilismo) el aquí y el ahora, lo fortuito, lo arbitrario, lo fugaz (Picó, 1988; Kassner y Reinoso, 2003; Turrent, 2003 ).
El investigador tiene una mirada objetiva sobre su objeto de estudio.	La mirada del investigador está mediada por su contexto sociocultural, sus intereses, etc.
La ciencia trabaja para producir conocimiento por puro interés por el conocimiento. Es una benefactora de la humanidad, que un día lo entenderá por fin y se afiliará decidida a la ciencia.	No se trata sólo de que el microscopio del físico afecte el átomo que observa: es que todo trabajo científico está cargado de intereses políticos, económicos, personales, etc. Todo son textos construidos y por deconstruir. Hay que aplicar a todo la crítica deconstructiva.
Confiamos positivamente en que trabajando con el método adecuado y con paciencia alcanzaremos un día la verdad, toda la verdad. Escribiremos en muchos tomos una completa enciclopedia y la comunicaremos al mundo entero. (Nota 2)	Cada mirada produce su propia verdad relativa. Cada paradigma científico, cada cultura, cada persona. ¿O es mejor ser japonés que ser bantú? ¿neoyorquino que esquimal? ¿médico que acupunturista o chamán? ¿es correcto ser Juan y no José? La antropología, los medios masivos han creado un mundo emancipante donde toda forma de ser es válida (Vattimo, [1990]).

**Nota 2.**

Sobre la modernidad en Colombia ver Jorge Orlando Melo ([1990]) y José Luis Villaveces ([1990]).

Como se ve, las dos voces adoptan posiciones opuestas e irreconciliables sobre la ciencia. Si tomamos como ejemplo la etnohistoria de los muisca, la voz del hemisferio izquierdo diría:

—Los cronistas del siglo XVI no eran antropólogos y no tenían un método científico para describir las sociedades indígenas, por lo que es claro que hay que criticarlos cuando describen a los muisca como adoradores del demonio, o como errados por su forma matrilineal de trazar el parentesco, etc. Pero apoyándose en los documentos de archivos coloniales, que son más objetivos, y teniendo a la antropología como criterio y guía para seleccionar lo correcto, el etnohistoriador llegará a conocer a los verdaderos muisca, incluso a los prehispánicos, y así corregirá y completará a los cronistas (Londoño, 1985).

—Los cronistas fabricaron unos muisca que les servían para sus fines —diría la segunda voz— y los documentos de archivos coloniales fabricaron otros diferentes e irreconciliables (Londoño, 1994). Por no atender a estas contradicciones de las fuentes, la etnohistoria se ha armado con base en supuestos y citas descontextualizadas, y pretende ser ciencia cuando sólo es narración (Londoño, 2001). No hay una verdad objetiva. Por eso Jaime Humberto Borja (2002) no busca ya conocer a los indígenas de la conquista, sino que analiza cómo fray Pedro de Aguado construye la idea de la idolatría de los indios e inventa un imaginario de América usando una retórica y un discurso puramente medieval. Y si vamos a la arqueología, no es cierto que porque los vestigios arqueológicos que dejaron en el piso las sociedades antiguas no fueron manipulados por personas, el arqueólogo tenga una fuente objetiva para un estudio objetivo. Las preguntas del investigador ya sesgan sus resultados y es tan posible deconstruir los escritos de Reichel como los de Aguado.

Existen en Colombia algunos arqueólogos que desde el postmodernismo han intentado deconstruir el mensaje de los museos de arqueología (ver el artículo de Gnecco, 2001). Este tipo de estudios llega con frecuencia a la conclusión de que el contenido de los museos estatales es hegemónico, manipulado por la élite e impuesto a las clases populares (Zambrano, 2001). Pero al trabajar dentro del Museo del Oro es evidente que todo es

mucho más complejo: hay tanta diversidad entre quienes conforman el equipo del Museo que sería difícil hablar de "un" museo. El nuevo guión, hecho a múltiples manos, refleja esa multiplicidad de miradas, la interacción de esas dos voces.

Debido a la influencia pedagógica de Daniel Castro, primero desde el Museo Nacional de Colombia y luego a través del Comité de Educación y Acción Cultural en museos de Bogotá ([www.museonacional.gov.co/ceca.htm](http://www.museonacional.gov.co/ceca.htm)), la torturada segunda voz afectó en primera instancia a la oficina de Servicios Educativos, que pronto tomó conciencia de que en ella “se fabrican mensajes para todos los públicos” . ¡Es traumático ser a la vez el que construye y el que deconstruye los mensajes! Ser consciente de esto genera una sensación paralizante: ¡no es lo mismo comentar los toros desde la barrera que hacerlo desde el centro del ruedo!

La historia (y la arqueología) se escribe desde el presente y es un comentario sobre el presente, dijo Walter Benjamin en 1938 (Vattimo, [1990]). Toda historia es necesariamente una fabricación, por eso cada revolución debe reescribir la historia de su país, debe cambiar las estatuas de sus parques públicos y remontar sus museos. Esto nos hizo comprender que la historia es una fabricación necesaria. Contra la posición nihilista, nadaísta o relativista extrema, aceptamos que, sin remedio, ésta existe por el saldo pedagógico que transmite: experiencias, convenciones sociales y capacidades de análisis que los públicos podrán aplicar en su vida presente. Podemos contar la historia de los muiscas si tenemos algo que decir, y como pedagogos tenemos algo que decir.

**Nota 3.**

El título de la conferencia muchas veces dictada y reformulada alude a la Fábrica Nacional de Discursos del periodista Ci-Mifú.

## *Museo, patrimonio e identidad*

Las dos voces irrumpen de nuevo en nuestra mente e interrumpen para oponerse y discutir sobre lo que es un museo:

— En un museo de arte se ve claramente que la función del museo, el templo de las musas griegas, es sancionar el Arte. Una vanguardia define en un manifiesto lo que para ella es el arte y la gente no sabe qué hacer con esa novedad, hasta que un curador acepta que esa corriente bien conformada merece entrar al templo del arte. Así, un museo como el de Orsay registra el progreso de las vanguardias y las hace inteligibles para el público.

— ¿Pero puede existir una única definición del arte? Justamente fue éste quien abrió el camino al pensamiento postmoderno (Picó, 1988). Marcel Duchamp tomó un orinal, lo puso de lado y lo firmó como una obra de arte. Ben gritó "¡todo es arte!" y su tienda completa puede verse en el Museo de Arte Moderno, en París. El arte juega a dejarse volver objeto de consumo masivo: Andy Warhol musealizó las latas de sopa Campbell y Antonio Caro escribió Colombia con la letra de Coca-Cola. ¿Acaso hay límites? Un supermercado, la calle misma, pueden interpelar mi sentido estético. Tanto en el museo como fuera de él todo es arte si se observa desde la perspectiva de este mismo. El arte no está en el museo, sino en la forma de mirar.

— El museo sanciona además el Patrimonio: aquellos objetos especiales y viejos que definen nuestra identidad, que marcan nuestra historia. Y no necesariamente son los objetos de las élites los únicos que hay que preservar. Los colombianos somos mestizos triétnicos por nuestro origen. De nuestra identidad nacional, que es una y trina, tomamos habilidades que caracterizan al colombiano como la malicia indígena y la inteligencia, valores como la religión y el idioma, sentimientos como la cumbia y la salsa. El Museo del Oro es, justamente, un museo nacional, el lugar donde se preserva, estudia y divulga uno de los pilares de nuestra nación.

— No es por ser antiguas que las cosas se vuelven patrimonio. El patrimonio no es "natural" ni se crea por determinaciones superiores de orden legal. Este se construye en el presente al cargar cualquier cosa con simbolismos de la identidad de un grupo. Y aunque el patrimonio es

una construcción simbólica, es indispensable al ser humano para identificarse con cada uno de los muchos grupos a los que pertenece: la identidad es tan necesaria a los pueblos como la autoestima a los individuos (Londoño,2000). La identidad se conjuga en presente, en fútbol, en Shakira. Lo único que nos une a los colombianos es que somos diversos: pluriétnicos y multiculturales. O mejor; en último análisis, el verdadero y único patrimonio de todos los colombianos es Colombia, la empresa que nos une y el barco en el que todos vamos. Mientras haya una economía nacional y una moneda nacional, la identidad nacional también será necesaria. Pero el patrimonio nacional no es mi único patrimonio: me identifico como individuo, como familia, con mi novia (¡Oh aquel bolero!), con mi colegio, mi región, etc., y así hasta reconocirme como uno más de los seres humanos. En el Museo del Oro los visitantes (¿o tal vez debo decir "cada visitante, cada individuo"?) construyen a la vez en muchos de estos registros. Las piezas de oro "boleros son" para muchas parejas de enamorados.

### *Educación en museos*

No habría esquizofrenia si fuese fácil matar una voz interior y escoger la contraria. A veces una recoge ecos de los años 40 y la otra parece ubicarse en el fin del siglo XX, pero no hay tal. Ambas conviven en el presente e incluso ambas tienen la razón. Cuando se trata de diseñar un material didáctico para acompañar una exposición resuenan y actúan simultáneamente las dos voces:

—Los museos, que son educación no formal, tienen como misión enseñarle al público la verdad sobre la arqueología. En particular a los niños, ya que sin resabios se aprende mejor. La verdad le hace bien al público y el curador, como experto, es quien sabe lo que ellos necesitan. Por eso lo importante de este medio de comunicación es ser un buen emisor de mensajes: si les decimos en forma clara, digerida, los temas que establecieron los curadores, los entenderán. Es más, hay que asegurarse de que entienden bien, evaluar la recepción, repetir, esperar la respuesta correcta o corregir. Si logramos que cada colombiano visite el Museo por lo menos una vez en su vida, en esa visita recibirá el mensaje del Museo.

—No es posible enseñar —dice el constructivismo— sólo es posible aprender a partir de lo que uno mismo va descubriendo. Los seres humanos, a cualquier edad, necesitan formarse una conciencia de su mundo, apropiarlo, y para construir esa imagen van acumulando o corrigiendo las conclusiones que sacan de sus experiencias de interacción con el mundo. Cada tema que experimento lo negocio contra mi experiencia previa, que actúa como un filtro de los mensajes: por eso dos personas que reciben un mismo mensaje (una "enseñanza") lo decodifican en forma diferente (Hein, 1991; Silverman, [1995]). Para que capturemos y entendamos algo hace falta que ya tengamos un interés, una "ventanita abierta" hacia ese tema, o que se pueda crear en nosotros un vínculo entre eso que es nuevo y una experiencia previa de nuestra vida. Cada ser humano es distinto y cada día un mismo ser humano quiere y requiere cosas distintas; por eso cada visita al museo es diferente y es placentero volver a visitarlo con frecuencia. Un museo sólo puede proveer un espacio mágico, atractivo, vivo, un espacio de aprendizaje que valga la pena ser visitado por un público que es activo y no receptor pasivo. Pero es difícil o imposible medir lo que captará o lo que atraerá a cada uno. Los Servicios Educativos deben sin embargo brindar experiencias a niños y grandes, promover vínculos entre el tema del museo y la vida de cada persona (Londoño, [1999]). Deben hacer un esfuerzo por ponerse en el lugar del visitante, deben estudiar a los públicos (ya no existe el público) para conocerlos, asociarlos y ofrecerles lo que les interesa. Por eso el Museo del Oro no es solamente de arqueología. De hecho desde cualquier tema puntual, como la arqueología, es posible abarcar la totalidad. Todo se intercomunica. El tema más amplio es la vida, la sociedad en que vivimos, las relaciones humanas. Como el ser humano busca maximizar el placer y el mundo contemporáneo es hedonista, si logro que el visitante disfrute en una visita al Museo él apropiará (patrimonializará) el Museo y sus objetos y le dará gusto venir a hacerles visita con frecuencia. El museo que hagamos debe ser seductor, sugestivo, masaje más que mensaje, polifónico, formador de nuevas habilidades y miradas, transformador. Un espacio de libertad creativa donde los seres humanos van a pensar(se), a reconocerse, y donde las comunidades entran en contacto consigo mismas, con su pasado.

Aquello en lo que más tiene razón la primera voz es que el museo es un medio de comunicación, y los medios de comunicación se trazan una política editorial. La segunda voz, por el contrario, insiste en que, en gran medida, “todo significado que se construya en un museo es subjetivo, es decir, se considera significativo para un individuo sin que tenga que coincidir necesariamente con la intención del artista o del diseñador de la exposición” (Silverman, [1995]: 73). Incluso cabría pensar que en un museo constructivista no hace falta el orden ni la coherencia de exposición, sólo hay que "lanzar ideas al azar" para que cada usuario las ordene en su mente, tal como se derivaría de la cuarta casilla del modelo que discute George Hein:

*Dentro de esta alternativa... la estructura lógica de cualquier tema y la manera en que es presentada al visitante depende no de las características del tema o de las propiedades de los objetos en exhibición, sino de las necesidades educativas de cada visitante. En un museo constructivo no se asume que el tema tiene un orden intrínseco independiente del visitante, o que existe solamente una mejor manera de presentación del material. Las exposiciones constructivistas no tienen una entrada fija o salidas determinadas. Ellas le permiten al visitante hacer sus propias conexiones con el material expuesto y estimular diversas maneras de aprendizaje. (Hein, 1995)*

El relativismo extremo no parece satisfactorio y todo elemento de comunicación que surge de los Servicios Educativos del Museo del Oro (plegables, Animaciones, Maletas Didácticas) lleva detrás una reflexión, una toma de posición, una estructura lógica y un mensaje consciente: una “verdad”. Pero es un mensaje que toma en cuenta no sólo a la arqueología sino al receptor (individual, social) y a los temas de reflexión de la sociedad actual. El “método a dos voces” consiste en conciliar en esa forma lo que hemos llamado “posiciones opuestas e irreconciliables”. Al diseñar un plegable con actividades para familias actúan el positivismo y el postmodernismo, el conductismo y el constructivismo, las preguntas de respuesta única y las de opinión personal (Castro Benítez, 2003).

## *La educación en el Museo del Oro*

Animados por el equipo del CECA-Bogotá, desde 1999 los Servicios Educativos del Museo del Oro se plantearon una misión:

*La misión de la oficina de Servicios Educativos es facilitar la interacción de los distintos públicos con las exposiciones permanentes y temporales que presenta el Museo del Oro, con el fin de ayudar a la comunicación del mensaje del Museo, formar entre los colombianos el gusto y las habilidades para ver museos y promover, mediante la mirada al pasado, la reflexión sobre el presente y futuro de nuestra comunidad. Servicios Educativos investiga sobre comunicación, educación y aprendizaje en el Museo y comparte con el resto del personal, puesto que todos y cada uno de los integrantes del Museo comunican y enseñan. (Servicios Educativos, 2004).*

El mensaje que proponíamos debe en efecto trascender la descripción de los muiscas o los taironas. Desde 1968 el Museo decidió ser un museo de arqueología, no (solamente) de arte. Pero es evidente que el público no se hace las mismas preguntas que los arqueólogos; el gran interés que el Museo del Oro despierta entre los colombianos, aparte del atractivo que este metal tiene para nuestra cultura, se debe a que lo prehispánico, la arqueología, se asocia con patria, con identidad. Por eso nuestra definición de patrimonio: lo que un individuo o una cultura asocia con significados de identidad. De ahí que tengamos claro que construimos patrimonio a nivel individual, social, nacional. Pero vamos más allá de una identidad retórica: si nuestra identidad es diversa, entonces Servicios Educativos escogió promover la convivencia, el diálogo entre ideas opuestas (sobre la exposición y sobre la sociedad), la defensa de la diversidad cultural como una riqueza para todos, la lucha contra el racismo y las discriminaciones (Londoño, Therrien y Garzón, 2001).

#### **Nota 4.**

De hecho, tal vez todos los educadores de museos concilian los opuestos de forma inconsciente y sin mayores traumas epistemológicos.

La competencia de “ver museos” que nuestra misión busca enseñar es entendida también en un sentido muy amplio que toca la vida cotidiana de cada visitante: no se refiere solamente a entender, sentir y disfrutar las vitrinas, sino a la promoción de la lectura comprensiva, crítica y entre líneas (de todo medio de comunicación, de todo mensaje); la enseñanza práctica de competencias científicas (Mineducación, 2004); el empoderamiento y la no-alienación. Creemos que la promoción del pensamiento científico llevará al país a vivir mejor en un mundo de competencia global (tal como lo cree la primera voz).

Como aplicación de estas reflexiones, desde agosto de 2000 las visitas guiadas a grupos escolares se transformaron en visitas temáticas e interactivas, diálogos del descubrimiento que se bautizaron Animaciones. El grupo escolar es recibido por un practicante universitario y en asocio con el maestro recorre las salas, deteniéndose en aquellas vitrinas que permiten descubrir y construir entre todos un tema previamente acordado: Animales míticos, Sociedades prehispánicas (y actuales), Memorias de la Conquista. Las Maletas Didácticas, por su parte, consisten en maletines que se prestan a instituciones para ser usadas fuera del Museo y que contienen múltiples objetos y actividades alrededor de un tema: Amazonas, La música de la vida, Nariño: arte prehispánico, Muiscas: sociedades prehispánicas. Con ellas el niño es igualmente invitado a sentir, a pensar, a discutir, a conocer y respetar las diferencias culturales y de opiniones, a utilizar lo prehispánico como una metáfora para pensarse a sí mismo como individuo y como miembro de su sociedad (Garzón Gacharná, 1999,2000).

Distintos practicantes universitarios han hecho o hacen actualmente investigaciones antropológicas en el Museo como tesis de grado (González Galvis, 2004; Suárez García, 2004). Una de las conclusiones que se obtienen de estas observaciones es que también los maestros y los diversos públicos llevan adentro las dos voces: son conscientemente

positivistas (no se atreven a ver el Museo sin guía, creen que hacer una tarea es copiar los textos pues en ellos reside la verdad, etc.) pero sin darse cuenta se comportan como constructivistas (saltan lo que no les interesa, vinculan todo con su vida personal, hacen chistes que proponen otras hipótesis sobre el uso prehispánico de los objetos) (Garzón y Londoño, 2000). Nuestra tarea educativa debe orientarse a que los públicos del nuevo Museo, tanto como quienes trabajamos en él, hagamos conscientes las dos voces para liberarnos de contradicciones y disfrutar un Museo con múltiples miradas.

## *Bibliografía citada*

BORJA GÓMEZ, Jaime Humberto. 2002. Los indios medievales de fray Pedro de Aguado. Construcción del idólatra y escritura de la historia en una crónica del siglo XVI. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana – Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

CASTRO BENÍTEZ, Daniel. 2003. Protagonistas de museo: niños, jóvenes y adultos en el desarrollo de proyectos pedagógicos y museográficos sobre el patrimonio arqueológico colombiano. Boletín Museo del Oro. Bogotá: Banco de la República. Obtenido de Internet en noviembre de 2004. [www.banrep.gov.co/museo/boletin](http://www.banrep.gov.co/museo/boletin).

GARZÓN GACHARNÁ, Flor Alba. 1999. Interlocución museo-público: por un discurso que nos aproxime al descubrimiento, la fantasía y el goce de conocer. Ponencia presentada al seminario Museografía, creatividad y comunicación. Agosto 27 de 1999. Universidad del Cauca – Banco de la República. Popayán.

GARZÓN GACHARNÁ, Flor Alba. 2000. En el Museo del Oro los objetos que componen la colección sí dan qué hablar y mucho más que pensar. Ponencia presentada al congreso Enseñar a través de la ciudad y el museo. Octubre de 2000. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

GARZÓN, Flor Alba y Eduardo LONDOÑO. 2000. ¿Qué le dijo la momia al esqueleto? Le dijo: "Vamos al Museo del Ogro". Ponencia ante el coloquio Tiempo libre, creatividad, arte y cultura, convocado por el Instituto de Investigación Educativa y Desarrollo Pedagógico IDEP. Tomado de la página web del Museo del Oro, Banco de la República, Bogotá, en agosto de 2004. [http://www.banrep.gov.co/museo/esp/educa\\_ogro.htm](http://www.banrep.gov.co/museo/esp/educa_ogro.htm)

GNECCO, Cristóbal. [1999] 2001. Observaciones sobre arqueología, objetos y museos. La

arqueología, la etnografía, la historia y el arte en el Museo. pp.99-105. Bogotá: Ministerio de Cultura – Museo Nacional de Colombia.

GONZÁLEZ GALVIS, Ana María. 2004. Identidad, patrimonio y diversidad cultural: inmersión en la práctica y en la historia del Museo del Oro. Investigación dirigida de grado en Antropología. Bogotá: Universidad de los Andes.

HEIN, George E. 1991. Constructivist Learning Theory. Ponencia en la conferencia The Museum and the Needs of People. CECA (International Committee of Museum Educators). Jerusalem, 15-22 October 1991. Tomado de la página web del Exploratorium de San Francisco, EE. UU., en agosto de 2004.  
[Http://www.exploratorium.edu/IFI/resources/research/constructivistlearning.html](http://www.exploratorium.edu/IFI/resources/research/constructivistlearning.html)

HEIN, George E. 1995. The constructivist museum. Journal of Education in Museums, No. 15: 1-15. Tomado de la página web de The Group for Education in Museums, Reino Unido, en agosto de 2004. <http://www.gem.org.uk/hein.html>

LONDOÑO L., Eduardo. 1985. Los cacicazgos muisca a la llegada de los conquistadores españoles. El caso del Zacazgo o “Reino” de Tunja. Bogotá: Universidad de los Andes.

LONDOÑO L., Eduardo. 1994. Los muisca en las crónicas y en los archivos. Revista Colombiana de Antropología, 31: 105-120. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

LONDOÑO L., Eduardo. [1999] 2001. Una exhibición de arqueología en diálogo con el público. La arqueología, la etnografía, la historia y el arte en el Museo. pp.99-105. Bogotá: Ministerio de Cultura – Museo Nacional de Colombia.

LONDOÑO, Eduardo. 2000. Se hace cultura al andar (cultura, identidad y patrimonio cultural). En Palimpsesto, Número inicial, marzo de 2001. Bogotá: Sociedad Colombiana

de Restauradores.

LONDOÑO L., Eduardo. 2001. El proceso de Ubaque de 1563: la última ceremonia religiosa pública de los muisca. Boletín Museo del Oro, No. 49. Bogotá: Banco de la República. Obtenido de la red mundial en agosto de 2004.

[Http://www.banrep.gov.co/museo/esp/boletin](http://www.banrep.gov.co/museo/esp/boletin)

LONDOÑO L. Eduardo, Monika THERRIEN y Flor Alba GARZÓN GACHARNÁ. 2001. La divulgación de la arqueología en el Museo del Oro: promover la convivencia en Colombia. Boletín Museo del Oro, No. 48. Bogotá: Banco de la República. Obtenido de la red mundial en agosto de 2004. <http://www.banrep.gov.co/museo/esp/boletin>

MELO, Jorge Orlando. [1990] 2002. Algunas consideraciones globales sobre “modernidad” y “modernización”. Colombia en el despertar de la modernidad. pp. 225-247. Fabio Giraldo Isaza y Fernando Viviescas, comp. 5ª ed. Bogotá: Foro Nacional por Colombia.

MINEDUCACIÓN, 2004. Estándares básicos de competencias en ciencias naturales y ciencias sociales. Serie Guías No. 7. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

SERVICIOS EDUCATIVOS DEL MUSEO DEL ORO. 2004. Misión de Servicios Educativos. Tomado de la página web del Museo del Oro, Banco de la República, Bogotá, en agosto de 2004. [Http://www.banrep.gov.co/museo/esp/educa\\_mision.htm](http://www.banrep.gov.co/museo/esp/educa_mision.htm)

PICÓ, Joseph. 1988. Introducción. Modernidad y postmodernidad. pp. 13-50. Joseph Picó, comp. Madrid : Alianza.

SILVERMAN, Lois Helaine. [1995] 2001. Los museos en una nueva era: los visitantes y la construcción de significado. Memorias del coloquio nacional la educación en el Museo. Desarrollo y proyección de la misión educativa en el Museo Nacional de Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura – Museo Nacional de Colombia.

SUÁREZ GARCÍA, Carlos José. 2004. ¿Cómo elaborar una audioguía para niños? La creación de un material didáctico en el Museo del Oro del Banco de la República. Trabajo de pasantía para acceder al título de Antropólogo. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

VATTIMO, Gianni. [1990] 2002. Postmodernidad: ¿una sociedad transparente? Colombia en el despertar de la modernidad. pp. 188-196. Fabio Giraldo Isaza y Fernando Viviescas, comp. 5ª ed. Bogotá: Foro Nacional por Colombia.

VILLAVECES CARDOSO, José Luis. 2002. Modernidad y ciencia. Colombia en el despertar de la modernidad. pp. 326-352. Fabio Giraldo Isaza y Fernando Viviescas, comp. 5ª ed. Bogotá: Foro Nacional por Colombia.

ZAMBRANO, Marta. [1999] 2001. Etnografía en el Museo Nacional: visión, epistemología y hegemonía. La arqueología, la etnografía, la historia y el arte en el Museo. pp. 211-219. Bogotá: Ministerio de Cultura – Museo Nacional de Colombia.

### *Cómo citar este artículo*

LONDOÑO L, Eduardo. 2004. Método a dos voces: la construcción de múltiples miradas en la educación en el Museo del Oro. Boletín Museo del Oro, No. 52. Bogotá: Banco de la República. Obtenido de la red mundial el (fecha que cambia el usuario según el día en que consultó el archivo). <http://www.banrep.gov.co/museo/esp/boletin>