

11-12/2015-2016



Artículo

La mediación educativa
como condición *sine qua non*
para la supervivencia
del patrimonio y los museos

Nayra Llonch-Molina

La mediación educativa como condición *sine qua non* para la supervivencia del patrimonio y los museos

Nayra Llonch-Molina

Profesora lectora de la Universidad de Lleida

nayra.llonch@didesp.udl.cat

DOI: 10.4438/2387-0958-MU-2015-2016-11-12-163

Licenciada en Humanidades por la Universidad Pompeu Fabra, es máster en Turismo y Mediación Didáctica del Patrimonio por la Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB y doctora en Didáctica de las Ciencias Sociales y del Patrimonio por la Universidad de Barcelona. Está especializada en el ámbito de la Museografía didáctica, la didáctica de la historia, la educación patrimonial y el *m-learning*.

Resumen: En pleno siglo XXI museos y patrimonio toman una dimensión educativa universal como no la habían tenido nunca antes desde la Revolución Francesa. Los museos son un espacio de ocio, distracción, entretenimiento y disfrute a la par que transmisores de conocimiento; en la línea de las últimas tendencias, los museos cada vez más deben aportar experiencias enriquecedoras al visitante.

Y es que entre las misiones de algunas de las nuevas funciones atribuidas a los museos, una se impone al resto, y esta es precisamente la mediación. Es en este contexto en el que hay que comprender la mediación como un sujeto protagonista de la realidad museística. Y debe entenderse esta como una acción que puede y debe desarrollarse desde diversos espacios y ámbitos del museo, desde los distintos departamentos y ante todo tipo de públicos.

Palabras clave: museos, patrimonio, mediación, educación, interpretación.

Abstract: In the 21st century, museums and heritage have taken on a universal educational dimension in a way not seen since the French Revolution. Museums are an area for leisure, amusement, entertainment and enjoyment, as well as being transmitters of knowledge; in keeping with recent trends, museums increasingly need to provide visitors with an enriching experience.

Among the goals of some of the new functions assigned to museums, there is one that dominates the rest: mediation. Seen in this context, mediation must be understood as having a leading role in the reality of museums. This reality should be regarded as an action that can and should evolve from museums' various spaces and scopes, from the different departments and for all types of target audience.

Keywords: museums, heritage, mediation, education, interpretation

La mediación en los museos y el patrimonio: de elemento subsidiario a papel protagonista

Como en muchos otros ámbitos con una cierta tradición, el de los museos y el patrimonio es un ámbito en el que las innovaciones se abren camino muy lentamente. Y el caso de los museos españoles no es para nada una excepción. Es natural, por el contexto de sus orígenes y evolución, que la mayoría de los museos cuenten con un potente e indiscutible servicio de conservación y, en los casos en que también es posible, de restauración, dada la vinculación histórica de estas actividades con los museos y el patrimonio (González-Varas, 2006; Martínez, 2008; Macarrón, 2013). Y ha sido precisamente el papel imprescindible desarrollado por estos profesionales el que ha marcado las tendencias de la Museología y la Museografía de nuestros espacios patrimoniales.

Sin embargo, también es cierto que en las últimas décadas, de manera lenta pero insistente, han ido apareciendo nuevas figuras profesionales como respuesta a las nuevas necesidades que la sociedad demanda de los museos y otros espacios patrimoniales. Es el caso, sin duda, del surgimiento, dentro de estas instituciones, si bien no de todas ellas –quedando a menudo al margen especialmente las más modestas–, de departamentos de comunicación, marketing, educación, etc. Esta realidad, que como hemos dicho se impone lentamente, parte, por tanto, de la aceptación y reconocimiento de que el papel y rol de los museos ha sufrido un cambio importante en los últimos años y que ya no se conciben como templos de las musas y del conocimiento reservado a unos pocos elegidos, sino como prolongaciones de los espacios de ocio y de formación continua de la sociedad.

Y es que, ciertamente, en la medida en que los usuarios del patrimonio y los museos varían, se amplían y multiplican, se multiplican también las potenciales expectativas, es decir, aquello que los visitantes buscan o esperan del museo. En cierto modo, el museo ya no es un organismo aletargado, encerrado en sí mismo que recibe impulsos internos para asegurar su propia subsistencia, sino que cada vez más está estrechamente vinculado a su entorno y es permeable a él, al tiempo que cada uno de sus visitantes contribuye a su desarrollo y lo condiciona. El museo y el patrimonio deben ser capaces de dialogar de manera rica con todo tipo de visitantes, desde turistas y estudiantes a agrupaciones de profesionales, organizaciones sociales locales, asociaciones de empresarios, y un largo etcétera.

Por lo tanto, nos encontramos con un panorama muy distinto al de hace cincuenta años, en que el patrimonio continuaba siendo un reducto de algunos diletantes y de unos pocos estudiosos y académicos, además de determinadas élites instruidas; un público sin duda extraordinariamente reducido para los parámetros actuales. En pleno siglo XXI, aun a pesar de las lamentaciones de algunos espacios museísticos por la falta de visitantes, hablando en términos generales, los museos están abiertos a un público cada vez más masivo; un público que requiere de un trato distinto al de antaño. Además, este público es tal vez más heterogéneo que nunca, pues el fenómeno globalizador conlleva, entre otras muchas cosas, movimientos de personas entre países e incluso continentes que, entre otras actividades, también consumen patrimonio.

Es principalmente por este motivo, ante un mundo globalizado, pero a la vez diverso, un mundo en que la movilidad de personas es más masiva que nunca, un mundo en el que la cultura y el patrimonio, tras un proceso de democratización y de crecientes facilidades de acceso, se han convertido incluso en un elemento más de consumo por el que más que nunca la mediación educativa es un recurso indispensable en los museos. Es más, la mediación, en pleno siglo XXI, es condición *sine qua non* para la supervivencia de muchos espacios patrimoniales.

El patrimonio cultural: entre lo global y lo local

Y es que, si bien nuestro mundo lleva hoy la etiqueta de «globalizado», ello no significa que dicha globalización sea completa, sino que podríamos hablar de una concepción global de la vida: una visión globalizadora desde las particularidades de lo local.

A veces, una tendencia excesivamente crítica y con poca perspectiva histórica del contexto actual nos hace pensar que el fenómeno global es algo que afecta, muy a menudo con una connotación negativa, solo a nuestra sociedad, olvidando que fenómenos globalizadores han existido en distintos momentos históricos con mayor o menor fuerza. Los museos, precisamente, están llenos de objetos testimonio de fenómenos de globalización en el pasado. Así, por ejemplo, en el Museo Arqueológico Nacional encontramos la *Corona de Recesvinto* que, como es sabido, forma parte del conocido tesoro de Guarrazar, hallado a las afueras de la población toledana de Guadamur en 1858 tras unas lluvias torrenciales. Esta corona, confeccionada en oro, gemas preciosas y piedras semipreciosas (zafiro azul, granate, esmeralda, aguamarina, cuarzo, calzedonia, etc.), perlas, nácar y vidrios sintéticos y fechada en el siglo VII (García-Vuelta y Perea, 2014), es un maravilloso exponente del arte latino-bizantino. Se trata de una corona votiva ofrecida por el rey visigodo Recesvinto probablemente a la catedral de Toledo en ocasión del VIII Concilio de Toledo y escondida junto con otras coronas, cadenas y cruces, en un cementerio para protegerla del avance árabe (Red Digital de Colecciones de Museos de España, s.f.b).



Figura 1. Corona de Recesvinto. Tesoro de Guarrazar (Siglo VII). N.º Inv. 71202. Museo Arqueológico Nacional. Foto: Santiago Relan-zón, Fundación ITMA.

Aunque la historia de su hallazgo, de su «expolio» por Francia y de su devolución a España en 1941 por el gobierno de Vichy es, sin duda, muy interesante, lo que nos interesa de esta pieza, para nuestro ejemplo, son sus características artísticas y técnicas ya que, por un lado, la decoración empleada de granates incrustados y otros adornos de taracea es propia de la factura de pueblos germánicos, mientras que la forma de la corona votiva es de tradición bizantina. Nos encontramos, pues, ante un objeto que en su confección aúna tradiciones artísticas de procedencia geográfica y cultural distinta y en el que, en cambio, todo indica que fue realizado en la península ibérica, probablemente por orfebres del taller real de la Corte de Toledo. Por tanto, este ejemplo pone de manifiesto un fenómeno de aculturación en el que se manifiesta la influencia e intercambio cultural, político, artístico, religioso y económico en el siglo VII, sin olvidar que el mundo visigodo mantenía sus particularidades ante el mundo bizantino o el reino franco merovingio.

Podemos poner otro ejemplo, en este caso de un elemento utilitario habitual en la vida de los europeos de clase media de los siglos XVII al XIX: los guantes. En el Museo del Romanticismo en Madrid, encontra-



Figura 2. Museo Nacional del Romanticismo. Guantes. Taller de Félix Torruella. N.º Inv. CE0992.

mos un par de ejemplares de color crudo estampados con tinta negra con franjas que imitan cenefas con decoraciones típicas del gusto neoclásico: cenefas de estilo pompeyano con motivos florales, cestos, cornucopias, jarrones, leones, etc. Son guantes de mujer, cortos (por tanto, de invierno y de día), con puños rematados con troquel. Estos guantes, datados entre la última década del siglo XVIII y la primera del XIX, fueron fabricados, según reza una inscripción en el interior del guante derecho, por «Felix Torruella Barcelona», en concreto, en el establecimiento que tenía en el n.º 44 de la calle Escudillers. Y ejemplares similares a este se hallan en el Museo del Traje de Madrid, en el Museo Cerralbo de Madrid, en el Museo Nacional de Artes Decorativas de Madrid, en el Centre de Documentació i Museu Tèxtil de Terrassa, en el Fashion Museum de Bath o en el Victoria & Albert Museum de Londres; los ejemplares de este último museo, probablemente se realizaron en otro taller barcelonés, el de Domingo Lluch (Red Digital de Colecciones de Museos de España, s.f.a; Victoria & Albert Museum, 2015).

Este complemento del vestido era básico tanto para hombres como para mujeres, hasta el punto que en el caso de las mujeres, pocas veces aparecían en público sin cubrir sus manos, a veces hasta el antebrazo, con un buen par de guantes de cabritilla. De hecho, se trata de una costumbre de la moda española del siglo XVI que se generalizó en toda Europa desde el siglo XVII al XIX. Siendo una moda de origen español parece ser que los mejores ejemplares de este complemento se fabricaban en España, siendo Valencia, Ocaña, Granada y Madrid algunos de los lugares con mayor tradición guantera, en parte derivada de la tradición árabe que ya perfumaba estas piezas con almizcle, cedro, ámbar o azahar, entre otros. Pero, según la moda se extendía, poco a poco otros países se sumaron a una actividad de tanto rédito; de hecho, se llegó a decir que para que un guante fuese bueno «era menester que a su confección hubiesen contribuido tres reinos: España para preparar la piel; Francia para cortarlo e Inglaterra para coserlo» (*El eco de la moda*, 1901: 323; citado en Pasalodos, 2014: 671). El hecho de decorarlos a través de técnicas de estampación abarató sus costes y ayudó a que se popularizaran entre clases menos adineradas (Cosgrave, 2003; Johnstone, 2005; Boucher, 2008).

Así, estos diversos pares de guantes repartidos por museos catalanes, madrileños e ingleses, dan cuenta de una tradición de curtido y perfume del cuero típica del mundo medieval islámico, de una moda española impuesta en el resto de Europa en los momentos álgidos del Imperio hispánico y de la fabricación de un producto que traspasa fronteras.

Y es que, precisamente, el papel del patrimonio es importante como testigo tanto de las particularidades regionales y de la diversidad cultural subyacente, como de las conexiones que se establecen con contextos más generales. Hoy, como en el siglo VII o el siglo XVI, la diversidad y los localismos continuarán existiendo aún a pesar de los nexos cada vez más potentes e intensos con otros contextos; no cabe lamentarse más que en otras épocas de algunos difusos límites culturales, puesto

que la historia de las sociedades nunca se ha dado de manera aislada y su evolución siempre ha estado sujeta a intercambios no solo comerciales, sino también culturales e ideológicos, entre otros.

Y es precisamente tarea de la mediación educativa del patrimonio desvelar esas conexiones entre lo aparentemente anecdótico y limitado a un contexto local y aquellos fenómenos, flujos o contextos muchos más generalizados; en definitiva, la mediación debe facilitar comprender el objeto concreto, el elemento particular como una manifestación de lo general; es decir, debe permitir hacer inducciones y llegar a establecer y poner de manifiesto estas conexiones. Dicho de otra manera, permite conectar el patrimonio local con fenómenos mucho más generales.

La avidez de experiencias dentro y fuera del patrimonio

Y es que, a pesar del mundo interconectado en el que nos encontramos, nos hallamos perdidos ante el patrimonio cultural, puesto que la diversidad de las formas culturales del presente y del pasado es tan grande que nos es imposible conocer todos los significados ocultos tras sus restos. Y ello sirve tanto para el patrimonio material como para el inmaterial, puesto que en ambos casos es contenedor de esos significados locales que requieren de una herramienta de descodificación.

Como apunta Díaz Balerdi (2008), el museo y el patrimonio están llenos de paradojas. En un mundo globalizado acuden en masa a algunos museos visitantes de distintos continentes que requieren de un trato distinto al de los visitantes locales, puesto que su bagaje cultural es también muy diferente; pero también se da el fenómeno contrario, que mientras existen museos «sobrepoblados», en muchos otros el flujo de visitantes es irrisorio y se limita, en la mayoría de casos, a público local, a menudo cautivo. Además, otro aspecto que preocupa a los gestores del patrimonio es el denominado «no público», es decir, aquellos visitantes potenciales que no sienten atracción, todavía, por el patrimonio, y llegar a ellos es considerado como un reto. Estamos hablando, sin duda, de tipologías de público muy variadas con unos bagajes culturales muy distintos y con vínculos muy diferentes con el patrimonio. A pesar de la divergencia, hay un elemento común a todos estos casos:

la necesidad de acciones de mediación educativa que les permitan conectar para siempre con el patrimonio a través de una experiencia satisfactoria.

La idea de vincular el patrimonio con experiencias satisfactorias es una idea muy en boga en pleno siglo XXI.

En efecto, la idea de vincular el patrimonio con experiencias satisfactorias es una idea muy en boga en pleno siglo XXI, en que parece que el ser humano, saturado tal vez de estímulos visuales, audiovisuales y tecnológicos busca cada vez más en sus momentos de ocio experiencias ricas en autenticidad de emociones y sensaciones. Esto lleva a algunos a practicar deportes extremos, a

otros los empuja a recorrer espacios desconocidos, les lleva a probar alimentos exóticos o les impele a escharbar en el pasado y conectar con otros mundos.

Ahora bien, para poder conseguir esta experiencia satisfactoria es necesario que el patrimonio encuentre una vía de comunicación con la sociedad; y esta no es otra que la mediación.

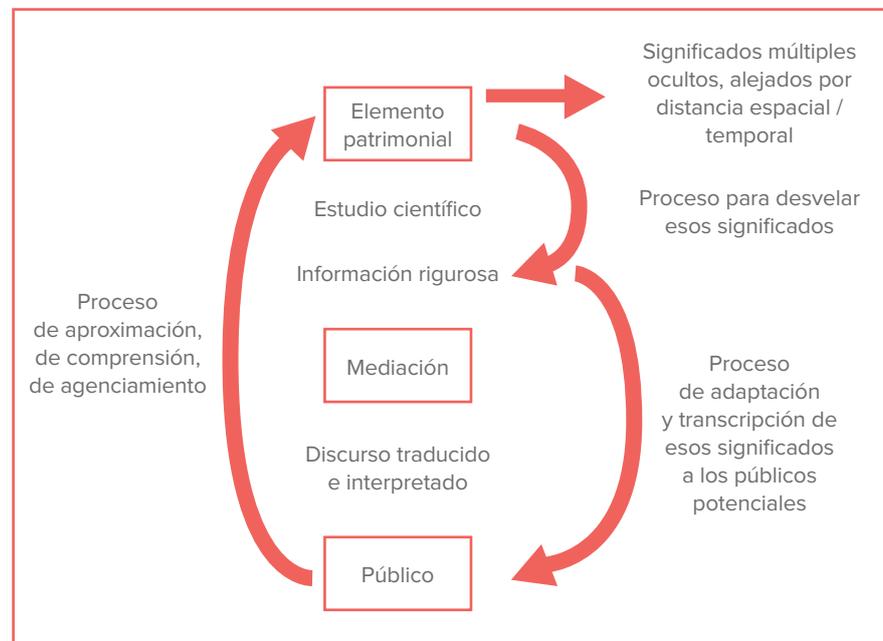
La mediación: entre la traducción y la interpretación de significados

La palabra mediación asociada al patrimonio implica un conjunto de acciones vinculadas a la comunicación que tienen como finalidad acercar el significado latente del patrimonio y sus manifestaciones a la sociedad. En el fondo, es una acción que implica desvelar significados más o menos ocultos, más o menos olvidados. De hecho, es común encontrarla matizada con el adjetivo «didáctica» o «educativa». Aunque en realidad, una buena acción de mediación patrimonial debe ser siempre didáctica, puesto que su finalidad última es educativa y tiene la aspiración de ser universal. El pedagogo del siglo XVII que acuñó y definió este término fue Jan Amos Komensky, quien afirmaba: «Nosotros nos atrevemos a prometer una Didáctica Magna, esto es, un artificio universal para enseñar todo a todos. Enseñar realmente de un modo cierto, de tal manera que no pueda menos que obtenerse resultados. Enseñar rápidamente, sin molestias ni tedio alguno para el que enseña ni para el que aprende. Antes al contrario, con un mayor atractivo y agrado para ambos. Enseñar con solidez, no superficialmente [...]» (Comenius, 1971) y consideraba la didáctica como el «arte de enseñar».

De hecho, la mediación no es un término exclusivo del ámbito patrimonial, sino que aparece en distintas disciplinas que implican la necesidad de un intermediario, a menudo porque falla la comunicación o porque es necesario hacerla más fluida. En el ámbito que nos ocupa, está claro que la mediación es una acción necesaria para adaptar los significados del patrimonio y sus códigos a los visitantes y usuarios actuales. En este sentido, la mediación juega un papel doble: por un lado de traductor y, por el otro, de intérprete. Así, pues, por un lado, las acciones de mediación del patrimonio implican traducir el significado de los objetos y acontecimientos del pasado adaptándolo a nuestros días para aproximarlos y hacerlo comprensible a los potenciales visitantes de hoy, sean quienes sean, vengan de donde vengan. Por otro lado, la mediación debe ir más allá y no solo traducir concepciones ideológicas, cánones estéticos, manifestaciones culturales, etc., sino que debe ser capaz de desvelar su peso específico en la historia, relacionándolo con el contexto global de cada momento.

Como Tilden (2006) muy bien apuntaba en el segundo principio de la interpretación del patrimonio, la mediación debe estar basada en la información pero ambas no son equivalentes. Por lo tanto, la mediación didáctica debe, en primer lugar, partir del conocimiento

profundo y riguroso del elemento patrimonial para, tras un proceso de traducción e interpretación, generar un discurso o un mensaje didáctico para el público. Si este proceso se resuelve con éxito, el resultado ha de ser entonces una experiencia de adquisición de conocimiento y disfrute por parte del público.



Así, si empleamos uno de los ejemplos anteriores, el de los guantes de cabritilla, el proceso de mediación debe partir, en primer lugar, del conocimiento exhaustivo de la información científica extraída del análisis de estos elementos y de sus similares, así como de su estudio histórico. Ello implica un contacto directo entre la labor de mediación y las de investigación, conservación y restauración. Entendemos que no recaen todas estas labores sobre una sola persona, pero también es importante tener en cuenta que las distintas figuras profesionales deben estar en constante interacción para que las acciones de mediación surtan su efecto. Así, la mediación puede basarse en los datos referentes a los aspectos morfológicos, funcionales, técnicos, económicos, sociológicos y estético-artísticos del par de guantes (Santacana y Llonch, 2012). Por ejemplo, se puede hablar de la técnica empleada en su decoración, una técnica de grabado utilizada en estampación llamada «talla dulce». Se puede comentar la hipótesis de que, por su calidad, era probable que intervinieran dibujantes y grabadores profesionales. Se pueden mencionar muchas de las informaciones previas que hemos dado. Pero todo ello significaría quedarse en la mera información, y para que exista una acción de mediación conviene, como hemos dicho, un paso imprescindible: se deben traducir estas informaciones a un lenguaje y con unas metáforas y comparaciones que las doten de contemporaneidad para el visitante actual. Por ejemplo, estableciendo similitudes y diferencias entre la morfología de esos guantes y la de los actuales; poniendo de manifiesto su funcionalidad y los valores sociales y estéticos vinculados; así como qué suponía tener unos guantes como aquellos, cuál podía ser su coste

Figura 3. Proceso de aproximación, de comprensión y de agenciamiento del patrimonio gracias a la labor de la mediación educativa. Elaboración propia.

entonces y cuál era su valor comparado con un sueldo medio de la época, y cuál sería el equivalente actual; cuál era el gusto estético del momento, a qué respondían esas decoraciones; qué correlato podían tener con otras manifestaciones artísticas como la pintura, la arquitectura, etc. Para, finalmente, ser capaces de revelar y transmitir las conexiones de esos guantes con el estatus social, los cánones de belleza, la geopolítica, la economía local y global, las evoluciones tecnológicas y sus consecuencias, etc.

En definitiva, podemos considerar la mediación como un acto de comunicación de los significados del patrimonio adaptados a la sociedad heterogénea y global del siglo XXI. Recordando de nuevo a Tilden (2006), la finalidad de la mediación es educar, no instruir, puesto que persigue no solo sumar y acumular información y conocimiento, sino que en última instancia pretende modificar la percepción del visitante, su forma de aproximarse y valorar el patrimonio, hasta el punto de que provoque un proceso de reconocimiento y agenciamiento del patrimonio por parte del visitante, puesto que este último consigue conectar y vincular su vida, su actualidad, sus emociones, su experiencia con la de otras personas y sociedades alejadas del tiempo e incluso del espacio.

Los elementos de la mediación

Por lo tanto, la mediación no es una acción de comunicación unidireccional, sino que implica un *feedback*, una reacción por parte del usuario de los espacios patrimoniales. En el acto de mediación intervienen los siguientes elementos:

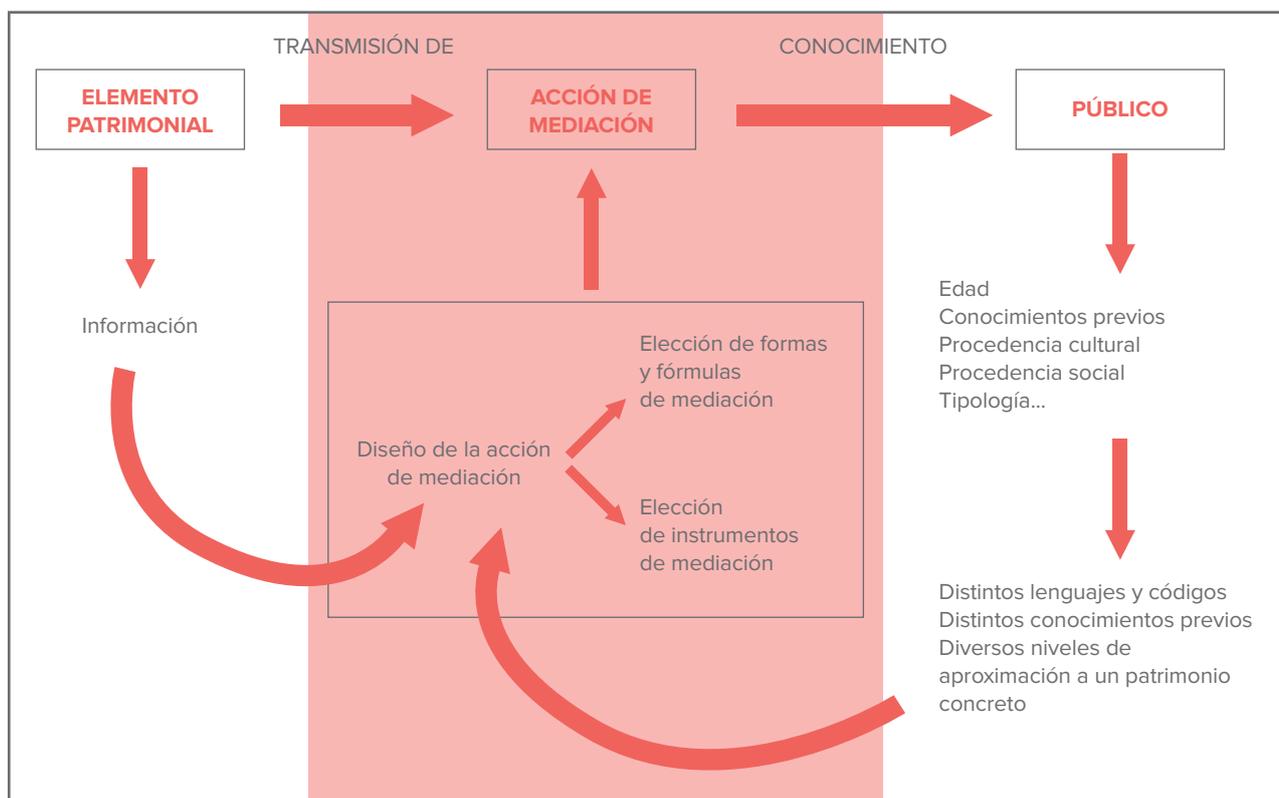
1. El objeto patrimonial: que es el punto de partida de la mediación, el objeto de la mediación, aquello a descifrar, a traducir y a interpretar, aquello que la mediación debe dotar de valor de contemporaneidad para el visitante del siglo XXI (Hernández y Santacana, 2009).
2. El visitante: es decir, el sujeto sobre el que recae la acción de mediación, al que va dirigida. Hay tantos tipos de visitantes como personas susceptibles de visitar el patrimonio; por ello, la acción de mediación ideal es aquella que está adaptada al máximo de visitantes o que plantea una gran cantidad de recursos y estrategias para abarcar el máximo de tipologías de público. A pesar de las particularidades, se puede segmentar el visitante por variables como la edad, la procedencia cultural, sus intereses, sus conocimientos previos, etc.
3. El agente de mediación: en este caso, cabe diferenciar entre la persona o personas que diseñan la acción de mediación y que, como hemos dicho, deben ser expertos conocedores tanto del elemento patrimonial que se pone en valor como de las acciones y estrategias educativas que facilitarán la transmisión de conocimiento al público, de las personas o instrumentos que generan la acción de mediación concreta. En algunos museos

quien idea la acción de mediación y quien la lleva a cabo son el mismo equipo de personas, en otros museos no es así.

4. Los instrumentos: son los encargados de interactuar con el usuario y producir la acción de mediación. En este caso, pueden ser de tipo diverso: personas, Museografía in situ, elementos digitales, tecnología móvil, etc. (Santacana y Martín, 2010).
5. El medio: nos referimos al canal o canales por los que se produce la acción de mediación; muy a menudo sucede dentro de las salas del museo. Hay museos que se prestan a interactuar con el visitante desde su propia fachada o los espacios de recepción. El medio puede ser virtual; otras veces pueden ser espacios adyacentes pero desconectados del elemento patrimonial, etc.
6. Las formas y fórmulas: hacen referencia a la forma que toma la acción de mediación. Esta puede ser en forma de visita teatralizada, a partir de un kit móvil; puede seguir un modelo de itinerario; puede realizarse a partir de un taller; puede implicar juegos de tipo diverso (de rol, de mesa, de estrategia, de pistas...), etc. (Coma y Santacana, 2010).

Pero no hay que perder de vista que los verdaderos protagonistas de la acción de mediación son, por un lado, el elemento patrimonial y, por el otro, los visitantes. El resto de elementos están supeditados a facilitar la conexión entre patrimonio y visitante, por lo tanto, son en vano si se olvida o se pierde de vista uno de los dos elementos prioritarios.

Figura 4. Proceso de transmisión de conocimiento entre el elemento patrimonial y el público, gracias a la acción de mediación educativa. Elaboración propia.



Decálogo de la mediación en los museos y el patrimonio del siglo XXI

A modo de conclusión, proponemos un decálogo con algunas ideas sobre el ideario de la mediación patrimonial en el siglo XXI:

1. La mediación es imprescindible para que el patrimonio cumpla su función educadora.
2. La mediación parte del patrimonio y va dirigida a las personas; estas son los verdaderos sujetos de la mediación, no los recursos museográficos, ni los dispositivos, ni los materiales didácticos, ni las actividades...
3. La mediación comienza en el momento de la concepción del museo o, en su defecto, de las exposiciones. En realidad, el personal encargado de diseñar acciones de mediación debería ser tomado en cuenta durante todo el proceso y debería estar presente en todos sus pasos, desde la conceptualización de la exposición hasta el seguimiento de los resultados o encuestas de satisfacción, puesto que toda acción que emprende el museo debe estar encaminada a satisfacer las necesidades de su público.
4. La mediación no debería ser una acción externa ni es fácilmente externalizable, sino que debería hacerse desde el conocimiento profundo de las colecciones del museo. De ahí la importancia de una profesionalización real de la figura del mediador/a, educador/a y la necesidad imperante, en pleno siglo XXI, de estudios superiores específicos en este campo.
5. La auténtica mediación implica interacción. No es simple instrucción ni transmisión de información, sino que implica un proceso de traducción e interpretación de los significados profundos del patrimonio y de su transmisión, pero en la medida de lo posible, no debe ser una acción unidireccional sino que debe permitir que el visitante descubra por su cuenta esos significados y conecte emocionalmente con el patrimonio.
6. La mediación debe partir de los resultados de los estudios de público para adaptarse a este en el mayor grado posible. Por lo tanto, pasa por saber qué público visita un espacio patrimonial para adaptarse a sus necesidades, gustos, preferencias y exigencias.
7. De entre todos los instrumentos de mediación, la mediación humana es la ideal puesto que se adapta con facilidad a cada tipo de visitante, ya que puede calibrar qué necesita este en cada caso, y puede emplear y dar un nuevo sentido a todo tipo de recursos, fórmulas e instrumentos de mediación.

8. La mediación no es necesariamente cara, solo requiere de buenas ideas (Santacana y Llonch, 2008; Martínez y Santacana, 2013).
9. La mediación llegará a su mayoría de edad cuando los departamentos educativos o didácticos estén al mismo nivel y reciban el mismo reconocimiento que el resto de departamentos de los museos, ya que solo con una relación de iguales y desde el diálogo entre iguales surgirán las adaptaciones que el museo necesita para convertirse en una herramienta plenamente útil a la sociedad.
10. La mediación llegará a su punto álgido cuando se conciba la relación museo y visitante no desde la superioridad o paternalismo del primero sobre el segundo, sino desde la interacción de los visitantes en los procesos del museo puesto que solo de este modo se llegará a la conexión real entre usuarios y patrimonio.

Conclusiones

Los museos del siglo XXI compiten por la atención y atracción de públicos con muchos otros espacios de cultura, pero también con muchos otros lugares de ocio. Ante esta realidad, de nada sirve lamentarse, puesto que seguramente pocas veces hayan estado la cultura y el patrimonio tan cerca de un número tan elevado de personas. Es un reto para los museos y los espacios patrimoniales atraer a ese público y aportar aquello que solo ellos pueden otorgarles y convertirse en una opción de ocio con valor añadido. Para ello es imprescindible que se tomen muy en serio las potencialidades educativas del patrimonio y no se desdeñe el papel preponderante de la mediación didáctica para acercar el patrimonio a todos los públicos, de todas las edades, de cualquier procedencia y nivel cultural. La democratización de la cultura y la puesta en valor del patrimonio llevadas a cabo en las últimas décadas pueden caer en saco roto si descuidamos o desatendemos el papel de la mediación educativa. No podemos perder una oportunidad de oro para rubricar el esfuerzo realizado durante tantas décadas; es el momento de hacer socialmente rentable las inversiones realizadas en patrimonio en los últimos tiempos.

Referencias

- BOUCHER, F. (2008): *Histoire du costume en Occident: des origines à nos jours*, Flammarion, París.
- COSGRAVE, B. (2003): *Costume and Fashion: a Complete History*, Hamlyn, Octopus Publishing Group, Londres.
- COMA, L., y SANTACANA, J. (2010): *Ciudad educadora y patrimonio. Cookbook of heritage*, Ediciones Trea, Gijón.
- COMENIUS, J. A. (1971): *Didáctica Magna*, Instituto Editorial Reus, Madrid.
- DE LOS RÍOS, J. A. (1861): *El arte latino bizantino en España y las coronas visigodas de Guarrazar: ensayo histórico crítico*, Imprenta

- Nacional, Madrid, <<https://archive.org/stream/elartelatinobiza00a-mad#page/n7/mode/2up>>, [Consultado el 8 de enero de 2016].
- DÍAZ BALERDI, I. (2008): *La memoria fragmentada. El museo y sus paradojas*, Ediciones Trea, Gijón.
- GARCÍA-VUELTA, O., y PEREA, A. (2014): «Guarrazar: el taller del orfebre visigodo», *Anales de Historia del Arte*, 24, n.º esp. noviembre, pp. 245-271, <<http://revistas.ucm.es/index.php/ANHA/article/viewFile/48277/45177>>, [Consultado el 8 de enero de 2016].
- GÓMEZ, J. (2006): *Dos Museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*, Ediciones Trea, Gijón.
- GONZÁLEZ-VARAS, I. (2006): *Conservación de bienes culturales: teoría, historia, principios y normas*, Cátedra, Madrid.
- HERNÁNDEZ, F. X., y SANTACANA, J. (2009): «Las Museografías emergentes en el espacio europeo occidental», *Hermes*, 1, pp. 8-20.
- JOHNSTONE, L. (2005): *Nineteenth-Century Fashion in Detail*, V&A Publications, London.
- MACARRÓN, A. M. (2013): *Historia de la conservación y la restauración. Desde la Antigüedad hasta el siglo XX*, Tecnos, Madrid.
- MARTÍNEZ, M. J. (2008): *Historia y teoría de la conservación y restauración artística*, Tecnos, Madrid.
- MARTÍNEZ, T., y SANTACANA, J. (2013): *La cultura museística en tiempos difíciles*, Ediciones Trea, Gijón.
- PASALODOS, M. (2009): «Guantes estampados, manos ilustradas», *Data-tèxtil*, 20, pp. 16-42.
- El eco de la moda* (1901), n.º 41. Citado en Pasalodos, M. (2014): *El traje como reflejo de lo femenino. Evolución y significado. Madrid 1898-1915*, tesis doctoral, España, Departamento de Historia del Arte II, Universidad Complutense, Madrid, <<http://eprints.ucm.es/2536/1/T24719.pdf>>, [Consultado el 8 de enero de 2016].
- RED DIGITAL DE COLECCIONES DE MUSEOS DE ESPAÑA (s.f.a): «Museo del Romanticismo», <http://ceres.mcu.es/pages/Main?id=7170&inventory=CE0992&table=FMUS&museum=MNR>, [Consultado el 8 de enero de 2016].
- RED DIGITAL DE COLECCIONES DE MUSEOS DE ESPAÑA (s.f.b): «Tesoros del Museo Arqueológico Nacional», <http://ceres.mcu.es/pages/Main?id=47296&inventory=71202&table=FMUS&museum=MAN>, [Consultado el 8 de enero de 2016].
- SANTACANA, J., y LLONCH, N. (2008): *Museo local: la cenicienta de la cultura*, Ediciones Trea, Gijón.
- SANTACANA, J., y LLONCH, N. (2012): *Manual de didáctica del objeto en el museo*, Ediciones Trea, Gijón.
- SANTACANA, J., y MARTÍN, C. (2010): *Manual de Museografía interactiva*, Ediciones Trea, Gijón.

TILDEN, F. (2006): *La interpretación de nuestro patrimonio*, Sevilla, Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

Victoria & Albert Museum (2015): «Pair of Gloves», <<http://collections.vam.ac.uk/item/O135230/pair-of-gloves-unknown/>>, [Consultado el 8 de enero de 2016].