

Jornada de estudios del ICOM CECA Bélgica

KMSKA
2/3/2023





Indice de contenidos

- 4 Introducción
- 6 Artículo de opinión
- 14 Informe de la mesa de debate 'La Diversidad'
- 18 Informe de la mesa de debate 'Programación para familias'
- 22 Informe de la mesa de debate 'Multimedia'
- 26 Informe de la mesa de debate 'Accesibilidad'

Introducción

El Comité para la Educación y Acción Cultural (CECA) es uno de los comités internacionales más antiguos del ICOM y cuenta con más de 1.500 miembros en 85 países. Uno de los objetivos del CECA es la promoción y difusión de los avances nacionales e internacionales en el campo de la educación museística.

En octubre de 2021, el CECA e ICOM Bélgica, junto con M Leuven, FARO, Bamm! y KU Leuven, organizaron la conferencia internacional anual del CECA. Esta conferencia estuvo dedicada al tema de la cocreación.

Aproximadamente un año después, el 2 de marzo de 2023, CECA Bélgica organizó por primera vez un evento belga para favorecer contactos, esta vez en colaboración con ICOM Bélgica, KMSKA (Museos real de bellas artes de Amberes) y FARO, el centro flamenco de apoyo al patrimonio cultural. Durante este momento de networking (trabajo en redes), los miembros del CECA y otros empleados públicos de Bélgica pudieron descubrir el museo renovado KMSKA y, en particular, sus actividades públicas y sus proyectos de mediación. El programa se centró en cuatro temas: diversidad, oferta digital, programas familiares y accesibilidad. El objetivo del evento de networking era estimular el diálogo entre colegas, intercambiar ejemplos e ideas y compartir nuevos puntos de vista.

Esta publicación recoge una serie de reflexiones e informes de esta emocionante jornada que nos complace compartir con la red, tanto a nivel nacional como internacional.

Gracias a todos los participantes por su entusiasmo y especialmente también a todos los socios que hicieron posible la organización de este evento de networking: ICOM Bélgica, KMSKA y FARO. Centro Flamenco de Apoyo al Patrimonio Cultural.

— Stéphanie Masuy y Sofie Vermeiren
Coordinadoras nacionales del CECA Bélgica¹

1. Cada país tiene uno o dos coordinadores nacionales que son el punto de contacto para los miembros del CECA. En el caso de Bélgica, se trata de Stéphanie Masuy, responsable de asuntos públicos del Museo de Ixelles (para los museos de Valonia-Bruselas) y Sofie Vermeiren, responsable de asuntos públicos del M Leuven (para los museos de Flandes). Como representantes intercambian experiencias con ICOM Bélgica y el CECA. Garantizan el flujo de información sobre los recursos y actividades del CECA (por ejemplo, a través de www.facebook.com/ICOM.CECA.Belgium). Además, difunden las prácticas innovadoras de mediación que se están desarrollando en Bélgica y en el extranjero. Puede ponerse en contacto con Stéphanie en stephanie.masuy@ixelles.brussels, y con Sofie en sofie.vermeiren@mleuven.be

Artículo de opinión

Disfrutando juntos del Museo Real de Bellas Artes de Amberes
— Nicole Gesché-Koning

El 2 de marzo de 2023, CECA Belgium organizó su evento anual de contactos. Fue un día enriquecedor e inspirador.

Seis meses después de su reapertura, «El museo más bello», como se autodenomina el KMSKA -utilizando el superlativo de bello (bellas artes) en su comunicación-, es sin duda una definición apropiada y acertada para el Museo Real de Bellas Artes de Amberes (KMSKA). La ambición del museo es «dejar que 'el sentimiento más bello' brille en todo lo que organizan, hacen o emanan: una emoción positiva que haga algo a alguien». Quieren establecer conexiones entre generaciones y culturas y compartir conocimientos a escala humana con historias que asombren, enriquezcan y conecten».

¡Qué placer ver florecer el KMSKA tras una renovación tan meditada, en la que público y obras de arte parecen estar en armonía!

Esta visita profesional se organizó en el marco de la jornada de estudios del CECA Bélgica en colaboración con el KMSKA, ICOM Bélgica y FARO, Centro Flamenco de Apoyo al Patrimonio Cultural. Para muchos participantes, esta era su primera visita al museo renovado, que reabrió sus puertas en septiembre de 2022 después de más de diez años de cierre. Se les ofreció un recorrido personalizado que exploró las múltiples opciones de mediación e interpretación del museo a partir de los siguientes cuatro temas: diversidad, oferta digital, programas para familias y accesibilidad.

Lo que se destacó inmediatamente durante la visita fue el entusiasmo y la pasión contagiosos del personal, no sólo por actualizar y preservar la maravillosa colección del museo, sino también por compartir lo más ampliamente posible su amor por el arte y las emociones que puede evocar en cada uno de nosotros. La «sensación más bella» es el lema del museo. Este sentimiento puede interpretarse como una gran sensación de bienestar que incluye emoción, aprecio, placer, deleite y diversión, todo lo cual fluye inmediatamente de la visita. Como resultado de este ADN positivo, el museo recibe muchos visitantes, como ocurrió durante nuestra visita: el vestíbulo estaba lleno de grupos escolares y de ocio y otros visitantes. Por si aún dudan del éxito de la reapertura, las cifras no mienten: entre septiembre de 2022 y febrero de 2023, unas 400.000 personas visitaron el KMSKA.

Opciones audaces

Una cierta dosis de audacia para asumir riesgos resultó acertada a todos los niveles. Empezando por el propio edificio, cuya restauración integra pasado, presente y futuro al conservar la envoltura del edificio, respetando la arquitectura original, pero insertando un nuevo volumen moderno en los antiguos patios. Una solución ya utilizada en el Louvre o los Museos Reales de Arte e Historia en Bruselas, por ejemplo.

Las colecciones antiguas y modernas se exponen en un nuevo espacio perfectamente diseñado. Las fotografías de Karin Borghouts permiten seguir paso a paso la transformación del museo en la exposición temporal «The Making Of» ('creación en progreso').

Un museo orientado hacía el público

El KMSKA ha conseguido que la mediación del público ocupe un lugar central al atraer a una sorprendente variedad de visitantes, desde los legos hasta las familias («Los 10»), pasando por los discapacitados visuales e invidentes («Radio Bart»), por el artista que acecha en cada uno de nosotros al invitar al público a dibujar o ser creativo («No sé dibujar», «Tipo creativo» o «¿Te apetece un reto?»). La configuración del mismo museo, las instalaciones multimedia (pantallas táctiles, experiencia de realidad virtual, aplicación...), pero también las etiquetas accesibles, forman parte de la rica gama de herramientas de mediación. Mientras que el museo optó por textos bilingües (NL-EN) en aras de la legibilidad general, una aplicación ofrece información en 10 idiomas (incluido la lengua de señas).

Los 10

Pensada para familias con niños, esta exploración de cuento de hadas y aventuras intriga a muchos visitantes. Sorprendentes instalaciones de Christophe Coppens se encuentran repartidas por las salas del museo. En colaboración con los talleres del Teatro de La Moneda de Bruselas, el artista seleccionó diez detalles de diferentes cuadros. Los detalles se tradujeron en diez atrevidas instalaciones que invitan al visitante a mirar el arte de otra manera. Aunque algunos críticos de arte consideran estas instalaciones horribles, fuera del contexto y excesivas, hay que admitir que, aunque la tarea era arriesgada, el resultado es convincente. En la Sala Rubens, entre dos pomposos sofás de terciopelo rojo cardenalicio, se erigió un enorme banco dromedario, que reproduce un detalle de *la Adoración de los Magos* (1624) de Rubens. La mano gigante que gira y parece caer del techo es una reproducción de un detalle del *San Jerónimo* (1541) de Marinus van Reymerswale. No sólo se ve fácilmente a qué cuadro se refiere la instalación, sino que espontáneamente se empiezan a mirar todas las manos de los cuadros circundantes y más allá. Averiguar en qué pequeño cuadro de Joachim Patinir se inspiró la enorme roca que Coppens colocó en medio



de la Sala Horizonte requiere un ojo curioso. Y qué placer es adentrarse en este enorme detalle del *Paisaje con la Huida a Egipto* (1516-1517). ¿Además, ha visto la mosca? ¿Es un detalle de *Fruta y copa de vino* (1659) de Willem van Aelst, de *El pintor y su mujer* (1496) del Maestro de Francfort o de otro cuadro? Los niños y todos los visitantes interesados pueden descubrir las diez instalaciones humorísticas junto con un folleto gratuito (18.510 distribuidos hasta enero de 2023). ¡Aprender es tan divertido cuando se divierte!

Radio Bart

¿Se ha fijado alguna vez en todos los detalles de un cuadro? Al sentarse junto a Bart, un empleado ciego del museo, en su estudio de radio móvil, se invita a la gente a observar de cerca una obra durante al menos 10 minutos. Esta experiencia, disponible dos días a la semana ya ha atraído a 659 visitantes entre septiembre de 2022 y marzo de 2023. Basándose en este éxito, Bart ha formado a tres nuevos compañeros con discapacidad visual para invitar a los visitantes a explorar el mundo de una obra de arte desde una perspectiva nueva e inesperadamente rica.

«Mientras describía el cuadro, vi cosas nuevas que no habría visto de otro modo. Fue realmente liberador».

— Dorien, participante del público de prueba 'Los cien más bellos'

«Fue una experiencia fascinante. Me pareció especial, desafiante y enriquecedora la invitación a describir una obra de tal manera que una persona no vidente pueda seguir imaginando la imagen. También me hizo sentir seguro el hecho de que no se me exigieran conocimientos previos de historia del arte.»

— Patrick, participante del público de prueba 'Los cien más bellos'

Planchar en tiempos de Rik Wouters y ahora - Multimedia en todas partes

Dos pantallas frente a *La planchadora* (1912) de Rik Wouters invitan al público a contemplar el cuadro desde diferentes perspectivas: por ejemplo, viendo entrevistas en vídeo a dos chicos jóvenes, un conservador y una señora que trabaja en una tienda de planchas. La pantalla también invita a jugar con la imagen: se puede cambiar la luz, la forma o el color. Sumergirse en las obras maestras a través de estas pantallas digitales atrae a muchos visitantes. En otra parte del museo, los visitantes pueden adentrarse en el estudio de pintura de un antiguo maestro a través de la realidad virtual, y en una gran sala inmersiva, los visitantes descubren proyecciones a gran escala con detalles sorprendentes de obras de arte.



Entertainment

People do like to let themselves go occasionally. Some painters specialized in scenes of unrestrained behaviour. Men and women rolling on the floor fighting, or enjoying a drink or two or perhaps each other. Such scenes showed decorous citizens what they were not supposed to do.

As well as painters of history pieces, there were painters of alehouse scenes, brothel scenes and colourful festive scenes. These representations also drew the interest of rich bourgeois ladies and gentlemen. Though they may have been lacking in restraint, too, they had to condemn that sort of behaviour. The paintings serve as an example. You can read them as lessons in wisdom, moderation or love. But secretly, citizens would also steal a laugh at them. Rather like today's brazen reality television.

Por último, pero no menos importante, se puede reír y disfrutar de escenarios insólitos

Las obras de la colección no se presentan en orden cronológico. Agrupadas por temas, se explican en textos breves de fácil comprensión. ¿Y por qué no colgar un cuadro que representa a gente borracha un poco torcido? Pero ¿y si un visitante toca el cuadro y quiere colgarlo correcto? Merece la pena correr el riesgo, aunque sólo sea por el placer de ver las sonrisas de los visitantes divertidos.

Creatividad para disfrutar

Todos los visitantes están invitados a practicar su creatividad en las salas: utilizando los materiales de dibujo repartidos por el museo o participando en el Estudio Abierto a todos. En este último, se le invita a realizar sus propios collages y descubrir la magia de los colores y las formas o la importancia del movimiento. Un guía del estudio estará siempre a su disposición para relacionar su creación con las obras de la colección del museo.

Conclusión

«Qué bien, como padre de un niño con discapacidad visual, no sentir por una vez que volvemos de un viaje estéril. Hemos visitado muchos museos, parques zoológicos y otras atracciones donde ella veía poco o nada porque «los objetos» estaban demasiado lejos o en salas mal iluminadas. El museo juega no solo con la luz y la oscuridad, sino también con el color, el sonido, las texturas y las estructuras.»

— Lisa, vía Instagram

En tiempos de preocupación por el futuro del mundo, gracias a este «museo más bello» por esforzarse por llegar a un público lo más diverso posible, asegurarse de que cada visitante se sienta bienvenido y ofrecernos una jornada realmente inspiradora. Nuestra experiencia nos ha confirmado que el KMSKA es «más que un escaparate de arte»: un lugar lleno de magia que nos tenta a venir y cultivar nuestra capacidad de asombro.

Informe de la mesa de debate 'Diversidad'

La diversidad en el museo concierne a todos

Dos empleados de relaciones públicas del KMSKA, Sophie Verbeke y Dennis Marien, presentan la política de diversidad del museo. Durante el período de cierre del KMSKA, se creó un grupo de trabajo con representantes de los diferentes departamentos del museo para desarrollar una estrategia común sobre la diversidad, la accesibilidad y la inclusión.

Hacer un inventario de las diversas iniciativas existentes y determinar objetivos comunes fue el punto de partida. Un plan de acción - integrado en el plan estratégico general del museo - se elaboró a partir de un presupuesto y las prioridades se definieron.

Discusión e ideas principales de los participantes

El debate llevó a los participantes (un grupo francófono y otro neerlandófono) a compartir sus pensamientos/recomendaciones sobre la promoción de la diversidad dentro de un museo.

Tome el riesgo de cambiar las líneas del marco institucional tradicional

La diversidad comienza en el propio museo. Esto significa desarrollar relaciones jerárquicas justas dentro de la institución del museo. Las personas encargadas de la mediación, el público o las relaciones con la comunidad museística (community builders) todavía no son suficientemente reconocidas o solo están involucradas al final de la cadena.

Si queremos ampliar nuestro público y dar cabida a nuevas iniciativas, también debemos dar poder a personas que hasta ahora no lo tenían.

Escucha a la audiencia

Seamos humildes, «Nosotros no somos los visitantes», no presumamos lo que quieren. Discutamos, problemas, co-creemos y tomemos en cuenta las recomendaciones de diferentes grupos objetivo.

Ofrezca una cálida bienvenida

Una bienvenida cálida y personal es crucial. Esto incluye apoyo específico para personas menos familiarizadas con el museo o que tienen problemas de accesibilidad.

Cambie el enfoque

Da prioridad a:

- o una gama más amplia de perfiles/ habilidades para los mediadores: formación, mayor contratación de grupos minoritarios, mejor integración en el equipo permanente del museo, ...
- o discurso más inclusivo y diversificado: no partir del objeto a toda costa, tomar el interés del visitante como punto de partida, ...
- o horarios de apertura más amplios: eventos nocturnos con programación especial, ...
- o uso variado del museo: un espacio donde la gente se siente bien, un lugar de encuentro y mezcla social, ...
- o entrada gratuita, precios adaptados a las necesidades de los visitantes
- o múltiples programas y actividades: interdisciplinarios, co-creativos, participativos, multisensoriales, ...
- o reuniones con bebidas o comidas para crear un sentimiento de comunidad



Informe de la mesa de debate 'La programación para familias'

An Van Hertum, responsable de familias en el equipo de operaciones públicas del KMSKA (Museo Real de Bellas Artes de Amberes), explica que el museo optó por un recorrido animado con grandes objetos, específicamente para familias con niños de 6 a 12 años. Esta decisión fue audaz porque los objetos explícitos ocupan mucho espacio y están muy presentes para todos. El recorrido se llama «Los 10».

Los objetos fueron diseñados por el artista belga Christophe Coppens. Las instalaciones son ampliaciones de detalles notables, divertidos o extraños de obras del museo. Los niños pueden ir en busca de los cuadros en cuestión. Junto con el artista, el museo eligió diez detalles para ampliarlos. El recorrido iba acompañado de un folleto (gratuito) con ilustraciones de Coppens. Hay muchas páginas vacías, porque el museo quiere animar a los niños a mirar y dibujar.

Las principales preocupaciones del museo a la hora de desarrollar una programación para familias fueron las siguientes:

Apoyo

Se necesita el apoyo de los compañeros. Así se creó un grupo de trabajo con empleados de varios departamentos. Todos fueron invitados a la mesa para preparar las instalaciones junto con Christophe Coppens. Gracias a los almuerzos de trabajo, se involucraron aún más compañeros que se convirtieron en embajadores del proyecto. Pero también se necesitaba el apoyo del (futuro) público. Así que el museo realizó pruebas exhaustivas con un panel de cien personas 'Los cien más bellos'.

Calidad

Además de altares de Rubens, el museo necesitaba objetos que pudieran aumentar la calidad. De ahí la preferencia de trabajar con Christophe Coppens. Tiene mucha experiencia con objetos táctiles y telas, se ha formado como creador teatral, dirigió una ópera en el Teatro Real de la Moneda en Bruselas... Hizo el ejercicio de introducir en las salas de manera equilibrada varios materiales y colores, y lo consiguió dejar desaparecer a esos objetos a pesar de su tamaño enorme. Coppens creó las instalaciones en colaboración con el taller del Teatro de la Moneda.

Durante los próximos cinco años, las instalaciones quedarán en las salas. Cinco de ellas están en el museo antiguo y cinco en el nuevo. Si hay cambios en la colección, se expondrán réplicas.

Conclusión

En conclusión, para desarrollar una programación para familias en los museos, se debe tener cuenta de los elementos siguientes:

- La programación para familias sólo puede tener éxito si tiene el apoyo de la dirección, así como de todos los departamentos y del personal del museo.
- El personal de recepción y los guardianes del patrimonio tienen un papel crucial en la acogida de las familias. Así es importante implicarlos también, proporcionarles formación e información y comprometerse con ellos para encontrar soluciones juntos.
- La colaboración con socios externos puede aportar una perspectiva renovada y fresca.
- La colaboración/cocreación con niños tiene un claro valor añadido a la hora de desarrollar herramientas específicas, como audioguías para familias.
- Las pruebas son cruciales para lograr una oferta de éxito.
- Proporcionar programas o una oferta que las familias puedan utilizar de manera independiente, de modo que no siempre sea necesario tener un facilitador, porque los museos no solo deben tomar en cuenta el apoyo sino también la capacidad.



Informe de la mesa de debate de ‘Multimedia’

Veerle De Meester, Directora Exposiciones del KMSKA, explica las decisiones tomadas por el museo en el proceso de desarrollo de la exposición multimedia. El museo se centró en dos principios:

- las aplicaciones digitales deben tener un claro valor añadido para el visitante y contribuir así a la experiencia;
- la colección/el contenido es siempre el punto de partida en todas las aplicaciones digitales. Durante el desarrollo, el museo pensó en cuatro tipos de visitantes: el aficionado, el “young parent” (padre/madre joven), el urbanista y el niño.

Para ellos se diseñaron las siguientes aplicaciones:

RV

En la sala de Realidad Virtual, el museo muestra a través de unas gafas una impresión de cómo habría sido el taller de pintura de Rubens en su época. Con esta aplicación, el museo se dirige a familias y jóvenes, aunque sirve para todos los visitantes. Las gafas de RV requieren un control regular por parte del personal de recepción, que lo comprueba todas cada mañana. El material sufre del uso intensivo. En caso de problemas técnicos, el museo recurre en parte a expertos externos.

Espacio de experiencias inmersivas

Este espacio ofrece una proyección en movimiento de cuatro detalles particulares de cuadros en las paredes de la sala. Un paisaje sonoro lo acompaña. Para los visitantes, es una forma de observar más de cerca los detalles; pero esta sala también se percibe como un punto de descanso en el recorrido. La aplicación se eligió pensando en las familias, pero aquí también todos los visitantes parecen disfrutar del espacio. La producción técnica y la ejecución implican a muchas partes diferentes; vale también por el seguimiento.

Pantallas de profundización en las salas

Estas pantallas se idearon para los aficionados que desean más información sobre una obra; pero, en última instancia, cualquier público puede utilizarlas. Gracias a los cuatro botones de colores, el visitante llega cada vez a un tipo de información diferente. El botón rojo lleva a información sustantiva, el azul da información que Google no puede darnos (por tanto, más en profundidad), el amarillo da voz a diferentes personas y, por tanto, perspectivas que hablan de la obra (porque para un público más amplio, hay que ofrecer una amplitud de voces), y el verde lleva a un juego o animación.

Aplicación

La Aplicación ofrece diferentes recorridos, textos en varios idiomas, fragmentos de audio, etc. Los visitantes también pueden indicar sus obras favoritas en la Aplicación. El museo ha notado que no todos los visitantes pueden usar la aplicación igual de bien. No es que la gente no pueda visitar el museo si no utiliza la Aplicación, sino que ofrece extras. Los visitantes que no dispongan de su propio dispositivo pueden pedir de recibir uno prestado, pero el museo no lo promueve activamente porque supone un gran esfuerzo adicional para la recepción. El KMSKA puede añadir y cambiar cosas en la Aplicación. Además, todos los textos han sido redactados por el personal en interno. El museo realizó previamente un estudio comparativo de las aplicaciones para tomar la mejor opción. Eventualmente, una evaluación de la Aplicación por los visitantes seguirá.

De otro lado, el museo también desarrolló mutoscopios (un aparato del siglo XIX con funda digital, hecho en colaboración con el departamento de carpintería de una escuela de educación profesional de Amberes), una pantalla para donantes en la recepción (que da visibilidad a los donantes importantes del museo) y pantallas Ensor (en las que se puede encontrar muchísima información, sobre las investigaciones que realiza el museo).

El museo colaboró con la casa de producción De Chinezen en el desarrollo del material multimedia en pantalla; la Aplicación fue creada por el desarrollador del sitio web del KMSKA. Todo fue probado exhaustivamente por el grupo de validación 'Los cien más bellos'.

Conclusión

En conclusión, este grupo destacó lo siguiente en relación con el desarrollo de aplicaciones digitales en los museos:

- Se necesita una visión y una estrategia digital sólidas, respaldadas por la dirección.
- Reunir a diferentes departamentos y socios: los diferentes puntos de vista sólo mejoran la aplicación, pero de esta manera también se crea apoyo (interno) a lo largo del camino.
- El mantenimiento merece mucha atención, porque obviamente las aplicaciones se mantienen o caen por su operatividad.



Informe de la mesa de debate 'Accesibilidad'

Caso KMSKA: lenguaje accesible

An Sijsmans, responsable de asuntos públicos del KMSKA, explica que los textos de sala del museo son fruto de la colaboración entre distintos departamentos: investigación de colecciones y asuntos públicos. Se eligieron textos museísticos breves y contundentes (máx. 60 palabras para los textos sobre objetos, máx. 120 palabras para los textos sobre salas). El grupo destinatario que se tuvo en cuenta fue el visitante recreativo: +13 años, no conocedor, transeúnte, visitante no especializado. En resumen: el público en general. Se inspiraron en un folleto publicado por el Rijksmuseum. (Marleen van Soest y Annemarie Vels Heijn, 'Kort en krachtig - 50 consejos para buenos textos museísticos').

Además de estos breves textos museísticos, el museo también ofrece visitas guiadas en la aplicación del museo. El recorrido Highlights, por ejemplo, se concentra en 25 obras. Si quiere más, también hay una visita más extensa. Ambos recorridos son inclusivos: aptos para visitantes videntes y no videntes, para que puedan hablar juntos de su visita. Al igual que los textos de las salas, los fragmentos de audio son concisos (máximo 2 minutos). Comienzan con una breve descripción a la que se añade algo de contexto para que también resulte interesante para el asistente. Además, en el menú de la aplicación se puede elegir entre el lenguaje de señas flamenco o internacional. Durante una conversación con la comunidad sorda de Amberes, parecían preferir los vídeos en lenguaje de señas en sus propios móviles.

En cuanto a las otras formas de orientación del público, aún no se ha realizado ninguna encuesta sobre la aplicación y aún es un poco pronto para recibir comentarios. Esto se proporcionará en una etapa posterior.

La colaboración entre el equipo de relaciones públicas y el resto del museo llamó la atención de los participantes a la mesa de debate. Esto no ocurre en todos los museos y se percibe como algo muy positivo.

Accesibilidad: un concepto amplio

Una segunda parte de la mesa de debate examinó las posibles barreras en los museos para determinados grupos clave. A partir del siguiente diagrama (M Leuven), se analizaron y se debatieron los diferentes umbrales.

Se intercambiaron experiencias sobre estos umbrales y algunas cuestiones resultaron reconocibles para muchos museos. Los participantes coincidieron en que es indispensable impartir cursos de formación periódicos al personal. Especialmente en lo que se refiere a la acogida de visitantes con necesidades especiales y a la presentación de la oferta que se desarrolla para ellos. La formación es necesaria no sólo para el personal de recepción, sino también para guías, guardianes del patrimonio, voluntarios y todos los demás empleados.



Decisión

A partir de los interesantes ejemplos y debates, el grupo formuló tres recomendaciones.

1. El trabajo inclusivo vale la pena para todos

Las adaptaciones de los textos y otras herramientas de mediación deben ser útiles para todos. Una señalización clara es útil para todos, los espacios tranquilos/de estímulo bajo pueden ser interesantes para diversos grupos objetivos. Por eso, es interesante partir de un grupo destinatario específico y trabajar a partir de ahí.

2. La atención a la accesibilidad es una responsabilidad compartida

La accesibilidad debe contar con el apoyo de todo el museo, no es algo que sólo tenga que resolver el público. Una carta puede ayudar. Es una responsabilidad compartida por todos los colegas.

3. La importancia de formación

La formación sobre accesibilidad y recepción es importante para todo el personal. De este modo, se puede crear apoyo. Asegúrese también de recurrir a especialistas para estas formaciones.



Colofón

Textos:

Ilse Depré (ICOM Bélgica Flandes), Nicole Gesché Koning (ICOM CECA), Sofie Legon (voluntaria KMSKA), Dennis Marien (KMSKA), Stéphanie Masuy (ICOM CECA Bélgica), An Sijsmans (KMSKA), Tess Altena (aprendiz KMSKA), Hildegarde Van Genechten (FARO. Centro Flamenco de Apoyo al Patrimonio Cultural.) y Sofie Vermeiren (ICOM CECA Bélgica)

Coordinación de la publicación:

Stéphanie Masuy y Sofie Vermeiren, coordinadoras nacionales de ICOM CECA Bélgica

Fotos:

Portada: La jornada de estudios del ICOM CECA Bélgica, foto Ilse Depré
p. 2, 9, 21, 25, 29: La jornada de estudios del ICOM CECA Bélgica, foto Ilse Depré
p. 11, 12: Vistas de la sala KMSKA, fotos Nicole Gesché-Koning
p.17: Personal de recepción del KMSKA, foto Sanne De Block
p. 25: Vista de la sala KMSKA, foto Sanne De Block
p.29: Radio Bart, foto Sanne De Block

Diseño:

Wout Neiryndck

V.U.:

ICOM Bélgica

ICOM CECA

ceca.mini.icom.museum