

Museos positivos, espacios de aprendizaje y bienestar.

Museos como espacios para
el bienestar



Universidad **Tecmilenio**
Instituto de Ciencias del Bienestar y la Felicidad



**MUSEOS
POSITIVOS**

Introducción

“El arte aporta profundidad a la vida, genera emociones y embellece la vida” mencionó en alguna ocasión el arquitecto Jean Nouvel (Glaubitz, 2017). En efecto y, además, ¿por qué no convertir los museos en un espacio para vivir emociones positivas? Arte y museos, espacios esenciales en el que las personas que colaboran en ellos, y quienes los visitan, sepan que el museo puede ser un refugio, un hogar, una puerta que abre las posibilidades a vivir en bienestar y plenitud, creando, transformando, innovando, actuando de forma positiva dentro y fuera de él.

Los museos dan voz a los muros y a los espacios, que se visten con imágenes, pero también con objetos (Marfil,

2021). Queremos que esa voz se junte con las nuestras, queremos museos en donde se hable bajo o se hable fuerte, pero que se hable. No importa el volumen de la voz, lo que deseamos es generar encuentros entre las personas; entre la obra de arte y el artista para conectar con el gozo, la gratitud, la serenidad, el interés por el mundo, la esperanza, el orgullo, la diversión, la inspiración, el asombro y el amor.

Queremos museos vivos, en los que las emociones positivas se contagien tan vívidamente que cada 18 de mayo, #DíaInternacionalDeLosMuseos, la gente



tenga más de un motivo para celebrarlos. Estás invitado a compartir esta visión ¿te sumas?

Sobre los museos positivos

¿Qué es un museo para ti?, ¿qué te motivó a colaborar en ellos?, ¿qué te conecta con los museos? ¿cuál es tu historia hasta ahora? y, ¿qué historia quieres contar en el futuro?

El significado personal es mucho y es todo. Seguramente, hay un montón de anécdotas que nos pudieras contar y deseamos que plasmes en ellas el sello de museos positivos, para que guíes a los visitantes a través de recorridos y actividades que contribuyan a su bienestar, disfrutando de tu acompañamiento y guía.

Breve historia de los museos positivos

Desde el año 2017, la **Universidad Tecmilenio**, reconocida como la primera universidad positiva del mundo, ha contribuido a la transformación positiva de diversos museos mediante la educación socioemocional y la enseñanza de habilidades que promuevan el bienestar. A partir de entonces, y en colaboración con el Festival Internacional de Santa Lucía, ha invitado a los museos a transformar sus espacios en ambientes positivos mediante el programa “Museos Positivos” (Instituto de Ciencias de la Felicidad, 2022).

Un **Museo Positivo** transforma la experiencia del museo para que los visitantes identifiquen y practiquen emociones positivas. Se lleva a cabo mediante talleres, recorridos guiados y actividades y permite a las personas que las diseñan generar un compromiso, consigo mismas y con los demás, de construir ambientes de bienestar.

Fundamentos teóricos de los museos positivos

Las experiencias que se diseñan para Museos Positivos cuentan con fundamentos científicos basados en el enfoque de “El arte como terapia” (De Botton y Armstrong, 2017) y en el modelo de bienestar PERMA (Seligman, 2016).



El arte como terapia

Las siete funciones psicológicas del arte, que son parte fundamental del trabajo que se realiza en los museos positivos, están contempladas en el libro *El arte como terapia* (De Botton y Armstrong, 2017), y son las siguientes:

1. **Ayuda a recordar** los episodios que han dado dirección al mundo hasta como lo conocemos al día de hoy. El recuerdo nos lleva a cultivar emociones como el orgullo y la inspiración.
2. **Incita a ser optimistas** frente a la adversidad. La belleza artística conecta a la persona con una visión que promueve la emoción positiva de la esperanza por un futuro prometedor.

3. **Enseña a comprender** que la tristeza y el dolor son inherentes a la naturaleza humana, pero que pueden resignificarse desde la alegría y el bienestar; ambas dimensiones son necesarias para lograr una mayor comprensión de lo que implica ser humano.
4. **Contribuye a lograr un reequilibrio emocional** en la vida, pone en perspectiva la intensidad de la rutina diaria, a restablecer el contacto con uno mismo y a adquirir una mayor consciencia moral hacia las personas y el entorno.
5. **Facilita la identificación de lo que es fundamental para las personas**, lo que incrementa el autoconocimiento, favorece la comprensión de uno mismo y brinda mayor claridad en la manera de mostrarse hacia los demás.
6. **Amplía la noción de uno mismo y del mundo**, el arte nos abre la ventana al crecimiento personal a través del aprendizaje de una vasta experiencia artística y cultural.
7. **Proporciona un lente para apreciar lo que nos rodea** con una visión renovada, el interés conecta con nuevas experiencias y formas de ver la vida. (De Botton y Armstrong, 2017).

Si a estas siete funciones les sumamos las cinco dimensiones del modelo de bienestar PERMA (Seligman, 2011). ¡Tenemos la propuesta ideal para implementar el programa de Museos Positivos!



Modelo de bienestar PERMA

PERMA es un modelo de cinco dimensiones que se basa en potenciar los aspectos positivos de la vida, e indica las distintas vías por las cuales las personas pueden alcanzar un nivel óptimo de bienestar (Seligman, 2016).

Sus dimensiones son:

P: **Emociones positivas (*Positive emotions*):** supone aumentar la cantidad de emociones positivas, no a costa del intercambio o transposición con las negativas, sino como una herramienta para lidiar con ellas.

E: **Compromiso (*Engagement*):** es un pacto con nosotros mismos y con nuestras fortalezas de carácter, que nos sitúa en un estado mental conocido como “*flow*” el cual ocurre cuando hay un balance entre el desafío relacionado con una actividad y la capacidad que creemos tener para llevarla a cabo. Este balance nos permite concentrarnos y perder la noción del paso del tiempo mientras la hacemos.

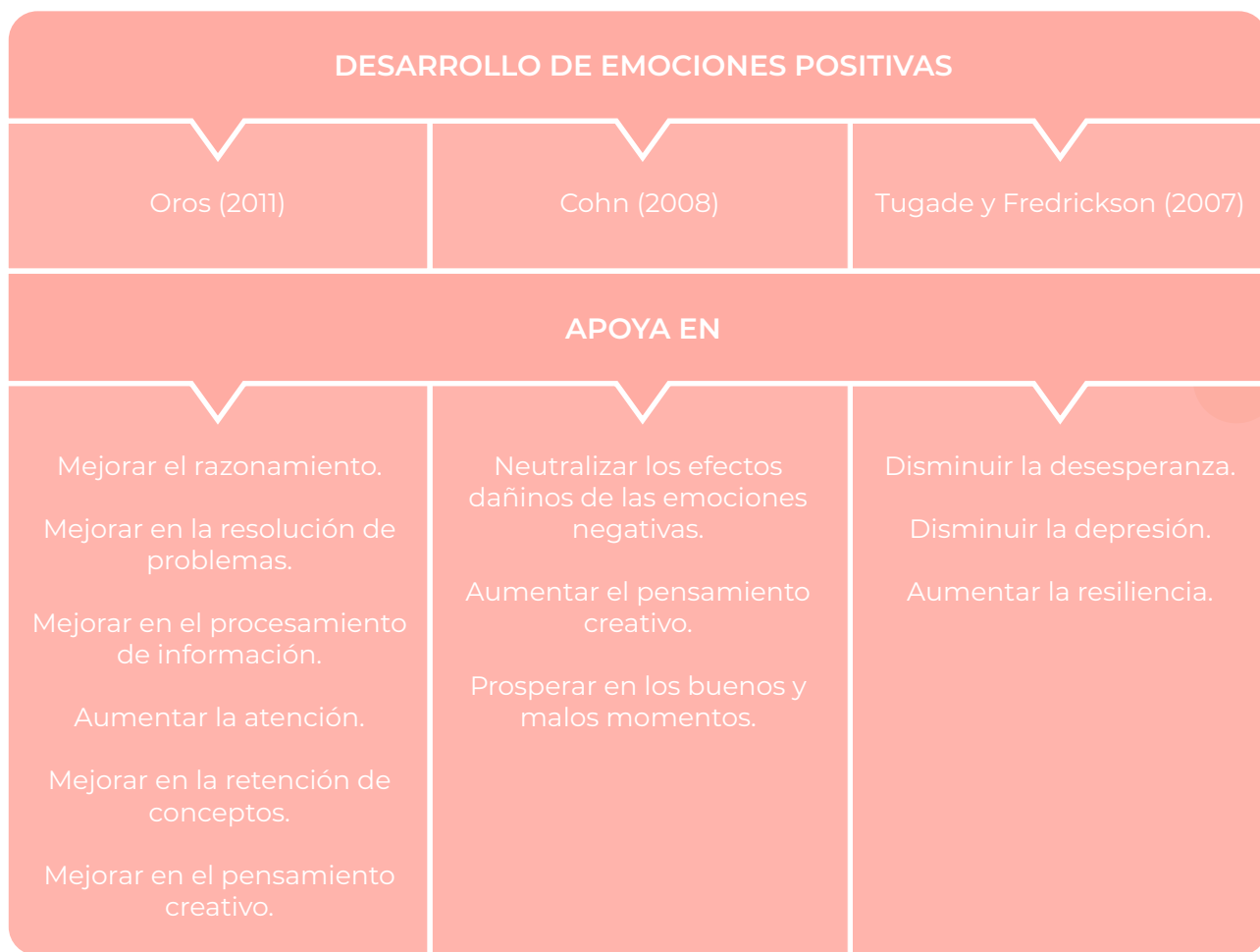
R: **Relaciones positivas (*Positive relationships*):** este factor hace referencia a mejorar nuestras relaciones personales, las cuales suponen una protección y un apoyo extremadamente poderosos y, por ende, son importantes y necesarias. Fomentar este aspecto puede favorecer de forma sustancial nuestra felicidad.


M: **Significado (*Meaning*), propósito y significado:** es la búsqueda de la pertenencia a algo más grande que uno mismo. A cada objetivo alcanzado, a cada meta obtenida, a cada propósito logrado le da un significado relevante y trascendente. Todos necesitamos darle un sentido a nuestras vidas para tener un sentido del bienestar.

A: **Logros o metas alcanzadas (*Achievement*):** implica establecer metas las cuales, una vez alcanzadas, servirán para sentirnos competentes fomentando nuestra propia autonomía. Esto es, conseguir objetivos que nos lleven a desarrollar más nuestras fortalezas o mejorar nuestras habilidades. (Castro, 2002).

¿Por qué el enfoque en las emociones positivas?

El diseño de actividades y recorridos del programa Museos Positivos, se enfoca en ejercitar el músculo de las emociones positivas, **Positive emotions**, por la primera dimensión del modelo PERMA), porque de acuerdo con estudios, ofrece grandes beneficios:





Sin embargo, el programa Museos Positivos hace un recorrido por las demás dimensiones del modelo, ya que, al aumentar la atención gracias a la activación de emociones positivas, se genera mayor involucramiento en la experiencia, es decir, **Engagement**, segunda dimensión del PERMA. Lo que facilita el desarrollo de las fortalezas de carácter. Algunas personas se distinguen por ser creativas, otras por bondadosas, curiosas, perseverantes, otras por ser valientes y otras más, por su amor a la belleza y la excelencia. Lo primordial en quienes diseñen experiencias de aprendizaje en museos o centros culturales, será observar las fortalezas de quienes realizan las actividades, y mencionarlas, ya que, seguramente, los visitantes saldrán del museo con el grato regalo de ser reconocidos por sus cualidades. Los museos conectan a las personas a través de compartir el gusto por el arte o de aprender algo nuevo. Lo cual fortalece a los grupos y lleva a las personas a conocerse y relacionarse mejor, y aquí es donde entra la tercera dimensión, **Positive Relationships**. Algunos estudios han sugerido que un estado de ánimo positivo predice el altruismo (George y Brief, 1992) y las conductas altruistas incrementan la percepción de significado en la vida, o **Meaning**, la cuarta dimensión del acrónimo. Y por último, las actividades, tanto desde la fase del diseño como en su realización, ayudan a incrementar la sensación de logro o **Achievement**, quinta dimensión PERMA, pues se realizan a través del esfuerzo y el desarrollo de fortalezas de carácter.

Ejemplo del impacto del arte en el bienestar de las personas

Te compartimos un ejemplo de cómo el arte actúa como un recurso de salud y bienestar, a través de un estudio que se llevó a cabo con un grupo de mujeres en el **Museo Nacional del Prado**. Este estudio tuvo el objetivo de mejorar la salud y generar bienestar psicosocial en las participantes, a través de la práctica artística. Durante la visita guiada de dos horas y media, admiraron las obras de Diego de Velázquez: *La fragua de Vulcano*, *Las hilanderas*, *Los borrachos*, *Las meninas*. Y la obra, *Adoración de los pastores* de El Greco.

Estas obras fueron elegidas para tratar el tema principal que enmarcaría la experiencia artística: lo cotidiano en la vida de las mujeres, el trabajo y el ocio.

Entre los materiales que recibieron las usuarias destacan los cuadernos de bienestar en los cuales realizaban anotaciones personales, de las cuales resalta una mejora y estabilización de las usuarias tras la participación en el proyecto, obteniendo resultados como los siguientes:

Ilusión: desde su llegada mostraron su asombro por los cuadros de Velázquez, El Greco, etc.

Confianza: se sintieron capaces de interpretar al artista tras hacer una valoración, apreciación y comprensión de su pintura abstracta.

Disfrute y gratitud: valoraron positivamente que se les haya dado la oportunidad de visitar el Museo Nacional del Prado.

Impacto: las historias que cuentan las obras que se visitaron han dejado huella especialmente en las usuarias de mayor edad. Les impactó que los cuadros visitados contaran historias de mujeres, por ejemplo, *Las hilanderas*. La tarea de hilar lana es una labor con la que muchas personas se sienten identificadas. (Larraín Vergara A., Azcona Gómez C., Ávila Valdés N., Claver Martín, M., 2018). Te sugerimos leer el caso documentado en su totalidad, estamos seguros que te sentirás inspirado para crear tu propia experiencia y lograrás alcances insospechados.

En otro estudio, en donde se evaluó el



impacto que causa en las personas la visita a un museo, resultó que una variable importante fue la memoria, ya que los visitantes esperan que su visita quede grabada en sus recuerdos memorables y que su aprendizaje les resulte agradable. Por lo tanto, hay una clara relación entre satisfacción y aprendizaje. Las personas no solamente quieren ver, sino aprender, algo nuevo. Ven al museo como un espacio en donde se experimenta la interacción social y el escapar de la rutina. Para el visitante importa la buena experiencia en donde lo que no espera es monotonía. (de Sevilha, Silva y de Freitas, 2016).

Por la clara relación existente entre una buena experiencia y el aprendizaje, es que la labor educativa del museo resulta importante, se vuelve esencial aplicar experiencias del programa Museos Positivos.

Otro ejemplo del programa Museos Positivos, aplicada a museos, es el del **Museo de Cera Monterrey: Fortalezas en cera.**

En el año 2019, el Museo de Cera Monterrey participa por primera vez en el programa con una actividad única: identificar las fortalezas de carácter de personajes históricos. Para ello, se seleccionaron algunos personajes a los cuales se les agregó una tarjeta en su ficha biográfica y se colocó un set con distintos imanes de fortalezas. Al escuchar sobre la vida del personaje, los visitantes indicaban la fortaleza de carácter que más veían en él o ella, y colocaban el imán de dicha fortaleza sobre la ficha descriptiva. Al finalizar el recorrido en el museo, los visitantes pasaron a un taller en el cual realizaron un ejercicio de autoexploración sobre sus propias fortalezas, mismas que modelaron en una figura utilizando plastilina.

Este ejercicio se relaciona con un modelo llamado CEA (Consciencia, Explorar, Aplicar), que consiste en un enfoque útil para desarrollar las fortalezas de carácter (Niemiec, 2019), puesto que, durante el recorrido, los visitantes fueron desarrollando una conciencia sobre las fortalezas de carácter de los personajes históricos y vieron cómo las pusieron en práctica en sus vidas, lo que les llevó a hacer contribuciones trascendentales para el mundo. Y finalmente, cada visitante aplicó sus fortalezas de carácter al realizar un modelo que representó su propia personalidad.

A ti que diseñas **experiencias de aprendizaje** toma en cuenta esta información a la hora de diseñar y facilitar las sesiones.

Referencias

- Castro, S. (2022). *Modelo PERMA*. Recuperado de: <https://www.iepp.es/modelo-perma/>
- Cohn, M. (2008). Positive emotions: Short -term mechanisms, long -term outcomes, and mediating processes (Order No. 3328791). *ProQuest Dissertations & Theses Global: Social Sciences; Psychology Database*. Recuperado de <http://0-search.proquest.com/millennium.itesm.mx/docview/304573185?accountid=11643>

Este artículo se encuentra disponible en la Biblioteca Digital, favor de acceder a la misma para su consulta <http://biblioteca.tec.mx/tecmilenio>

Referencias

- de Sevilha Gosling, M., Silva, J. A., y de Freitas Coelho, M. (2016). El modelo de experiencias aplicado a un museo, La perspectiva de los visitantes. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(4).
 - Glaubitz, S. (2017). Jean nouvel: El louvre abu dhabi me enseñó "la poesía del desierto". *DPA International (Spanish)* Recuperado de <https://0-search-proquest-com.biblioteca-ils.tec.mx/wire-feeds/jean-nouvel-el-louvre-a-bu-dhabi-me-enseñó-la/docview/1962254560/se-2?accountid=11643>
- Este artículo se encuentra disponible en la Biblioteca Digital, favor de acceder a la misma para su consulta <http://biblioteca.tec.mx/tecmilenio>
- George, J.M. y Brief, A.P. (1992), Feeling good-doing good: A conceptual analysis of the mood at work-organizational spontaneity relationship. *Psychological Bulletin* 112(2). Recuperado de <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.2.310>.
 - Instituto de Ciencias de la Felicidad. (s.f.). *Museos Positivos*. Recuperado de: <https://cienciasdela felicidad.mx/museos-positivos.html>
 - Larraín Vergara, A., Azcona Gómez, C., Ávila Valdés, N., Claver Martín, M. (2018). Arte como recurso de salud y bienestar: una experiencia con mujeres a partir de la exposición de Cai Guo-Qiang del Museo Nacional del Prado. *Agathos, atención sociosanitaria y bienestar* 3.
 - Marfil Carmona, R. (2021). *Historia, arte y patrimonio cultural. Estudios, propuestas, experiencias educativas y debates desde la perspectiva interdisciplinar de las humanidades en la era digital: (1a ed.)*. España: Dykinson.
 - Oros, L., Manucci, V., y Richaud, M. (2011). Desarrollo de emociones positivas en la niñez. Lineamientos para la intervención escolar. *Educación y Educadores*, 14(3). Recuperado de <http://0-search.proquest.com.millennium.itesm.mx/docview/1813097466?accountid=11643>
 - Tugade, M. y Fredrickson, B. (2007). Regulation of positive emotions: Emotion regulation strategies that promote resilience. *Journal of Happiness Studies* 8(3). Recuperado de: <http://0-dx.doi.org.millennium.itesm.mx/10.1007/s10902-006-9015-4>

Este artículo se encuentra disponible en la Biblioteca Digital, favor de acceder a la misma para su consulta <http://biblioteca.tec.mx/tecmilenio>

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.