



Erasmus+



VERiTage
Integrated European
Cultural Heritage for VET

El museo de la alimentación

Aprende y come con los ojos



Pie de foto: foto tomada por Jean-Pierre Dalbéra en el interior del Museo de la Fruta de Turín Francesco Garnier Valletti (Italia). El museo expone una colección de más de mil «frutas de plástico artificiales» modeladas a finales del siglo XIX por Francesco Garnier Valletti.

Índice

Resumen general	1
Índice	3
Discursos de ventas para museos	4
Resumen de la actividad	4
Hoja de descripción de la actividad	4
Paso 1	4
Paso 2	6
Paso 3	6
Paso 4	7
Paso 5	8
Paso 6	9
Visitas a museos	10
Resumen de la actividad	10
Recursos	11
Discursos de ventas para museos	11
Visitas a museos	12

Resumen general

Este ejercicio está inspirado en la reciente propuesta del ICOM (la principal organización internacional de museos y profesionales de los museos) para elaborar una nueva definición de museo alternativa a la actual.

De «Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario».

A «Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos».

A partir de este actual y estimulante debate, el ejercicio que proponemos plantea la exploración del mundo de los museos: la primera actividad es un viaje de aromas, sabores y repugnancias; la segunda actividad es un análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

El ejercicio presenta una actividad en detalle y describe una segunda en líneas más generales que los profesores y formadores pueden finalizar mediante el modelo propuesto.

Discursos de ventas para museos

Resumen de la actividad

El contexto en el que se inspira la actividad es el Museo de la Fruta de Turín; sin embargo, en toda Europa y en el mundo existen muchos museos de la alimentación que protegen el patrimonio inmaterial y la biodiversidad alimentarios.

En esta actividad los alumnos tienen que navegar por internet para recopilar información sobre museos de la alimentación e identificar mejoras potenciales en sus estrategias de marketing. En concreto, el resultado final de la actividad es la

preparación de un breve discurso de ventas («elevator pitch») que los alumnos presentarán a toda la clase.

La actividad está diseñada para alumnos de FP de la rama de turismo.

Resultado

El resultado será un breve discurso de ventas («elevator pitch»).

Conocimientos específicos

- Conocimiento básico sobre el museo (definición y objetivos).
- Conocimiento básico del panorama relacionado con los museos de la alimentación en la Unión Europea.
- Conocimiento básico para la elaboración de un breve discurso de ventas («elevator pitch»).

Nivel de dificultad

Globalmente, este ejercicio tiene un nivel de dificultad medio-alto puesto que, en parte de las actividades, presupone un nivel de partida intermedio de las destrezas y conocimientos con los que se trabaja:

- Competencia multilingüe.
- Lectoescritura.
- Competencia digital.

Hoja de descripción de la actividad

Paso 1

Descripción

Esta fase está pensada para toda la clase.

A partir de la definición de museo del [INCOME](#), pide a los alumnos que busquen en internet los distintos museos de la alimentación de la UE. Pueden empezar con la lista que aparece en el apartado «Recursos».

La información que aparece en internet nos permite entender el marco general de la actividad. La información puede buscarse en inglés, pero también es posible hacerlo en los idiomas nacionales según la disponibilidad de información del museo de la alimentación en concreto.

Objetivos

- Mejorar los conocimientos de los alumnos sobre vocabulario y gramática;

- Aumentar la capacidad de los alumnos para comprender, expresar e interpretar conceptos, pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones de forma oral y escrita (Lectoescritura).
- Mejorar la comprensión de la información escrita, el manejo de vocabulario, de la gramática funcional y de las funciones del lenguaje (Lectoescritura).
- Aumentar la capacidad para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información (Lectoescritura).
- Mejorar el pensamiento crítico y la capacidad de evaluar y manejar información (Lectoescritura).
- Mejorar la capacidad de entender mensajes orales, de iniciar, mantener y terminar conversaciones, de leer, comprender y redactar textos con distintos niveles de dificultad en distintos idiomas, según las necesidades individuales (Competencia multilingüe).
- Mejorar la comprensión del desarrollo de la identidad propia a través del patrimonio cultural en un mundo de diversidad cultural. Entender cómo el arte y la expresión artística son maneras de ver el mundo y transformarlo a la vez (Competencia de concienciación cultural y expresión).

Competencias clave

- Lectoescritura.
- Competencia multilingüe.
- Competencia de concienciación cultural y expresión.

Recursos

- Esta fase de la actividad debe realizarse con el apoyo de los profesores de la rama lingüística (inglés) si las búsquedas de internet se llevan a cabo dentro del marco de la UE.
- Equipo: conexión a internet, ordenador.

Duración

- 60 minutos.

Paso 2

Descripción

Esta fase está pensada para toda la clase.

Pide a los alumnos que enumeren los resultados de sus búsquedas en una hoja de Google compartida en Drive.

La actividad consiste en elaborar una hoja de cálculo de Google en la que los alumnos deben introducir la siguiente información:

- Nombre del museo.

- País.
- Tema.

La actividad tiene que realizarse con un archivo compartido para que todos los grupos puedan modificarlo.

Objetivos

- Mejorar los conocimientos sobre las funciones básicas y el uso de diferentes dispositivos, software e internet.
- Mejorar la visión crítica de la validez, la fiabilidad y el impacto de la información y los datos obtenidos por medios digitales.

Competencias clave

- Competencia digital.

Recursos

- Esta fase de la actividad debe realizarse con el apoyo de los profesores de la asignatura correspondiente.
- Equipo: conexión a internet, ordenadores portátiles, una cuenta de Drive.

Duración

- 30 minutos.

Paso 3

Descripción

Esta fase está pensada para grupos pequeños.

Asigna un museo de la alimentación a cada grupo y pide a los alumnos que investiguen en profundidad en su página web para recabar información adicional.

Los alumnos tienen que navegar por internet para explorar y buscar recursos adicionales acerca del museo de la alimentación asignado por el profesor.

Objetivos

- Mejorar la capacidad para identificar, comprender, expresar, crear e interpretar conceptos, hechos y opiniones de forma oral y escrita con ayuda de material visual/sonoro y digital en distintas disciplinas y contextos.

Competencia clave

- Lectoescritura.

Recursos

- Esta fase de la actividad debe realizarse con el apoyo de los profesores de lengua.
- Equipo: conexión a internet, ordenadores portátiles, una cuenta de Drive.

Duración

- 60 minutos.

Paso 4

Descripción

Esta fase está pensada para grupos pequeños.

Pide a los alumnos que seleccionen y analicen la información para preparar un plan de mejora del museo.

En esta actividad es necesario recabar información específica y analizarla.

Proponemos explorar:

1. La página web del museo desde distintos puntos de vista: la disposición gráfica, la accesibilidad, la interacción con los clientes, los objetos en exposición, los recursos multimedia y sus actualizaciones.
2. Las redes sociales del museo.
3. Las opiniones sobre el museo en internet.
4. Los comunicados de prensa del museo.

*Accesibilidad para cualquier usuario desde el punto de vista de los dispositivos, servicios, recursos o del entorno.

Objetivos

- Mejorar la capacidad de los alumnos para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, formular y expresar argumentos orales y escritos de forma convincente y adecuada al contexto.

Competencia clave

- Lectoescritura.

Duración

- 120 minutos.

Paso 5

Descripción

Esta fase está pensada para grupos pequeños.

Cada equipo tiene que preparar un breve discurso de ventas (una presentación oral) en el que se propongan las mejoras potenciales del museo asignado.

Para que puedan prepararlo, el formador/profesor tiene que explicar a los alumnos lo que es un discurso de ventas («elevator pitch»).

En Wikipedia puede encontrarse una explicación sencilla. También se puede ver este [vídeo](#): ¡tú decides!

Cada grupo puede navegar por internet en dos direcciones:

- buscando ideas de discursos de ventas de éxito;
- buscando ideas para innovar en estrategias museísticas.

Los equipos tienen que practicar el discurso, mejorarlo y prepararlo.

Objetivos

- Mejorar la capacidad de los alumnos para planificar y gestionar proyectos, lo cual incluye tanto procesos como recursos.
- Aumentar el conocimiento de los alumnos acerca de los distintos contextos y oportunidades en los que pueden poner en práctica sus ideas en el plano personal, social y profesional. Aumentar, asimismo, su entendimiento acerca de cómo surgen estas oportunidades (Competencia emprendedora).
- Aumentar la creatividad, lo que incluye la imaginación, el pensamiento estratégico, la resolución de problemas, la reflexión crítica y constructiva en el marco de los procesos creativos y la innovación (Competencia emprendedora).
- Aumentar la capacidad para trabajar tanto individualmente como en equipo, movilizar los recursos (personas y cosas) y mantener la actividad (Competencia emprendedora).
- Mejorar la capacidad de los alumnos para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, formular y expresar argumentos orales y escritos de forma convincente y adecuada al contexto (Lectoescritura).

Competencias clave

- Competencia emprendedora.
- Lectoescritura.

Recursos

- Esta fase de la actividad debe realizarse con el apoyo de los profesores de la asignatura correspondiente.
- Equipo: conexión a internet, ordenador portátil.

Duración

- 90 minutos.

Paso 6**Descripción**

Esta fase está pensada para toda la clase.

Cada grupo tiene que presentar su discurso de ventas a la clase.

La presentación correrá a cargo de un alumno por grupo elegido por sus propios compañeros. El alumno tendrá aproximadamente un minuto para convencer a los inversores (el profesor y el resto de grupos) de invertir en las ideas de mejora del museo.

Objetivos

- Mejorar la capacidad de los alumnos para comunicarse oralmente en distintas situaciones y adaptar la comunicación a las circunstancias de la situación.
- Mejorar la expresión de argumentos orales de forma convincente y adecuada al contexto.
- Incluir el pensamiento crítico de los alumnos y la capacidad de evaluar y manejar información.

Competencia clave

- Lectoescritura.

Recursos

- Esta fase de la actividad debe realizarse con el apoyo de los profesores de lengua.

Duración

- Se necesita un máximo de dos minutos para la presentación del discurso de ventas de cada grupo.

Visitas a museos

Resumen de la actividad

En esta actividad se propone una visita a un museo de la zona. El tema del museo como vehículo de conocimiento supone una implementación de la actividad previa. Los alumnos deben elaborar un informe del museo que están visitando. El profesor les dará indicaciones y les proporcionará las herramientas adecuadas para llevarlo a cabo. Los pasos propuestos para esta actividad son:

1. En primer lugar, la clase tiene que navegar por internet para encontrar la nueva definición de museo propuesta por el ICOM (ver el Resumen general).
2. A continuación, el profesor tiene que explicar el objetivo de la actividad a toda la clase: la creación de un informe tras visitar un museo cercano.
3. El profesor tiene que explicar también cómo organizar el informe.
El informe debería centrarse en:
 - a. El contexto general del museo.
 - b. El análisis DAFO del museo.
 - c. La conclusión.
4. Más tarde, es necesario explicar cómo funciona la herramienta que va a usarse para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas externas: el análisis DAFO.
5. A continuación, se pueden buscar en internet distintos análisis DAFO aplicados a museos.
6. Divide a la clase en grupos pequeños de entre cuatro y cinco personas. Si el número de museos locales lo permite, cada grupo tiene que centrarse en un museo. Los alumnos visitarán los museos por su cuenta.
7. El profesor tiene que apoyar a los alumnos en la preparación del informe.
8. Cada grupo tiene que presentar su informe oralmente con el apoyo de un archivo PowerPoint.

Recursos

Discursos de ventas para museos

Definición actual de museo de [ICOM](#).

A continuación se enumeran algunos de los museos de alimentación de Europa:

- Es cierto que no está en la UE, aunque sí en Europa, pero el [Alimentarium](#) de la Fundación Nestlé, en Vevey, Suiza, es especialmente interesante. Sobre todo, la

parte «Colección» de la página web: más de [4000 objetos catalogados](#) por era, región y tema.

- [Musei del cibo](#) (Museos de la alimentación) - Parma, Italia
- [Museo Lavazza](#) (Museo del café) - Turín, Italia
- [Museo del Gelato](#) (Museo del helado) - Anzola dell'Emilia (Bologna), Italia
- [Choco Story](#) (Museo del chocolate) - Bruselas, Bélgica
- [Museo della Frutta](#) (Museo de la fruta) - Turín, Italia. La [versión italiana de la web](#) es más interesante que la inglesa, puesto que esta última es tan solo un resumen.
- [Friet Museum](#) (Museo de la patata frita)
- [La Cité du vin](#) (La ciudad del vino y museo)
- [Museo culinario](#) - Vilna, Lituania
- [Kaas Museum](#) (Museo del queso) - La página web del museo del queso está únicamente en neerlandés, pero hemos decidido incluirla porque nos parece interesante y se puede traducir fácilmente. En la segunda actividad, una posibilidad para un discurso de ventas es la propuesta de traducir la página web del Kaas Museum al inglés.

Además, se puede profundizar en el tema entrando en las páginas web de otros tipos de museo:

- [Eataly](#), más que un museo.
- [Museo de la comida desagradable](#), un «reto de museo». El Museo de la Comida Desagradable invita a los visitantes a explorar el mundo de la comida y a poner a prueba su idea de lo que es comestible y lo que no. ¿Y si el hecho de cambiar nuestra idea de lo que es desagradable nos ayudara a aceptar los alimentos ecológicamente sostenibles del futuro?
- El vídeo «[Cómo hacer un discurso de ventas perfecto: el Elevator Pitch](#)» de Barclays UK.

Visitas a museos

- [Plan estratégico de museos de patrimonio](#) del ayuntamiento la Ciudad de Sudbury (Área metropolitana).
- Nuevos títulos profesionales relativos al Suministro de Telecomunicaciones de los Museos Europeos de MU.S.EU.M. - [Sistema multimedia para un museo europeo](#).