



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

Donde se cuenta la jamás imaginada historia del vertedero de musas y su relación con el pueblo de las aguas blancas.

La Comunicación en el Museo Lic. Adolfo López Mateos: la museografía y difusión para conocer sus efectos en la asistencia.

Seminario Taller Extracurricular

Comunicación, Prácticas Sociales,

Producción, Circulación y Consumo de Bienes Culturales.

Para obtener el grado de

Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva

Presenta

Leonor Isabel Rodríguez Hickie

Asesora: Patricia Mónica García Jiménez

Octubre, 2013.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

En todo camino hay piedras y problemas que sortear, resolver y también se dan muchos aprendizajes. Por eso dedico especialmente este trabajo a los que estuvieron ahí para asesorarme, impulsarme a seguir y resolver mis múltiples dudas.

A Luis Felipe, mi compañero de la vida, por sus miles de formas de ayuda; desde camarógrafo, asesoramiento técnico, apoyo económico y amor.

A Isabel Miriam por su amor y soporte en todo momento. Gracias hijita por enseñarme diferentes formas de buscar información, por prestarme libros de la biblioteca de Iztacala, sacar copias, y ayudarme en la redacción. Además ha sido una experiencia única estar en el camino juntas buscando el conocimiento.

Para Aure, por transmitirme su actitud ante la vida de lucha y superación, así como por el préstamo de libros.

A Irmiux, mi cuñis, por siempre estar dispuesta a ayudarme y por volverse mi hermana-amiga.

A mis entrañables hermanos Conchita, Rob, y Álvaro por todo lo que compartieron conmigo –wish you were here.

A mi cuñada María de los Ángeles por toda su solidaridad y hermandad.

A mis adoradas Siomara y Tillie.

A mis sobrinos por ser mis hermanos-amigos, y a mis sobrinos nietos, simplemente por alegrar mi vida.

A mis papis Leonor y Álvaro por ser los pilares en mi vida.

Agradecimientos

Agradezco ante todo a Dios, por la luz y la palabra.

Al Museo Lic. Adolfo López Mateos por ser un museo y centro de desarrollo cultural en Atizapán. A su director el Lic. Juan Mendoza Sánchez y a cada uno de sus trabajadores por contribuir a que el museo continúe en pos de la cultura, y por permitir hacer mis investigaciones. Un agradecimiento en particular para Angélica Trejo por su cooperación.

Al ex director del MALM, el Profesor Martín Mendoza Pastrana por haber creado redes de artistas, eventos, poemarios, convivencia y apoyar al arte, a las festividades comunitarias, y en general por haber impulsado la Cultura de Atizapán.

A Mónica García Jiménez, mi asesora, por su apoyo, sus directrices, préstamo de libros, amistad y por cambiar mi panorama mental varias veces del estrés al sentido de humor y a la calma.

A todos los participantes en los Grupos de Enfoque, y de las entrevistas; muy en especial a Angélica Calderón Cueto, Ámbar Rodríguez Díaz, Gloria Miranda Espinoza, Eugenia Valencia Vda. de Alcaráz, Francisco Bobadilla, Natividad Vázquez Guzmán, Ignacio Bravo, Victoria Rojas, Florencia Calderón Ramírez, Margarita Meleza Aguilar y a Silvia González.

Al Instituto Mexiquense de Cultura por continuar apoyando al MALM, y en especial al Director de Patrimonio Cultural el Señor Fernando Muñoz Samanoa por toda la información aportada.

A todos mis compañeros del Seminario: a Samantha Rojas, Marisol Jaimes, a Dessirée Hernández, a Betsa Solís, a Lily Reyes, Lupita Burgos, Helmer Morales, Isaac García y Paco Collazo porque con sus ideas, comentarios y compañerismo el camino para realizar la tesis se hizo menos astilloso y más enriquecido. Gracias especiales a Sam, por acompañarme con palabras de aliento hasta el final. A Sol por siempre estar dispuesta a compartir información conmigo, a Dess por sus guías para los trámites, a Betsa por

dedicarme una de sus ingeniosas frases y decirme del seminario de museología.

A mis asesores del Seminario; Enrique Pimentel, Fernando Martínez, Mónica López Dorantes, y a Humberto Ramos por guiar, ilustrar y apoyarme con firmeza y cariño. A todos ellos y a Mónica García, les admiro sobretodo su lucha continua para sacar adelante a más científicos sociales en México.

A mis amigos, esposo, hermano y sobrinos *titulados* por ser un ejemplo a seguir.

Al Colegio Americano por darme una gran parte de mi capital cultural y por sembrar en mí el gusto por la investigación.

A mi alma mater la FES Acatlán UNAM por inspirarme.

A mi país México por ser el lugar del universo que me cobija.

A todos los creadores y artistas que creen en el Museo Lic. Adolfo López Mateos como difusor de la Cultura, así como al público y vecinos que han mantenido vivo con su asistencia y organización a este museo como centro de unión, identidad, gozo, creación y aprendizaje.

A mis amigos por ser y estar.

ÍNDICE

Capitulo 1	La Cultura y la Comunicación: el Enfoque Teórico.....	1
1.1	De cómo la cultura se puede estudiar desde la hibridación de las ciencias sociales	2
1.2	La comunicación y la cultura	4
1.3	Concepción estructural de la cultura	6
1.3.1	Característica Intencional	7
1.3.2	Característica Convencional	8
1.3.3	Característica estructural.	9
1.3.4	Característica Referencial	9
1.3.5	Característica contextual	10
1.4	Campos, capitales y habitus.....	12
1.5	Los Frentes Culturales, hegemonía y legitimación	13
1.6	Identidad.....	16
1.7	Modelos de consumo	20
1.8	Museo, museología, museografía, nueva museología, ecomuseo.	22
1.9	El museo comunitario o ecomuseo.....	26
1.10	Difusión	28
1.11	El neobarroco y el sublime tecnológico	29
1.12	Administración	30
1.13	Retroalimentación.....	31
Capitulo 2	Los museos como vertederos de musas: el Contexto	33

2.1	Las Políticas Culturales que inciden en el MALM.....	34
2.1.1	CONACULTA	34
2.1.2	Secretaría de Educación Pública (SEP)	34
2.1.3	Instituto Mexiquense de Cultura (IMC).....	35
2.1.4	UNESCO y la CGLU.....	37
2.1.5	ICOM (Consejo Internacional de Museos).....	39
2.1.6	Banco Mundial	42
2.1.7	Política cultural en los gobiernos Priístas	44
2.1.8	Política Cultural durante los gobiernos panistas	46
2.2	Descripción del Municipio de Atizapán de Zaragoza	48
2.2.1	Breve historia de Atizapán.....	48
2.2.2	Localización y población	51
2.2.3	Ofertas Culturales en el municipio.....	52
2.3	Origen y desarrollo del MALM	56
2.3.1	Localización del museo y sus colonias de influencia	56
2.3.2	Rutas de Acceso	57
2.3.3	Surgimiento	57
2.3.4	Misión y Visión.....	58
2.3.5	Desarrollo	58
2.3.6	Instalaciones exteriores.....	59
2.3.7	Instalaciones interiores, exhibiciones, representaciones.....	59
2.3.8	Coordinadores del Museo (Director y Secretaria)	62
2.3.9	Empleados	62
2.4	Los canales de difusión utilizados por el MALM.	63
2.4.1	Descripción de los canales utilizados	63

2.4.2	A quiénes llegan los mensajes	63
2.4.3	Diseño y claridad en los mensajes.	63
Capítulo 3	Los públicos: la Estrategia Metodológica	65
3.1	La Estrategia Metodológica	66
3.1.1	El Sujeto, y el Objeto y las Categorías	67
3.1.2	Metodología Cuantitativa.....	69
3.1.3	Metodología Cualitativa	70
3.1.4	Características Semejantes en la Metodología Cuantitativa y Cualitativa	71
3.2	Justificación	71
3.3	Programación-Methodológica.....	72
3.4	Técnicas utilizadas en este estudio	76
3.4.1	Grupos de Enfoque (GE)	77
3.4.2	Entrevista Profunda (EP).....	81
3.4.3	Observación Participante (OP).....	84
3.5	Planos	87
3.6	Herramientas	91
3.7	Categorías	92
3.7.1	Museo.....	92
3.7.2	Campos, capitales, habitus	93
3.7.3	Hegemonía, legitimación.....	94
3.7.4	Neobarroco.....	94
3.7.5	Enseñanza/Aprendizaje	94
3.7.6	Políticas Culturales	95
3.7.7	El ocio como diversión y tiempo de aprendizaje	95

3.7.8	Difusión.....	96
3.7.9	Retroalimentación o feedback.....	96
3.7.10	TIC.....	96
3.7.11	Modelos de Consumo cultural.....	97
3.7.12	Identidad e identidad colectiva	97
3.7.13	Administración.....	97
Capitulo 4	De cosas que atañen y tocan a esta aventura y memorable historia: Resultados e Interpretación:	98
4.1	Museografía.....	103
4.1.1	Museógrafos	112
4.1.2	Nueva Museología.....	116
4.1.3	Neobarroco.....	118
4.1.4	Enseñanza y Aprendizaje	119
4.1.5	Políticas Culturales.....	127
4.1.6	El ocio como placer y tiempo de aprendizaje	129
4.2	Difusión	133
4.2.1	Comunicación Personalizada	142
4.2.2	Retroalimentación.....	143
4.2.3	Las TIC.....	146
4.3	Consumo Cultural.....	148
4.3.1	Identidad.....	150
4.3.2	Identidad Colectiva	163
4.3.3	Tradición.....	163
4.3.4	Capital Cultural y Simbólico	164
4.3.5	Frente Cultural	166

4.3.6	Administración.....	166
Capítulo 5	“El museo permanece; sin embargo se mueve” Conclusiones y Propuestas:	174
5.1	Museografía.....	177
5.1.1	Museógrafos	181
5.1.2	La Nueva Museología	183
5.1.3	Ecomuseo	185
5.1.4	Enseñanza/Aprendizaje.....	189
5.1.5	El ocio como placer y aprendizaje.....	192
5.2	La Difusión.....	195
5.2.1	Retroalimentación o feedback.....	198
5.2.2	Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).....	201
5.3	El Consumo Cultural.....	202
5.3.1	Identidad.....	204
5.3.2	Identidad Colectiva	207
5.3.3	Amigos del museo.....	208
5.3.4	Tradiciones.....	209
5.4	Políticas Culturales.....	210
5.4.1	Transparencia	215
5.4.2	Administración.....	218
Anexos:	233

INTRODUCCIÓN

Los museos son lugares encantados, donde el ser humano puede llegar a una fascinación de los sentidos, a la elevación de su espíritu, al conocimiento, a la luz, al diálogo. Un museo es el lugar donde se puede detener a un objeto creado o extraído para observarlo y pensarlo... Y cuando no se piensa; se siente y disfruta.

A través del tiempo, quienes dicen saber ver y escuchar mejor han recogido objetos y como tesoros los han resguardado para que los demás los conozcan. Los tesoros resguardados en un museo aparentan facilidad para comprenderlos pero es un falso velo. Su halo o esencia sólo lo puede ver un ojo educado o a través de un trama educativo o actividad lúdica, o creativa o recreativa. Porque toda condición para el conocimiento acarrea una preparación o andamiaje.

Objetivamente un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite. Lo anterior fue establecido por el Consejo Internacional de Museos (ICOM); institución a nivel internacional cuyo objetivo es que se desarrollen normas profesionales en el ámbito de la promoción, comunicación e intercambio de los conocimientos dentro de la comunidad internacional de museos.

Este papel de los museos dada por el ICOM no siempre ha sido igual. Ha cambiado, porque los museos como reflejo de la sociedad que cambia constantemente lo hacen también.

El comienzo de los museos data del siglo V a.C. cuando los griegos tenían un lugar donde se podía encontrar el producto de este encantamiento dado por las llamadas musas, hijas de Zeus creadoras/inspiradoras de la música, danza, pintura, poesía, astronomía, y teatro.

Más adelante con el florecimiento de Alejandría, estos lugares, se volvieron centros científicos y universales del saber. Con los romanos fueron templo de musas y escuela de filosofía. En la época de la Ilustración tenían capacidad de educar y ser el medio de la comunicación de valores enciclopédicos. Después, se convirtieron en el lugar donde había colecciones y sólo la clase alta podía acceder a verlas. Con la Revolución Industrial pasó a ser más democrático y permitió la entrada de todo público.

En la actualidad, es una institución que muestra diferentes disciplinas: artísticas, científicas, técnicas, etc. Aunque se permita la entrada a todo tipo de público, se ve la falta de asistencia del público en México comparativamente con la asistencia que se da en países como Francia, España y Reino Unido. Por otra parte, el museo en México como en otras partes viene sufriendo cambios constantes. Una de ellas es su transformación, por ocasiones en museos guiados por la comunidad. En otros, se ven museos que se vuelven participativos, y más educativos. Otros incorporan talleres en sus actividades, etc.

Una razón para visitar los museos es para disfrutar de piezas de arte, por recreación, creación, jugar, recordar o por conocer y aprender. Así es por lo que se designa al museo como una institución que busca deleitar y enseñar.

El museo ha pasado a ser el lugar donde se puede generar un aprendizaje “libre”. Es decir, la enseñanza en un museo se le llama no formal, pues puede contar con muchas estrategias para que el visitante adquiriera una enseñanza de una manera lúdica, participativa y significativa. Estas formas se han podido ver en el Museo Papalote y en el Museo Universum, por mencionar algunos. En estos recintos, cabe agregar, se usan otros sentidos aparte de la vista, como serían el tacto y el oído, que tanto Howard Gardner, Jean Piaget y la neurolingüística mencionan como las “otras formas de aprender”. Por ejemplo, en el Museo Nacional del Virreinato en Tepotzotlán existe una especie de cabina con forma de sombrilla que al ponerse debajo de ella se recibe una

explicación oral de la obra pictórica que se está viendo. Esa “cabina” resulta muy adecuada, para la gente que capta la información de manera auditiva.

Es por eso que cada vez se le exige a los museos que tengan un compromiso más real con las necesidades contemporáneas, siendo el mejoramiento en la formas de enseñanza una de ellas. A la vez, se deben trabajar en las escuelas la estética y la educación artística, pues sin ella es difícil apreciar al arte que hay en los museos y en la vida pues como alguien dijo “para apreciar algo hay que saber cómo y qué ver”.

Otra función importante del museo es la difusión de la *cultura* y de la **Cultura** (con “c” mayúscula)¹. Se hace esta distinción de la palabra porque la cultura, con “c” minúscula se referirá a las creencias, formas de realizar su trabajo, sus valores, creencias, tradiciones. Por ejemplo, respecto a cómo nacen los bebés, dependiendo de la cultura de cada quien hay una preparación, persona/s que ayudan, creencias acerca de qué hacer con la placenta, en qué lugar se debe recibir al bebé, el apoyo del padre, si habrá cantos, etc. Así se puede ver en el Museo de Medicina Maya de San Cristóbal de las Casas la forma en que las mujeres dan a luz con la participación del papá y la comadrona y el lugar donde depositan la placenta. Todo esto se ve a través de unos modelos de tamaño natural dentro de un espacio parecido a sus casas, para una mayor comprensión de la cultura maya.

Al referirse a la **Cultura** se toma en cuenta las obras artísticas como la danza, la música, la literatura, la artesanía, etc. Como ejemplo tenemos las pinturas, esculturas y los eventos musicales en el Museo Nacional del Arte (MUNAL).

¹ A partir de este momento se pondrá la “C” en mayúscula para discernir en las dos significaciones que tiene esa palabra. Cultura con minúscula se refiere a todo lo que somos, pensamos, hacemos, soñamos, anhelamos, comemos, vestimos. El escribirla con mayúscula significará en este escrito que se refiere a la producción, consumo de bienes culturales como pintura, música, poesía, danza, etc.

Aparte el museo refuerza la identidad de las sociedades; por un lado puede mostrar las tradiciones y las raíces de los pueblos de ese lugar. Pero también puede mostrar eso mismo de otras comunidades. En ese ver diferente al Otro - descubrir que su modo de vida es diferente- se acepta que más que la diferencia manifiesta, los otros son portadores de la misma humanidad, resaltando además la identidad propia. Lo cual enseña un camino hacia la paz del mundo.

El museo conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad. El patrimonio material es como el calendario maya que se expone en el Museo de Antropología. El inmaterial, ha tenido diversidad de interpretaciones, pero se refiere en general a los conceptos y a los valores, que también se transmiten en un museo.

Muchas veces se va a un museo porque su arquitectura llama más la atención que los objetos museales y actividades que alberga. Pero la mayoría se distinguen por tener una colección permanente y una o varias exposiciones temporales. La forma en que los objetos están colocados, las explicaciones, o interacciones que el visitante puede tener con ellos, la luz, el orden, la mediación al igual que el edificio que lo alberga son parte de la museografía. Dependiendo de la museografía se logrará transmitir eficientemente o no el mensaje de los objetos. Cabe agregar que la museografía se basa en la museología que es la ciencia que estudia los museos.

Como toda institución, el recinto museal, se guía por una estructura administrativa. En México, por ejemplo, la mayoría de los museos están dirigidos por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Consejo Nacional de Cultura (Conaculta). Los planes sexenales de la SEP se derivan del Programa de Desarrollo del Ejecutivo. El Ejecutivo incluye, en lo que respecta a la cultura, las directrices de la UNESCO que procura que la cultura y la educación lleguen a todo el mundo.

En el caso específico del Museo Lic. Adolfo López Mateos (MALM)², este es dirigido además por el Gobierno del Estado de México y su institución encargada de la cultura: el Instituto Mexiquense de la Cultura (IMC). Se deduce entonces, que existen muchas “cabezas” dirigiendo o planificando para este museo y para los demás que existen en México. Por otra parte, en el interior del MALM existe su propio director y secretaria que también tienen líneas de trabajo. Al interior del museo tanto el personal y directivos pueden ser afectados en su labor por el sistema de sindicalismo o por falta de profesionalización y/o liderazgo.

Los intereses políticos de los gobiernos federal, estatal y municipal en turno, afectan la dirección de los museos y algunas veces estos se ven afectados por intereses encontrados. Cuando el gobierno estatal profesa la misma ideología que la municipal puede haber apoyo hacia el museo. Por otra parte si esos gobiernos son antagonistas en ideología, entonces se restringe el apoyo; lo cual no debiera pues ante todo se deben al servicio de la población.

Por un lado los museos ayudan a legitimar al poder, pero muchos gobernantes no lo saben y no lo aprovechan. Este aprovechamiento sería en beneficio de la población y de ellos.

A veces la comunidad toma por momento las directrices como en los ecomuseos y ayude a la vinculación de sus públicos; integrándolos con su participación en la organización, difusión y museografía.

Como se dijo anteriormente los museos no son visitados tan asiduamente como debiera. Según la Encuesta de hábitos, prácticas y consumo Culturales (Conaculta, 2010) ante la pregunta de que si se había asistido a un museo en los últimos doce meses, al menos una vez; Francia reportó que un 77% de su población lo había hecho, el Reino Unido un 44% y México sólo un 22%. Esto presenta un problema, pues mucha gente se está perdiendo de esta forma de

² A partir de este momento el Museo Lic. Adolfo López Mateos se referirá como MALM.

emplear su tiempo libre de una forma gozosa y significativa. Un tiempo que implique construir, disfrutar, crear, aprender de una forma creativa, lúdica y diferente a la que recibe en las escuelas y que es tan necesaria para la humanidad.

Organismos mundiales como la UNESCO, considera a los museos como vector de acercamiento entre las culturas, la paz y el crecimiento económico y cultural sostenible. La Organización llamada Ciudades y Gobiernos Locales (CGLU) y la Junta de Rio ven a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible. Por lo tanto es importante averiguar si la falta de asistencia se debe a la falta de difusión o a la falta de una museografía adecuada. La museografía es el cómo se acomodan los objetos; la decoración alrededor del objeto, es el cómo el espacio museal lleva la narrativa de los temas; son las formas que ayudan a la transmisión del mensaje que llevan los objetos. Cuando se descubre que no hay un museógrafo profesional en todo el IMC, con la excusa de que no alcanza el presupuesto, se llevará a cuestionar nuevamente la fuerza jurídica y legislativa de las políticas culturales, así como la calidad de sus servicios y la transparencia de sus finanzas.

Se recuerda ahora lo difícil que fue encontrar la página que desglosaba el presupuesto del gobierno del Estado de México en los diferentes rubros y la imposibilidad de ver en el presupuesto del IMC cómo se divide para la difusión, museografía, materiales, capacitación del personal, etc. Asimismo no se encontraron dentro del portal del Banco Mundial referencias a su injerencia en las políticas educativas y culturales de México, aunque por los investigadores Pablo Latapí (citado por Mendoza,1999)³ y Moeller⁴ se presume de su injerencia.

³ A propósito de las propuestas de política educativa del Banco Mundial, Latapí desnuda el trasfondo de las nuevas orientaciones que se impulsan; señala que:[...] no puede ser satisfactorio un modelo originado en la preocupación exclusiva por el rendimiento económico del gasto educativo, atento a la relación costo-beneficio y la tasa de rentabilidad de la inversión; estamos ante una concepción productivista de la educación, centrada en insumos y resultados, y una definición de calidad

La difusión del museo en cuestión puede ser un reflejo de la difusión de la cultura en general, dentro de México. Como el gobierno ha asumido la mayor responsabilidad en cuanto a la difusión de la cultura, se cuestiona si el gasto en la difusión es suficiente o si el problema es que no cuenta con gente que conozca esta herramienta y profesionales para llevarla a cabo. La difusión implica estrategias, conocimiento de diferentes lenguajes (visual, tecnológico, simbólico), escoger a cuál público va ir dirigido, qué medios serán los más adecuados, conocer el proceso de la comunicación, y el apoyo de todo un equipo de soporte atrás de todo esto, que hace investigación, etc. No debe dejarse en manos inexpertas. Además es cuando se da uno cuenta de la importancia de la retroalimentación que viene de los públicos.

De hecho la Unesco, la IMC y la ICOM soportan que la difusión es una área de sus políticas para llevar a cabo el desarrollo de la Cultura. Esto lleva a cuestionarse la concordancia entre lo que las políticas culturales demandan y la puesta en práctica de ellas. Inclusive se cuestiona si el museo cuenta con todos los departamentos para llevar a cabo sus funciones de educación, de relaciones públicas, recursos humanos, museografía y difusión. Asimismo, se cuestiona qué tanto afecta a los empleados el ser parte de un sindicato que no da ascensos o puestos por desempeño sino por otras casualidades.

que reduce la tarea educativa al dominio de la información que se considera relevante [...]Mendoza,1999:4)

⁴ Considerando que el Banco Mundial es un organismo de financiamiento controlado por las mayores potencias económicas del planeta, que tiene como propósito combatir la pobreza pero prestando dinero y cobrando intereses, (salvo a los más pobres), tiene una finalidad económica como cualquier banco, ofrece asesoría para “venderse” y establece lineamientos para asegurar la rentabilidad de su capital, pero también, cómo puede apreciarse en sus conceptos, para ofrecer financiamiento a la educación requiere que ésta sea considerada fundamentalmente en su papel de formadora de contingentes para el desarrollo económico, esto es tiene una connotación ideológica del conocimiento como un recurso para generar dinero. Si bien el Banco Mundial hace énfasis en que la educación llegue a los más pobres y pareciera que el interés del BM es apoyar a los países en vías de desarrollo para establecerlas condiciones de educación en la población que garanticen la mano de obra calificada que requiere una economía de libre mercado, es una institución financiera que opera con rentabilidad, su trabajo no es altruista, es solamente un banco para pobres. (Moeller,2012:2)

La zona metropolitana norte de la Ciudad de México caracterizada por su área industrial ha carecido de suficientes recintos culturales. Por eso cuando se crea el Museo Lic. Adolfo López Mateos y la Casa de Cultura de Atizapán hace 19 años aproximadamente se percibe una posibilidad de tener más Cultura en Atizapán de Zaragoza. A partir de esa creación los atizapenses pudieron ver exposiciones de pintura, escuchar música, participar en algún taller o evento en un lugar cerca de sus casas.

La colección de objetos de Adolfo López Mateos dormía en sus vitrinas, mientras el resto del museo ebullía. Lo que atraía era la convivencia con gente que le gustaba las artes y artesanías para crearlas o presentarlas. Como dijo Gloria Miranda (poeta) se generó una fraternidad entre creadores, artistas y una que otra vez con el público, que desde siempre fue poco.

El sentimiento de identidad comunitaria se hacía muy presente en las festividades del 5 de mayo y el 15 de septiembre. Era vivir en un área comercial e industrial pero con un “patio” de Cultura, comunicación y convivencia alrededor y dentro del MALM. Se encontraban conocidos, vecinos, o amigos en las tradicionales callejoneadas, o en la algarabía del Día de las estudiantinas, o en el Grito de la Independencia, y en un sinfín de eventos para convivir y aprender. Estas actividades hacían significativo asistir al MALM. En la actualidad existen más opciones y lugares con ofertas culturales.

Lo cual lleva a pensar porqué la gente no asiste a eventos culturales a pesar de que la mayoría son gratis en México, y en el caso del MALM, todos lo son. Según la *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo culturales* el 43% no asiste a eventos culturales. Las razones son “porque no tiene tiempo” 19% (lo cual puede hablar de una población que no valora el tener tiempo libre o que lo considera negativo). El 18% no asiste “porque no le interesa”. Este punto refiere a la falta de educación artística en el país pues para tener interés en la Cultura se tiene que haber conocido y/o aprendido algo de las diferentes áreas artísticas, preferiblemente desde la infancia. Otro 18% entra en la clasificación

de “no tener dinero ni tiempo”, lo cual puede significar bajos ingresos en la mayoría de la población a pesar de estar trabajando tanto que no tienen tiempo libre. Pero igual no se sabe exactamente que quieren decir estos resultados porque es un análisis cuantitativo que no da ejemplos particulares, y que no evoca a toda la población, sino a una muestra estadística. Sin embargo, estas estadísticas sirven para darse una idea de la cantidad de personas que no asisten a eventos culturales y las posibles razones de ello.

El contenido de la tesis trata de la Comunicación en el MALM. Es decir, se analizó la manera en que el museo presenta y difunde su exposición permanente, la colección de objetos y fotografías relacionadas con el Lic. Adolfo López Mateos⁵ así como la presentación de las exposiciones temporales. Sabiendo que se dan varias exposiciones al año y que hay o hubo conferencias, mesas redondas, encuentro de escritores y un sinnúmero de actividades, el estudiar la museografía del museo y su difusión fueron las formas de indagar por qué tiene ese problema de falta de públicos.⁶ No se sabía que habría otras causales para esto como serían la falta de una retroalimentación de los públicos, las políticas culturales, la forma de administración, la identidad, la imagen negativa del tiempo libre, la falta de una forma de aprendizaje creativo y de las nuevas tecnologías, o la falta de claridad en el uso de sus recursos económicos.

Las bases para discurrir el problema a investigar, se tomaron de los estudiosos en Cultura, Comunicación y todas las otras áreas que ayudaron a proporcionar el estado del conocimiento del problema. El **primer capítulo**: es el **Marco Teórico**. Este Marco Teórico inmersa al lector en el conocimiento existente, disponible y posiblemente relacionado con el problema a estudiar.

⁵ A partir de este momento ALM.

⁶ No se toma en cuenta al público asistente a los eventos y prácticas de la Escuela Branshala ni de la Filarmónica, porque en esos casos se toma al museo como salón de clases y foro de la misma escuela. Tampoco se toma en cuenta cuando el museo funge como sede del Festival de Aguablanca.

El **Marco Teórico** también orienta acerca del cómo se habrá de realizar el estudio. Se encontrará información de John B. Thompson, que analiza la estructura de la cultura y las formas simbólicas; a Pierre Bourdieu, con los conceptos de habitus y capitales culturales retomados y ampliados por Jorge González, quien también habla de la hegemonía y la legitimación. Se toma de Néstor García Canclini, la teoría del consumo cultural,

Con respecto a la Comunicación, Gilberto Giménez muestra la posibilidad de la hibridación de las disciplinas para enriquecer el conocimiento al hacer uso de la museología, la psicología, la educación, la administración y la política, entre otras, aunadas a la comunicación.

Cabe agregar que la comunicación está ligada con la identidad por lo cual Gilberto Giménez, profundiza acerca de ello. Por otra parte, el uso social del lenguaje, y el concepto de comunidad es tomado de Felipe López Veneroni.

Respecto a lo qué es un museo, la museografía y las nuevas tendencias de los museos, Alonso Fernández y los conceptos de museología recabados por el ICOM, son las bases. Asimismo, se consultó la tesis de Rosa María López Montaña "Museos vemos...públicos ¿qué sabemos?".

Los siguientes autores relacionan a los museos con la educación y así como la necesidad de la interacción o experimentación y tecnología para lograr un aprendizaje: Howard Gardner, Jean Piaget, Lauro Zavala, M. Chagas, M. Jaramillo, R. Rubiales y G. Silva.

En cuanto a la estética actual, Omar Calabrese explica la era neobarroca y con Mario Costa se ve lo sublime tecnológico. En la actualidad se llama neobarroco a todo esta modalidad de la exageración –hasta llegar a lo grotesco-, este deseo por experimentar la velocidad, tanto en el uso de juegos tecnológicos como en los videos o películas, la fragmentación que se ve en los cuadros, pinturas, fotografías, la captura de lo más lento, como comprobación de la realidad, el uso de espacios enormes como en los conciertos, etc. El

gusto neobarroco atractivo sobre todo para el público joven. Por otra parte, Costa menciona como las TIC han permitido crear un arte “sublime” con base a la tecnología; que cambia la forma de ver al arte. Ambas estéticas son las que llaman la atención de los jóvenes y niños y por lo tanto deben tomarse en cuenta al crear la museografía de un recinto.

También se analiza la difusión desde Carlos Lomas y Carlos González Alonso. A través de Tomás Ejea, Sabina Berman y L. Jiménez se analizan las políticas culturales. Bateman & Snell en el área de administración, explican cómo debieran funcionar la Dirección en las organizaciones y el manejo de personal.

Hooper-Greenhill explica la investigación de los visitantes, la importancia de darles comodidad y el de recibir retroalimentación de su parte.

En el **segundo capítulo: Contextualización**, se tratará acerca de la historia de Atizapán, de su geografía y recursos naturales, y el efecto de haber tomado esta área como un lugar industrial por su cercanía con el D.F. Se mencionarán los otros centros que compiten en consumo cultural con el MALM en el área suburbana del noroeste de la capital.

Se analizan las Políticas Culturales que derivan del Plan de Desarrollo Federal (2006-2012) dirigido por el Ejecutivo Felipe Calderón Hinojosa. El Plan de Desarrollo toma en cuenta las directrices de diversas organizaciones mundiales como son la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), en cuanto a Educación y Cultura.

Las Políticas Culturales derivadas del Plan de Desarrollo dirigen a la Secretaría de Educación Pública (SEP), al Consejo Nacional de la Cultura (Conaculta) y al Instituto Mexiquense de Cultura (IMC) del cual depende el MALM. Otra organización que incide en los museos es el Consejo Internacional de Museos (ICOM). Además las políticas de los partidos en el

poder tanto federal, como estatal y municipal influyen en el desempeño del MALM.

Se narra el origen y desarrollo del MALM. Brevemente, se describen sus instalaciones exteriores e interiores. Se mencionan los recursos humanos con los que cuenta. Se mencionan su visión y misión.

Con la información recabada para la contextualización se pudo delimitar el **Problema** a investigar que es el análisis de la actual comunicación – museografía y difusión- del MALM, para conocer las razones de la poca asistencia a su recinto. De aquí se generó la **Pregunta General** que fue ¿cómo afecta la actual comunicación –museografía y difusión- del MALM a la falta de asistencia del público?

La respuesta posible se planteó como **hipótesis**: “La falta de asistencia al MALM se debe a la aplicación inadecuada de la museografía, así como a la falta de difusión de sus actividades.” Por lo tanto el **tema** de esta investigación es la comunicación en el Museo Lic. Adolfo López Mateos: -la museografía y difusión- y su relación con la baja asistencia al recinto.

En el **capítulo tercero** se explican las dos diferentes **estrategias metodológicas**: la **cualitativa** y la **cuantitativa**. Se describen, se comparan y se sustenta porque se escogió el enfoque cualitativo para este estudio. Se informa sobre las tres técnicas que fueron aplicadas: la Observación Participante, los Grupos de Enfoque y la Entrevista de Profundidad, sus herramientas y la justificación.

En el **cuarto capítulo** se presentan los **resultados y su interpretación**, tanto de los Grupos de Enfoque, que fueron aplicadas al público potencial, las entrevistas de profundidad que fueron realizadas a dos artistas, una organizadora comunitaria y creadora a la vez, y al director de Patrimonio del Instituto Mexiquense de Cultura (IMC). Una Observación Participante se realizó durante el festejo del Día de Muertos y otras cuatro en cuatro días entre

semana dentro del MALM. La información que se recabó se sistematizó en una tabla para organizar los datos y comenzar la interpretación.

El **quinto capítulo** es el concerniente a las **conclusiones**. Se da una conclusión para las diferentes técnicas bajo cada concepto. Esto se debe a que las técnicas se aplicaron a diferente gente y eso nos dio particularidades para cada uno que no se pueden generalizar. Además esto se debe a que se utilizó una metodología cualitativa. Se incluyen algunas sugerencias a los problemas que se encontraron. Asimismo, se incluye una lista de posibles estudios derivados del estudio de los museos en relación con la comunicación. También se informa si la hipótesis se comprobó.

En los apéndices vienen las Tablas de análisis, las filmaciones de los grupos de enfoque, los audios de las entrevistas y otras fotografías tomadas durante las observaciones participantes.

“El que se lleva se aguanta” dice un refrán. Ponerse a hablar de los conceptos de museo, museología y museografía fue como abrir una puerta a un conocimiento vasto y en continuo movimiento. Por un lado fue un obstáculo, por no conocer acerca de ella y después por saber que los museos van “mutando” como el MALM. Debido a la conciencia que se va adquiriendo actualmente respecto a la importancia de los museos y su relación con la educación y el aprendizaje, se vuelven conexiones hacia infinitos conocimientos. Se llegó a conocer puntos de vista diferentes, innovadores, semejantes y sorprendidos. El convivir con la gente y platicar sobre sus historias particulares y puntos de vista fue muy enriquecedor.

Hubo desilusión al ahondar en la información de la situación económica, social y política, y la manera en que se refleja en un retraso educativo, científico, tecnológico y cultural de México. Como dice Bunge (1998) “el ignorar o postergar el desarrollo político, cultural, biológico, económico, científico y tecnológico da como resultado sociedades desequilibradas, sacudidas con

frecuencia por crisis destructivas y que por lo tanto no logran salir del subdesarrollo” (p.27).

Fue gratificante encontrar gente comprometida con lo que hace, desde los creadores y organizadores comunitarios, pasando por los investigadores de estos temas, gente que ayuda por la simple satisfacción de ayudar, compañerismo, amistades nuevas, etc. Esto último ayuda a que regrese la esperanza de que la difusión y la creación de la Cultura puede crecer.

Se espera que la lectura de esta investigación logre esclarecer el porqué de la falta de público en el museo, así como de todas las posibilidades que tiene el museo para ser transformado de acorde a la época en un lugar lúdico, tecnológico educativo y democrático en donde la comunidad pueda decidir su rumbo también.

“Para muestra; un botón”, este análisis puede iluminar acerca de la situación cultural del país, porque el MALM es una muestra de lo pasa en general en el resto del país. Asimismo, muestra que en México existen en papel unas políticas culturales muy altruistas pero que por diversos factores esbozados en los resultados de la investigación impiden que se cumplan como debieran.

Capítulo 1 La Cultura y la Comunicación: el Enfoque Teórico

El universo, cual calidoscopio de múltiples colores, hace suya toda suerte de realidades, unas que dan marco a la vida y otras que la fomentan, actúan y culminan en la sinfonía de significaciones distintas que integran las culturas creadas, en su ya larga historia. Por eso puede afirmarse en suma que investigar acerca de la diversidad equivale a enriquecer el conocimiento y la capacidad de aprovechar cuanto integra el universo del hábitat en que vivimos. — *Miguel León Portilla*



Imagen de la entrada del MALM, 2012. Por Leonor Rodríguez Hickie (LRH).

1.1 De cómo la cultura se puede estudiar desde la hibridación de las ciencias sociales

¿Es posible investigar a un museo desde la disciplina de la Comunicación? Cada vez más se demuestra la amplitud de conocimientos que se logran a través de la inclusión de esta área en los estudios sociales. La Comunicación está en cada una de nuestras acciones, relaciones, rituales y consumos –lo que llamamos Cultura- y por ende nos ayuda a entender el concepto de la Identidad.

El museo es un producto cultural, para que sobreviva como tal, necesita de consumidores culturales. El Museo Lic. Adolfo López Mateos, es un recinto ubicado en el municipio de Atizapán de Zaragoza, que alberga colecciones y documentos referentes a la historia del ex –presidente Adolfo López Mateos y aparte gestiona exposiciones temporales de diversas temáticas. El mayor problema que tiene es la falta de asistencia, por lo que se plantea un estudio para saber los intereses del público potencial, así como las formas alternas de difusión que podrían solventar esta carencia. La Comunicación es el área adecuada para abordar esta situación.

Es importante notar que a la ciencia de la comunicación, ahora se le reconoce con características de amalgama o hibridación. Amalgama o hibridación implica utilizar diversas disciplinas y especialidades, para su epistemología. Para exponer más claramente el significado de amalgama e hibridación dos estudiosos de la comunicación: Mattei Dogan y Robert Fhare explican: “Se entiende por **amalgama** la fusión, la recombinación o cruzamiento de las especialidades o de sectores de disciplinas vecinas, que tienen por efecto principal la circulación de conceptos, teorías y métodos de una disciplina a otra, sin importar las fronteras” (citados por Giménez, 2009:5).

Esta nueva forma de acercarse a estudiar la comunicación ayudándose de otras disciplinas, le enriquecerá. Por mencionar algunas de las áreas de las que se puede auxiliar son la sociología, la arqueología, la política, la economía, la ecología, etc. Lo cual nos da unos campos híbridos que son

reconocidos institucionalmente como la ecología humana, la psicología social, la economía política. “La comunicación tiene un carácter híbrido y a su vez está presente en todas las manifestaciones de la vida social.” (Giménez, 2009:1)

Esto es posible, porque aunque la ciencia de la comunicación tiene sus propios padres fundadores, esquemas explicativos, y fronteras disciplinarias, después de condicionarse por contextos pragmáticos, metodológicos y normativos, “en su última fase, las disciplinas sociales se caracterizan por la ampliación de sus respectivos dominios y, sobre todo, por su incontenible diversificación y pluralización, sea por hibridación o amalgama” (Giménez, 2009:2).

Con respecto a las perspectivas teóricas para el estudio de lo social, Gilberto Giménez dice que “la hibridación o amalgama pone de manifiesto la permeabilidad de las fronteras disciplinarias en el campo de las ciencias sociales, ya que implican la circulación de conceptos, teorías y paradigmas de una disciplina a otra”. (2009:7) Giménez subraya que al tomar conciencia de esto se promoverá la creatividad y la capacidad de innovación de los científicos sociales, sin el tabú de las fronteras disciplinarias.

Como se quiere tener innovaciones científicas en el campo de la comunicación es importante recalcar que Dogan y Pahre (1991) sostienen que en las últimas décadas la mayor parte de las innovaciones científicas se han realizado en las fronteras entre disciplinas, en sus intersticios, en los puntos de cruce entre especialidades. (Giménez, 2009). “La tendencia actual en el campo de la investigación social es plantear y definir primero un problema, y sólo después preguntarse qué disciplinas podrían ser convocadas para abordarlo en forma adecuada” (Giménez, 2009:7).

1.2 La comunicación y la cultura

Para esto es importante recalcar que “la comunicación constituye un fenómeno social total que moviliza todas las instancias de la sociedad global. [...] En cualquier acto de comunicación no se transmite sólo un mensaje, sino también una cultura, una identidad y el tipo de relación social que enlaza a los interlocutores” (Giménez, 2009:7).

Después de pasar por diferentes definiciones, actualmente, Giménez (2009:9) expresa que,

“la idea de comunicación implica la construcción de significados mediante una especie de negociación o trato entre emisores y receptores que va más allá del simple intercambio de mensajes literales. Es lo que llaman concepción transaccional de la comunicación, y entienden por transacción la construcción de significados compartidos.”

Para lograr esta construcción de significados compartidos se tiene que estar conscientes de lo que es la cultura, “es decir, la producción e intercambio de significados, y es así como la cultura depende de los que participan en ella interpretando su entorno y confiriendo ‘sentido’ al mundo de modo semejante. Por eso cualquier producto cultural puede ser analizado siempre según el eje de comunicación” (Hall, citado por Giménez, 2009:10).

Se entiende así que, “la comunicación se logra a partir de las pertenencias socio-culturales tanto del emisor como del receptor. El fracaso de una comunicación no es imputable sólo a los llamados ‘ruidos’ en el canal, sino sobre todo a diferencias y disimetrías culturales (Giménez, 2009:10).

Entonces “uno de los deberes de los comunicadores vendría a ser el diseñar estrategias de comunicación (en los distintos espacios de interacción social: mediático, institucional, organizacional, comunitario y personal) que vinculen éticamente mundos separados” (Karam, 2004:2). Podría ser a judíos con musulmanes, perredistas con priístas, ingenieros con poetas, por ejemplo.

Tanius Karam en su artículo acerca del cuarto modelo en la enseñanza de la comunicación propone a un profesional de la comunicación como mediador socio- cultural. Asimismo, considera como centro de la actividad profesional no a los medios, sino al conjunto de prácticas sociales en las que se verifican procesos de interrelación (Karam, 2004).

Ahora bien, habría que agregar lo que Duck y McMaha plantean: “la comunicación también es una transacción o negociación de identidades” (Giménez, 2009:10).

Al respecto se debe tomar en cuenta los siguientes puntos sobre la identidad: esta puede ser individual o colectiva, la identidad de los participantes en una interacción constituye el marco requerido para la interpretación correcta de sus recíprocos mensajes, la identidad condiciona y modela los comportamientos comunicativos, la identidad limita los tópicos de la comunicación y la identidad puede ser en sí misma objeto de comunicación. Por lo tanto, concluye Giménez, “la comunicación constituye la condición de posibilidad y a la vez el factor determinante en la construcción de la identidad social” (Giménez, 2009 :12).

Esto a su vez, habla del vínculo de la cultura en la comunicación, “porque después de todo la cultura es indisoluble de la identidad, en la medida en que ésta se construye siempre a partir de materiales culturales” (Giménez, 2009: 10).

Como se ve en estos apartados la hibridación de las disciplinas permitirá valerse de varias disciplinas para investigar este problema. Por otro lado se ve el vínculo que existe entre la Cultura y la Comunicación; una es parte de la otra, y la comunicación se necesita para transmitir la cultura. El estudio del museo MALM y su interacción con el público, demostrará ser un lugar donde la comunidad encuentra en su edificio y sus fiestas un punto de identidad. Los adultos mayores que vivieron con sus papás durante el gobierno de López Mateos también encontraron una parte de su identidad en los valores de

patriotismo y en la imagen idealista de un presidente que sus padres crearon como ejemplo. A su vez, se verá como la sencillez y el asombro, características de los niños verán en pequeños detalles como en un anillo o llaves la identificación con objetos que han visto en películas. Pero existirá el reclamo de parte del grupo de jóvenes y niños de no encontrar nada relacionado con su identidad, gustos estéticos, con una innovativa forma de aprender o que les signifique algo.

1.3 Concepción estructural de la cultura

Se puede estudiar a la cultura desde los objetos, las acciones y expresiones significativas. Todo eso en relación con un contexto y proceso histórico en el cual se reproduzcan, transmitan y reciban estas expresiones. Así también se interpretarán todo bajo las formas simbólicas con sus cinco características que se explicarán más adelante.

Por lo cual, después de haber hablado de la relación que existe entre la comunicación y la cultura; se ahondará en el aspecto de cultura.

El investigador, John B. Thompson, en su libro, *Ideología y Cultura Moderna* (1999), habla de las concepciones antropológicas de la Cultura, las cuales son la descriptiva y la simbólica. Para poder estudiar estas dos concepciones, Thompson, propone una concepción estructural de la cultura. Una concepción estructural de la cultura, enfatiza tanto el carácter simbólico de los fenómenos culturales, como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados.

Thompson a su vez diferencia entre métodos estructuralistas (relacionados con Althusser, y Levi-Strauss) y lo estructural. “Los métodos estructuralistas se relacionan tradicional y fundamentalmente con los rasgos estructurales internos de las formas simbólicas- en tanto que la concepción estructural de la cultura se preocupa por tomar en cuenta los contextos y procesos estructurados socialmente.” (Thompson, 1998:204).

El análisis cultural se define como:

“el estudio de las formas simbólicas -es decir las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.” (Thompson, 1998:203).

El investigador Thompson, nos dice cómo los fenómenos culturales vienen a ser significativos tanto para los que los crean como para quienes los analizan. Para quienes lo crean son hábitos o rutinas de su vida diaria y para los analistas son las características significativas que buscan observar en la vida de los grupos humanos.

“Pueden caracterizarse, por ejemplo, por ser relaciones asimétricas de poder, por un acceso diferencial a los recursos y oportunidades y por mecanismos institucionalizados para la producción, transmisión y recepción de las formas simbólicas. El análisis de los fenómenos culturales implica elucidar estos contextos y procesos estructurados socialmente, así como interpretar las formas simbólicas.” (Thompson, 1998:203).

Thompson distingue cinco características de las formas simbólicas: *la intencional, la convencional, la estructural, la referencial y la contextual*. A continuación se analizará cada una de ellas.

1.3.1 Característica Intencional

Con respecto al estudio del Museo Lic. Adolfo López Mateos (MALM) la intencionalidad del museo será, entre otras, la de conservar y exponer el patrimonio material referente al ex -presidente Lic. Adolfo López Mateos y difundir actividades culturales. Para el grupo hegemónico en el poder del Estado de México puede ser una forma de legitimarse.

“La intencional se refiere a las formas simbólicas que son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que al producirlas o emplearlas, persigue ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que ‘quiere decir’ o se propone, con y mediante las formas así producidas. El sujeto productor también busca expresarse para un sujeto o sujetos quienes, al recibir e interpretar la forma simbólica, la perciben como la expresión de un sujeto, como un mensaje que se debe comprender.”(Thompson, 1998: 206)

También se cuestionará cuál es el propósito del público al asistir al museo. Los cuales podrían ser el de adquirir un status, por placer, por aprender, para relacionarse o simplemente por cumplir una tarea de la escuela.

Más adelante Thompson (1998:207) agrega:

“Decir que un objeto fue producido, o que se percibe como si hubiera sido producido por un sujeto capaz de actuar de manera intencional no significa, sin embargo que el sujeto haya producido el objeto de manera intencional, o que este sea lo que el sujeto tenía la intención de producir; significa, simplemente que el objeto fue producido, o es percibido como si hubiera sido producido, por un sujeto acerca del cual podríamos decir, alguna vez, que lo hizo de manera intencional.”

Los objetos que se exponen en la muestra permanente del MALM, no fueron creadas con la intención de hablar sobre un personaje. Con el tiempo, al ser regaladas a ALM y después ponerse en exhibición se obtiene una percepción diferente a cuando fueron creadas.

Es así que las fiestas tradicionales en principio no tuvieron la intención de convertir al museo en un Ecomuseo o museo comunitario, pero a raíz de la investigación, la participación y la dirección que la comunidad le da a estas fiestas a esa intencionalidad.

1.3.2 Característica Convencional

Acerca de la característica *convencional*, Thompson refiere que es “la producción, la construcción o el empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, implicando en su proceso la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos” (Thompson, 1998:208).

En el caso del MALM, se está refiriendo a los parámetros dictados por el Gobierno de México por medio de su Plan de Desarrollo*. El Plan de Desarrollo en lo que respecta a la cultura y educación está influenciado por la UNESCO y el Banco Mundial. Como consecuencia, de estas políticas las directrices de la SEP tanto en su política educativa como cultural serán afectadas. Cómo órgano descentralizado de la SEP y encargado de llevar a cabo estas directrices en el área de cultura esta CONACULTA a nivel federal

y en el Estado de México a través del Instituto Mexiquense de Cultura⁷, órgano descentralizado del Gobierno del Estado de México.

Otros códigos convencionales provienen del Gobierno Municipal de Atizapán donde se encuentra situado el MALM. A su vez, de manera más directa, habrá parámetros y reglas provenientes de la Dirección del museo para exponer, difundir, permitir el uso de su espacio, dirigir al personal.

1.3.3 Característica estructural.

Para entender lo *estructural* de las formas simbólicas, Thompson dice que se componen de elementos que guardan entre sí determinadas relaciones. Y agrega:

“Es importante porque el significado transmitido por las formas simbólicas se construye comúnmente a partir de rasgos estructurales y elementos sistémicos, de manera que al analizar tales rasgos y elementos podemos profundizar nuestra comprensión del significado transmitido por las formas simbólicas.” (Thompson, 1998:212)

A este respecto, se verá como está estructurado el MALM en cuanto a las salas permanentes, y las salas de exposiciones temporales. También se analizará su organigrama, que deriva del Instituto Mexiquense de Cultura, órgano descentralizado del Gobierno del Estado de México y el de CONACULTA, como órgano descentralizado de la Secretaría de Educación Pública.

1.3.4 Característica Referencial

La cuarta característica de las formas simbólicas es la idea *referencial*, con lo cual Thompson define que “son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo.” Una obra de arte del renacimiento o el discurso de un político adquieren una especificidad referencial de maneras diferentes. Thompson, explica esta ‘especificidad referencial’ al hecho de que, “en una aplicación, una figura o expresión

⁷ A partir de ahora IMC.

particular se refiere a un objeto u objetos, individuo o individuos, situación o situaciones específicos.” Es decir, la obra de arte del renacimiento, hablará de los valores de esa época, y el discurso de un político nos dirá cuáles son los problemas en el momento del discurso en esa sociedad; entre otras cosas.

Con respecto al público que asiste al MALM se averiguarán las razones por las cuales hay un público concurrente, así como las posibles razones por las cuales otros no asisten y cuáles prácticas hegemónicas están implícitas en ambos casos. Asimismo, de parte del MALM, se buscará qué eventos se celebran y cuál es su referencia. Por ejemplo, el Día de Muertos, el natalicio de Adolfo López Mateos, historia del municipio, el cinco de mayo, la fiesta del municipio. Será interesante, además conocer los usos que se le dieron al edificio donde está situado.

1.3.5 Característica contextual

La quinta característica es la referente al aspecto *contextual*. Thompson lo describe así:

“Las formas simbólicas, [...] presuponen en general una serie de instituciones específicas en las cuales, y por medio de las cuales, se producen transmiten y reciben estas formas. Lo que son estas formas simbólicas, la manera en que se construyen, difunden y reciben en el mundo social, así como el sentido y el valor que tienen para los que las reciben, depende todo de alguna manera de los contextos y las instituciones que las generan, mediatizan y sostienen. Así la manera en que individuos particulares interpretan un discurso, la percepción de éste como ‘discurso’ y el peso que se le asigna, están condicionados por el hecho de que tales palabras son expresadas por un individuo en una ocasión y en un escenario y que son transmitidas por un medio específico [...]” (1998:216).

La parte contextual del MALM implica averiguar si forma parte de una política cultural de CONACULTA y por ende de la SEP y/o también del Banco Mundial y la UNESCO que dictan las políticas de educación. Incluye, esta parte contextual, tanto las gestiones del poder ejecutivo del municipio de Atizapán de Zaragoza, como las del ejecutivo del Estado de México. Durante los diferentes mandatos se han visto afectados los préstamos, por ejemplo del piano de cola, o la difusión de eventos si ambos ejecutivos no son del mismo

partido político. También se tomará en cuenta la situación política y las razones por las cuales nació este museo.

Thompson orienta para analizar las formas simbólicas más ampliamente. Él dice que se deberá tener en cuenta todo lo que las rodea. Por un lado, los creadores se sitúan dentro de un contexto socio-histórico específico y cuentan con diferentes recursos, ya sea naturales, tecnológicos, educativos y también habilidades. Las condiciones sociales de su producción son importantes de tomar en cuenta. Se debe observar a quienes van dirigidas, y tomar en cuenta también el contexto socio-histórico de quienes reciben estas formas simbólicas y con cuáles recursos cuentan. Y dependiendo también de sus recursos y habilidades que empleen esto ayudará a interpretarlas de una u otra manera.

“Las formas simbólicas son valoradas y evaluadas, aprobadas y refutadas constantemente por los individuos que las producen y reciben. Son objeto de lo que llamaré ‘procesos de valoración’ (Thompson, 1998:217).

Las formas simbólicas también se intercambian entre individuos ubicados en contextos específicos y este proceso de intercambio requiere ciertos medios de transmisión (modalidades de la transmisión cultural).

“Como decíamos, la producción y la recepción de las formas simbólicas son procesos que ocurren en contextos sociales estructurados [...] son espacial y temporalmente específicos: implican escenarios espacio-temporales, y estos escenarios son en parte constitutivos de la acción y la interacción que se dan en ellos.” (Thompson, 1998:216).

Lo que se produce, expone y transmite en el museo, así como la forma en que los visitantes al MALM reciben, aceptan o no estos mensajes son parte del contexto.⁸

⁸ Recientemente se descubrió que el MALM es sede principal de un Festival Cultural llamado Aguablanca; Arte para todos. Esto demuestra como un museo poco visitado ahora está siendo tomado como principal sede de un festival, implicando ser un espacio-temporal bajo la dirección e interacción de los creadores jóvenes de Atizapán, con el público, y a su vez con otros creadores de Atizapán.

1.4 Campos, capitales y habitus

Se ha definido a la cultura, a las formas simbólicas y a su contextualización para entender cómo se va poder analizar al MALM. Será ahora el turno de explicar los *campos*, *capitales* y *habitus*. Estos tres términos, Bourdieu advierte, deberán de ser analizados dentro del sistema teórico que ellos constituyen, jamás de forma aislada. Los *campos*, dice Bourdieu citado por Flashland, ayudarán a delimitar los espacios en los que se localizará la investigación.

En el caso de MALM existen ofertas culturales similares cerca de él: como El Ágora, del Parque Naucalli; en Naucalpan, la Casa de Luis Nishisawa en la Zona Esmeralda de Atizapán; el Centro Cultural del TEC, Campus Estado de México; el Museo Tlatilco (antes Museo Naucalpan) y las Casas de Cultura dentro del propio Atizapán y en los municipios vecinos: Cuautitlán, Naucalpan, Villa Nicolás Romero, y Tlalnepantla.

Dentro del MALM habrá que estudiar el sistema de relaciones en el que luchan directores, funcionarios, artistas, críticos, público, productores, etc., que son parte de los campos también.

Todos estos campos serán reconocidos por tener posiciones de dominio o de subordinación. Igualmente se rigen por leyes propias. Los que pertenecen a un campo buscan mantenerlo igual pero podrían querer cambiarlo.

Continúa la explicación de Cecilia Flashland (2005) citando a Bourdieu, “cada uno de los agentes distribuidos en el campo define su posición según la cantidad de capital que posea.” Los capitales son: el capital clásico o *capital económico*; *el capital social* referente a las relaciones, contactos, y prestigio; *el capital cultural*, relativo a los conocimientos y las habilidades que se adquieren a través de la familia y las instituciones escolares.

Con respecto al estudio de las audiencias del MALM, el estudio del *capital económico* dirá si el ingreso económico condiciona o no la asistencia. Estará

ligado asimismo al posible prestigio o no que proporcione visitarlo. El *capital social* se refiere a las redes personales ya sea de la familia, o de pareja, de amistades o vecinales, o al grupo de creadores. También está ligado al prestigio. En cuanto al *capital cultural*, este se relaciona con la formación académica y habilidades de los asistentes y del personal del museo.

Para reforzar el concepto de campo de Bourdieu relatada por Flashland (2003) explica que el habitus es un conjunto de maneras de ver, sentir y actuar moldeados por estructuras sociales, que se aprenden en lo colectivo, no en lo individual.

En el caso de MALM, entrará en la investigación la manera en que el museo presenta las exposiciones; es decir su museografía. Se observará la participación de la comunidad como parte de una tradición, o de algo que alimenta su identidad. Se investigará por qué el público potencial no asiste. Se buscarán los significados que encuentra el público en el museo. La cultura como dice el investigador y teórico Jorge A. González, “organiza y representa un ‘nosotros’. Ahí se pueden localizar procesos de atesoramiento, reproducción, utilización y escenificación de la memoria social, de búsqueda y auto representación de identidades, de organización social capilar de creación y recreación sígnica muy concretos, muy cercanos, muy humanos muy cotidianos” (González, 1994:6).

1.5 Los Frentes Culturales, hegemonía y legitimación

Para estudiar a cultura se necesitan herramientas que ayuden a entenderla. El siguiente apartado está basado en el ensayo de Jorge González (1994) titulado “Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por la definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida” y en lo que cita ahí acerca de Bourdieu. Los conceptos explicados en este Ensayo ayudan a explicar la situación del MALM. Asimismo todas las referencias serán del año de 1994.

González habla de los Frentes Culturales como herramientas para interpretar algunos de los procesos de lucha por la más legítima definición del sentido de ciertas áreas resaltadas de la cotidianeidad. Explica, asimismo, que los Frentes Culturales abordan cuatro problemáticas: la *construcción social del sentido*, la constitución social de *la Hegemonía* y del Poder Cultural, la lucha por la *legitimidad cultural* y los *elementos transclasistas* y la vida cotidiana.

En cuanto a la *construcción social del sentido*, son los modos en que los ‘hombres-en-sociedad’ (González citando a Fossaert) se relacionan entre sí y a partir de esa práctica definen e interpretan el mundo; orientan su acción y construyen sentidos socialmente objetivados.

En cuanto a la hegemonía, González dice que, es el concepto clave que nos permite entender la capacidad de un bloque de clases más o menos sólidamente aliado para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia y valoración común del conjunto de las otras clases que se recorten en la sociedad. Este concepto ayudará a entender por qué existe un museo como el MALM que habla de un expresidente del PRI y por lo tanto valorando su punto de referencia (el PRI y sus 70 años en el poder), y que lo continúa apoyando (con su clase política) Así también el hecho de la continua lucha por el dominio sobre el MALM, demostrándolo a través de apoyos o de la falta de ellos por parte del gobierno municipal.

Concientizar esto, también es uno de las metas principales de cualquier estudio de cultura porque por siglos se ha denominado “culto” o “cultura” a diferentes acepciones de la hegemonía dominante cuya forma de ver y creer el mundo se vuelve en punto de referencia para todos los demás. González (1994) cita a Bourdieu para explicar este concepto de *hegemonía dominante*, “en breve, cuando convierte su cultura en la más legítima y cuando la razón del más fuerte se vuelve la fuerza de la razón.” (:10).

La hegemonía dominante puede haber dictado qué es lo que se exhibe o exhibirá en el museo y lo que puede ser considerado parte de nuestra identidad cultural, por ejemplo.

Se continuará, explicando los procesos de legitimación cultural, que hablan del funcionamiento de espacios sociales mediante la adhesión de los agentes a determinadas reglas del juego, según González:

“La legitimación se consigue cuando un grupo de agentes tiene los medios para hacer prevalecer su definición de la realidad y de hacer adoptar esa visión del mundo como la ‘mejor’ y la más correcta. Al legitimar, se explica el orden de las cosas y se le atribuye validez global a sus significados objetivados.”(1994:11)

González cita a Bourdieu para mencionar la teoría del Capital Cultural donde en el capital simbólico, los agentes se esfuerzan por desacreditar a sus adversarios precisamente tratando de disminuir su capital simbólico y atacando su autoridad, su honor, su inteligencia, su gusto estético y otras cualidades supuestas o reales. Los dominantes -culturalmente hablando- son los que tienen los medios de hacer prevalecer su definición de la realidad y su visión del mundo.

Para entender los distintos choques y enfrentamientos (no necesariamente violentos ni en posición inmediata de exterioridad) en los que diferentes grupos y clases sociales son portadores de volúmenes desiguales y desnivelados de capital cultural, Jorge A. González propone la categoría de los Frentes Culturales.

“En dichos Frentes normalmente las clases y grupos en cuestión constituyen significados distintos y hasta contrapuestos del mismo tipo de significantes (la feria, los santuarios) debido fundamentalmente al distinto tipo de matrices de percepción, acción y valoración. [...] es en los Frentes Culturales donde las relaciones de legitimidad entre los significados clasistamente contruidos se elaboran y están constantemente ‘produciendo’.

“En su propia escala, los Frentes Culturales se constituyen como espacios sociales, entre cruces y haces de relaciones sociales no especializadas en los que se lucha o se ha luchado por el monopolio legítimo de la construcción y reinterpretación semiótica de determinados elementos culturales transclasistas, es decir, por la resemantización’ o definición que históricamente un bloque de clase/grupos elaboran sobre las necesidades’.

las identidades' y los valores' legítimos que pueblan los vericuetos de la vida cotidiana y que interesan a una densa área en la están imbricadas todas las clases y grupos.” (González, 1994: 13)

Es así como el estudio de los Frentes Culturales ayuda a entender por qué las culturas populares se levantan a luchar por sus derechos y el por qué se volvieron culturas subalternas. Se comprende asimismo, como un bloque de clases aliado convierten su manera de definir el mundo como de más valor.

“Es en los Frentes Culturales donde efectivamente se tocan, se juntan se rozan y se interpenetran culturas de grupos y clases sumamente diferentes. En esas fronteras culturales que no siempre están en lucha abierta, es donde radican las zonas empírica e históricamente contrastables y construibles, en las que culturas de matrices y orígenes clasistas y desniveladas cuantitativa y cualitativamente, de hecho pueden co- existir.” Es también ahí, en donde si se ha de construir algún tipo de identidad colectiva, se dan las condiciones ideológicas objetivas para tal fin.” (González, 1994:19)

Como ejemplo se tiene un Frente Cultural, que es el centro de la ciudad de México, donde pueden manifestarse y convivir, jóvenes, adultos, ancianos, niños, diferentes clases sociales y culturales.

Al analizar los Frentes, en tanto que fronteras culturales, se verá qué elementos tienen en común determinados grupos y cómo se han podido legitimar históricamente un punto de vista que logra haya diferencias y convergencias.

Relacionado con el MALM, se ve que en las celebraciones del Día de Muertos, el 5 de mayo, o el 15 de septiembre se trata de convertirse en un Frente Cultural pero desgraciadamente por la falta de difusión no viene público de clases socioeconómicas bajas ni jóvenes de diferentes estratos culturales.

1.6 Identidad

Con respecto al punto de Identidad; se busca saber en cual Frente se encuentra la persona, quién es como individuo y quién es dentro de su colectividad; como parte de un grupo, ya sea de amigos, o de vecinos, o de una familia, etc. Se debe reconocer cuáles son los usos y costumbres de cada

persona y en dónde se empieza a 'tomar prestado' de la cultura hegemónica en ese momento y lugar. "La identidad colectiva implica la diferenciación entre los grupos y los colectivos con base en la diversidad y especificidad de sus respectivos proyectos y legados culturales compartidos", analiza Giménez (2009:12)

Todo esto se tomará en cuenta para poder atraer a diferentes grupos de personas al museo. Se tendrá que reconocer a los diferentes grupos, posibles audiencias al MALM y saber con cuáles objetos, temas, y formas de presentación se podrán identificar para que se reconozcan en ellos. Giménez (1994) habla de las identidades colectivas:

"Cabe afirmar lo mismo de las identidades colectivas. En efecto, si éstas se definen prospectivamente por un proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria también compartida, resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria". (:12)

Al comprender mejor todos estos conceptos será posible un análisis más completo del MALM, y de su público actual y potencial.

Tomando en cuenta que uno de los problemas del MALM como se ha venido explicando es la falta de asistencia, se considera que uno de las causales podría ser la falta del sentido de la identidad con los objetos exhibidos en este museo o con el nombre en sí del museo.

El museo cuenta con tres salas dedicadas a Adolfo López Mateos (ALM), el "hijo pródigo" de Atizapán. Son tres salas permanentes que relatan la vida de ALM a través de fotografías, notas acerca de su gestión, medallas que obtuvo y otros premios. En el centro del Museo, se hallan dos de sus tantos automóviles.

Según García Canclini en el tradicionalismo la identidad cultural se apoya en un patrimonio, constituido a través de dos movimientos: la ocupación de un

territorio y la formación de colecciones. Como el tradicionalismo aún persiste en muchos museos, el MALM también es regido por esta corriente museística. El MALM busca a través de los objetos del ex presidente Adolfo López Mateos darle sentido al nombre que tiene y traer recuerdos del tiempo de su gestión. Esto hablará de que el público probablemente más interesado en estas colecciones será gente cuyos padres eran adultos en aquel entonces cuando Adolfo López Mateos gobernó, y que en estos momentos versarán entre los 45 y 70 años. Probablemente se identifiquen con ese periodo de la historia.

Por supuesto que las colecciones de medallas y trofeos de Adolfo López Mateos, tienen que ser vistas por alumnos de primarias y secundarias, que serán obligados a asistir, para aprender acerca de su historia. Pero la asistencia de estos estudiantes será entonces por apropiación de una herencia cultural que el aparato ideológico- la escuela- enseña y no por un sentido de identidad.

García Canclini continúa hablando de colecciones en su libro de Culturas Híbridas (1989), y agrega que “las colecciones patrimoniales son necesarias, las conmemoraciones renuevan la solidaridad afectiva, los monumentos y museos se justifican como lugares donde se reproduce el sentido que encontramos al vivir juntos”(178) Es por eso, quizá que los vecinos recurren al MALM, como centro para elegir y coronar a la princesa de Atizapán para la fiesta del 5 de mayo, que es la celebración mayor, ya que como se sabe el segundo apellido de Atizapán es Zaragoza, en honor al general que ganó sólo la primera batalla de Puebla en contra de los franceses. Aquí nuevamente estamos hablando de la manera en que los vecinos se han apropiado del MALM, y es una fiesta en la que se involucra a muchas jovencitas que compiten por ese trono y a todas sus familias que las apoyan. Aquí es un consumo cultural sistema de integración y comunicación.

Asimismo, el MALM está localizado en un viejo edificio que ha fungido como escuela, palacio municipal, cine, cárcel y ahora museo. En frente, está un

jardín tradicional con todo y quiosco hasta donde se extiende la celebración del 15 de septiembre, o donde empieza la típica callejoneada del 5 de mayo. Anteriormente los alrededores estaban llenos de magueyes y las fotos expuestas en el museo, acerca del pasado, lo comprueban. Según García Canclini, puesto que se nació en esas tierras en medio de ese paisaje, la identidad es algo indudable. Pero como a la vez se tiene la memoria de lo perdido y reconquistado, se celebran y guardan los signos que lo evocan. La identidad tiene su santuario en los monumentos y museos; está en todas partes, pero se condensa en colecciones que reúnen lo esencial.

“Otra manera para estudiar el museo es lo que explica García Canclini en la cuarta vertiente contemporánea donde destaca diversos aspectos como lo socio-material y lo significativo de la cultura. En esa cuarta línea se habla de la cultura como dramatización eufemizada de los conflictos sociales. “Cuando en una sociedad se juega, se canta o se danza, se está hablando de otras cosas. [...] se alude al poder, a los conflictos [...] y analiza que para que no todos los conflictos desemboquen en guerras tiene que incluir formas de eufemización de los conflictos sociales.” (2004:38)

En el MALM se hacen todas estas actividades dentro del museo. Quienes participan pueden ser los jóvenes de la filarmónica, o estudiantinas, o las señoras y jovencitas que bailan folklórico, o los grupos de artistas que ponen altares de muerto en noviembre primero y dos.

Cualquier objeto de la colección de ALM o de los objetos de los otros artistas se convierte en un tesoro o un objeto de culto.

Con base a la creencia de que “a través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos” dicho por Luisa Leonini, citada por García Canclini, es que se puede tener constantemente exhibiciones de artistas plásticos o artesanos en las otras salas del MALM. De esta manera se logra que los creadores a través del compromiso que da una exhibición, sientan una pertenencia o sentido de identidad hacia el museo.

Sin embargo, García Canclini nos hace ver también que el patrimonio sirve como lugar de complicidad. Se disimula que los monumentos y museos son,

con frecuencia testimonios de la dominación más que de una apropiación justa, solidaria del espacio territorial y del tiempo histórico. “Las marcas y los ritos que lo celebran hacen recordar aquella frase de Benjamin, Walter que dice que ‘todo documento de cultura es siempre, de algún modo, un documento de barbarie’.” (García Cancilini, 2009:179). Y esto se vería con que hay más exhibiciones del grupo hegemónico. Ese grupo que según Jorge González, nos ha explicado, es un bloque de clases sólidamente aliado, para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida en punto de referencia y valoración común del conjunto de las otras clases que se recorten en la sociedad.

Al ser el MALM un museo dedicado a un presidente, que además fue del PRI, partido en el poder por más de 70 años, se dan connotaciones referentes a la frase de García Canclini que menciona a los museos, como un lugar que disimula esta dominación. Esto se logra al presentarnos sólo una fase de el personaje ALM. Ni aparece la parte familiar completa, ni de su personalidad, ni de las cuestiones negativas en su mandato, ni cómo llegó al poder, ni cuáles consecuencias hubo a raíz de su mandato.

1.7 Modelos de consumo

Los modelos de consumo que García Canclini maneja provienen del libro “El consumo cultural en México” (1993) y serán los mencionados a lo largo de este rubro. El concepto de consumo desde su punto de vista son los procesos socioculturales en los que se realiza una apropiación y uso de los productos. Se hará referencia a todos menos al primero por no tener injerencia en el problema estudiado.

El primer modelo que menciona García Canclini (1993) dice: “el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital” (:34). Esto es importante tomar en cuenta ya que se desconoce el número y el tipo de público que asiste al museo y a los productores de la cultura por táctica mercadológica-social, necesitan saber que buscan los consumidores. “Es

necesario conocer la forma en que se articula la racionalidad de los productores con la racionalidad de los consumidores” (:35).

Para el segundo modelo, García Canclini explica que el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Por lo tanto, ya no va a ser un consumo por imposición vertical; a cambio se dará un escenario interactivo de lo que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. Esto se observa en el MALM con los creadores y organizaciones vecinales que piden su participación dentro de las actividades y exposiciones del museo y no sólo se expone lo que antes pudiera haber impuesto el Instituto Mexiquense de Cultura con sede en Toluca.

Con respecto al modelo tercero referente al consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos, se explica como a veces, se pueden generar fiestas populares organizadas por el museo, en donde no importa lo que cuesten monetariamente hablando a los participantes, porque lo importante es lo que significan para la población.

El cuarto modelo se refiere al consumo como sistema de integración y comunicación. En el caso del museo, por estar cerca del mercado municipal y por estar en un lugar muy transitado, da pie a que gente de distintos estratos socio-económicos y culturales convivan y se dé una comunicación entre varios grupos sociales.

García Canclini explica en el quinto modelo al consumo como escenario de objetivación de los deseos. Quizá el hecho de querer consumir, o participar en el MALM, es el deseo de los consumidores de demostrar que pertenecen a un lugar diferente en donde “sí son alguien” no sólo un poblador más de la gran metrópoli –el D.F. donde tienen su empleo. El museo es el lugar donde se puede invitar a los eventos por el nombre y no en masa. Para algunos puede ser un lugar donde su deseo de presentar su creación se la da el MALM.

Por último García Canclini (1993) en el sexto modelo habla del consumo como proceso ritual. Así es como se investigará si el MALM logra hacer de los bienes “accesorios rituales”, y al consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos” (:32). Esto ayuda a entender si el visitar al museo está dentro de los rituales de los pobladores de Atizapán o de visitantes de otros lugares y en cuál lugar de sus preferencias está el visitarlo o el hacer otro tipo de actividad.

Con toda esta amalgama, los modelos de García Canclini, permitirán analizar el consumo de los bienes culturales que aporta el MALM, para entender mejor a sus consumidores (visitantes) y al museo como medio de comunicación.

1.8 Museo, museología, museografía, nueva museología, ecomuseo.

La museografía es uno de los puntos a investigar y por lo tanto a continuación se explica junto con el concepto de museología y de museo. En la actualidad existen diversas corrientes en cuanto al papel que debe tener el museo, por lo cual, su ciencia; la museología también tiene que ir cambiando y la museografía que es la “puesta en práctica” de la museología, también. Aquí se agregará lo que se entiende por *nueva museología*, así como lo que se entiende por *Ecomuseo*, términos nuevos acerca de los museos.

Los museos tienen una evolución de aproximadamente de veinticinco siglos, desde la “casa o templo de las musas en Atenas s.V a.C pasando por el *centro científico y universal del saber*, según la concepción alejandrina; por el museo romano (templo de las musas o escuela filosófica), por el museo-colección renacentista y barroco hasta llegar a la concepción ilustrada y a la moderna y revolucionaria del museo público en el siglo XVIII. El museo moderno del siglo XIX se enriqueció con la tradición, el debate y experimentación anteriores.

El museo contemporáneo fue creado en la época en que la burguesía en el poder hace de esta institución algo disciplinal (arte, ciencia, técnica, etc.). En el presente, con la situación actual socioeconómica y cultural, hay valores humanistas tanto como científicos y técnicos. Por otra parte, continúa la lucha por la hegemonía cultural, entre políticos y gente de ciencia y letras. La gente está entre el consumismo, y la actitud, de falta del sentido crítico, y miles de jóvenes sin estudio o trabajo. Lo cual hace pensar en la operatividad social que debe exigírsele a una institución comprometida con el patrimonio y la cultura.

El origen de la museografía y de la museología comienza con los principios de los museos pero su diferenciación empieza con el desarrollo del museo moderno –nacido en el siglo XVIII y consolidado en el XIX.

“Al deshacerse los antiguos coleccionismos aristocráticos en favor de unos museos de carácter social, la consecuencia más inmediata fue el acrecentamiento de estas instituciones y la multiplicación de los problemas técnicos –almacenamiento, conservación, instalación, exhibición, circulación de los visitantes, iluminación de las salas, ventilación, seguridad...-que de ellas devienen. Así nació, por necesidad la museografía, que terminó ampliándose y reafirmando en la ciencia de la museología.” (Fernández, 1999:27).

Al investigar un museo es importante saber cuál es su definición. Tomada de los Estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM) de 2007, dice: “El museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite” (Fernández, 1999:52) Para varios museólogos de la escuela checa el museo es un medio que da testimonio de la relación específica del Hombre con la realidad. (Fernández, 1999:53) Van Mensch citado por el ICOM lo sintetiza en: “una institución museal permanente que preserva colecciones de documentos corpóreos y produce conocimiento a través de ellos [...] o se puede decir que es un lugar de la memoria”. (1999:53)

La razón de tomar esta definición del ICOM, es porque el ICOM es el *Consejo Internacional de los Museos*, dependiente de la UNESCO, creado en París en 1947 por Chaucey Hamlin y siendo su primer director Georges H. Riviére. “Pero la museología y la museografía, e incluso el museo, sólo han podido encontrar sus más adecuadas definiciones después de 1945, especialmente con las que el ICOM ha venido redactando y perfeccionando desde finales de los años sesenta”. (Fernández, 1999:17). Incluso han sido defendidas por especialistas y museólogos.

Hay debate ante la frase “sin fines de lucro” pues existen museos de particulares. Además como la institución museo cada vez tiene que cumplir con objetivos más complejos en esta época con respecto a lo objetuable y la relación con las personas, los significados de museología y museografía también están en evolución.

Tomislav Sola citado por Fernández (1999) dice que “hoy en día la riqueza de un museo reside en su potencial de información y comunicación, en su capacidad técnica, en su personal especializado y en su programa museológico (:16). Según Marc Mauré, también citado por Fernández el museo “es expresión es instrumento del proceso de identificación” (:16)

La **museología** viene a ser el instrumento teórico y la **museografía** la parte práctica, “Su metodología es interdisciplinar que proporcionan ambas en estrecha relación con disciplinas exteriores.”(Fernández, 1999:31). La museografía se define como la figura práctica o aplicada de la museología, es decir el conjunto de técnicas desarrolladas para llevar a cabo las funciones museales y particularmente las que conciernen al acondicionamiento del museo, la conservación, la restauración, la seguridad y la exposición (ICOM, 2009:55)

La definición de museología tomada también de los conceptos claves del ICOM (2009) dice que etimológicamente es el estudio del museo. Según Henri Riviere citado por el ICOM “La museología es una ciencia aplicada que estudia

su historia y su rol en la sociedad: las formas específicas de investigación y de conservación física, de presentación, de animación y de difusión.” (:57)

Por otra parte, en los ochentas el surgimiento de la ‘Nueva Museología’, trajo otras definiciones que las diversas corrientes del movimiento han acuñado, y que surgen sobre todo de una visión antropológica y social del museo.

“La Nueva Museología ha influido ampliamente en la museología de los años ‘80. Esta corriente de pensamiento puso el acento sobre la vocación social del museo y su carácter interdisciplinario, al mismo tiempo que sobre sus renovadas formas de expresión y de comunicación. Su interés se dirige a los nuevos tipos de museos concebidos en oposición al modelo clásico y a la posición central que ocupan en ellos las colecciones: se trata de los ecomuseos, los museos de sociedad, los centros de cultura científica y técnica y, de manera general, la mayor parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009:59).

En el caso de México, Maya Pérez (2008), dice que “el surgimiento del Museo Nacional de Culturas Populares en 1982 marcó una tendencia museológica caracterizada por la participación social y un compromiso político a favor de grupos con culturas e identidades diferentes a la hegemónica. Esta museología propuso incorporar a la sociedad, ya no como público o usuario de los museos sino como parte de su producción cultural incluyendo la investigación, guiones y discurso museográfico”.

Quizá no se pueda concluir en la definición exacta de la museología, pero lo que sí es seguro es que es una ciencia y es una ciencia social. Marc Mauré, reconocido estudioso y defensor de la nueva museología dice colocar el acento sobre el rol del museo como expresión e instrumento de un proceso de significación (Fernández, 1999: 29).

Comparando a la museología histórica con la nueva museología; la histórica concebía al museo como objeto propio y específico, disciplinal, de estudio para la presentación y difusión del patrimonio al público. La Nueva Museología concibe al museo como medio procedimental para conseguir el objetivo:

desarrollo de la comunidad de un territorio a través del patrimonio material e inmaterial, natural y cultural (Fernández, 1999).

Ahora para entender más acerca de lo que se va investigar de la museografía se presentan ciertos puntos que le conciernen a esta puesta en práctica de la museología.

En detalle la museografía se refiere a varios rubros divididos en tres áreas:

- ✓ el acondicionamiento, conservación, restauración, y seguridad, [...]
- ✓ el arte o técnicas de la exposición; es decir, los contenidos, los vínculos funcionales entre los espacios de exposición y los restantes espacios del museo, la mediación complementaria que ayuda a la comprensión o a aumentar el interés del público por la exposición [...]
- ✓ Por la etimología de la palabra museografía; esta se concibe para facilitar la investigación de las fuentes documentales de los objetos para efectos de desarrollar su estudio sistemático. Este punto se puede ver si los objetos expuestos contienen la información del lugar de donde fueron conseguidos, si se aclara su originalidad, fecha, origen, contextualización (parte del programa científico), etc. (ICOM.2009:55-57).

1.9 El museo comunitario o ecomuseo

Se hablará de este nuevo tipo de museo porque los museos van cambiando y esta es una nueva característica que ha ido apareciendo. Por esta razón fue que se ponen esas clasificaciones junto con la nueva museología que ayudarán a analizar al MALM.

*“Los **museos comunitarios**, se llaman así a fin de subrayar el lazo específico que ejercen sobre su público. Estos museos, reemplazando tradicionalmente a los museos de etnografía, se presentan como establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos integrándolos al centro de sus preocupaciones. Se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial que representa y que se supone es el encargado de animar. Dirigido a menudo de manera profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debaten atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es principalmente el caso de los museos del vecindario o los **ecomuseos**.”* (ICOM, 2009:80).

Para este nuevo concepto de museo se necesita una museología diferente que es la llamada la *Nueva Museología* que ha influido ampliamente en la museología de los años '80. La *Nueva Museología* puso el acento sobre la vocación social del museo y su carácter interdisciplinario, al mismo tiempo que sobre sus renovadas formas de expresión y de comunicación. Su interés se dirige a los nuevos tipos de museos concebidos en oposición al modelo clásico y a la posición central que ocupan en ellos las colecciones: se trata de los **ecomuseos**, los museos de sociedad, los centros de cultura científica y técnica y, de manera general, la mayor parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009).

La **musealia** u **Objeto del museo**, en su sentido filosófico más elemental no es algo real, sino un producto o resultado. Difiere de la cosa, la cual, mantiene con el sujeto una relación de instrumentalidad como los instrumentos que son como una prolongación de la mano. (ICOM,1999)

Explica el ICOM, que la expresión “objeto del museo” pudiera pasar como un pleonasma ya que el museo no sólo guarda los objetos sino que es un lugar cuya misión fundamental es transformar las cosas en objetos.

Para ahondar en lo que es el Objeto, “el objeto es siempre lo que el sujeto coloca frente a él, distinto de él, es lo que está ‘enfrente’, lo diferente”[...] “El objeto de museo está hecho para ser mostrado, con todo el abanico de connotaciones implícitamente asociadas, ya que se lo puede presentar para emocionar, distraer o instruir.” (ICOM, 1999:61-62)

Las vitrinas son separadores entre lo real y lo imaginario que sirven para garantizar la distancia del objeto con el sujeto. La vitrina sirve para apuntar que lo que presenta en su interior no pertenece a la vida, sino al mundo cerrado de los objetos. Así los objetos, al entrar al museo se “des- funcionalizan” y “des- contextualizan, por lo cual no sirven más para el fin destinado, sino que entran a un orden simbólico. Se transforman en testimonios consagrados de la cultura (ICOM,1999:63). García Canclini agrega a esta información un ejemplo

que da con respecto a la artesanías cuando entran al museo “ Al disolver el valor de uso de las artesanías en el intercambio [...] se construyen identidades imaginarias, se fingen recuerdos[...] para generar significaciones que ocupen el vacío de aquellas perdidas (:175).

En el MALM se observarán vitrinas hermosas y elegantes que construyen identidades imaginadas por el público, especialmente visto en los GE de niños y de adultos. Los objetos que están ahí generan significaciones, los pines y llaves no le servirán a nadie más como tales sino para decir que fueron a los países que visitó ALM.

1.10 Difusión

Otro de los temas que se van a analizar acerca del MALM, es su difusión. Se toma la difusión en su acepción como publicidad. Según la definición que da Alonso González (2003:57-60). “Publicidad es el conjunto de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención del público hacia el consumo de bienes y servicios”. En el caso del MALM sería para ambos casos; para un servicio porque te están dando una atención y a la vez para un consumo, porque se considera un consumo cultural el ir al museo.

Continuando con la definición de difusión: “El anunciante debe ser capaz de establecer una identidad para su servicio e incluir slogans que deben expresar en forma breve y atractiva las características del servicio o producto”. (Alonso González, 2003). Otros museos han anunciado alguna famosa colección para que vayan a verla y le ponen por ejemplo “No te pierdas el oro del Kremlin”. “La publicidad deberá despertar el interés de asistir o participar con base a imágenes y situaciones bien analizadas”(Alonso González,2003). Cuando se presentaron las obras de Frida Kahlo en Bellas Artes, con poner la imagen de una de sus pinturas en el cartel fue suficiente para atraer la atención porque ya es un ícono de la cultura. Pero de todas maneras se hicieron estos carteles y se repartieron.

La difusión o publicidad analiza por cuáles medios será divulgado el servicio o el producto para llegar al público que se busca asista al museo y se menciona que pueden haber promociones o regalos como forma de atraer a la gente. Los museos han visto que si un periódico saca una nota sobre sus exposiciones también le sirve de difusión. Publicaciones hechas o coordinadas por los museos también sirven para darse a conocer. Últimamente la difusión por las “TICS” es una nueva forma de difundir las actividades de los museos.

1.11 El neobarroco y el sublime tecnológico

El concepto de neobarroco puede referirse tanto a los espacios, como para al acomodamiento de objetos, para el arte o para las formas de narración de las series de TV, así como el uso de héroes, anti-héroes, escenas, etc. El neobarroco es una forma actual de percibir la estética. La información explicativa sobre este concepto se toma del libro de Omar Calabrese “El neobarroco”(1987). Su tesis general es la de que muchos fenómenos culturales de este tiempo están marcados por una forma interna específica que puede evocar el barroco. A lo largo de su libro ejemplifica diferentes formas de fenómenos culturales que podrían ejemplificar las siguientes características: la fragmentación, la exageración, lo repetitivo, lo grotesco, los nudos y laberintos.

Se ampliará esta explicación con algunos ejemplos; “*La fragmentación* consiste en la ruptura casual de la continuidad y de la integridad de una obra y en el gozo de las partes obtenidas y hechas autónomas.” (:104) Es idéntica a la adquisición de antologías (musicales, literaria, cinematográficas, televisiva y fotográfica. El placer consiste en la extracción de los fragmentos de sus contextos y la recomposición dentro de nuevas valorizaciones provenientes del aislamiento de los fragmentos.

La exageración se ve en el dotar de una velocidad inusitada como se ve actualmente en los videojuegos que requieren una respuesta exageradamente rápida. Pero por otro lado se debe ver en cámara lenta un partido de fútbol para que se pueda dar una realidad más real.

Lo repetitivo se ve en el hábito, el culto, y en la cadencia. Por ejemplo, se ha visto una repetición en el culto a ciertos artistas y se anuncia un show con el regreso de alguno de los Beatles, de los Timbiriche, o de sacar el libro de Rayuela y del Quijote en nuevas ediciones. Dentro de este estilo están los remixes de canciones con diferentes cadencias.

En cuanto a la repetición se refiere a la producción, al texto y al consumo, también. “El modelo dominante, siendo el telefilm un producto originariamente para muchachos es el fundado en la presencia de un muchacho, protegido por un animal inteligente (perro, caballo, mono) y por uno que hace funciones de padre o tío arisco pero bonachón”(Calabrese, 1987:52)

El *sublime tecnológico* es un concepto marcado por Mario Costa (1998) que asume una nueva forma de hacer y ver el arte a través de la tecnología. Por eso se puede ver que con aplicaciones de la computadora se pueden hacer “cosas muy artísticas”.

1.12 Administración

El MALM como toda institución necesita de una administración que lo diriga, por lo cual se informa en qué consiste la función de la dirección, su relación con los empleados, y lo qué significan el tener una misión y visión. Se agrega la definición de burocracia pues el MALM es un museo del estado y por lo tanto su organización es burocrática. A su vez, los empleados del museo pueden ser llamados “de confianza” o sindicalizados.

El ser empleados sindicalizados del estado puede tener muchas connotaciones que serán vistas en el capítulo de análisis y que tienen que ver en su forma de servir o no a los visitantes, en desear prepararse con cursos para el trabajo y el tomar conciencia de la trascendencia de su imagen para la función comunicativa del museo y por lo tanto en la permanencia de su fuente de trabajo.

La función de La Dirección según Bateman & Snell (2005) consiste en estimular al personal a desempeñarse bien, inspirarlo al logro de metas del equipo y de la organización. Teniendo esto en cuenta una parte de la responsabilidad en cuanto al comportamiento y la efectiva o no efectiva comunicación de los empleados hacia el público proviene de la forma en que el director motive a los reclusos, vigilante, secretaria y jefe de proyectos a llevar a cabo su labor como mediadores. Mediadores significa que ayudarán a que se comprenda mejor el mensaje dado por los objetos (musealia) en exhibición así como toda la museografía (uso del espacio, interacción, etc.).

De los mismos autores tenemos el concepto de *Burocracia* el cual describen así: “las organizaciones burocráticas tienden a no adaptarse a cambios y son lentas y fatigosas cuando las tecnologías o clientes empiezan a cambiar” (Bateman y Snell, 2005:56). El concepto de burocracia quizás ayude a explicar porque el MALM no se ha vuelto un museo interactivo o con uso de tecnología, así como el hecho de no adaptarse a un público que requiere de ambas.

1.13 Retroalimentación

La retroalimentación o “feedback” se hace para complementar el proceso de la comunicación. “La ausencia de feedback desde el público significa [...] hace poco probable que se produzca el acto comunicativo”. (Hooper-Greenhill, 1998:73). Qué pasa cuando no se da este acto comunicativo? En el caso del MALM, no se sabe que es lo que el público asistente le gustó o disgustó. No sabe qué es lo que le gustaría saber más o dónde tuvo dudas. Tampoco sabe cuáles son las exigencias del tiempo en que se vive, como podrían ser los TIC y que los jóvenes y niños “lo demandan”. En fin, es la manera en que cualquier acto de comunicación, el emisor se entera cómo se entendió su mensaje, y la respuesta a esto. Con la ayuda de la re-alimentación en el área los directores del MALM podrían mantener al museo “vivo” como ellos declaran estar interesados.

Recapitulando, después de conocer nuestro problema a estudiar que es la Comunicación en el Museo Lic. Adolfo López Mateos- su museografía y difusión- y la forma en que afecta a su público, se vio en el primer capítulo la relación de la comunicación con la cultura a través de la teoría. De ahí también se han derivado los términos basados en la teoría que ayudarán a explicar el problema y a resolverlo –identidad, museografía, difusión, hegemonía, neobarroco, entre otros.

En el siguiente capítulo se expondrán todos los antecedentes del museo, del municipio de Atizapán, donde está localizado, así como las tradiciones del lugar y sus pobladores. Se mencionarán las políticas que debieran incidir en el desempeño del MALM como en sus empleados y directores. Se hablará también de sus pobladores y sus capitales culturales.

Capítulo 2 Los museos como vertederos de musas: el Contexto

Ante la carencia de sentido y el consumo irracional que amenaza la vida en el planeta, es necesario no sólo resignificar la cultura, junto con esta resignificación se necesita una redignificación del hombre. Que el homo televisa encuentre al homo sapiens, al homo faber capaz de hacer arte, poesía y ciencia que trae dentro; que se encuentre consigo mismo, con lo que le es natural y con lo que le proveyó de satisfacción profunda desde siempre, hacer, construir, aprender, jugar, disfrutar de la belleza del mundo y de su propio acto creativo. — Georgina Silva Ortega



Planta Baja del MALM. Por LRH, 2012.

2.1 Las Políticas Culturales que inciden en el MALM

La parte referente a la contextualización trata sobre los antecedentes de los elementos a estudiar, más los organismos, personas, políticas, historia, urbanismo, comunicación, psicología, arte, tradiciones, usos, costumbres, educación y en sí la Cultura que los afecta y en las cual están inmersos.

El primer apartado habla sobre las *políticas culturales* porque no se puede olvidar al poder, y forma de organización ejercido a través de las políticas que inciden en la cultura. Asimismo, organizaciones mundiales como la UNESCO, el ICOM, y la CGLU trabajan con altos propósitos para la humanidad. A través de su influencia y convocatoria inciden en las políticas de sus miembros alrededor del mundo; entre ellos México.

2.1.1 CONACULTA

Para conocer las políticas culturales que inciden en el MALM se reconoce que los museos en México siguen las políticas culturales dictadas por el gobierno federal a través del Programa Nacional de Cultura, expuesto dentro de los Planes de Desarrollo dictados por el Ejecutivo. “El CONACULTA es el organismo que coordina las políticas, organismos y dependencias tanto de carácter cultural como artístico. Asimismo tiene labores de promoción, apoyo y patrocinio de los eventos que propicien el arte y la cultura.”(CONACULTA, 2012, página web)

2.1.2 Secretaría de Educación Pública (SEP)

Sin embargo, la Secretaría de Educación Pública (SEP) comparte con CONACULTA el ser considerada el Organismo Superior de Cultura, dependiendo ambos del Poder Ejecutivo Federal (OEI, 2012). El que la cultura en México tenga dos cabezas se debe a que la SEP tiene funciones en la Educación como en la Cultura: “La Ley General de Educación (1993), en materia cultural dice: son funciones exclusivas de la SEP: fomentar la cultura y cooperación internacional en educación, cultura, tecnología, ciencia, educación física y deporte. También el organizar y desarrollar la educación artística en

escuelas, patrocinar congresos, [...]” (OEI, 2012: página web) y muchas otras funciones culturales y educativas.

El antecedente de CONACULTA es la Subsecretaría de Cultura de la SEP. A través de un decreto en 1988 se desprende de la SEP y anexa todas las instituciones, entidades y dependencias con funciones de carácter cultural (CONACULTA, 2012: página web). “Al modernizarse el Sector Educativo (Reforma Educativa) se apoyó una noción de corresponsabilidad por parte de la sociedad en conjunto. Por lo tanto la SEP creó órganos desconcentrados que le están jerárquicamente subordinados y a los cuales se le otorgan las facultades específicas para resolver la prestación de servicios en el ámbito territorial determinado y de conformidad con el instrumento jurídico de fundación” (OEI, 2012, página web).

2.1.3 Instituto Mexiquense de Cultura (IMC)

Casualmente por las mismas razones que se creó el CONACULTA a nivel federal, un año antes, se funda el Instituto Mexiquense de Cultura (IMC).

“El DIFEM en los años setenta tenía a su cargo las Casas de Cultura, la Dirección de Patrimonio Cultural, la bibliotecas, los museos, [...]. Pero por estar fragmentadas las acciones culturales en diversas áreas gubernamentales, fue imprescindible concentrarlas en una institución que se dedicara expreso al fomento cultural. Por lo tanto, el tres de septiembre de 1987 se crea el IMC” (portal del Gobierno del Estado de México, 2011: página web).

En el IMC, dentro de su Código Administrativo, Artículo # 3.49 dice que es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto vincular a la sociedad con el quehacer cultural de la entidad. “El Instituto Mexiquense de Cultura es un organismo descentralizado del gobierno del Estado de México, que se encarga de aplicar la política cultural en la entidad, a través de diversas actividades [...]” (Portal del Gobierno del Edo. de México, 2011, página web). En la sección IV dice que “coordina los programas culturales del Estado con los desarrollados por el gobierno federal. En la sección VIII dice que coordina las acciones que en materia cultural lleva a cabo el Estado de México y que dentro de sus funciones está el crear, fomentar, coordinar, organizar y dirigir las bibliotecas,

hemerotecas, Casas de Cultura y **museos** y orientar sus actividades (no se especifica a que se refiere con “orientar”).

En el número III dice que también **debe impulsar las actividades de difusión** y fomento cultural, orientándolas hacia las clases populares y a la población escolar (aunque no clarifica cómo las va a impulsar) (Constitución del Gob. Edo. México, 2010, página web). Por lo tanto el Instituto Mexiquense tiene la responsabilidad de coordinar, organizar y dirigir al MALM.

A su vez, la Dirección de Educación y Cultura -recién creada por la administración del presidente municipal David Castañeda del Ayuntamiento de Atizapán- también tiene injerencia en el MALM. Utiliza al museo como espacio para presentaciones de la Sinfónica de Atizapán, para algún evento cultural o evento político. Por otra parte el INAH es dueño del predio y del edificio.

Es importante notar que el Presidente del Consejo Directivo del IMC es el Secretario de Educación (página oficial del IMC en línea). Aquí es donde se puede decir que al tener al tener a este servidor público en el IMC, la SEP se puede cerciorar que se cumplan sus políticas. Por otra parte, el Secretario de este Consejo es el Director General del IMC. Lo cual conlleva a que también las directrices del IMC estén influenciadas por el Gobierno del Estado de México.

El Consejo Directivo es el órgano de gobierno del Instituto Mexiquense que establece las políticas y lineamientos generales del Instituto, entre las que se encuentran el aprobar el Programa Estatal de Cultura y vigilar que se lleve a cabo, así como el aprobar los proyectos anuales, el presupuesto de egresos y los programas de inversión (Portal del Gobierno del Estado de México -marco jurídico- 2010, página web). Lo cual quiere decir que el Consejo Directivo decide la cantidad de dinero que se empleará tanto en la difusión como en los demás rubros relacionados con la cultura dentro del Estado de México.

A su vez, en la página de la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos, página web) en su página de internet explica que las

instituciones culturales de los gobiernos locales, estatales y municipales se encuentran en coordinación con las instancias federales y contribuyendo de manera esencial al cumplimiento del programa cultural federal. Se recalca nuevamente que las políticas culturales se basan en los Planes de Desarrollo del Ejecutivo.

2.1.4 UNESCO y la CGLU

Los Planes de Desarrollo del Ejecutivo a su vez están influenciados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en cuanto a lo que cultura, ciencia y educación respecta.

Dentro de los Fragmentos del Programa y Presupuesto 2012- 2013 de la UNESCO el clasificado 36 C/5 dice: que éste se orientará principalmente a la ejecución de actividades operacionales que demuestren el potencial de la cultura para el desarrollo sostenible y el diálogo.

Los siguientes artículos de la UNESCO tienen un número de código que se pondrán al final de cada párrafo como referencia. Son importantes de conocer porque se relacionan con el lugar en el que se encuentra el MALM- comunidad urbana-, porque se plantea en ellas la preservación del equilibrio ecológico y la identidad social (04003).

También se considera a los museos como vector de acercamiento entre las culturas, la paz y el crecimiento económico y cultural sostenible (04014) y se habla de una mayor difusión para comunicar mejor la dimensión cultural del desarrollo (04021).

En particular, una nueva alianza mundial para los museos se esforzará por incorporar a estas instituciones y otras afines como asociados esenciales de la aplicación de políticas culturales para el desarrollo sostenible.

En el número 04022 dice “[...] se proseguirán los esfuerzos para que se reconozca a la cultura como un sector importante para la reconstrucción y

consolidación de la nación, así como un vector para el diálogo, la reconciliación y la cohesión social,[...].”

Por otra parte, un nuevo organismo la Organización mundial de ciudades y gobiernos locales unidos acordó lo siguiente que refuerza lo dicho por la UNESCO:

*“[...] a partir de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (2001) y la Convención sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO (2005), acordó en Chicago (abril de 2010) dar el mandato a la Comisión de Cultura para elaborar un Documento de Orientación Política sobre la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible.”
(La Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos CGLU, 2012, página web).*

Hasta aquí se ve como todos los organismos mencionados; nacionales e internacionales (CONACULTA, SEP, IMC, UNESCO y la CGLU) tienen programas para promocionar y apoyar la cultura. Sin embargo, hay un gran tramo para que este deber ser se convierta en un deber hacer.

También se debe notar que el Desarrollo sostenible o sustentable se refiere al desarrollo económico y el uso de los recursos naturales a nivel mundial pero comprometidos en cuidar los aspectos del medio ambiente y los sociales. De tal manera que sea un crecimiento económico aumentando la calidad de vida del humano y su medio ambiente. Esto también se menciona en la Junta de Río + 20⁹

⁹ La Junta de Río se refiere a «Río+20» es el nombre abreviado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, que tuvo lugar en Río de Janeiro, Brasil (del 20 al 22 de junio de 2012), veinte años después de la histórica Cumbre de la Tierra en Río en 1992. Río +20 fue también una oportunidad para mirar hacia el mundo que queremos tener en 20 años.

En la Conferencia Río +20, los líderes mundiales, junto con miles de participantes del sector privado, las ONG y otros grupos, se unieron para dar forma a la manera en que puede reducir la pobreza, fomentar la equidad social y garantizar la protección del medio ambiente en un planeta cada vez más poblado.

Las conversaciones oficiales se centraron en dos temas principales: cómo construir una economía ecológica para lograr el desarrollo sostenible y sacar a la gente de la pobreza, y cómo mejorar la coordinación internacional para el desarrollo sostenible. Se trata de una oportunidad histórica para definir las vías hacia un futuro sostenible, un futuro con más empleos, más energía limpia, una mayor seguridad y un nivel de vida digno para todos. <http://www.un.org/fr/sustainablefuture/about.shtml>

Mario Bunge (1999) habla de esta interrelación cuando dice que se necesita el desarrollo económico, político, biológico, tecnológico, y social para que se pueda dar el desarrollo cultural.

De cualquier manera siempre se necesitan organismos especializados en el tema de los museos, porque a través de sus estudiosos se dan pautas para las prácticas de los museos y a la vez se ven las nuevas tendencias. Asimismo, dan las referencias, normas y partes que permiten analizar al Museo Lic. Adolfo López Mateos. Por lo cual en el siguiente apartado se verá al ICOM.

2.1.5 ICOM (Consejo Internacional de Museos)

El ICOM establece normas y estándares necesarios para los museos tanto para su creación como para la administración y la organización de sus colecciones. El Código de deontología del ICOM para los museos es una referencia para la comunidad museística mundial. Ahí se fijan las normas mínimas de prácticas y resultados profesionales para los museos y sus empleados. El MALM está afiliado al ICOM, y como miembro se compromete a respetar este código. Por lo tanto los siguientes códigos se enumeran así como el principio que lo explica. Entre sus códigos están los siguientes que están enumerados, los números uno, dos, tres punto nueve, el cuatro, el cinco, el seis, el seis punto ocho, el siete y el ocho. A algunos se les agregó también su Principio y todos son parte del Código de la deontología del ICOM.

“1. Los museos garantizan la protección, documentación y promoción del patrimonio natural y cultural de la humanidad.

Principio: los museos son responsables del patrimonio natural y cultural, material e inmaterial. La primera obligación de los órganos rectores y de todos los interesados por la orientación estratégica y la supervisión de los museos es proteger y promover ese patrimonio, así como los recursos humanos, físicos y financieros disponibles a tal efecto.” (:1)

Con respecto al MALM, la observación muestra que tratan de seguir todas estas recomendaciones excepto en la parte de los recursos humanos pues sólo cuenta con una persona con experiencia en el manejo de los eventos, diseño y promoción. Los otros cuatro empleados tienen varios años trabajando

para el museo, pero no cuentan con capital cultural para la museografía, comunicación o curaduría. Su nivel de estudios es de preparatoria.

En cuanto a lo financiero, dependen totalmente del IMC, al cual se le pidió informes en relación al presupuesto asignado al museo, dentro de su página de Transparencia y no contestó.

“2. Los museos que poseen colecciones las conservan en beneficio de la sociedad y de su desarrollo.

Principio: la misión de un museo consiste en adquirir, preservar y poner el valor sus colecciones para contribuir a la salvaguarda del patrimonio natural, cultural y científico. Sus colecciones constituyen un importante patrimonio público, se hallan en una situación especial con respecto a las leyes y gozan de la protección del derecho internacional.” (:3)

“3. Los museos poseen testimonios esenciales para crear y profundizar conocimientos.” (:6)

Con respecto a este apartado, por lo que se ha observado si preservan la colección del ex presidente Adolfo López Mateos.

“Principio: los museos tienen contraídas obligaciones especiales para con la sociedad por lo que respecta a la protección, accesibilidad e interpretación de los testimonios esenciales que han acopiado y conservado en sus colecciones.” (:6)

Al no contar con personal capacitado en las áreas de museografía o comunicación la interpretación de los testimonios que han conservado es muy baja.

“3.9 Aprovechamiento compartido de competencias.

El personal de los museos debe compartir sus conocimientos y su experiencia profesional con sus colegas, así como con los investigadores y estudiantes, en las materias de su competencia. Deben mostrar respeto y reconocimiento a los que les han transmitido su saber y transmitir a su vez los progresos técnicos y la experiencia que puedan ser útiles a otras personas.” (:7)

Los años trabajados en el MALM, les han dado conocimientos a los empleados del museo, sin duda alguna. Sin embargo, deben de prepararse adecuadamente para hacer de sus labores una manera de aumentar la calidad de la comunicación en el museo.

“4. Los museos contribuyen al aprecio, conocimiento y gestión del patrimonio natural y cultural.

Principio: los museos tienen el importante deber de fomentar su función educativa y atraer a un público más amplio procedente de la comunidad, de la localidad o del grupo a cuyo servicio está. La interacción con la comunidad y la promoción de su patrimonio forman parte integrante de la función educativa del museo.” (:8)

Nuevamente por observación y experiencia vivencial se ve que el MALM, contribuye a todos estos puntos, pero le es difícil atraer a un público más amplio procedente de la localidad o del municipio.

“5. Los museos poseen recursos que ofrecen posibilidades para otros servicios y beneficios públicos.

Principio: los museos recurren a una vasta gama de especialidades, competencias y recursos materiales cuyo alcance supera el ámbito estrictamente museístico. Esto puede conducir a un aprovechamiento compartido de recursos o a la prestación de servicios, ampliando así el campo de actividades de los museos. Estas actividades se organizarán de manera que no se comprometa la misión que tiene asignada el museo.” (:9)

Este artículo permite entender porque sí se permite a los estudiantes de la Sinfónica practicar y hacer sus presentaciones en el MALM. Sin embargo, sí está afectando la museografía del recinto y eso compromete la misión principal asignada al museo que es la de comunicar efectivamente la vida y trabajo de ALM.

“6. Los museos trabajan en estrecha cooperación con las comunidades de las que provienen las colecciones, así como con las comunidades a las que prestan servicios.” (:10)

Esta es la intención del MALM, pero el trabajo con la comunidad a la que le prestan servicios no es tan estrecha.

“6.8 Organizaciones de apoyo en la comunidad.

Los museos deben crear condiciones propicias para obtener el apoyo de las comunidades, (por ejemplo, mediante las asociaciones de amigos de los museos y otras organizaciones de apoyo), reconocer sus aportaciones y fomentar una relación armónica entre ellas y el personal del Museo.” (:11)

Este punto no se cumple del todo en el MALM porque según el compositor Francisco Bobadilla (entrevista personal, septiembre 8, 2012) parte del grupo “Amigos del Museo”, que incluían al Maestro y Cronista Enrique Bringas, y al poeta Jozé Martyn se dedicaban a recaudar fondos para el mantenimiento físico del museo como el reloj, composturas del baño, y pintura, asimismo invitaban a gente al museo, ayudaban a crear eventos y querían sacar una revista. Al parecer durante la Dirección presente no están activos.

Por otra parte, parte de la familia del ex presidente junto con otras personas que eran parte de la Fundación Adolfo López Mateos, y que querían arreglar

una foto de ALM, no se les permitió tampoco llevársela y restaurarla según testimonio de Blanca de Guzmán, persona allegada a ellos (entrevista personal, septiembre, 2012).

“6.9 Principio: las colecciones de un museo son una expresión del patrimonio cultural y natural de las comunidades de las que proceden y, por consiguiente, no sólo rebasan las características de la mera propiedad, sino que además pueden tener afinidades muy sólidas con las identidades nacionales, regionales, locales, étnicas, religiosas o políticas. Es importante, por lo tanto, que la política del museo tenga en cuenta esta situación.” (:10)

Las colecciones en cuanto a la vida de ALM, continúan ahí, pero han desechado la colección de pinturas donadas por artistas plásticos de la comunidad, que aumentaban la parte de identidad con los artistas de Atizapán.

*“7. Los museos actúan ateniéndose a la legalidad.
Principio: los museos deben actuar de conformidad con las legislaciones internacionales, regionales, nacionales y locales, y con las obligaciones impuestas por los tratados. Además, sus órganos rectores deben cumplir con todas las responsabilidades legales u otras condiciones relativas a los diferentes aspectos del museo, sus colecciones y su funcionamiento.” (:11)*

Son demasiados museos para revisar por parte de las legislaciones internacionales. Entonces quizá la población civil debería reportar también.

*“8. Los museos actúan con profesionalidad.
Principio: los miembros de la profesión museística deben respetar las normas y leyes establecidas y mantener el honor y la dignidad de su profesión. Deben proteger al público contra toda conducta profesional ilegal o contraria a la deontología. Han de utilizar todos los medios adecuados para informarle y educarle respecto a los objetivos, metas y aspiraciones de la profesión con miras a hacerle entender mejor la contribución de los museos a la sociedad.” (:12)*

8.10 Relaciones profesionales

Los miembros de la profesión museística establecen relaciones de trabajo con un gran número de personas, tanto dentro de los museos como fuera de ellos. Deben prestar a todas esas personas servicios profesionales eficaces y de alto nivel.” (:13)

Este apartado no se puede cumplir mientras los empleados del museo no sean profesionales en los ramos de la museología, museografía, o curaduría.

2.1.6 Banco Mundial

También es importante mencionar al Banco Mundial como corresponsable en las políticas culturales que eventualmente afectarán al MALM, porque es un organismo que le presta dinero a México para el área de educación, que como se ha visto va de la mano con el área de la cultura.

Sin embargo el interés del Banco Mundial es crear mano de obra calificada. Las “recomendaciones” hacia donde puede ir el dinero que se presta a México, en cuestión de educación, probablemente no se ajusten al área cultural, pues quizá no sea recomendable dar a conocer el arte. Pues se sabe que el arte y el conocimiento de la cultura hacen pensar. El pensar ayuda para lograr posibilidades de una transformación más elevada. Quizá algo riesgoso desde el punto de vista de la clase hegemónica que busca su permanencia.

“Considerando que el Banco Mundial (BM) es un organismo de financiamiento controlado por las mayores potencias económicas del planeta, que tiene como propósito combatir la pobreza pero prestando dinero y cobrando intereses, (salvo a los más pobres), tiene una finalidad económica como cualquier banco; ofrece asesoría para “venderse” y establece lineamientos para asegurar la rentabilidad de su capital. Pero también, cómo puede apreciarse en sus conceptos, para ofrecer financiamiento a la educación requiere que ésta sea considerada fundamentalmente en su papel de formadora de contingentes para el desarrollo económico, teniendo una connotación ideológica del conocimiento como un recurso para generar dinero.”

“La OCDE, integrada por prácticamente los mismos países hegemónicos, compara políticas y niveles de desarrollo, busca respuestas a problemas de los países integrantes, pero también hace recomendaciones de política a partir de sus estudios, que se realizan en gran medida a partir de la lógica de la política económica de los países capitalistas.”

“En ambas instancias, su fin es propiciar el desarrollo económico, y se traduce a conceptos educativos en que la educación representa un objeto de cambio y un instrumento para acrecentar el capital.”

“La UNESCO y el PDE, se debaten entre un discurso económico y uno humanista, esto es, asumen fines de desarrollo social, valores, cultura, atención de problemas, etc., pero adoptan también los fines económicos anteriormente expuestos, señalando en los textos las demandas del mercado laboral, el conocimiento con valor económico y conceptos de evaluación con indicadores estandarizados internacionalmente como lo es el de calidad.”

“[...] Para ofrecer financiamiento a la educación requiere que ésta sea considerada fundamentalmente en su papel de formadora de contingentes para el desarrollo económico. Esto lo hace para establecer las condiciones de educación en la población que garanticen la mano de obra calificada para una economía de libre mercado.”

“Asimismo, al Banco Mundial no le interesa que sus lineamientos condicionados por el préstamo, incluyan la “asesoría en educación” o que haya un plan curricular que forme fuerzas para crear tecnología, sino trabajadores que aprendan utilizar la tecnología creada en países desarrollados, para continuar la hegemonía de los países más ricos del planeta.”

“Por lo tanto se deduce que los préstamos condicionados por el Banco Mundial tienen una connotación ideológica para generar más dinero en los países hegemónicos.”

“Por la relación que tiene la educación con la cultura, se deduce que no “invertirá” en la promoción o difusión cultural de los países como México. (Moeller, 2012:64)

Aquí también se ven las contradicciones entre las organizaciones a las cuales México sigue como la UNESCO. La UNESCO tiene fines humanistas mientras que el Banco Mundial tiene intereses para garantizar mano de obra calificada en un mercado de libre mercado. Por lo tanto de parte del Banco Mundial no habrá inversiones para la promoción o difusión cultural. La cuestión quedará en manos del Ejecutivo. Según el semanario Proceso (02/06/13) en el Plan Nacional de Desarrollo “[...] no se tocó el tema de la educación artística, ni el de la transparencia, no obstante que el Conaculta ha sido objeto de señalamientos por el IFAI [...]” (:60)

2.1.7 Política cultural en los gobiernos Priístas

“El poeta Paz, el Presidente Salinas y el funcionario Flores Olea se sientan a una mesa y afinan un nuevo proyecto de Cultura en 1988 [...] que es de nuevo aquella de Vasconcelos: la Cultura es el espejo de la identidad nacional. [...] escribía Octavio Paz: “La Cultura es participación”. [...] Derivada de esta idea está otra: la idea de descentralizar los apoyos a la Cultura. Así, el Conaculta establece sedes en cada estado. Así varios de sus programas tienen su versión federal y su versión para cada estado.” (Jiménez, L. y Berman, 2006:110)

Las consecuencias de tener versiones tanto federales, estatales como municipales, convierte a la dirigencia de la Cultura y por ende de los museos en una hidra con varias cabezas que seguramente estarán influenciadas por intereses políticos.

El siguiente resumen de la política cultural también se tomó de Jiménez y Berman. (2006)

“El primer punto del plan de Cultura salinista impulsa al INAH con una fuerte inversión para impulsar 14 proyectos arqueológicos. El segundo punto del proyecto será fomentar la creación. Se fundan escuelas con la intención de elevar la calidad, pero restringen la admisión: sólo los más dotados se aceptan y También se crea el Centro Nacional de las Artes.” (:111)

“Sin embargo, la idea vasconceliana de que el arte era parte de la educación de todos no se da. Las artes ya no forman parte de la educación primaria y las Casas de Cultura sobreviven empobrecidas. Con estos hechos se ve la desvinculación entre la Secretaría de Educación y Conaculta.” (:113)

“El otorgar becas a través del FONCA (Fondo Nacional para la Cultura), creó una sobreoferta cultural pero pocos públicos. Reflejando que la educación tiene que ir de la mano de la creación y estimulación artística.” (:111-115)

Si no se da esta formación artística cultural desde la infancia quizá no se dará el hábito de buscar las ofertas culturales pues no se desarrolló esa parte senso-perceptual necesaria para apreciar y disfrutar el arte.

“Datos aportados en 1994 por investigaciones realizadas por la Carnegie Corporation, en Estados Unidos, revelan que el medio ambiente, léase “estimulación”, no sólo afecta el número de células cerebrales, las posibilidades de sinapsis entre ellas y la manera como estas conexiones se establecen, sino que esa influencia temprana del medio exterior deja huellas definitivas en la psiquis humana,[...] “

“Esta estimulación, como se ha dicho, ha de ser adecuada, sistemática, continua, gradual, diferenciada, bien dirigida cualitativamente. Y por supuesto, ha de incluir todo aquello que es indispensable al desarrollo del niño y de la niña, en la esfera senso-perceptual, lo afectivo, lo cognoscitivo, lo motor, la formación de hábitos y organización de la conducta, lo socio-moral, lo motivacional. En fin, constituir un verdadero programa de estimulación científicamente concebido, culturalmente pertinente y en correspondencia con los objetivos sociales. “

“El aprendizaje, comienza al momento en que ocurre el nacimiento.”

“Estudios recientes sobre el aprendizaje musical demuestran por ejemplo, que el cerebro es un órgano moldeable en relación a los estímulos culturales que recibe desde la infancia; entre más joven una persona inicia sus estudios musicales, más se desarrolla la región cerebral que sirve para registrar los estímulos acústicos [...] el logro pleno del desarrollo neuronal depende de los estímulos educativos recibidos.” (González Uresti, 2012:59-60)

Por lo tanto, se deducen dos cosas: la oferta cultural debe ir acompañada de una población formada (educada) desde sus primeros años para recibirla. Asimismo, quizá esta formación temprana y por lo tanto la “inversión monetaria” de parte de los Bancos manejados por los países y culturas hegemónicas aunado a los intereses políticos de cada federación en este rubro de la educación, no son dadas por resultar inconvenientes a sus intereses de cultura hegemónica. Pues como dice Heidegger: “EL arte, en cuanto voluntad de apariencia, es la forma suprema de la voluntad de poder. Pero ésta, en cuanto carácter fundamental del ente, en cuanto esencia de la realidad, es en sí misma aquel ser que se quiere a sí mismo queriendo ser el devenir.

Se puede entender que el arte da el “poder” de transformar nuestro futuro”. Algo no conveniente para la cultura hegemónica.

Además como dicen Medina y Sánchez, “el artista, su obra junto con el público elevan la conciencia.”

“El arte cumple las funciones de comunicar, educar y formar valores, donde el hombre puede adquirir visiones, concepciones y conocimientos relacionados con su arraigo cultural y su identidad, que permiten la conservación de elementos socioculturales necesarios para compartir un mismo espacio cultural y de pertenencia. Visto que toda producción artística es, por su contenido, popular, atractiva, estética y seductora de grandes multitudes, entonces deviene importante medio para el conocimiento y reflejo de la identidad cultural de toda región.”

“Como una necesidad psíquico-social y estética, la obra de arte, expresión genuina de la especie humana, ha sido una equilibrante y reguladora operación a través de la cual el artista penetra en el mundo, lo transforma y somete a una constante superación. En ella queda materializada su actividad transformadora, su ideología, sus puntos de vista, y su conocimiento cultural.”

“La vinculación, en la vida cotidiana, del creador, su obra y el público, eleva considerablemente su afectividad en la formación de la conciencia de identidad cultural en la población.” (Medina, Sánchez, et al, 2012: en la web).

De alguna manera este pensamiento de Medina y Sánchez condensa el porqué se debe enseñar arte desde pequeños; si se aprende a “ver” el arte más adelante se podrá captar todos estos valores que vienen en él: visiones de la identidad, caminos para la transformación, elevar la conciencia de identidad cultural.

De alguna manera u otra se refrenda el que el programa educativo debe apoyar al Cultural, entre otras maneras con la educación artística desde edades muy tempranas.

2.1.8 Política Cultural durante los gobiernos panistas

En cuanto a la política cultural durante los gobiernos panistas se vio con el Presidente Vicente Fox que no hubo ninguna revolución cultural como él había prometido. Se da continuidad al proyecto original del CONACULTA. Significando esto que la Cultura siguió aislada de un gran parte de la población (Jiménez, L. y Berman, 2006).

Se prosiguió la preservación del patrimonio histórico y arqueológico. Hubo atención especial a las edificaciones católicas (la Catedral, el Sagrario metropolitanos, la antigua Basílica de Guadalupe y se pone en marcha el Plan Nacional de Catedrales. También se trabajó en La Ciudadela, la Casa del Marqués del Apartado y el Fuerte de San Juan de Ulúa. Se abren dos nuevos centros para las artes. Aumentan las bibliotecas (aunque no aumentan mucho los usuarios y se olvida que las bibliotecas virtuales son más accesibles a todos) y se construye la megabiblioteca José Vasconcelos. (Jiménez, L. y Berman, 2006)

Durante la gestión del Presidente Felipe Calderón se incorporó a la Cultura como un derecho.

“El presidente de la Comisión de Cultura, Emilio Ulloa Pérez, aseguró que por primera vez todos los grupos parlamentarios representados en la Cámara estuvieron de acuerdo en elevar a rango constitucional el concepto de cultura, y consideró que con la votación de hoy los legisladores rendirán un homenaje indirecto a Alejandro Aura y Víctor Hugo Rascón Banda, dos personajes que, dijo, pugnaron siempre por la defensa de la cultura en México.”

“Explicó que, con la reforma, México cumplirá, asimismo, compromisos internacionales en materia de derechos humanos, económicos, sociales y culturales. Dijo que si bien no se requiere ningún permiso explícito para el acceso a la cultura en el país, ni para que los diputados legislen al respecto, sí es necesario contar con un fundamento constitucional para garantizar su pleno ejercicio.”

“El dictamen aprobado por la Comisión de Cultura adiciona un párrafo noveno en el artículo 4º de la Constitución, para quedar como sigue:”

“Toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. La ley establecerá los mecanismos para el acceso y participación a cualquier manifestación cultural. El Estado tutelaré estos derechos.”

“Asimismo, la reforma considera una adición a la fracción XXV del artículo 73 constitucional, para agregar, entre las facultades del Congreso de la Unión, la de “legislar en materia de derecho de autor y otras figuras de la propiedad intelectual relacionadas con la misma”.

“También se adiciona la fracción XXIX-0, para establecer como facultad del Poder Legislativo Federal, “la de expedir leyes que establezcan las bases sobre las cuales la Federación, los estados, los municipios y el Distrito Federal, coordinarán sus acciones en materia de cultura”, salvo las reservadas al gobierno federal en materia de conservación y preservación de monumentos históricos y zonas arqueológicas.”(Méndez, 2008: en la web)

Por todos los organismos internacionales y nacionales, así como por todos los gobiernos tanto federales, estatales, y municipales, y de igual manera, por instituciones, universidades, y Secretarías que intervienen en los museos se ve que hay muchas directrices pero poca efectividad, transparencia de recursos en la promoción, dirección y difusión de la cultura. Entonces como sostiene Rafael Tovar y de Teresa –nuevamente director de CONACULTA- los museos no deben estar sometidos al patrocinio “financiero o político” (La Jornada en línea, 2012). Y como dice Tomás Ejea (2008) la política cultural del Estado no es ni democrática ni participativa.

Los museos al estar sometidos a patrocinios políticos pueden estar manejados por intereses de un partido más que por el compromiso con la cultura y la sociedad.

2.2 Descripción del Municipio de Atizapán de Zaragoza

A continuación se darán ciertos pormenores del municipio donde se encuentra el MALM, pues de muchas maneras la historia, su geografía, su industrialización y sus costumbres afectan la forma de ser de sus habitantes. De igual manera, sus hábitos culturales, su relación con grupos políticos, puede o no estar relacionada con que asistan a eventos culturales. Atizapán tiene una gran diversidad cultural que no se logra captar por la enormidad de su geografía y población.

2.2.1 Breve historia de Atizapán

La historia del municipio se remonta a la etapa precolombina donde grupos de otomíes semi-nómadas pasaban por esta región. También se dice que ésta área la poblaron chichimecas y acolhuas durante las guerras de la conquista de México. Se dice que Cortés después de llorar en el “árbol de la noche triste” trajo a sus tropas a esta área para abastecerse de indígenas en contra de los aztecas.

Los primeros asentamientos indígenas estuvieron localizados en Calacoaya y Tecoloapan, y el estatus de Atizapán era de villa: la villa de Atizapán. La

avenida Calacoaya (puerta o lugar por donde se entra) es vestigio de un camino utilizado en esa época y que a la fecha es una calle. Calacoaya, San Mateo Tecoloapan y San Francisco Atizapán formaron el actual municipio de Atizapán de Zaragoza.

Geográficamente por estar en la subprovincia de lagos y volcanes del Valle de Anáhuac contó con el enorme recurso del tepetate en el subsuelo, y ríos, arroyos y lagos. La parte geográfica donde la tierra era suave se utilizó para crecer magueyes y maíz. De hecho, una parte del escudo de Atizapán tiene dibujado a estos dos recursos. El que hubiera arroyos y ríos, más la altitud, permitió que se dieran los bosques de nogales y cedros creciendo en la parte ahora llamada: Zona Esmeralda.

En la época de la colonia las praderas se utilizaron para la crianza de bovinos. Se construyó el Templo del Divino Salvador en Calacoaya (1662), el Puente del Jorobado (1778), y el Templo de San Francisco de Asís en 1787. Proliferaron los ranchos y las haciendas. Por lo cual se asume que la agricultura, la crianza de bovinos, la extracción del tepetate, y la producción del pulque fueron sus mayores actividades económicas. De hecho existe una gran memoria alrededor de los tlaquicheros.

Estos dos antecedentes históricos con tribus semi-nómadas antes de la colonia nos dan un registro de poca o nula producción artesanal. Durante el tiempo de la colonia, y hasta el Porfirismo el estar rodeados de haciendas, ranchos o latifundios muestra una población con poca o nula artesanía, bailes típicos, o música de la región. Por lógica, la parte de la población con capital cultural alto serían los dueños de las haciendas y/o ranchos, dejando a la inmensa mayoría de la población con un capital cultural bajo.

Siguiendo con la historia de Atizapán de Zaragoza, en los años 50 se erigió el famoso Balneario de Atizapán, alimentado por un borbotón de un manantial. También ahí se organizaban bailes en el atardecer y fue un lugar visitado hasta por gente de la capital.

El tren de Monte Alto, y sus estaciones de tepetate, la coronación de la reina de mayo junto con el desfile del cinco de mayo y sus carros alegóricos, el equipo de fútbol “Zaragoza”, el policía Tomás Reyna, apodado “pata chueca” son parte de esta época también.

Alrededor de 1960 varios industriales escogieron a este municipio como lugar para instalar sus empresas o industrias dedicadas a actividades como la metalmecánica, papel y cartón, plásticos y aluminio. Se situaron especialmente en las colonias: Prof. Cristóbal Higuera y en México Nuevo. Desgraciadamente en esa época los industriales no se reconocían por fomentar eventos culturales para sus trabajadores. Por lo cual se continúa con una población de bajo capital cultural.

Seguramente porque Atizapán de Zaragoza no tenía pirámides ni otros vestigios indígenas, no fue sujeto a ser considerado como un lugar para promover cultura, ya que en ese entonces la política cultural del PRI, el partido en el poder, promovió las culturas indígenas olvidándose de las nuevas culturas y de las culturas mestizas.

No se reconoció la riqueza de este pueblo elaborador del pulque y de todos los usos y costumbres que conllevaban producirlo. Así como tampoco la elaboración de guisos con el maíz y su trascendencia para la nutrición, y las tradiciones e identificación de los mexicanos con su cosecha y preparación.

Si a eso se agrega que la revolución industrial se distinguió por producir mercancías y tardaron los humanistas en explicar al mundo que se tiene el derecho a la cultura. Durante muchos años, este pueblo de Atizapán no tuvo ningún centro cultural. Claro que había fiestas comunitarias como el 15 y 16 de septiembre celebrando la independencia de México, el 5 de mayo para celebrar la Batalla de Puebla y el día de San Francisco, pero en general estas muestras de fiestas se hicieron en la calle.

Los industriales a pesar de abrir nuevas fuentes de trabajo, no fueron las suficientes para emplear a toda la población porque los datos dicen que el

83% de la población económicamente activa (PEA) tuvo y tienen sus trabajos fuera del territorio municipal. La industria del pulque tan característica de Atizapán se fue a pique por el apoyo preferencial que se le dio a la industria cervecera. (Muchos de los datos aquí presentados se tomaron de la página electrónica del Cronista Municipal: Prof. Enrique Bringas López, del portal oficial del municipio, de las crónicas escuchadas al Dr. René Vázquez, anécdotas de la Sra. Eugenia Valencia, y de la Maestra Artesana Marcela Guzmán Urbán).

Otras importantes fechas mencionadas por el cronista Enrique Bringas son las siguientes: en 1874 se erige el Municipio y en 1881 se instituye la Feria de Atizapán a celebrarse cada cinco de mayo. El tren de Monte Alto logró pasar por este municipio, gracias a la iniciativa del Presidente Porfirio Díaz. Es en 1910, en la casa # 11 de la Avenida Juárez, donde nace Adolfo López Mateos¹⁰.

Hasta 1969 se concede al pueblo de San Francisco Atizapán la categoría de ciudad y se le nombra Cd. López Mateos. El edificio en el que se encuentra el MALM fue kinder, primaria, cine, cárcel (donde hasta un burro fue encerrado por traspasar una propiedad y considerado “el cuerpo del delito”), y compartió funciones por 105 años como Palacio Municipal. En 1982, se funda la primera Casa de la Cultura en este edificio y el Palacio Municipal actual se construye en el Boulevard López Mateos # 91, Colonia El Potrero. Es en 1994 cuando se inaugura el MALM en ese mismo edificio.

2.2.2 Localización y población

El municipio de Atizapán de Zaragoza se encuentra en el Estado de México; la segunda economía más importante del país (IGOCEM, 2010). Es parte de la llamada Zona Metropolitana por su cercanía con la capital de la República: el D.F. El 83% de la población atizapense tiene su trabajo fuera del municipio y

¹⁰ Se sabe de informaciones contradictorias en cuanto al verdadero lugar de nacimiento de Adolfo López Mateos.

se deduce que la mayoría ha de tenerlo en el D.F. Se llama a la mayoría de las colonias en el municipio como “colonias- cama”, porque la mayoría de los trabajadores que van a trabajar a la ciudad de México, por la distancia y tráfico del D.F. hasta Atizapán, llegan hasta la noche a sus hogares.

Atizapán tiene una población pluricultural. Se tienen colonias alrededor de las primeras fábricas del municipio (La Higuera y México Nuevo) con sus primeros pobladores obreros pero ahora con una mezcla de clase media. Se tienen colonias como Hogares y con una clase socio económica baja. Colonias de clase media como Arboledas, Las Alamedas, Lomas de Atizapán, y colonias de clase alta como las que se encuentran en la Zona Esmeralda y el Club de Golf Hacienda. Alrededor del MALM, que es el área centro, o la llamada cabecera municipal y donde se encuentran sus más antiguos pobladores, hay una clase media alta, media- media y media baja. De hecho, los vecinos más antiguos que viven en la antes llamada cabecera municipal, ahora llamado el centro y designada Ciudad López Mateos, donde se encuentra el museo, son los que se organizaron para hacer los altares de muertos en noviembre del 2012 y lo han hecho en años anteriores desde que se abrió este espacio como museo.

2.2.3 Ofertas Culturales en el municipio

Existen últimamente muchas Plazas comerciales con cines que transmiten películas comerciales. En cuanto a ofertas culturales menos comerciales; aparte del MALM, se encuentra justamente al lado del MALM, la Filarmónica de Atizapán y el Grupo Branshala dirigidos ambas por el Profesor Edgar Rainier Palacios. Entre ambas organizaciones culturales se cuentan aproximadamente 500 alumnos. Debido al espacio tan reducido de sus instalaciones y por la cercanía con el MALM, muchos de sus alumnos de música recurren a las salas del museo para poder practicar su instrumento. Esto ha acarreado que se descuide la museografía de las Salas del mismo. Por otra parte, hace aparecer un museo con movimiento de entrada y salida de personas y musicaliza el ambiente.

Asimismo, las presentaciones públicas de la Sinfónica y del Grupo Branshala no faltan en el museo, utilizándolo como foro. Cabe resaltar que cuando se presentan pueden llenar el museo. Por un lado puede demostrar que el MALM es muy visitado, pero a su vez es un público cautivo tanto porque son los mismos alumnos que abarrotan al recinto durante sus presentaciones como porque vienen los familiares a ver el avance de sus hijos. Esto acarrea que los grupos que abarcan la mayoría de la programación del MALM sea del Grupo Branshala.

Otras ofertas culturales cercanas son la Casa de Cultura de Atizapán, el Centro Cultural Luis Nishisawa, el Teatro Diego Rivera también llamado Teatro Zaragoza según el partido político que esté gobernando el municipio, la Casa del Poeta dentro de la cafetería “Andy’s Cup”, y la Cafetería “Romos Quiosco” frente al museo que utiliza el parque público para poner sus mesitas para comer y realizador del primer festival Adolfo López Mateos. Invita a músicos entre semana y los fines de semana utiliza el quiosco para que maestros de yoga o baile impartan clases. Todos estos centros con el mismo problema de falta de difusión.

El Palacio Municipal realiza las ferias el 15 de septiembre, y el 5 de mayo. En octubre de 2012, el gobierno municipal organizó “La semana de la cultura 2012”, presentándose grupos estudiantiles de colegios de la zona, que no recibieron ninguna retribución económica. Siendo esto en vez del Festival Artístico llamado “Luminaria” que llevaba varios años realizándose en Atizapán. Un festival que duraba aproximadamente dos semanas con participantes profesionales nacionales, internacionales y locales y a los cuales ya se había acostumbrado la población de Atizapán, pues por su variedad, y accesibilidad acudían todo tipo de población: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, clase media y clase baja.¹¹ Se realiza un Festival llamado de

¹¹ Se realiza un Festival llamado de Aguablanca, desde hace tres años, pero del cual pocos conocen. En el año del 2013 fue su tercera emisión, teniendo al MALM, como una de las sedes. Fue organizado por jóvenes creadores, y con la ayuda del Municipio de Atizapán y el IMC. Como no se conocía antes

Aguablanca, desde hace tres años, pero del cual pocos conocen. En el año del 2013 fue su tercera emisión, teniendo al MALM, como una de las sedes. Fue organizado por jóvenes creadores, y con la ayuda del Municipio de Atizapán y el IMC.

Las universidades que están dentro del municipio como el Tecnológico de Monterrey, UNITEC, y la Universidad Autónoma del Estado de México y la preparatoria Indoamericano tienen también una oferta cultural, aunque es difundida básicamente para su población estudiantil, y no para la comunidad en general que debiera beneficiarse de estos foros.

Por su cercanía con el municipio se pueden considerar como parte de las ofertas culturales las existentes en la parte de Tlalnepantla que colinda con Atizapán; como son la Casa de Cultura Sor Juana, el Centro de Convenciones de Tlalnepantla, y el Museo Hacienda de Sta. Mónica. De estos centros, el Centro de Convenciones es el que hace uso de los puentes peatonales y su misma instalación que da a la avenida Mario Colín para desplegar sus mantas con publicidad, como un ejemplo para el MALM. El Museo Hacienda de Sta. Mónica lleva volantes al MALM y publica sus eventos y talleres en el periódico comercial de la zona “Ecos”.

De Naucalpan, el centro cultural el Ágora dentro del Parque Naucalli y el Museo de Tlatilco así como el teatro del IMSS en Naucalpan y el recién inaugurado World Trading Center de Satélite, podrían considerarse como las otras ofertas Culturales cerca de Atizapán.

La Encuesta Nacional de Consumo, Hábitos, Prácticas Culturales (2010) marca como una razón para no visitar los recintos culturales “por falta de tiempo”. Esta situación en Atizapán quizá se puede aplicar a la población trabajadora que llega tarde a sus casas entre semana, pero es difícil de atribuir

que empezara este estudio sobre el MALM, y debido a que sus actividades no entraban dentro del tiempo dedicado a investigar, no se tomó en cuenta.

esta razón a la población estudiantil, o a la gente de la tercera edad, a los desempleados o los que trabajan en o cerca del municipio pues las tardes están dentro del área. Aunque habrá que tomar en cuenta que el horario del MALM, por ejemplo, es de diez de la mañana a cinco de la tarde. (Estos datos estadísticos, demuestran también que hay muchos pormenores en ellos, que sólo una información cualitativa puede delucidar).

La población alrededor del MALM es de clase media y son en su mayoría población adulta; llamados “nativos” del municipio con un capital cultural entre medio y alto, organizadores de las ofrendas del Día de Muertos, de la Fiesta donde se elige a la Reina y Princesas de la primavera, así como la celebración de San Francisco, patrono del municipio. El día primero de noviembre de 2012 asistieron aproximadamente 45 vecinos del Centro de Atizapán con sus hijos jóvenes. Sin embargo, no reciben ningún tipo de publicidad acerca de los eventos del museo, pues no hay quien volanteé alrededor del MALM. Asimismo comentan que el foro del museo es utilizado para el mismo tipo de música que es la del Grupo Branshala (entrevista con visitante B) y la gente busca variedad de intérpretes y de música.

Los de capital cultural alto posiblemente se queden en el DF con sus ofertas culturales, pues cuentan con vehículo propio. Pero podrían recurrir al MALM si fueran informados y tuvieran una programación que les interesara.

La clase media de Atizapán en el resto del municipio posiblemente no llega a enterarse de los eventos del MALM por la falta de difusión. Según la Encuesta de Hábitos Culturales de (CONACULTA, 2010) los clase-medieros son los que más asisten a recintos museales pero no se recibe información del MALM a menos que se esté inscrito en la página de Facebook del recinto. Casi siempre se inscriben al FB los que previamente hayan visitado el museo.

En cuanto a la clase de más bajos recursos, asiste cuando a sus hijos les es requerido asistir por alguna tarea. Para los que viajan en transporte colectivo y

llegan tarde a su casa entre semana, puede ser que a los eventos de los fines de semana pudieran asistir.

2.3 Origen y desarrollo del MALM

En los siguientes apartados se hablará del origen del Museo Lic. Adolfo López Mateos, para saber cómo se ha ido configurando dentro de la comunidad atizapense y como apoyo a artistas y creadores.

2.3.1 Localización del museo y sus colonias de influencia

El MALM se encuentra en una plaza llamada Plaza Lic. Adolfo López Mateos. Se encuentra en el centro de Atizapán de Zaragoza, frente a un Quiosco dentro de un parque. La plazuela es como una entrada dentro de la avenida Hidalgo, la principal avenida de la zona centro. El Mercado municipal se encuentra a una cuadra, y la Iglesia de San Francisco como a seis cuadras. Por ser una arteria principal del municipio, la mayoría de los camiones que cruzan por el municipio, transitan por esta calle principal. Sin embargo no existe ningún señalamiento en esta avenida que indique que al final de la plazuela se encuentra un museo. Esto se convierte en un problema de urbanización.

La colonia de mayor influencia pasaría a ser donde se encuentra el museo que es precisamente la colonia Centro. Esta colonia tiene muchos comercios, y en la mayoría casas de dos pisos. Como se dijo anteriormente, aquí es donde habitan los más antiguos vecinos de Atizapán. Aquí se encuentran los que más participan en las ofrendas del Día de Muertos, así como en las fiestas de mayo.

Fluyendo hacia el periférico se encuentran las colonias Cópore, Alamedas, Lomas de Atizapán, Las Acacias y El Potrero. Por la parte de atrás del museo, se encuentran un conjunto de edificios y la privada de Porfirio Díaz. Por lo tanto, estas son las colonias dentro de los cinco kilómetros a la redonda del museo y que podrían llamarse las de mayor influencia.

2.3.2 Rutas de Acceso

Si se es vecino de Atizapán se pueden tomar cualquiera de las arterias principales del municipio: el Boulevard López Mateos, la Avenida Zaragoza, o la Avenida Ruiz Cortínez y cualquiera desemboca hacia la Avenida Hidalgo que lleva al MALM.

Lógicamente los que viven en el centro pueden llegar a pie. Se puede llegar en pesero o en el camión que va a Lomas Lindas o a San Pedro y se baja uno justo en la Plaza Lic. Adolfo López Mateos (aunque no hay ninguna señalización en cuanto que ahí existe un museo), viniendo de Tlalnepantla o del D.F. Si viene uno de la dirección contraria - de San Pedro o de las Bodegas, el Pedregal, México Nuevo o Lomas Lindas, se llega por la avenida Ruiz Cortínez (tampoco existe alguna señalización).

Si la gente se encuentra a la altura del Mercado municipal se caminan dos cuadras hacia el museo. Por automóvil se ingresa a cualquiera de las avenidas rumbo a las bodegas o Central de Abasto de Atizapán y se llega al MALM. El problema es que hay poco lugar de estacionamiento, pues muchos vecinos que viven en la avenida Juárez o que tienen negocios y no cuentan con estacionamiento en sus casas llevan sus coches a la Plazuela López Mateos e inclusive invaden los cajones en frente del museo.

2.3.3 Surgimiento

Bajo la iniciativa del embajador vitalicio Lic. Justo Sierra Casassus, muy amigo de Adolfo López Mateos, se creó el MALM. Se contó con el apoyo y anuencia de la viuda de López Mateos y de su hija llamada Avecita. Por lo cual, ellas fueron las que donaron casi todos los artículos que se muestran en las vitrinas del museo como medallas, y llaves de las ciudades que visitó. Asimismo, donaron dos automóviles. Estos automóviles son muy gratos de ver, porque son antiguos, como de colección. Sin embargo, dos automóviles dentro de un recinto tan pequeño, simplemente acortan el espacio para las exposiciones.

Por lo anterior relatado el propósito inicial del MALM, fue conservar y promover la figura de ALM; es decir, ser un museo biográfico. Aunque por su nombre –el de un expresidente- tiene toda una connotación de hegemonía y legitimación.

Es por eso que será importante ver su misión y visión, particular.

2.3.4 Misión y Visión

Vía telefónica, (noviembre 15, 2012), la persona Angélica Trejo, secretaria del museo dijo que la Misión del MALM es difundir la imagen del Lic. Adolfo López Mateos y promover al museo como centro cultural. El IMC quiere tener al MALM como ejemplo para otros museos. De ésta manera se diversifica el museo.

La Visión es que se abran las puertas a los artistas. Que el MALM presente en sus eventos y exposiciones a artistas aún sin renombre.

2.3.5 Desarrollo

El desarrollo del MALM se puede dividir a través de los directores que ha tenido. La primera directora fue Gabriela Huerta Coria, era museógrafa y duró un año nada más. Al parecer es la que contó con más apoyo del IMC porque le daban un presupuesto de cinco mil pesos. También contó con el apoyo del Ayuntamiento que le mando gente para el servicio. El segundo fue el Lic. Francisco Javier, pero sólo duró un mes. La tercera directora fue Mireya Serrano. Ella le dio mucho apoyo a las presentaciones de las estudiantinas, también fomentó las ofrendas del Día de Muertos y en general las exposiciones. Estuvo sólo tres años. El cuarto director fue Martín Mendoza Pastrana. Estuvo 10 años al frente del museo. Durante su dirección se diversificaron las actividades del museo. Como profesor de baile conocía mucho de las tradiciones, folklore, fotografía y pintura. Promovió la publicación de poemarios colectivos y la presentación de diferentes grupos musicales, literarios, dancísticos, plásticos. Impulsó a muchos artistas a continuar

practicando su arte. También hubo Cafés literarios, conferencias de astronomía, historia, etc.

2.3.6 Instalaciones exteriores

Como se ve en la foto, el edificio del MALM en su exterior destaca de lo que le rodea pues es de dos pisos, tiene un copete con reloj, el cual ya no sirve, a pesar que el grupo de *Amigos del Museo* financió su compostura hace unos años. Tiene cuatro ventanas con balcones. Las ventanas están enmarcadas por un marco de piedra.

Tiene cuatro espacios para estacionamiento en frente, pero a veces los vecinos no respetan los lugares.



Imagen de la fachada del MALM. Por LRH, 2013.

2.3.7 Instalaciones interiores, exhibiciones, representaciones

Como se explicó anteriormente el edificio del MALM no fue construido expresamente para ser museo, se aprovecharon las instalaciones de este edificio al servicio de la comunidad y las adecuaron para realizar este centro cultural. La entrada está resguardada por unas puertas de madera, son antiguas como las de antiguas haciendas. Entra uno por un pasillo. Se registra, sólo si es para visitar al museo, no cuando se va a los eventos. Por eso es difícil saber con exactitud cuántas personas ingresan a las exhibiciones y

representaciones. Se cobra cinco pesos a niños y diez pesos a los adultos. De la entrada a la derecha se localiza la **Sala Texto Gratuito** con fotos de la vida de ALM. También están fotos de familiares, que incluyen a su madre la profesora Elena Mateos y a su abuelo un magistrado y luchador liberal, José Perfecto Mateos. En estos tiempos toda la información está pegada en las paredes sin buscar algún efecto museográfico. Antes se tenía una mampara en medio de la sala, logrando una diferencia con un salón de clases, como ahora se ve. Quizás la razón sea porque así se aprovecha la sala para que los estudiantes de la Sinfónica del Municipio y del Grupo Branshala practiquen tocar sus instrumentos musicales, dejando un lado la principal función del museo que es exponer la vida de ALM. Como se dijo anteriormente la Sinfónica de Atizapán, auspiciada por el Municipio tiene un recinto muy pequeño al lado del MALM y por convenir a ambos se le pidió al museo que se les dejara practicar. En el claustro del museo hay un mural muy llamativo, en esta parte del museo se presentan muchos conciertos y también se exponen esculturas, cuadros, y se dan representaciones de música, bailes y eventos especiales, por ser el lugar más amplio del museo.

En la **Sala Atizapán**, se encuentran las exposiciones temporales. Pueden ser de fotografías, esculturas, pintura y también puede servir para los invitados conferencistas.

Dentro de la **Sala Nacionalización de la industria**, se encuentran documentos, fotos y objetos de cuando ALM fue estudiante, político y director de una escuela. También están fotos de familiares, que incluyen a su madre la profesora Elena Mateos y a su abuelo un magistrado y luchador liberal, José Perfecto Mateos.

La **Sala Solidaridad**, se encuentra en la parte de arriba. Está dedicada al campo político de su administración. Aparecen fotos con personalidades como John F. Kennedy, Charles de Gaulle, y el Mariscal Broz Tito, entre otros. Se encuentra la banda presidencial con bordados de oro y la Memoria de los Juegos Olímpicos que ALM consiguió para México. Todo aparenta ser

interesante si se va a investigar acerca de la vida y logros de ALM, pero los objetos al estar tan bien resguardados, y no tener una museografía interactiva, no permiten un diálogo con los visitantes.

La **Sala el Chamizal**, tiene la documentación de la recuperación de las 177 hectáreas conocidas como “El Chamizal”, que Estados Unidos devolvió a México, después de la visita del Presidente Kennedy en 1962. Están en vitrinas las llaves de muchas ciudades que visitó. Las llaves están hechas de diferentes materiales como cristal, y metal. Los artículos se encuentran en vitrinas con base de madera y la parte de arriba es vidrio. Algunas están iluminadas, pero jamás las han cambiado de posición, ni agregado algo más. Esto hace que por la parte de exhibición no sea interesante regresar. Por otra parte, el que a un amigo de un expresidente se le haya ocurrido hacer este memorial, que para muchos que vivieron en esos años del poder de ALM, puede llegar a tener significados, pero para las nuevas generaciones habría que preguntarles si tiene algún significado para ellos.



Imagen de la Terraza del MALM, situada en la planta alta. Por LRH, 2012.

En cuanto a la museografía de las exhibiciones temporales se realiza entre todos los empleados, incluyendo a la secretaria y al director. Tienen módulos pequeños, pedestales, un aparato de sonido con calidad regular, y pocas luces por lo cual no crean mucha variedad en sus exhibiciones.

Por otra parte, muchos museos hacen la ruta de retos, es decir buscar tal o cual objeto en las vitrinas, etc. Esto podría hacerlo interesante para los niños. En cuanto a los más jóvenes, es imprescindible que haya algo de tecnología para llamarles la atención.

Con respecto a las presentaciones, se realizan por lo general los viernes a las 17:00 horas, los sábados y domingos a las 12:00.

2.3.8 Coordinadores del Museo (Director y Secretaria)

El Director actual del MALM es el Lic. Juan Mendoza Sánchez. Tiene una licenciatura en Derecho y antes de trabajar aquí trabajaba en un penal. Lleva un año y nueve meses de director. Por sus antecedentes laborales, no se le ve ninguna experiencia en el área cultural.

La señorita Angélica Trejo trabaja en el museo desde que se creó, hace 18 años. Está encargada de la difusión y páginas sociales. Asimismo hace los contactos con los artistas que se van a presentar, solicita su curriculum, y con base a lo que van a presentar acomoda las presentaciones con base a los horarios ya establecidos para ello. También nutre la página de la web, sube imágenes a FB, y se encarga de imprimir los diplomas para los artistas que se presentan en el museo. Por su experiencia laboral, se observa que es la persona que coordina el trabajo del museo.

2.3.9 Empleados

Los empleados que trabajan en el museo son los siguientes: la señora María Elena Hernández Ortega, con estudios de técnica en informática, Xavier García Copado y José Luis Ramón Yañez con estudios de preparatoria; ellos tres trabajan como custodios en las salas del museo. También está el Sr. Arturo Serrano Arellano que funge como Jefe de Proyectos y Actividades, cuyo nivel de estudios es de secundaria. Los cuatro no tienen estudios en cuestiones culturales, aunque reportan haber tenido un curso de museos. Asimismo son sindicalizados con todo los puntos positivos y negativos que esto conlleve.

2.4 Los canales de difusión utilizados por el MALM.

Los canales de difusión utilizados por el MALM, son una página en internet y otra por Facebook. A veces realizan trípticos con la historia del museo. Cada mes sale un volante con las fechas y nombres de los eventos. A veces salen notas en el Periódico Reforma en la sección del “Estado” o en el periódico “Metrópolis”.

2.4.1 Descripción de los canales utilizados

Se utilizan trípticos o volantes con los nombres de los artistas que se van a presentar, la categoría en la que se presentan (literatura, pintura, escultura.) y los horarios y días de las representaciones o exhibiciones. Al parecer no son distribuidos ni siquiera en el perímetro alrededor del museo.

También se usa una página del Facebook que según la opinión de los jóvenes del Grupo de Enfoque, no es muy clara y no demuestra conocimientos de diseño. Se busca que los que la hayan visto lo promocionen con sus conocidos y se vuelva una cadena de difusión.

2.4.2 A quiénes llegan los mensajes

Los mensajes del FB llegan solamente a los que han preguntado por esa página y a los que las comparten en sus muros. Los mensajes no son del todo claros aunque sí coloridos. La claridad se pierde por la saturación de imágenes y de palabras.

Los volantes se reciben a la entrada del museo. Lo cual sirve para difundir los próximos eventos al público que se presente al museo. Los volantes no llegan al público potencial, es decir, al que pudiera interesarle la temática del museo o sus exposiciones y eventos.

2.4.3 Diseño y claridad en los mensajes.

A través del FB los mensajes logran ser más llamativos y coloridos. Los trípticos que elaboran están muy saturados y no resaltan ningún evento, ni mencionan de qué se va a tratar. Tampoco dan referencia de los artistas que

se van a presentar ni hacen uso de posibles frases elaboradas para lograr una identificación del museo con alguna idea o sentimiento. El lenguaje no motiva a la gente a visitar el museo pues en ninguna parte dice “asiste” o algún sinónimo de esta palabra. Al público hay que decirle que quiere uno que haga, y también encantarlo con alguna sensación que lo hará recordar por qué ir al museo. Como explica González (2003) la difusión se define como un conjunto de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención del público hacia el consumo de algún servicio o producto.

Ahora se conocen los antecedentes del MALM, así como del lugar donde se encuentra, que es el municipio de Atizapán, se sabe algo de su historia, recursos naturales, geografía y los capitales culturales de la población. Se leyó acerca de todos los organismos tanto nacionales como extranjeros que buscarían que el MALM transmitiera y difundiera Cultura y que cumpliera la función de todo museo que es servir a la comunidad. Por lo tanto, en el siguiente capítulo se explicarán las estrategias metodológicas escogidas para lograr comprobar la *hipótesis* de este trabajo que es: *la falta de asistencia al MALM se debe a la aplicación inadecuada de la museografía así como a la falta de difusión.*

Se explicarán brevemente las dos estrategias metodológicas utilizadas en el campo científico como son la cualitativa y cuantitativa y las razones por las cuales se escogió la cualitativa en esta investigación.

Capítulo 3 Los públicos: la Estrategia Metodológica

*¡Oh vida!
Por una millonésima
vez
Voy al encuentro
De la realidad de la
experiencia.*

— James Joyce



Imágenes tomadas durante las técnicas de observación participativa y grupos de enfoque. Por LRH, 2012.

3.1 La Estrategia Metodológica

Como se vio en el capítulo pasado el MALM viene a estar influenciado por políticas culturales desde el IMC hasta la UNESCO, gobierno estatal, municipal y federal, la SEP, el ICOM y CONACULTA, sin embargo, se dan diversos factores que no permiten cumplir todas estas multi- directrices, y que por lo mismo afectan su desempeño comunicativo. Es decir, que hay un deber ser que entra en conflicto con el deber hacer. Entre ellos los muy sui-generis de México como son el “dedazo” para escoger directores, la fuerza de los sindicatos tanto de la SEP, como del gobierno del Estado de México, que impide un óptimo desempeño en los empleados, así como la falta de participación ciudadana para exigir cambios y cuentas a los funcionarios públicos.

Por otra parte, tenemos a una población cuyos capitales culturales ancestrales y formación educativa deficiente actual, especialmente en las áreas artísticas, les hace consumir otras ofertas culturales como es la televisión o el salir a los mega centros comerciales en vez de preferir el asistir a museos.

Además por falta de personal especializado, por falta de presupuesto y de interés en la cultura, no hay la suficiente y adecuada difusión para lograr atraer a más público. Habría que aclarar que esto cambia cuando el MALM se utiliza como el auditorio, salón de clases de la escuela adjunta, porque entonces sí parecería tener mucho público.

Como una luz en todo este panorama existe la directriz y participación comunitaria, que le ha agregado ciertas características únicas al MALM considerado sólo como museo biográfico y centro cultural.

En este capítulo, después de la explicación contextual, se buscará probar la hipótesis del trabajo a través de diferentes técnicas metodológicas. Cómo dice

el epígrafe, se experimentó una realidad a través de los participantes que se invita a los lectores a conocer.

La importancia de la metodología en un trabajo de investigación es para saber **cómo** y **para qué** se obtendrá la información. El para qué en este trabajo es para probar la **hipótesis** que dice que ***la falta de asistencia al MALM se debe a la aplicación inadecuada de la museografía, así como a la falta de difusión de sus actividades.***

Puede ser que los datos arrojados por las técnicas prueben la hipótesis, demuestren algo diferente o sugieran algún cambio. De cualquier manera la metodología también conduce por un camino para llegar a un conocimiento con validez científico.

3.1.1 El Sujeto, y el Objeto y las Categorías

A través de la metodología se tratará de relacionar a tres elementos básicos que son el sujeto, el objeto y las categorías. Se entenderá por **sujeto** a cada uno de los participantes de los Grupos de Enfoque que fueron escogidos por ser el público potencial. Son sujetos los artistas o creadores que han participado con su obra o actividad en el MALM. Se les escogió porque ellos pueden dar cuenta de la museografía o forma de acomodar su obra por parte del museo, así como si se da la difusión adecuada a su obra o representación. De esta manera se puede ver desde otra óptica la museografía y la difusión del MALM. También, son Sujetos los que asisten al MALM (visitantes, público) y recorren el recinto observando los objetos expuestos. El director, secretaria, y empleados son Sujetos así como el Director de Patrimonio del Instituto Mexiquense de Cultura, que dirige al MALM. y demás personas que desde este instituto descentralizado del Gobierno del Estado de México localizado en Toluca se encargan o contribuyen en la museografía y difusión del MALM. A su vez, todos estos Sujetos serán observados por otro sujeto que es el investigador. El investigador deberá por lo tanto reconocer desde dónde está interpretando, y reconocerse en el Otro.

El **objeto** de estudio es el MALM; su recinto (arquitectura) y el aprovechamiento del espacio, los objetos expuestos en él, y el cómo son expuestos y explicados (museografía). Dentro del estudio de los objetos se observará de qué manera los recursos museográficos y de difusión atraen o no a los visitantes. A la vez, son objetos de la investigación todos los organismos que por su política y dirección influyen en la operación del MALM – el Gobierno del Estado de México a través del IMC, CONACULTA, la SEP, el Gobierno de México, el ICOM (Consejo Internacional de Museos) y el Banco Mundial. La problemática encontrada en el museo Lic. Adolfo López Mateos, *es la falta de público, posiblemente por la comunicación no adecuada reflejada en su museografía y difusión.*

En el estudio cualitativo presente, las **categorías** son los conceptos que surgieron desde el marco teórico y que vinieron a ser referidas dentro de los grupos de enfoque, o las entrevistas o en la observación participante. También surgieron algunos nuevos conceptos al hacer este estudio. Las categorías son conceptos analizados anteriormente por los teóricos estudiados. Los conceptos son, cualidades, observaciones, y valores comentados por los grupos de enfoque, por los entrevistados y por las actitudes o conductas de los observados. Los conceptos permitirán conocer qué elementos influyen en el problema, para triangular con los teóricos e interpretar después estos hallazgos.

Se utilizó un proceso metodológico cualitativo en esta investigación donde se ven casos particulares pero que pueden ser parecidos a otros sujetos. Al analizar casos específicos es posible ahondar en particularidades y descubrir otros matices que no se habían percibido.

De cualquier modo se trató que hubiera diversidad de técnicas y de sujetos. Por eso se trabajó con Grupos de Enfoque formados por sujetos de diferentes edades y clases sociales que no habían asistido al museo o que asistieron alguna vez y no han regresado. Se cuestionó a creadores y artistas que han participado con su obra, o trabajo voluntario. Dentro de sus particulares casos

donde se ven detalles de su relación con el MALM, pueden ser espejo de otros creadores, voluntarios o participantes comunitarios en cierta medida y/o permite plantearse otros cuestionamientos cuando se profundiza en sus casos. En especial, pueden dar sus observaciones referentes a la difusión porque es lo que directamente les afecta en sus presentaciones.

Fue importante indagar las percepciones que tuvieron al recorrer el MALM. La metodología cualitativa permite este tipo de análisis; proporcionando profundidad en los datos, una interpretación plena, contextualización, detalles y experiencias particulares” (Hernández Sampieri, 2007). Esto permitió obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes en estas técnicas.

3.1.2 Metodología Cuantitativa

El método cuantitativo es más usado por ciencias como la física, química y biología pero no quiere decir que no se use en las ciencias sociales o humanísticas que a veces necesitan encuestas cerradas, o sondeos, por ejemplo. Este método tiene que seguir una serie de secuencias y probar la hipótesis para lograr su meta. El ser secuencial significa que cada etapa precede a la siguiente y no se puede brincar pasos porque el orden es riguroso, aunque si se puede llegar a redefinir alguna fase.

“La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente y nos otorga control sobre los fenómenos.” (Sampieri , 2007:21). Da un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos, asimismo brinda una gran posibilidad de réplica y facilita la comparación entre estudios similares.

Ejemplos de las técnicas utilizadas en el método cuantitativo son las encuestas, los datos estadísticos, las pruebas estandarizadas. Estas técnicas arrojan datos muy generalizados. Mientras que en el enfoque cualitativo se buscan datos en particular.

Dentro de las herramientas en una investigación cuantitativa pueden utilizarse las siguientes: microscopio, telescopios, programas de computadora para sacar la relación entre las variables y mostrar gráficas.

3.1.3 Metodología Cualitativa

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Los autores del libro “Metodología de la investigación” (Hernández Sampieri et al, 2007) y de donde la mayoría de la información respecto a las investigaciones cualitativas y cuantitativas se ha tomado, describen este enfoque como la aportación de un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, con flexibilidad. El planteamiento cualitativo suele incluir los objetivos, las preguntas de investigación, la justificación y la viabilidad, además de una exploración de las deficiencias en el conocimiento del problema y la definición inicial del ambiente o contexto. La investigación cualitativa se basa ante todo en el proceso mismo de recolección y análisis. Como esta metodología es interpretativa, el investigador hace su propia descripción y valoración de los datos. El planteamiento se va enfocando en ciertos temas de acuerdo con la información recabada (Hernández Sampieri).

Hernández Sampieri describe el proceso cualitativo como una espiral; en la cual las etapas interactúan entre sí y no siguen una secuencia rigurosa. Por ejemplo, después de haber aplicado las técnicas de investigación, se encontraron otros conceptos que no estaban en el marco teórico; por lo cual, ahora se agregarán. Asimismo, en el planteamiento de técnicas no se había considerado hacer observación participante, pero conforme se juntaba la información se veía que esa técnica era fundamental.

Con los estudios cualitativos se pueden desarrollar preguntas al principio e hipótesis, pero puede ser que al ir investigando se descubran o se aprendan cuestiones que crearán preguntas o una hipótesis más significativas. Esto no

pasa en el proceso cuantitativo, que en sí está buscando una verificación de lo que ya existe.

Las técnicas que se pueden usar en la metodología cualitativa son los Grupos de Enfoque, la observación participante, entrevistas de profundidad, historias de vida, y grupos de discusión.

3.1.4 Características Semejantes en la Metodología Cuantitativa y Cualitativa

Ambas metodologías se apoyan sobre un marco teórico; que son proposiciones para explicar aspectos de la realidad. Igualmente, las dos crean hipótesis. Sin embargo en la posición cuantitativa es imperativo proponerla desde un principio y en la cualitativa se puede proponer al principio o después de haber obtenido algunos datos.

En ambas investigaciones se diseña el estudio, se recolectan datos para después analizarlos y finalmente se elabora un reporte. Las dos metodologías se pueden utilizar en una misma investigación, y sirven tanto para problemas en las ciencias “duras” como en las sociales. Actualmente se admite a ambas metodologías cualitativa y cuantitativa como formas de hacer ciencia y producir conocimiento (Hernández Sampieri, 2007).

Ambos procesos son empíricos, pues recolectan datos de una realidad objetiva o construida y se guían por un proceso sistemático aplicado al estudio del fenómeno.

3.2 Justificación

Se escogió investigar con una metodología cualitativa porque con este enfoque se profundiza y se particulariza. A través de este enfoque cualitativo se obtienen datos particulares y detallados que no se verían con el enfoque cuantitativo. Además se puede registrar el lenguaje corporal que complementa la información.

Se escogieron cuatro técnicas para lograr conocer desde diferentes puntos de vista el problema a estudiar: desde el público potencial, desde el punto de vista de los visitantes que van al museo porque quieren o deben ver la exposición permanente, desde el punto de vista de los vecinos que asisten por una celebración especial y que se apropian de él para realizar sus fiestas religiosas, tradicionales y conmemorativas, convirtiendo al museo ALM de un museo biográfico a algo parecido a un Ecomuseo. Además se investigó desde el punto de vista de los creadores/artistas que presentan su obra en el museo y finalmente desde el punto de vista directivo.

3.3 Programación-Methodológica

La programación metodológica se hace para ir planeando lo que se va a investigar con base a fechas, mencionando las técnicas que se utilizarán en ese día y el objetivo. El tener una programación también demuestra que se está haciendo un trabajo serio, donde aparte de una base teórica y una conceptualización, hay una programación para lograr aplicar las técnicas que nos darán los resultados de la investigación.

La tabla de la programación se encuentra en el **anexo # 1**. Ella es como una agenda de lo que se fue trabajando por semana.

El 30 y 31 de octubre se menciona que se hizo la ***primera Observación Participante del festejo del Día de Muertos***. Se observó tanto la preparación de este evento (día 30) como el mismo día de la celebración (día 31). Se menciona el que se tomaron fotos y notas de lo observado, así como de las preguntas y respuestas. El día 30 el objetivo fue observar a los participantes dentro de sus casas o lugar de trabajo o en el mismo museo, preparando los proyectos referentes a los altares. Al realizar este trabajo se aprovechó para preguntarles: quién los invitó, por qué participan, de dónde vienen, y si ya conocían al museo. Se observó qué materiales utilizan y qué actitud demuestran al hacer los altares.

El día 31, el objetivo fue saber de qué manera los vecinos participan de esta tradición mexicana y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, así como los vecinos en la difusión y museografía. Se observaron sus acciones, y qué visitantes llegaron (edad, género, lugar de procedencia).

Del día 26 al 30 de noviembre del 2012, la técnica que se usó fue la de los **Grupos de Enfoque (GE)**. En estos días se prepararon los cuestionarios para cada grupo. Se consiguieron la (s) cámaras, al camarógrafo, se preparó un lugar para que se sentaran y la cámara tuviera una vista de todos ellos. Se decidió de qué grupos de personas (edad, género, clase socio-económica, y lugar de residencia) se escogerían para ser considerados como grupos de público potencial.

El objetivo era poder tener diferentes grupos de gente: adultos (de 30 para arriba), jóvenes (de 13 a 29 años) y un grupo de niños de 6 a 12 años. En cada uno de estos grupos habría tres clases sociales alta, media y baja. Al tener estos grupos el siguiente objetivo sería hacer un cuestionario en el cual se lograra captar las opiniones y percepciones más profundas acerca de la museografía así como sobre la difusión.

En los días del primero al ocho de diciembre, bajo la técnica del Grupo de Enfoque, se organizó la estrategia de la llegada de los participantes, horario de comida, se compró la comida y las bebidas, se revisó el horario para visitar el museo y regresar para realizar el Grupo de Enfoque. A todos se les pidió su autorización para grabarlos y al final de su participación se les agradeció con un regalito.

Para la fecha de diciembre 10 al 15 de diciembre se planeó revisar los videos y redactar los comentarios con el objetivo de agrupar opiniones parecidas y ver las aportaciones en cuanto a la museografía y difusión que habían dado.

De enero 3 a 15, 2013, se tuvo planeado la transcripción de lo filmado para codificar/encontrar categorías que hubieran salido en los **GE**. Agrupar opiniones parecidas, interpretar y triangular. Esto significa que después de transcribir las respuestas o decisiones se conectaron con los conceptos dados por los teóricos y de ahí se partió a la interpretación.¹² Se utilizó otra tabla que se encuentra en el anexo # 2, junto con todas las demás tablas realizadas con las demás técnicas.

Para enero tres y quince del 2013 se pidió cita y realizó la primera **Entrevista de Profundidad** con el pintor-escultor Ignacio Bravo. El objetivo fue conocer desde el punto de vista del emisor/creador/artista la museografía y la difusión.

De enero 22 al 26 se planeó la transcripción de la entrevista con el objetivo de triangular con las categorías de los teóricos y después interpretar.

La cita y grabación de la **segunda Entrevista de Profundidad** con la emisora/poeta, Gloria Miranda, fue preparada para el día 27 de enero. El objetivo fue el mismo que con la otra Entrevista de profundidad; conocer la museografía y difusión desde el punto de vista de un emisor.

El instalar el programa Crack sound forge, fue para escuchar la grabación de la poeta Gloria Miranda, y poderla transcribir. El objetivo siendo el bajar los datos al cuadro metodológico y así triangular e interpretar, durante las fechas del 28 a 31 de enero.

En las fechas de enero 27 y 29, se citó a la Sra. Eugenia Valencia Vda. de Alcaráz, para realizar la **tercera entrevista a profundidad**, y saber desde el punto de vista de una creadora y organizadora (emisora), como está la difusión y museografía del museo.

¹² En la práctica todo esto se llevó más tiempo del planeado.

La segunda observación participante fue planeada del once al 15 de febrero del 2013. Se hicieron observaciones que se escribieron en un cuaderno y se tomaron fotografías. El objetivo conocer a los visitantes del museo, como interactúan ante los objetos de la exposición permanente, con sus acompañantes y/o con los empleados del museo. Esto con el fin de ver las posibles mediaciones de comunicación que tiene el museo a través de la museografía. Asimismo, para ver de qué manera los custodios y demás empleados que están en contacto con los visitantes actúan como mediadores y favorecen o no la comunicación. Por otro lado, observar la proxemia en los visitantes con los objetos y su lenguaje corporal (dentro de los conocimientos del investigador en ese momento). Tanto la proxemia como el lenguaje corporal indicaría varias cosas relacionadas con la forma en que están colocados los objetos y con el uso del espacio, luces, sonido e interactividad, si existiera.

A raíz de conocer que la museografía de la exposición permanente se realizó en el IMC, se tomó la decisión de realizar otra entrevista de profundidad con el director de los museos de esa institución. En la semana del 15 al 19 de febrero del 2013 se hizo una cita vía telefónica y por correo electrónico con este directivo del IMC. Asimismo, se pidió una carta de permiso a la Coordinación de Comunicación, en estas fechas, que avalara la seriedad del trabajo. El objetivo de esta entrevista sería recaudar información acerca de la museografía empleada en el MALM, así como de la difusión. Ya que el MALM depende del IMC completamente para la museografía de la exposición permanente por parte de esta institución.

Finalmente la entrevista se preparó para el día 19 de febrero pero se terminó realizando con el Dir. De Patrimonio Cultural en vez de con el Director de Museos. El Director de Museos, dejó a una guía de turistas para contestar las preguntas. Al no ser museógrafa no pudo contestar las preguntas de la entrevista. Esa misma persona enlazó a la investigadora con el director de Patrimonio Cultural. Se utilizó la grabadora del celular para grabar la

entrevista. Previamente se realizó un guión con las posibles preguntas a tratar. Se tomó una Foto con el director y con la guía de turistas.

3.4 Técnicas utilizadas en este estudio

En esta investigación de tipo cualitativo se utilizaron las técnicas de Grupos de Enfoque, la Entrevista de Profundidad, y la Observación Participante. Las primeras dos técnicas permiten conocer las opiniones particulares de individuos con respecto a su percepción de todo lo relacionado con la museografía del MALM así como lo relativo a la difusión. Con la observación Participante se puede explorar ambientes y describir actividades y a las personas.

Con el **Grupo de Enfoque** se pudo conocer las opiniones y percepciones profundas del público potencial; adultos, jóvenes y niños de diferentes clases sociales para explicar el por qué no habían asistido al museo a pesar de que vivían o trabajaban en el municipio o cerca de él. También se investigó qué haría más atractivo al museo para que ellos o a otras personas con sus características sociales y/o edad visitaran el MALM. Asimismo se preguntó que tendría el MALM que modificar en su difusión para que otros supieran de su existencia.

Se reconoce que el disfrute y aprovechamiento de la cultura debe llegar a todos y los museos están al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abiertos al público. Como los museos adquieren, conservan, estudian, exponen y transmiten el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite se entrevistó a creadores y participantes en las exposiciones. Unas entrevistas fueron de profundidad (como a la poeta, pintor y a la señora participante de la comunidad) y a otros se les entrevistó de manera informal porque al estar en medio de la celebración del Día de Muertos era complicado conseguir una entrevista a profundidad con tantas actividades sucediendo alrededor.

A los creadores/artistas/participante-comunitario se les hizo una entrevista de profundidad porque ellos tienen un punto de vista como creadores donde les toca ver montadas sus obras o les toca exponer y así darse cuenta de la calidad de la museografía. A la vez se dan cuenta qué tanta difusión logró dar el MALM a su evento, por la cantidad del público asistente. Además esta técnica de la **Entrevista de Profundidad** ayuda a conocer experiencias profundas de la gente de una manera más subjetiva, posiblemente conociendo la contextualización del contorno, y a lo mejor alguna que otra experiencia única.

Para conocer la importancia que se le da a la investigación, a la museografía así como a los fondos destinados a la difusión tenía que provenir de una entrevista a profundidad con el director de patrimonio cultural del IMC que es el principal administrador de estos recursos y representa la parte institucional del entorno del MALM.

Para explorar y describir la actividad del Día de muertos así como el observar a los visitantes e identificar problemas en la museografía y difusión del museo se realizaron las **observaciones participantes**.

3.4.1 Grupos de Enfoque (GE)¹³

Para realizar los Grupos de Enfoque se necesitó una planeación. Más que saber las percepciones de gente que ya había visitado al MALM, era importante saber acerca del público potencial que no había acudido jamás al museo o que había ido una sola vez y conocer el porqué de ello. Como los museos están abiertos al público, y al servicio de la comunidad, entre otras definiciones de un museo, el visitante potencial puede ser hombre o mujer, niño o joven, con capital económico alto o bajo. La cercanía se considera importante para considerar a un público potencial por lo cual era importante que los escogidos para el Grupo vivieran o trabajaran en el municipio de Atizapán de Zaragoza o en un municipio vecino.

¹³ A partir de este momento Grupo de Enfoque se puede abreviar como GE.

El grupo de enfoque se realizó para recolectar datos a través de una conversación en torno a un tema, en este caso, alrededor del tema del museo. Se buscó que el ambiente fuese relajado e informal bajo la dirección de un líder –como lo sugieren los metodólogos. Asimismo como se sugiere las reuniones no fueron menores a cinco personas ni mayores a nueve. Para tener una “representatividad” del público potencial se decidió tener un grupo de niños, otro de jóvenes y otro de adultos. Dentro de cada grupo se buscó que hubiera de los dos géneros y de tres clases socio-económicas: alta, media y baja. Para el grupo de niños se buscaron entre la edad de seis y 12 años – que son las edades del nivel de primaria y considerados “niños”. En otro grupo se buscaron jóvenes entre 16 y 30 años, como representantes de la población adolescente/joven-adulto. El tercero se buscó que fuera mayor a los treinta y un años, para considerarlos adultos mayores. Como recomienda Hernández Sampieri se trabajó con base a sus conceptos, percepciones, creencias, categorías y sucesos relacionados con la experiencia que tuvieron al visitar el MALM y al ver su publicidad por internet.

Los Grupos de Enfoque fueron tres. “Algunos los consideran como una especie de entrevistas grupales.[...] consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a diez personas)¹⁴, en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales. (Hernández Sampieri, 2007,p.605) En los Grupos de Enfoque se busca que los participantes den opiniones y/o percepciones en las que se pueda profundizar. Se trató de abarcar una gama de los posibles públicos en potencia para el MALM.

Por un lado, siendo el mes de diciembre y con pocos eventos planeados en el MALM se tuvo que conseguir rápidamente a los participantes para estos

¹⁴ Las notas de la Dra. Mónica Jiménez del Seminario de Comunicación y Cultura, sugieren entre cinco y nueve personas, con un tiempo no mayor a una hora. Los tres Grupos de enfoque duraron alrededor de los cincuenta minutos.

tres diferentes grupos de enfoque. El horario se buscó para que coincidiera con eventos en el museo de acuerdo a su edad. El buscar que hubiera eventos el día que iban a visitar el museo era para saber qué tanto los eventos musicales y/o exposiciones les atraería para regresar a él en un futuro.

3.4.1.1 GE con Jóvenes

Hubo pocos eventos culturales en el MALM, durante el mes de diciembre. De esos, se consideró que el evento más adecuado para el grupo de jóvenes era el del viernes siete de diciembre del 2012 a las 17 horas. Según se leía en el volante del MALM se presentaría un coro juvenil. Era importante que también hubiera un evento cultural, para ver si los estos serían una fuente de atracción para los jóvenes, que los llevara a visitar el museo en un futuro.

Finalmente, tres jóvenes y una joven de clase media, una jovencita de clase baja y un joven de clase alta conformaron el Grupo de Enfoque. Para que estuvieran en un ambiente relajado y se conocieran se proporcionaron las condiciones para que se sintieran cómodos. Después se les transportó al museo y se les permitió recorrerlo a su antojo e inclusive se les dio la opción de ir o no al concierto que se presentó en la Sala Chamizal. Se les comunicó que al terminar el recorrido de vuelta en la casa se les harían preguntas.

Al terminar el recorrido se regresaron a donde iba a ser la actividad de Grupo de Enfoque. Para que estuvieran cómodos se les volvió a proporcionar esas condiciones. El líder de la actividad los presentó unos a otros y comenzaron las preguntas. El moderador procuró que todos participaran (un observador estaría para comentar si alguien faltaba de participar). Se acomodaron alrededor de una mesa y la cámara de video que se preparó anticipadamente, captaba a todos los participantes con sus reacciones, diálogos y gestos faciales. Durante la sesión se hicieron preguntas, se solicitaron opiniones y se valoraron diferentes aspectos de sus observaciones. Para terminar se les enseñó el tipo de difusión que se hace del museo a través de Facebook, para que opinaran sobre ella. La sesión duró casi una hora como se sugiere. Después se les dio un regalo en agradecimiento, como se

acostumbra. Más adelante se pasó la conversación a papel, se grabó la filmación en un disco compacto y la información se fue acomodando en un cuadro de análisis.

3.4.1.2 GE con Adultos

La sesión con los adultos fue planeada para que asistieran a la exposición de nacimientos después de recorrer el museo. Igualmente se proporcionaron las condiciones para crear una atmósfera de confianza entre ellos. Asistieron dos señoras de clase alta, una señora y un señor de clase media y una señora de clase baja. Primeramente desayunaron, después se les llevó al MALM, a que recorrieran como ellos quisieran la exposición permanente y la exposición temporal. Se sabe por Lauro Zavala (2006) que la gente tiene diferentes formas de recorrer el museo:

- Los visitantes-hormiga hacen un recorrido minucioso por todos los equipamientos.
- El visitante- chapulín efectúa un recorrido errático.
- Los visitantes- pez se dirigen casi inmediatamente a la puerta de salida.
- Los visitantes-mariposa, establecen un itinerario selectivo, disfrutando episódicamente diversos equipamientos del espacio museográfico.(:138)

Cuando terminaron su recorrido se les regresó al lugar donde iba a llevarse a cabo el Grupo de Enfoque.

Al igual que en los otros dos grupos firmaron el consentimiento para la filmación. Una señora en particular, subrayó que permitía su filmación pero que no permitía la subieran a Facebook (FB)¹⁵.

Durante la sesión se crearon las condiciones para que se sintieran cómodos tranquilos y despreocupados con el propósito de que se explayaran al hablar, y

¹⁵ Se le llama Facebook a un red social por internet; una de las llamadas Tecnologías de la comunicación e información (TIC).

poder obtener de ellos una información. Igual que a los jóvenes, se les hicieron preguntas y se les invitó a que externaran su opinión sobre diferentes aspectos del museo. Algunas veces fue difícil que uno de ellos no dejara de hablar, pero a pesar de eso todos participaron. La sesión duró alrededor de 50 minutos. También se les enseñó la página del FB donde se muestra la difusión que se hace por ese canal. Al final se les obsequió un regalito por haber asistido y colaborado.

3.4.1.3 GE con Niños

La siguiente sesión fue una hora después de los adultos; el sábado ocho de diciembre. Se presentaron tres niñas de clase media, una de clase baja y una de clase alta. En días previos a la invitación, los padres firmaron la autorización. A este grupo se les proveyó de condiciones para que se conocieran y convivieran. Después se les llevó al museo y se les invitó a que lo recorrieran como ellas quisieran. Iba a presentarse un coro de niños cuando llegaran, pero el museo lo adelantó por cuestiones de logística y entonces no pudieron verle.

Al regresar se les filmó, mientras se les hacían preguntas. Se les pidió también sus sugerencias. Fue un poco difícil lograr que dos chiquillas –la más chiquita y la más grande- participaran a la par de las otras más pero igual pudieron externar su opinión y sugerencias. La sesión duró alrededor de cincuenta minutos también como sugerencia para esta técnica. Igualmente después de la sesión se les dio algo en agradecimiento. Las tablas de análisis de los tres grupos de enfoque se encuentran en el Anexo #2.

3.4.2 Entrevista Profunda (EP)¹⁶

La otra técnica utilizada en esta investigación fue la **Entrevista Profunda**. También Hernández Sampieri (2007) le llama entrevista cualitativa que se define como una reunión para intercambiar información entre una persona y

¹⁶ A partir de este momento las Entrevistas de Profundidad se podrán abreviar EP.

otra. Se realizaron cuatro: con dos artistas –una poeta y un pintor-, con una creadora/participante de la comunidad y con el Director de Patrimonio Cultural del IMC que es el que dirige a todos los museos del Estado de México.

Esta técnica consiste en observar a los participantes que van a poner altares del Día de Muertos en sus casas, museo, o lugar de trabajo para saber quién los invitó, por qué les interesa participar, de dónde vienen, si conocen el museo. Observar quién los ayuda, qué materiales usan, qué actitud demuestran.

Saber de qué manera los vecinos participan de esta tradición del museo y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, en la difusión, y “museografía” o puesta de altares.

Realizar cuadro de investigación después del evento.

Nota: Finalmente la observadora participó en el ritual de la procesión y en la comida que se sirvió después.

Con días de anticipación se les solicitó una cita para esta entrevista y se les explicó el motivo. Se prepararon las preguntas pero a la hora de la entrevista algunas fueron agregadas debido a las contestaciones y conocimientos acerca del MALM que iban dando los entrevistados.

Al pintor/escultor **Ignacio Bravo** se le fue a entrevistar al terminar uno de los programas de radio por internet, que dirige. La entrevista se realizó en el estudio mismo. A la señora **Eugenia Valencia** y a la escritora **Mies** (Gloria Miranda Espinoza) se les entrevistó en sus respectivas casas que se encuentran en Atizapán. Al director **Fernando Muñoz Samanoa** se le entrevistó en su oficina del Instituto Mexiquense de Cultura, en Toluca, Estado de México. A todos se les escribió una carta de agradecimiento después.

Es importante comentar la experiencia con el IMC donde se le habló al director de museos del IMC, el Lic. José Gabriel Neyra Garcíarivas para que fuera él quien informara sobre la museografía y difusión del MALM. El

licenciado Neyra pidió se le informara de qué iban a tratar las preguntas primero. Por tal motivo se le mandó un correo electrónico, explicándole que versarían acerca de la museografía y difusión del MALM. También se le escaneó una carta redactada por la Coordinación de Comunicación explicando quién era la investigadora y el para qué de la investigación. De contestación se tuvo que se avisara cuando iba uno a ir y que esperaban la visita. Se agregó que atendería a la investigadora una persona llamada Gabriela Galicia. La investigadora asumió que si ya se sabía de qué se iba a preguntar, esa persona de alguna forma sabría informar sobre los dos temas a tratar. La señorita Galicia fue muy amable, y ha trabajado muchos años en el IMC como guía de turistas y actualmente es la encargada de las bibliotecas, pero no sabía lo suficiente de museografía para poder contestar las preguntas. Afortunadamente a la petición de que si ella sabría quién podría responderlas, me dijo que sí y me llevó con el subdirector de patrimonio cultural. En ese momento no se encontraba, por lo cual el Director de Patrimonio Cultural, Lic. Muñoz, que dirige a los museos, sabiendo que yo había llegado de tan lejos, me atendió luego, luego, a pesar de que era su hora de comida.

Todas las entrevistas fueron grabadas en un celular. Se transcribieron las entrevistas a papel y después se pasó a una tabla de análisis que se puede ver en los anexos. En la tabla se escribieron los objetivos, a quién se entrevistaba, las preguntas y lo que contestaron. Asimismo, se buscaron los conceptos de los cuales hablaron, y se relacionaron con los mismos pero explicados por los teóricos. Finalmente se trianguló la información y se realizó una interpretación de ello. Con el audio de la poeta Mies se usó un programa Crack Sound Forge que ayuda a bajar la velocidad del audio para poder transcribir más rápido. La tabla de análisis de las tres entrevistas de profundidad se encuentran en el Anexo # 2.

3.4.3 Observación Participante (OP)¹⁷

La otra técnica utilizada fue la de **observación participante**. Se realizaron dos de este tipo. La razón por la cual se escogieron las Observaciones participantes fue porque es una técnica que permite un mayor entendimiento desde el punto de vista interno de lo que se está estudiando. La observación no puede delegarse a otra persona, porque el investigador necesita “palpar en carne propia” el ambiente y las situaciones afirman Hernández Sampieri y colaboradores (:596). Recomiendan estos mismos autores el ir creando el propio esquema de observación para cada problema de estudio y ambiente.

Con el caso del MALM, el observador se mezcló totalmente con los visitantes para parecer uno de ellos y así dejarlos “actuar” naturalmente. Para llevar el record de lo que se observaba se puso la información en un cuaderno de notas y se tomaron fotografías. De ahí se pasaron las observaciones en una tabla que contenía la fecha, objetivos, herramientas, descripción de las salas y principalmente todo lo que se pudo observar de los visitantes y empleados.

Como dice Hernández Sampieri et al, las historias, hábitos, deseos, vivencias, idiosincracias y relaciones en cada ambiente se vuelven únicas. En la observación cuantitativa se evita toda reactividad (efectos de la presencia y conductas del observador), pero en la cualitativa no sucede así. Se analiza el efecto reactivo, y los cambios que evoca el observador. Los cambios que provoca el observador constituyen datos también. El observador cualitativo a veces, incluso vive un papel en el ambiente. La tabla de análisis se encuentra en el Anexo #2.

3.4.3.1 Observación Participante Día de Muertos

Esta técnica consiste en observar a los participantes que van a poner altares del Día de Muertos en sus casas, museo, o lugar de trabajo para saber quién

¹⁷ A partir de este momento la Observación Participante puede abreviarse **OP**.

los invitó, por qué les interesa participar, de dónde vienen, si conocen el museo. Observar quién los ayuda, qué materiales usan, qué actitud demuestran.

Como se explicó en el capítulo 3, se utilizó esta técnica de **observación participante** porque se iban a crear escenarios (los altares) que no estarían por mucho tiempo, e igual va a ser difícil encontrar a esta gente sino es por esta celebración. Se tomaron fotografías del evento.

Las principales observaciones que se tuvieron estuvieron relacionados con los siguientes conceptos: de identidad del sujeto, identidad colectiva, el sentido de comunidad, la participación comunitaria, y Ecomuseo. Este último concepto es muy importante porque se refiere a una posible nueva categorización para el MALM.

Para registrar la observación participante con algún tipo de clasificación, se dividieron las preguntas para los que levantaron altares y para los visitantes. Después se tomaron fotos de los bocetos o comienzos de la puesta de altares del día 30 de octubre y después se hizo la observación durante el ritual del día 31 de octubre y se tomaron fotos. La continuación del evento se dividió en seis partes.

Se trató de investigar de qué manera los vecinos participan de esta tradición del museo y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, en la difusión, y “museografía” o puesta de altares.

Se realizó un cuadro de investigación después del evento. Se encuentra en el Anexo # 2

Nota: Finalmente la observadora participó en el ritual de la procesión y en la comida que se sirvió después.

3.4.3.2 Observación Participante (entre semana)

Se planeó la observación de los visitantes durante cuatro días entre semana: martes, miércoles, jueves y viernes. La razón fue investigar al público que

acude al museo para ver la colección permanente de objetos y fotografías del ex presidente Adolfo López Mateos y no porque vengan a un evento o exposición que son los que se presentan los fines de semana. El venir a un evento o exposición desviaría la atención en cuanto a lo que se quiere observar de la museografía inherente al MALM –la exposición permanente sobre la colección de objetos de Adolfo López Mateos- para saber qué tan adecuada es para comunicar el mensaje a los visitantes.

Se planeó acudir a la observación a diferentes horas de la mañana y de la tarde de: febrero 12 al 15 del 2013.¹⁸ El propósito de usar esta técnica fue para observar cómo los visitantes se relacionaban con la exposición y ver si la museografía - la manera o forma en que se exponen los objetos, la mediación a través de las cédulas, la luz, el uso de tecnología, la narración de temas, el uso del espacio, la mediación por medio de los empleados, etc.- les logra transmitir conocimiento, aprendiza y goce, que son algunos propósitos de los museos y que es lo que se está investigando. Si logró transmitir estos dos aspectos querrá decir que la museografía – comunicación del museo- va por buen camino.

Con respecto al rubro de la comunicación en general, se observará si las explicaciones o instrucciones dadas por los empleados del museo permite a los visitantes profundizar o comprender mejor lo expuesto. Se observará si los empleados se acercan a ellos para guiarlos, para ofrecer sus servicios, saludarlos y si se muestran corteses.

Como parte de la *Observación Participante* y porque es parte de la museografía se observó si existía el mapa del sitio, panfletos, libro de sugerencias, publicidad de eventos por realizarse, cuaderno de registro, publicaciones que se vendan para ahondar en el conocimiento de ALM, de su tiempo o del MALM. Se observó por qué acudieron al museo, con quién

¹⁸ Por cuestiones de salud, el investigador no asistió el día 15, por lo cual recuperó ese día de observación el viernes 8 de marzo.

fueron, cómo se paraban, ver sus gestos al entrar e irse, observar si leen todo, en cuál objeto se detenían más, si tomaban fotos, si hacían preguntas.

Fue importante saber si asistieron por razones de la difusión que realiza el museo o si asistieron porque pasaban por ahí o porque la escuela los mandó como una tarea. Si fuese por las últimas dos razones entonces quiere decir que la difusión no tuvo que ver en su asistencia. Algunos fueron buscando las exposiciones temporales y de ahí se pasaron a la permanente. Se escogieron estos días pues son los que no tienen eventos, como una forma de cerciorarse que los visitantes visitarían al museo más por su colección permanente que para ver un evento cultural. De esta manera, se observó la relación de los sujetos con los objetos, y a los empleados del museo con los visitantes para ver si se daba un proceso de comunicación. La tabla de análisis está en el Anexo # 2.

3.5 Planos

Como parte de las Observación Participante se encuentran las áreas físicas del museo. A continuación se presentan los **planos** del interior del MALM, para que el lector tenga una idea de los espacios y su distribución. A veces los museos se hacen exprofeso para un museo. En el caso del MALM la museografía se adaptó al espacio existente. “En todo caso, la museografía parte del marco de la escenografía –entendida como el conjunto de técnicas de acondicionamiento del espacio- [...] hecho que acerca el museo a otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público.” (ICOM:56, 2009) Los siguientes planos fueron elaboradas por la investigadora con ayuda de Isabel Calderón Rodríguez.

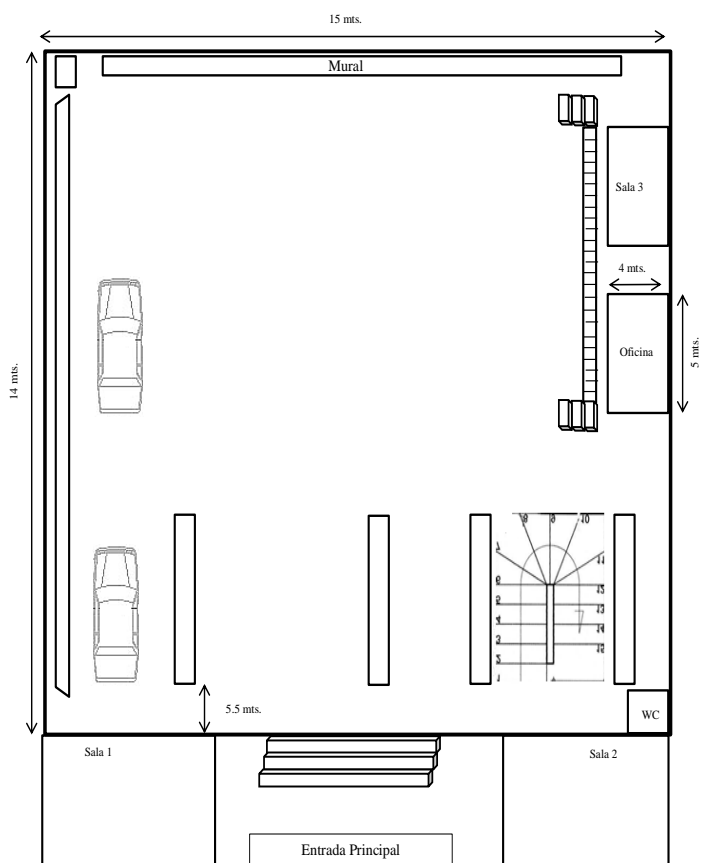
❖ ESPACIAL (Distribución del museo)¹⁹

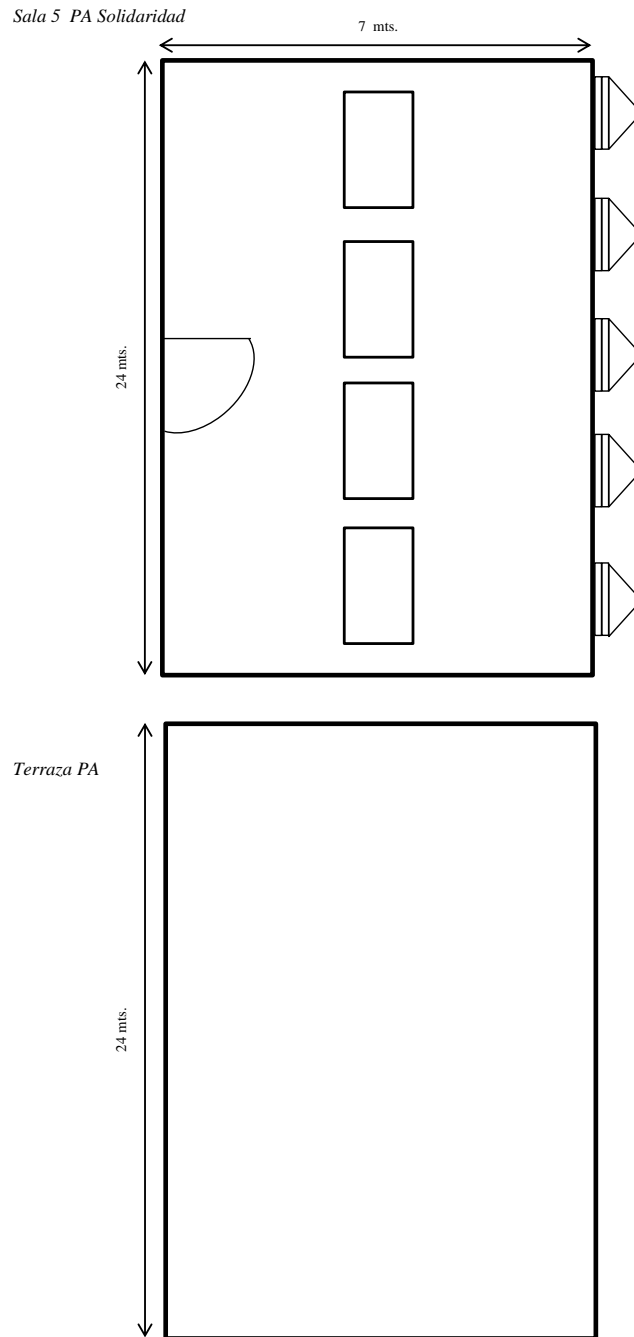
Como se ve en el primer plano, está la **planta baja** donde se encuentra el claustro, o gran área multimodal, ahí también se exponen los dos automóviles

¹⁹ Nota: como el MALM no facilitó los planos se hicieron con base a cálculos.

de ALM, las oficinas del museo, las Salas 1,2 y 3. En esa planta se encuentra el mural que ocupa toda la pared del frente, con la historia de ALM de manera pictórica. El claustro es utilizado tanto para exposiciones plásticas, bailes, mesas redondas, cafés literarios, etc. También en la planta baja están los servicios y una pequeña bodega.

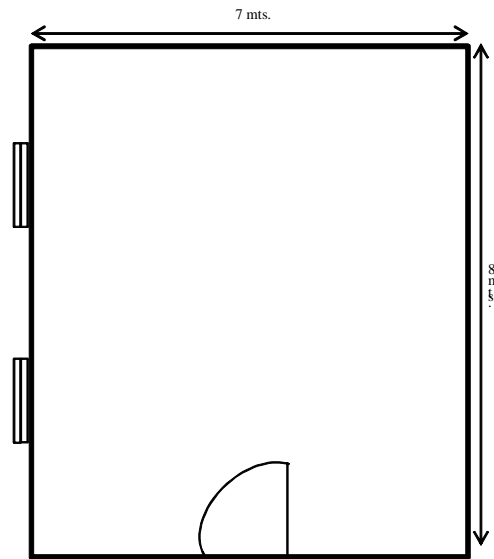
PB Claustro



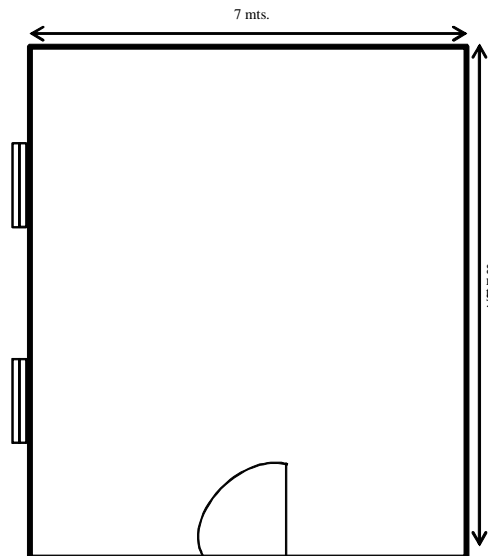


En la **planta alta** se encuentran las salas 4 y 5. También está la terraza, y dos áreas no utilizadas; una detrás de las escaleras y otra al lado de la terraza.

Sala 1 PB *Atizapán*

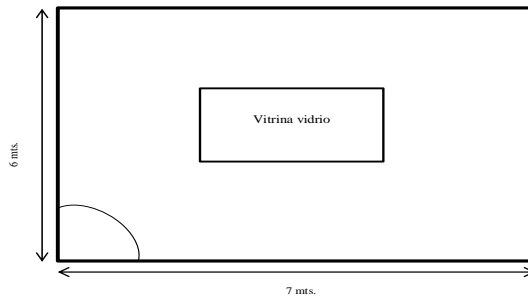


Sala 2 PB *Texto Gratuito*

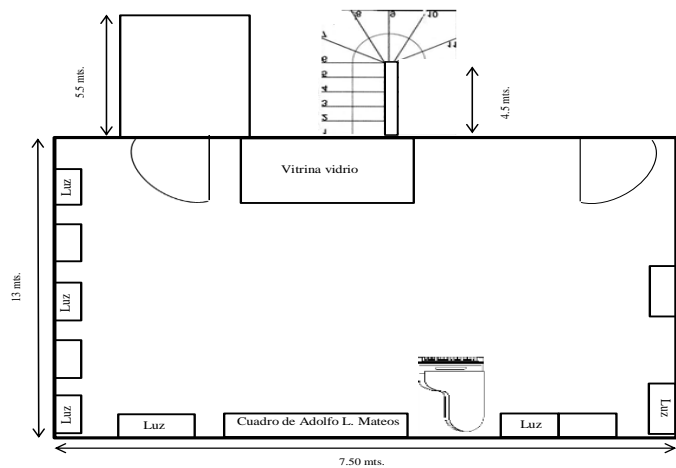


La **sala uno**, entrando a mano izquierda guarda las exposiciones temporales, y a veces puede haber eventos. La **sala dos** está entrando a mano derecha, se llama “Texto Gratuito” y contiene a algunos familiares de ALM. Ninguna de estas salas tiene vitrinas. Lo que se expone ahí se pone en las paredes, no hacen uso del centro de la sala. Últimamente, se utiliza para que practiquen música alumnos de la Escuela Branshala.

Sala 3 PB Nacionalización de la Industria Eléctrica



Sala 4 PA Chamizal



La Sala tres “Nacionalización de la Industria Eléctrica se encuentra en la planta baja y tiene una “vitrina” al centro. La Sala cuatro “Chamizal” se encuentra en la planta alta. Cuenta con varias vitrinas al fondo y lado derecho. Da a un pequeño cuarto y a los servicios de los empleados.

3.6 Herramientas

Resumiendo: las herramientas utilizadas en la investigación cualitativa fueron los cuestionarios, la computadora, las cámaras; de video y del celular, la grabadora del celular y programas de computadora como “Crack Sound Forge”

para transcribir una de las entrevistas, y los programas de Excel y Word para hacer las tablas. La técnica en unos libros sugirió como herramienta una cámara de Gessel para el Grupo de Enfoque pero se logró grabar al Grupo con una cámara de video cuyo ángulo permitió ver completamente las reacciones de cada uno y grabar lo que decían. No se contaba con la facilidad de una cámara Gessel. En el libro de Hernández Sampieri sólo se pide que sea filmado el evento.

A continuación se describen las categorías que ayudan al análisis de la investigación.

3.7 Categorías

Se retoman ciertas categorías expuestas en el primer capítulo, se agregan otras y se juntan otras más por encontrarlas complementarias. Las siguientes categorías son los niveles donde serán caracterizadas las unidades de análisis.

3.7.1 Museo

Esta categoría es importante recordarla para que el lector vea cuáles son sus fines, pero no se marcaran con las técnicas porque es una categoría inherente al cuerpo de la investigación. Sin embargo, si se tomarán las que derivan de ella como son museografía y ecomuseo.

En cuanto a lo que es un museo se recordará que es una institución en constante transformación. Por ser una institución que existe en diferentes partes del mundo con diferentes necesidades y propósitos. El ICOM (2009:52) lo marca sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva y estudia y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite. Hoy se considera el museo como un medio de comunicación de masas que tiene que llegar a un público, cada vez más amplio.

Dentro del estudio de la categoría de Museo vienen las siguientes subcategorías que la complementan.

3.7.1.1 Museología

Sólo se tomará esta categoría como antecedente para la museografía y como antecedente de la nueva museología. Es la ciencia que estudia la historia y el rol que tiene el museo. Es su instrumento teórico.

3.7.1.2 Museografía

La museografía propone un discurso que incluya mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión de los mensajes en el museo. Asimismo busca conocer lo que los públicos piden para el museo. (ICOM, 2009)

3.7.1.3 Nueva museología

Esta corriente del pensamiento puso acento sobre la vocación social del museo y su carácter interdisciplinario con la nueva propuesta de utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local (ICOM, 2009:59)

3.7.1.4 Ecomuseos

Los Ecomuseos son museos de la sociedad, y de manera general, la mayor parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009:59)

3.7.2 Campos, capitales, habitus

Pierre Bourdieu explica a los campos como el espacio en el que se localizará la investigación, así se verá la relación en el que luchan el director, los empleados, los funcionarios, los artistas y/o organizadores y el público dentro del museo.

“El habitus es el conjunto de modos de ver, sentir y actuar moldeados por estructuras sociales, que se aprenden., explica Bourdieu. Así se verá el habitus de los públicos. Hablar de habitus es colectivo, no individual. (Bourdieu citado por Flashland, 2003:53)

En cuanto a los capitales referidos por Pierre Bourdieu, hay tres tipos: el cultural, el económico y el simbólico. Se tomarán en cuenta el cultural y el económico para escoger el público para los Grupos de Enfoque. El cultural se refiere a los estudios tanto formales como informales. El económico habla del poder adquisitivo y el simbólico trata acerca del prestigio, autoridad, honor, inteligencia, gusto estético y otras cualidades supuestas o reales.

3.7.3 Hegemonía, legitimación

Los siguientes conceptos fueron explicados por González (1994). El concepto de Hegemonía es la capacidad de un bloque de clases aliado para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia o fuerza de la razón ante las otras clases que existan en la sociedad.

“La legitimación se consigue cuando un grupo de agentes tiene los medios para hacer prevalecer su definición de la realidad y de hacer adoptar esa visión del mundo como la mejor y la más correcta (p.11).

3.7.4 Neobarroco

Se referirá a la Estética neobarroca de Omar Calabrese (1987) con respecto al uso o no de la exageración, la repetición, la velocidad o su opuesto, así como el uso de formas parecidas a laberintos, o grotesca, espectacular, etc. que caracterizan este gusto actual en la forma de presentar espacios arquitectónicos, historias, programas de TV, pinturas, películas, juegos, etc.

3.7.5 Enseñanza/Aprendizaje

Existen diversas aplicaciones pedagógicas desde la enseñanza a través de los sentidos; niños que son más auditivos, o kinestésicos o visuales (Jean Piaget). Según la teoría de las inteligencias múltiples (Howard Gardner) todos los seres humanos tenemos un cierto tipo de inteligencia predominante que al conocerla puede permitirnos utilizarla para aprender más. Es decir, hay quienes con su inteligencia musical, aprenderán más fácilmente a través de estribillos, por decir un ejemplo; quien tiene una inteligencia naturalista aprenderá mejor a

través de ejemplos relacionados con la naturaleza. Ambos autores mencionados fueron citados por Jaramillo, (2008).

Estos conocimientos deben tomarse en cuenta en el museo ya que este es considerado como un lugar que provee de educación a su público. Se le llama - educación no formal- a la educación provista por los museos. A diferencia de las escuelas en las cuales se le llama –educación formal. La educación no formal implica la exploración de nuevas formas de enseñanza “para facilitar el aprendizaje y el conocimiento, en los que medie la participación autónoma, el disfrute y el descubrimiento frente al objeto patrimonio” (Silva, 2002, p, 24,25).

3.7.6 Políticas Culturales

Las políticas culturales son las que determinarán los recursos y atención que se le dará a la Cultura en general. Los organismos en México encargados de este aspecto, tienen en el deber ser, en sus directrices apoyar, difundir la cultura. En el deber hacer no se ha logrado esto por lo cual el derecho a la Transparencia también será comentado en este apartado. Lógicamente esta categoría afecta todas las demás.

3.7.7 El ocio como diversión y tiempo de aprendizaje

El tiempo para descansar, llamado tiempo libre u ocio, lleva a veces una connotación negativa. En una época que se busca producir todo el tiempo, el ocupar un momento al ocio puede considerarse improductivo, o una pérdida de tiempo, aunque la verdad es que crea mucha producción.

En la antigua Grecia y Roma el ocio tenía una connotación relacionada con el desarrollo personal. A partir de la reforma luterana pasó a ser considerado como pecado. Actualmente se está designando al ocio como el tiempo dedicado a ocupaciones voluntarias tras haberse liberado de obligaciones profesionales, familiares y sociales. “Deberá considerarse al ocio como una forma positiva para tener una vida feliz y plena como lo consideraban los griegos” según contó Edgar Espejel (2012).

3.7.8 Difusión

La difusión implica que un servicio o producto cultural se conozca. El Programa Nacional de Cultura (07-12) menciona que “La difusión hace del conocimiento público los hechos culturales para que sean disfrutados apreciados y valorados” y González (2003) dice “la difusión, como parte de la comunicación que permite dar a conocer algo o promoverlo.” Asimismo, se tiene estas otras definiciones: "Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas". (Lomas, 2001:32) También **se** define como el conjunto de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención del público hacia el consumo de este servicio. (González, A.,2003). [...] instrumentos publicitarios, señalización en las ciudades, folletos, etc.” (Hernández, F., 1994).

3.7.9 Retroalimentación o feedback

La Retroalimentación es parte del proceso de la comunicación "La ausencia de feedback desde el público [...] hace poco probable que se produzca el acto comunicativo". (Hooper-Greenhill, 1998:73).

3.7.10 TIC

El uso de las TIC (Sistemas Tecnológicos de Información) que vienen a ser el uso de recursos, procedimientos y técnicas para el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, son como dijo Kofi Annan (discurso inaugural de la primera fase de la WSIS, Ginebra, 2003) medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua»

“Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua»(2013,en la web)

3.7.11 Modelos de Consumo cultural

Los modelos de consumo cultural fueron observados y referidos por García Canclini. El segundo modelo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. El tercero refiere al consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. El cuarto trata al consumo como sistema de integración y comunicación.

3.7.12 Identidad e identidad colectiva

La identidad puede ser individual o colectiva. La primera se refiere a la idea que tenemos acerca de quiénes somos y de la diferencia con respecto a los demás; aunado a la idea que los demás tienen de nosotros. Nuestra identidad real resulta una combinación entre ambas perspectivas, De modo análogo la identidad colectiva incluye las diferencias que hay entre los grupos por sus diversos proyectos y herencia cultural. (Giménez, 2009)

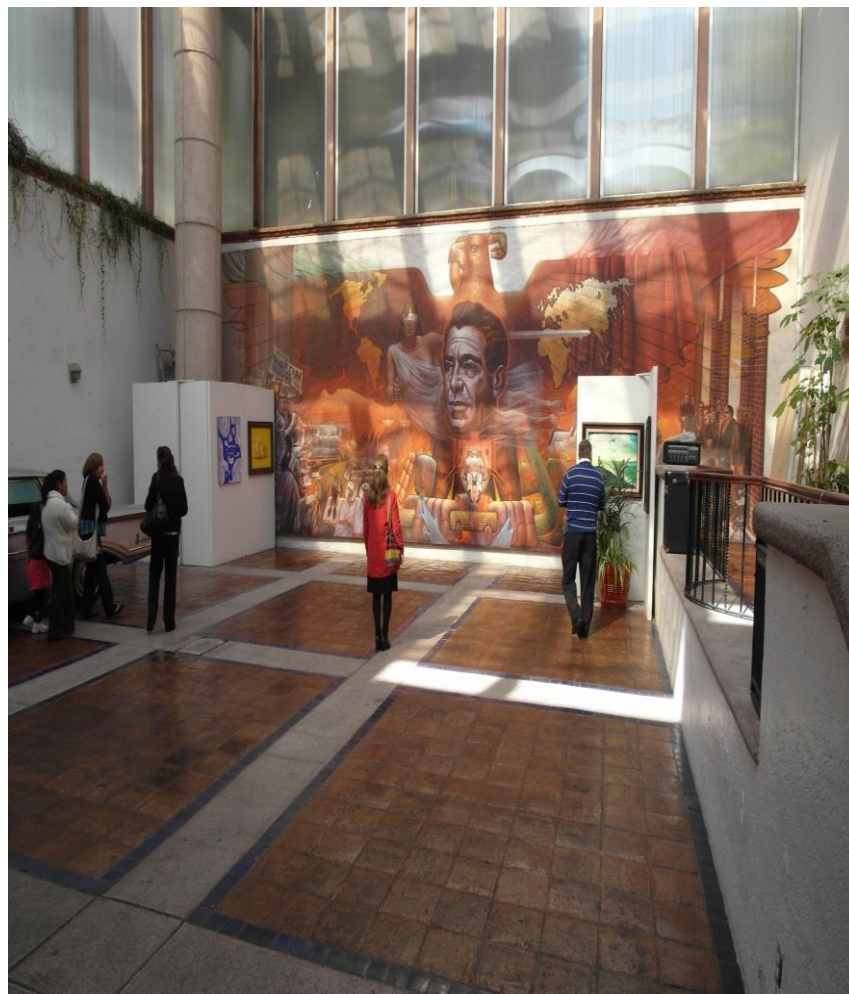
3.7.13 Administración

La siguiente categoría es parte de la categoría denominada Administración, pero que finalmente habla más acerca de los empleados como imagen y comunicación del museo- “Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo debemos ser conscientes de los elementos que abarcan todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan la imagen del museo o la visita en general, [...] están las actitudes y actividades de los empleados, incluido el director”. (Hooper-Greenhill, 1998:75) Además de que los empleados son parte de la imagen del museo, es importante que tengan gusto por tratar a la gente y orientarla. Nuevamente se toma de Hooper-Greenhill (1998) la siguiente aseveración: “Es importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación y conocer a la gente y saber cómo reacciona ante los museos (:61) .

Después de repasar los conceptos arriba expuestos se pasará al siguiente capítulo cuarto donde se muestran los resultados de las técnicas empleadas y su interpretación.

Capítulo 4 De cosas que atañen y tocan a esta aventura y memorable historia: Resultados e Interpretación:

Es o será civilizado aquél que sabe o es capaz de reconocer plenamente la humanidad de los otros. Para llegar a hacerlo se necesita, por una parte, descubrir que su modo de vida es diferente al nuestro -lo que ya implica establecer algún tipo de relación o contacto-, y por otra aceptar que más allá de la diferencia manifiesta, los otros son portadores de la misma humanidad que nosotros. —Tzvetan Todorov



GE de adultos en el MALM (PB Claustro del museo).Por LRH, 2012.

En este capítulo se buscará contestar la pregunta general de la investigación a través de diferentes técnicas basadas en un enfoque cualitativo. La pregunta general es: **¿Cómo afecta la actual comunicación -museografía y difusión- del MALM a la falta de asistencia del público?** Después de las investigaciones a través de técnicas cualitativas, sustentadas por un marco teórico y dentro de una contextualización.

Las técnicas empleadas fueron: Grupos de Enfoque (GE), Entrevista Profunda (EP) y Observación Participante (OP)²⁰. Por cada Técnica y por cada grupo se realizó una Tabla de Análisis. Ahí se encuentran los siguientes datos de cada una: se menciona el objetivo, el nombre de los informantes con sus características específicas (edad, sexo, clase socioeconómica, y en el casos de los artistas/creadores su línea de trabajo), las herramientas utilizadas en la consecución del trabajo, las preguntas específicas, la descripción detallada de lo que contestaron, el concepto y apoyo teórico y la interpretación. Estas tablas se encuentran en el Anexo # 2.²¹

En los Grupos de Enfoque el problema fue cómo podrían opinar de un museo sino lo conocían. Por lo cual se ideó primero llevar a los participantes al MALM para que lo recorrieran y pudieran después dar sus opiniones. Se sabe que por utilizar una metodología cualitativa, se estará hablando de casos particulares y no de generalidades. Lo que se averiguó a través de estos tres grupos convocados en “Jóvenes”, “Adultos” y “Niños” se encuentra plasmado tanto en los cuadros de análisis, como de forma narrativa.

En el Grupo de Enfoque de niños tenemos En cuanto a sus capitales económicos a tres niñas de clase socio-económica media: Ámbar (**A**), Valentina (**V**), y Pamela (**P**). Una de capital económico bajo, Natalia (**N**) y otra de capital económico alto, Florencia (**F**). Como se sabe su capital cultural está

²⁰ A partir de este momento los Grupos de Enfoque se abreviarán GE, los de Entrevista Profunda EP, y los de Observación Participantes OP.

²¹ Los anexos se encuentran en un disco compacto al final de la tesis.

influenciado por el capital económico. Las de capital económico medio y alto conocían otro(s) museos. La de capital económico bajo no. Todas, excepto una viven en Atizapán (**N**)²², sin embargo, debido a que su mamá trabaja en este municipio, ha pasado varias veces en frente del museo sin pasar a conocerlo.

Con respecto al grupo de Enfoque de Adultos, cuatro de los participantes del grupo de Enfoque viven en Atizapán, una de ellas trabaja en el municipio. Dos de ellas habían entrado al museo, Silvia (**Sil**) debido a una festividad, y Tomás (**Tom**) porque asistió a una exposición temporal, pero no habían visitado la exposición permanente acerca de ALM que es la que más se analizó. Dos de ellos son clase media Victoria (**Vic**), Tomás (**Tom**), dos de clase alta Angélica (**A**) y Silvia (**Sil**) y una persona de clase baja Margarita (**Mag**)²³. Cuatro de las personas tienen la edad alrededor de cincuenta años por lo que les tocó recibir información de sus papás respecto a ALM, cuando eran chicos y quizá eso los influyó para su apreciación de la colección como recuerdo de este personaje de la cual sus padres hablaban positivamente.

El grupo de jóvenes estuvo conformado por una persona de clase alta, Miguel (**M**); cuatro de clase media: Andrea (**An**), Alejandro (**Al**), Abraham (**Ab**) y Carlos (**C**) y una de clase baja, María Fernanda (**MF**)²⁴. Cuatro viven en Atizapán y dos en Naucalpan pero pasan seguido por Atizapán.

Se realizaron dos Observaciones participantes. La que se realizó entre semana fue porque se está interesado en observar la relación que se establece entre el visitante y los objetos de la exposición permanente y ver en

²² A partir de este momento se referirá a las niñas por la inicial de su nombre Ámbar (A), Valentina (V), Pamela (P), Florencia (F) y Nataly (N).

²³ A partir de este momento se referirá a los adultos de la siguiente manera Angélica (Ang), Silvia (Sil), Vicky (Vic), Tomás (Tom), Margarita (Mag).

²⁴ A partir de este momento se referirá a los jóvenes de la siguiente manera: Miguel (M), Andrea (An), Alejandro (Al), Abraham (Ab), Carlos (C) y María Fernanda (MF).

qué forma la museografía está siendo adecuada para transmitir el mensaje. Asimismo, se trató de ver la efectividad de la difusión realizada por el MALM.,

La Observación Participante²⁵ (OP) entre semana se realizó durante cuatro días a diferentes horarios, tratando de abarcar la mayor parte del horario en el que el MALM trabaja (10 A.M. a 5 P.M.). La razón de escoger los días de martes a viernes fue porque durante estos días por lo general no hay presentaciones. De tal manera que se vería la asistencia que va directamente a la exposición permanente y así ver las actitudes y proxemia hacia los objetos, es decir, la cercanía que establecían ante los objetos. Asimismo, qué patrón tenían los visitantes para recorrer las salas, si se detenían a leer las cédulas o a observar con detenimiento los objetos, dónde ponían los brazos y manos, si hacían preguntas, o tomaban fotos, si entraban/salían contentos o molestos. Si iban acompañados o no. Todo esto reportó si se recibía el mensaje dado por el museo a través de la museografía.

Se está interesado en la relación entre visitantes y los objetos para entender qué tan adecuada es la museografía. Con ayuda del libro de registro y a veces preguntando se averiguó si su asistencia fue debido a la difusión realizada por el MALM o por otra razón, para así conocer los alcances de la difusión elaborada por el museo.

También se observó a los empleados para ver si eran mediadores entre el objeto y los sujetos, y su actitud, como complemento a la comunicación en el recinto museal.

La segunda Observación Participante fue durante la festividad del Día de muertos para describir las actividades realizadas ese día y el día previo, para ver la museografía y averiguar si la difusión fue adecuada. Se les hizo

²⁵ A partir de ahora OP.

preguntas a la joven Sandra (SA), Natividad (NAT), a Alejandra (ALE) y a otras personas²⁶.

Las Entrevistas de Profundidad se escogieron para establecer una experiencia humana subjetiva, que pudieran ahondar sobre el problema de la difusión y museografía del museo, pero desde el punto de vista de cuatro personas; dos artistas, el Maestro Ignacio Bravo, y la poeta Gloria Miranda; de una creadora/organizadora, la Sra. Eugenia Valencia y del director de Patrimonio Cultural del IMC, el Sr. Fernando Muñoz.

Se escogieron a los artistas, Ignacio Bravo y Gloria Miranda porque debido a su participación con sus obras en el MALM, pueden comunicar sus experiencias en cuanto a la difusión de sus presentaciones y a la museografía que les ofrece, supervisa o dirige el museo. La Sra. Valencia, siendo una de las principales organizadoras de la festividad del Día de muertos, puede explicar las razones que la llevan a organizar y participar en esa festividad. Asimismo, puede describir cómo se realiza la difusión de ese evento y la participación de la comunidad y del museo.

Por otra parte, el Sr. Fernando Muñoz Samanoa puede informar sobre la museografía y difusión del MALM, desde el punto de vista del IMC. Pues se recordará que el Instituto Mexiquense de Cultura es el que dirige, provee la museografía y suministra el capital para el museo y el Sr. Muñoz es el Director de Patrimonio Cultural del Instituto Mexiquense de Cultura, encargado de coordinar todos los museos del Estado de México.

Por lo tanto los resultados giran alrededor de tres categorías Centrales: la **museografía, la difusión y el consumo cultural.**

²⁶ A partir de ahora se usarán las siguientes letras para referirnos a ellos: **S, Nat, Ale.**

4.1 Museografía

La museografía es el uso del espacio del recinto, la luz, así como la decoración alrededor de los objetos y la mediación a través del personal o de otras formas.

La museografía del museo afectó la comprensión de los **niños** de los GE respecto a lo que es la vida de ALM que es el principal objetivo de este museo biográfico. Siendo la museografía el uso del espacio, la decoración alrededor de los objetos y las cédulas, al no ser adecuadas para los niños hicieron que los mensajes respecto a ALM quedaran incompletos. De los objetos que les llamaron la atención como las llaves, el anillo, la relación de la escuela donde estudio ALM con su trabajo posterior, el que hubiera un modelo de barco, no les fueron aclarados.

En la Sala de Texto Gratuito se supone que debe tener información acerca de la familia (antepasados) de ALM. La información no es clara; los apellidos no concuerdan con lo que debieran ser los abuelos de ALM y además hay más fotos de parientes de la esposa de ALM, lo cual confundió al grupo de las niñas. En las escaleras y en la Sala Solidaridad hay fotos de la esposa de ALM pero como no tiene cedula las niñas no lo llegaron a saber. Como parte de la museografía esto denota falta de mediación para transmitir del mensaje. Asimismo, las fotos, en general, aunque grandes, están descoloridas.

En general todos los **adultos** del GE esperaban se resaltara el hecho del *texto gratuito* de la SEP que para ellos fue un hecho muy importante instaurado por ALM, al igual que la Nacionalización de la Industria Eléctrica. Quien se encargó de la museografía no conoce al público de 50 años en adelante, que les tocó esta época de admiración por un presidente. Esto demuestra que la museografía no logró la mediación necesarias que les ayudaran al goce, y mayor exaltación de los dos hechos mencionados.

Un hecho recalado por el grupo de adultos fue que el nombre de las salas no coincidía con lo expuesto en ellas. Después comentaron cosas que no les

agradaron como, que las cédulas reflejaban mucho la luz y tenían la letra muy chiquita, que hubo información en letra manuscrita (una forma de escribir que **Marg** no entiende), y que unas vitrinas tienen muy escasa luz.

Hablaron de un “alguien” que se ha dedicado a recolectar lo que está expuesto de ALM, pero sin saber quién es ese donador porque no hay ningún letrero que diga quién es. Como museo y por lo tanto lugar de la museología - una ciencia-, el dar a conocer quien los donó y aclarar que sí son verídicos los datos y objetos, es parte de la mediación ejercida por la museografía.

Todas estas omisiones o críticas tienen que ver con la museografía. La museografía es una mediación para que el mensaje llegue mejor al público. Los adultos agregaron que los objetos como el busto antes de subir las escaleras, los coches, y las fotos en la pared de la escalera no tenían nombre o cedulario. Esto es una falla para la comunicación que se trata de lograr. También denota que no están completando el círculo de la comunicación, en la cual la retroalimentación es parte constitutiva. La investigación acerca del público permitiría preveer muchas de estas deficiencias que tiene ahora el museo y conocer cosas que los adultos quisieran saber o ver.

Con respecto al área del recinto y cómo es utilizada, para **Sil** y **Ang** “*el museo está muy espacioso para hacer exposiciones de pintura o para la filarmónica*”. La arquitectura es parte de la museografía. El MALM se realizó con base a una adaptación al inmueble.

Un sólo joven, **Mig**, comentó al respecto y dijo que la fachada se veía antigua y mostró gusto en su expresión al relatar a los demás algo que sólo él sabía: que el edificio había sido cárcel, escuela y palacio municipal años antes. Quizás por su capital cultural fue el único que apreció la arquitectura del recinto y además se interesó por su historia. “Dentro de la museografía hay mucho de arquitectura, también hecho que acerca al museo a otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público” (ICOM, 2009:56).

Dentro de la **Observación Participante**, se vió como con los niños “encargados de hacer la tarea”, llegaban hermanitos más pequeños (tres a cinco años) que nada podían observar porque todo estaba más arriba de sus cabecitas. Como dice González Uresti: “la primera infancia es una etapa del desarrollo que es considerada en general como la más significativa del individuo. En esa etapa se inician los *aprendizajes* básicos como caminar, hablar, relacionarse con otros, etc.” Si el museo sabe de estos visitantes debiera tener algo diseñado para su edad y estatura, para aprovechar esta edad tan significativa en el individuo.



Visitante cargando a su hermanita para que vea los objetos de la vitrina. Por LRH Sala Chamizal, 2012.

Los visitantes de la OP comentaron lo siguiente con respecto a la museografía:

- a) Con respecto a las cédulas se dijo: “*no existe claridad en las cédulas*”, otro que – “*están escritos con letra muy chica*”, o “*brilla el plástico que tiene encima y no las puedo leer*”, “*no las hay (cédulas) para todo los objetos y/o fotografías*”.
- b) “*El nombre de la salas a veces no va con la exposición*”.
- c) “*No está clara la información de los antepasados de ALM*” -en la Sala de Texto Gratuito, que es la sala dedicada precisamente a la familia del expresidente.

- d) Con respecto a las fotografías; “*no tienen nombre o explicación*” las que están en las escaleras. Ponen la foto de la primera esposa de ALM, Avecita, “*pero no ponen su edad*”, “*No tienen nombres las fotos de las escaleras*”, “*¿Qué edad tenía aquí su esposa?*” “*¿Quién está en las fotos (refiriéndose a las que están en la escalera y otras en la Sala grande)?*”
- e) “*¿Qué son estas cosas? Con respecto a unos objetos en el claustro.*

Actitudes que refieren acerca de la museografía:

- f) La mayoría se tomó fotos con el automóvil negro de ALM. Lo cual indica la atracción a lo majestuoso del neobarroco (Calabrese,1987). El automóvil es mucho más grande en comparación a toda la otra musealia y no está detrás de los vidrios de una vitrina haciéndolo más atractivo (Hooper-Greenhill, 1998).
- g) Pocos niños leían todo lo que estaba en las cédulas y tomaban notas escritas a la usanza de la educación formal de la escuela. Los museos son lugares de educación no formal y deben tomar esta ventaja para enseñar de otras formas con el uso de otros sentidos u tomando en cuenta las otras inteligencias como dice Gardner (2001).
- h) La mayoría de los niños dejaba que sus mamás o al adulto que los acompañaba tomaran apuntes de la exposición y fueran las que escogieran que fotos tomar, y tomaran las fotos. Probablemente a consecuencia que los objetos/fotos no les significaban nada.
- i) Sólo dos adultos y una joven tomaron fotos del mural. Lo cual indica que no hay nadie o no hay información o mediación para atraer la atención del público hacia esta pintura.
- j) Sólo uno señor tomó fotos de la parte de afuera del edificio, que resguarda al museo. Lo cual indica por una parte que los capitales culturales no son altos para no reconocer que es un edificio con un tipo de arquitectura diferente a las demás construcciones alrededor. Por otra

parte, no hay algún cartel o placa para llamar la atención a la construcción y a su historia, lo cual denota una carencia en la museografía nuevamente.

- k) Quien recibió a la gente la mayor parte del tiempo fue el guardia de seguridad y pocas veces el jefe de proyectos, que según explicaron a la investigadora, es el encargado de ello. Por el capital cultural del guardia se entiende que su actitud demostrara sólo importarle que pagaran la entrada y que apuntaran su nombre en el cuaderno de visitantes, y no el darles la bienvenida o ser más agradable.
- l) Los visitantes que asistieron desde el día #2 hasta el día cuatro fueron porque tuvieron como tarea de la escuela asistir al museo. No asistieron porque la difusión del museo los haya “llamado”.
- m) Varias personas tomaron la terraza como un punto para detenerse un rato y comentar o platicar y/u observar a la filarmónica o sinfónica que practicaba en el claustro del museo. Lo cual indica que la terraza es un punto importante para tomarse en cuenta en la museografía.
- n) Pocos observaron el mural o el edificio que cobija al museo. Quizás la gente no sabe qué observar o no les llamó la atención. Puede ser que la gente e instrumentos de la filarmónica que estaban en el claustro les bloqueara el paso para acercarse al mural. Los que si acercaron no encontraron algún medio que explicara la “historia” que relata el mural. Nuevamente denota falta de mediación por parte del MALM.
- o) Las clases de la escuela Branshala afectaron la museografía del museo en la medida que se usó el espacio de las tres Salas para las clases de música, cuando se podría aprovechar mejor el área para poner una innovativa museografía que permitiera a los visitantes ser más participativos.

En la Observación Participante del **Día de muertos** la museografía, es decir el uso del espacio y de los artefactos (altares), fue puesto enteramente por los vecinos: “*Esta última vez los empleados sólo ayudaron a cargar unas ollas de agua de mi casa al museo*”, dijo Doña Eugenia. Lo cual quiere decir que en esta celebración la comunidad es la que realizó la museografía.

Los vecinos tuvieron cuidado de generar una atmósfera que fuera con la festividad. Unos siguieron la costumbre de poner todos los elementos que llevan los altares típicos como flor cempazuchil, velas, agua, sal, comida, incienso, fotografías, etc. Estos elementos en sus altares promovieron el que los visitantes aparte de ver, percibieran olores, y más tarde escucharan música. Unas vecinas pusieron el *Altar de las Viudas* y de fotos pusieron las de sus maridos. La Escuela Branshala puso un *Restaurant de Músicos* en la cual el menú tenía nombres de músicos. Otro puso un altar dedicado a escritores y en vez de fotografías puso caricaturas. Una joven puso el altar de la *Isla de las Muñecas*, etc.



Imagen de Doña Eugenia Valencia repartiendo comida en la festividad del Día de muertos. LRH, 2012.

Por otra parte, cuando el artista plástico **Ignacio Bravo**, explicó que él mismo se encargaba de la museografía de su obra cuando expone en el MALM, “*prefiero mi criterio al de los empleados que no tienen conocimientos profesionales al respecto*”. El comentario de que no existía ningún museógrafo en el MALM, llevó a realizar una entrevista al director de Patrimonio cultural del IMC, el Sr. Muñoz para preguntarle las razones de esta situación.

El director Muñoz expresó un problema o excusa para no tener un servicio profesional de museografía en el MALM, refiriendo que el IMC tiene a su cargo 30 museos: “*Es difícil encontrar información suficiente para hacer videos o interactivos para el MALM, así como el estar actualizando el equipo tecnológico*”. (Respuesta ante la sugerencia echa por los jóvenes y niños de los GE). Según los parámetros del ICOM son muy importantes los Departamentos de Investigación y de Enseñanza de los museos, pues son los que alimentan a los museos con innovaciones y actualizaciones. Algo que por lo visto no existe en el Instituto Mexiquense. Inclusive el Universum, se tuvo que renovar en el 2010 después que un **estudio del público** refirió que les molestaba que los temas eran obsoletos o que todo llevaba años siendo igual.

Al parecer el Sr. Muñoz, sabe del problema de las cédulas mal colocadas o con letra chica, o con letra manuscrita que no todo el mundo entiende, pero menciona que la falta de información que existe acerca de López Mateos es el mayor problema. Recalca que hace falta un equipo de investigación que agregue y complemente la musealia existente. Como dijo el titular de Conaculta, De Tovar y Teresa (Milenio, 2013, en línea) “La prioridad es que los museos estén lo mejor dotados posible antes de hacer más oficinas.” En el caso del Estado de México se acaba de realizar un Centro Cultural en Atlacomulco²⁷ del Estado de México. Quizás se deba aplicar lo que dice Tovar

²⁷ El Centro Cultural Bicentenario del Estado de México fue construido en Texcoco. Cuenta con teatro, espacios museales, auditorio, talleres y biblioteca dentro de 35mil metros cuadrados de construcción.

y de Teresa, en el sentido de tener primero bien dotados a los museos existentes antes de crear más.

“Los espacios no son muy grandes para poder jugar con la museografía” dice el Sr. Muñoz. El director de patrimonio dice esto pero en la observación del museo durante el *Festival de Aguablanca 2013* se observó que en la Sala de Texto Gratuito, cupieron varios caballetes con fotografías para una exposición. En otra exposición acerca de lámparas cupo un proyector de videos y sillas para los visitantes, más las diferentes lámparas expuestas. Además el Grupo Branshala, escuela de música, en días normales mete hasta diez niños en la Sala Chamizal, para estudiar música, y deja ahí el teclado eléctrico. En este punto hay incongruencia en cuanto a que *“no hay espacio para jugar con la museografía”*.

El director de patrimonio cultural dice que esto último; el que haya clases de música, ayuda a la museografía porque le da viveza al museo y vienen los papás. Por lo visto la actual Misión y Visión del MALM, van en desacuerdo con lo que dice el Sr. Muñoz porque según la entrevista con Angélica Trejo **“la Misión es difundir la imagen de ALM, y ser ejemplo para que surjan más espacios para brindarlos a los que buscan expresar su talento”**. No dice que la Misión del museo sea el que se utilice como escuela del Grupo Branshala. **La Visión** (lo que busca para el futuro) es *“hacer no solamente que sea vivo sino que se abran sus puertas a los artistas”*. El término “hacer vivo”, se puede entender para un museo que vaya el público y participe. Sólo con una museografía participativa se logrará entonces el “hacer vivo” al museo. En cuanto a la referencia de brindar un espacio a los que buscan expresar su talento, se entiende por **presentar un proyecto** o concierto, no ir a practicar en las salas de exposiciones del museo como lo hacen los del Grupo Branshala, la Filarmónica y la Sinfónica de Atizapán. Esto no quita que se les pueda permitir las clases e inclusive incluir talleres auspiciados por el mismo museo. Lo que se puede hacer es utilizar los salones que tienen atrás de las

escaleras, al lado de la terraza, e inclusive en el sótano. Se dice que cuando este edificio fue cárcel, tenía un sótano.

Con respecto a la museografía, el Sr. Muñoz agregó: “*se hace en el IMC para después trabajar con el director y la gente del MALM*”. Hasta después confesó que tampoco había algún museógrafo o comunicólogo en el IMC, debido al costo que esto implicaría. Esto lleva a pensar diversas cuestiones: que no se tiene la suficiente cantidad de recursos económicos o porque no consideran importante a la museografía, o porque no hay claridad en el uso de recursos, o porque consideran que lo que han logrado empíricamente es suficiente. Se deduce que en la Política Cultural no le dan importancia a los perfiles de conocimientos de los empleados en este rubro. ¿Por lo cual surge la pregunta: entonces ¿con base a qué escogen a los empleados? Como la Cultura es dictaminada por la SEP, ¿estará afectada la contratación por el sindicato, o por los compadrazgos o por aptitudes y ética?

Nuevamente al preguntarle sobre los objetos (musealia) que están en las vitrinas, y que no permiten una comunicación completa (porque el vidrio separa al Sujeto del Objeto y no permite que otros sentidos se usen), el director dijo que están ahí para proteger a los objetos exhibidos. “Las vitrinas son separadores entre el mundo real y el mundo imaginario del museo, [...] que sirven para garantizar la distancia y señalar que lo que se presenta no pertenece más a la vida, sino al mundo cerrado de los objetos” (ICOM, 2009: 63). Es una forma de cuidar el patrimonio y se pueden ver elegantes las vitrinas, pero como decían en la Observación Participante (OP), y en los GE de jóvenes y niños: “*no hay un indicador que la boleta de ALM sea auténtica*”, “*no dicen de dónde son las llaves*”, “*podrían poner un rompecabezas de ALM*”, etc. En cuanto a la enseñanza/aprendizaje no hubo un descubrimiento de parte de los sujetos. Por lo tanto se ve que la falta de una museografía profesional impide una enseñanza o encuentro con la Identidad.

4.1.1 Museógrafos

Se agregó esta subcategoría porque al ir aplicando las técnicas de entrevista se determinó que hacía falta explicar las funciones de un museógrafo y su importancia para poder valorar su labor en la museografía.

Según el ICOM (2009:56) el museógrafo se encarga de la Museografía y lo define:

“El acondicionamiento, conservación, restauración, y seguridad, el arte o técnicas de la exposición; es decir, el museógrafo se encarga de todo lo que es la museografía que son los contenidos, los vínculos funcionales entre los espacios de exposición y los restantes espacios del museo, la mediación complementaria que ayuda a la comprensión o a aumentar el interés del público por la exposición.”

Ni en el MALM ni en el IMC hay museógrafos, entonces ¿cómo va a realizarse una exposición profesional?

A pesar de que en el MALM *“todos los empleados dan ideas de como montar una exposición”*, según refiere Angélica Trejo, el **Maestro Bravo** comenta que él prefiere montar su exposición. *“Esto es debido a que no existe un museógrafo en el museo.”* Es responsabilidad del museo que se presenten las exposiciones con calidad, y no dejar que el expositor se encargue de su museografía sino tiene conocimientos al respecto. Aquí se ve que el no contar con un museógrafo profesional se dan exposiciones que resultan vacías como la siguientes. Una fue una exposición de fotografías relacionadas con el pulque y la otra fue una exposición de fotografías de danza. Está claro que el MALM quiere hacer espacios para “nuevos talentos” pero como museo debe poner una museografía interesante.



Imagen de la museografía del MALM realizada a las fotografías, en una exposición eventual acerca del pulque. Por LRH. (Sala Atizapán, 2012) Foto "A".

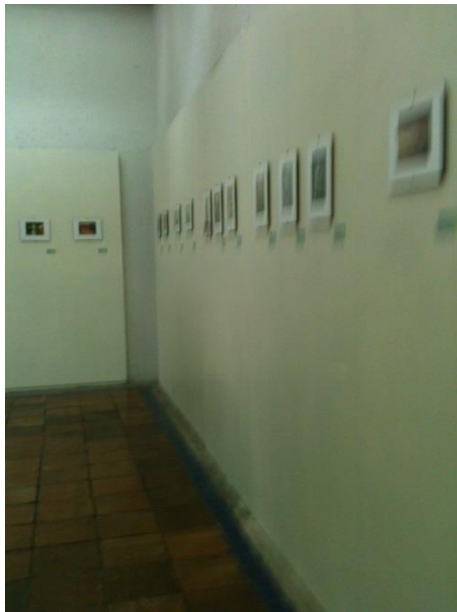


Foto "B"



Foto "C"

Imagenes de la exposición de fotos de danza en el MALM. Por LRH. (Sala Atizapán,2012).

En la primera foto (A) se ve una exposición sobre el pulque donde las fotos vienen sin datos o explicación. La forma (museografía) en la que están expuestas es inadecuada porque no explica quién las tomó, en qué año ni

dónde, cuál es su contexto, etc. No hay musealia, no se crea un “ambiente”, no hay nada al centro de la sala, ni páneles o bases. Sólo se tenía un papel a la entrada tratando de dar una explicación general. ¿De qué manera podría haber un diálogo con los visitantes? “La exposición constituye una posibilidad de diálogo y de concienciación. Es una puesta en escena de los objetos y constituye un lenguaje”(Mauré citado por Fernández,1999:158).

En las fotos de la exposición sobre danza (Fotos B y C), no existían datos de quién había tomado las fotos, había una frase debajo de cada fotografía pero estaba escrita en papel bond y pegada sólo del centro directamente en la pared. No se especificaron los materiales para plasmar las fotografías, ni el contexto alrededor de ellas, por lo cual no se entendió cuál fue el mensaje del fotógrafo. Aquí Mauré y Fernández explican la importancia de la exposición y por ende de la museografía porque ella se encarga que ese lenguaje esté enriquecido de color, luz, misticismo o cualquier ambiente que se busque para lograr apoyar el mensaje del artista. Por lo mismo, la museografía debe dejarse en manos de especialistas.

El Sr. Muñoz es el director de Patrimonio Cultural y por ende responsable de la coordinación para llevar a cabo las museografía del MALM. Él reportó que no hay museógrafos porque es caro. Por otra parte, mencionó que *“unos empleados se están haciendo museógrafos empíricamente y muchas veces saben más que los museógrafos; y te puedo mostrar muchos ejemplos.”* Asimismo apoyó el hecho de no haber museógrafos porque la museografía *“se realizó con mucha asesoría de la familia.”* Sin embargo, según el correo²⁸ recibido de la Sra. Ave López Mateos (hija de ALM), ante la pregunta de que si ella se encargaba de la museografía, dijo que no porque *“eso debe ser dejado en manos de los que saben”*.²⁹

²⁸ A raíz del encuentro con la hija de Adolfo López Mateos

²⁹ En el GE de jóvenes, se sugirió que jóvenes de diseño podrían ayudar en el diseño de la publicidad. Por lo cual surge la idea de que igualmente podrían hacer su servicio social alumnos de

El discurso del Sr. Muñoz es un poco confuso pues primero expone que no hay museógrafos porque tiene unos empíricos mejor que los profesionales, pero también dice que es porque cuesta mucho tenerlos y después argumenta que es porque la Sra. AVECITA LÓPEZ MATEOS se encargaba de la museografía, lo cual ella niega.

Todo esto lleva a decir que por eso los museógrafos profesionales se necesitan en el MALM. Ellos propondrían un discurso que incluyera mediaciones (desde cédulas con explicaciones, hasta juegos, luces, manejo de material o Tic's, audiovisuales, luz, sonido, etc.) complementarios para ayudar a la correcta recepción de los mensajes (ICOM, 2009).



Imagen de la Sala “Nacionalización de la Industria Eléctrica”, MALM, 2012. Por LRH.

pedagogía o de carreras útiles para el museo para ayudar en otras áreas, como parte de la transversalidad de educación- cultura.



Imagen jóvenes jugando en el Museo de Tezozomoc, 2012. Por LRH.

Al ir investigando sobre la museografía salieron unas categorías secundarias como: la nueva museología, la estética neobarroca, la enseñanza y aprendizaje, la comunicación personalizada, las políticas culturales, el ocio como placer y tiempo de aprendizaje y las técnicas informativas y de comunicación (TIC). A continuación se detalla lo que se descubrió acerca de ellas y que ayudarán a la mejor comprensión de la museografía en el MALM para delucidar si su aplicación es inadecuada y si eso causa la falta de asistencia al recinto.

4.1.2 Nueva Museología

El también escritor, **Bravo**, relata como el pintor y escultor Villicaña y él cooperaron para mejorar al MALM, poniendo luces, donando la primera computadora, y la primera cámara fotográfica hace unos cuatro o cinco años debido a que en la constante el museo no contaba con recursos para ello, ni una dirección o el municipio que los apoyara. Estas acciones son lo que implica la Nueva Museología, la cual está “basada en la participación activa de los miembros de la comunidad”.

Como relata la escritora **Gloria**, su primer contacto con el museo fue a través de la Casa de Cultura de Atizapán y de su profesora Lucía Mejía Rodríguez (Profa. De literatura y difusora de Cultura) que organizó presentaciones de poesía y Cafés Literarios y otros eventos dentro del MALM. Después otras personas, como Fernando Zerón (conocido difusor de Cultura en el Edo. de México) fueron las que organizaron eventos en el recinto. Con estos trabajos se demuestra que el museo cumplió con su **misión** de brindar un espacio a los que querían expresar su talento. Por otra parte, muestra que los eventos fueron organizados por personas de la comunidad, que en vez de ser sólo *receptores* se convirtieron en los *organizadores*, similar a lo que Maure describe como la **nueva museología** (Mauré citado por Fernández, 1999:106-7).

“El funcionamiento del *nuevo museo* se basa en la participación activa de los miembros de la comunidad [...] esta clase de trabajo museístico está basado en el diálogo entre el museólogo- y los miembros de la comunidad. Estos no serán considerados sólo como objetos de estudio, ni como receptores pasivos del mensaje del museólogo, sino como sujetos que son expertos en las cuestiones concernientes a su propia historia y entorno.” (Mauré, citado por Fernández, 1999:108)

La poeta Gloria Miranda al participar en los eventos preocupándose como atraer e interesar a la gente a que fuera al MALM a escuchar poesía y ser parte de la organización y difusión de los eventos, creó una representación de poetas mexicanas llamada “Tres poetas, tres estilos. Comenta, Miranda, que los que más asisten a sus presentaciones son otros artistas y creadores que ella llama “fraternidad o cofraternidad” (a los cuales ella les tiene que avisar del evento). El museo pasa a ser un lugar donde esta fraternidad de artistas “reencuentran algo en común dentro de la comunidad y les da una razón de ser” (López Veneroni, 2013:110). Nuevamente, muestra que los eventos fueron organizados por personas de la comunidad, que en vez de ser sólo *receptores* se convirtieron en los *organizadores*, similar a lo que Maure

describe como la **nueva museología** (Mauré citado por Fernández, 1999:106-107).

El Sr. Muñoz se queja de que los niños van a cumplir una tarea, al museo, nada más. “La **Nueva Museología** busca la investigación de un nuevo lenguaje, el esfuerzo por conseguir una nueva tipología viva y participativa para la comunidad, en consonancia con su naturaleza de institución que es de la conservación, análisis y difusión de testimonios naturales, y culturales. [...] Un instrumento especial para la educación primera y permanente” (Fernández, 1999:78). Si al museo se le invirtiera para hacerlo, interactivo o participativo, el cumplir con la tarea llegaría a ser divertido y lograría tener sentido.

La forma en la que se desarrolló la festividad del Día de muertos en donde la comunidad fue la que llevó mayormente el trabajo de la museografía, difusión, y ritos lleva a pensar en la posibilidad de que el MALM, entre en otra clasificación de museo como sería la de Ecomuseo en vez de biográfico.

4.1.3 Neobarroco

Al hablar del neobarroco se analiza un gusto por este tipo de **estética** que actualmente es muy apreciada por los jóvenes y niños. Omar Calabrese es uno de los teóricos que la explican.

Parte de la museografía es el uso del espacio. Las **niñas** declararon ver muy chiquito el museo, en razón a que lo recorrieron en poco tiempo, y la cuestión es que les hubiera agradado permanecer ahí más tiempo. Una de las razones por las cuales se les pudo haber hecho chiquito es por algo que menciona Calabrese (1987) en cuanto a la estética neobarroca que aplicada al museo y a lo que dicen las niñas se puede interpretar como un gusto por lugares con “nudos y laberintos”. La museografía en cuanto al uso del espacio es muy “lineal” y con toda la información pegada a las paredes. Sólo dos salas tienen vitrinas colocadas en medio. Esto hace que la visita al museo sea “muy lineal”. Si a eso se le agrega que no hay actividades, la visita se hace muy corta, y varias niñas expresaron que si les hubiera gustado que fuera “más

grande". Es decir, estaban ávidas por descubrir algo que les llamara la atención o por conocer más.

Con respecto al edificio que alberga el museo una lo consideró "*viejo y con necesidad de modernizarse teniendo más vidrios*" (P), por ejemplo.

Con respecto a los **jóvenes del GE**, lo que no les gustó fue relacionado con la falta de la estética neobarroca también. Lo cual Calabrese (1987) ayuda a comprender. (Las *siguientes citas o referencias son todas de Calabrese*). Los jóvenes notaron "*las fotos están pixeladas*", el "*mal uso del espacio*"; dos coincidieron que "*estaba todo amontonado*".

Los jóvenes al fijarse más en la calidad de la foto que en el evento o personaje en sí retratado, habla de la relación que se tiene ahora con los *procesos* más que con la *obra* y el expresar que se ve amontonado es porque no les atrajo el contenido (Calabrese,1987:9,78).

Agregaron a su explicación que "*se tiene mucho espacio que está vacío*" como crítica negativa debido a que una de las características de los contenedores neobarrocos es la aparición espacial de desmesura y excedencia lo cual no se da en el museo. Todo esto entra en la museografía, que es el estudio del espacio del recinto y el cómo hacerlo generador de una escenografía adecuada a los objetivos que se tienen para el objeto.

Durante la OP del Día de muertos Sandra **Sa** mencionó que le gustan los coches exhibidos de ALM igual que a la mayoría de los jóvenes. Calabrese (1987) tiene la explicación de esto: "El exceso de dimensiones en comparación con los autos de ahora son parte de la estética del neobarroco: "exceso; una especie de "demasiado" en el ámbito de la forma"(78).

4.1.4 Enseñanza y Aprendizaje

Una adecuada museografía contrae un proceso de enseñanza/aprendizaje. "En la historia de los museo se constata que el carácter educativo les es inherente" (De Santiago, citado por Silva, 2002:25) Sin embargo, con el tiempo

se han descubierto formas diferentes de lograr este proceso de manera más gozosa, eficiente y recreativa. Por otra parte, cada vez se demanda que los museos cumplan con este proceso de enseñanza/aprendizaje por la necesidad que hay de una mejor educación en México y en todo el mundo. A continuación se refieren las experiencias obtenidas en esta categoría.

El que el grupo de enfoque de niños haya recorrido el museo tan rápidamente, implicó que no fueron involucrados en ningún tipo de actividad que los haya entretenido. Es decir, no hubo nada para jugar, escuchar o tocar o hacer; nada lúdico o participativo. Tampoco se usaron otros sentidos como el oído o el tacto” que dan un “aprendizaje por medio de estructuras neurológicas que operan a través de los sentidos” (www.capitalemocional.com) o de las formas de aprendizaje según la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner (citado por Campbell, 2005:12).

En cuanto a lo que aprendieron, tanto **F** como **A** dijeron conocer ahora más sobre ALM. El que las demás no lo dijeran, y el que no mencionaran algo más, demuestra que los mensajes del museo no llegaron a sus receptores niños. Aunque hubo un encuentro con algo de su identidad como es el texto de primaria gratuito no hubo quien o un qué, explicándoles que fue ALM quien lo instituyó y por qué lo hizo. Se podría haber incluido el Texto Gratuito actual de alguno de los grados y hacer algún tipo de comparación. Igualmente pedirles a los niños su opinión. Se demuestra, por lo tanto, una museografía incapaz de lograr un mayor aprendizaje o diálogo en esta edad del grupo de enfoque de niños.



Imagen de tres niñas del GE (Valentina, Ámbar y Pamela) en el MALM. Autor LRH.

De los **jóvenes** con respecto a la **Enseñanza/Aprendizaje** uno sólo contestó “*El haber aprendido algo de la vida de ALM*” (**M**), ante la pregunta de qué les había dejado el museo. Tal función de “preservar colecciones de documentos corpóreos y producir conocimiento a través de ellos” (ICOM, 2009:53) se cumplió sólo con uno de los cinco jóvenes. Refleja esto que no hubo diversidad de estrategias de comunicación para volver esta experiencia una de descubrimiento personal (Zavala, 2008). Probablemente, el que nadie más haya contestado algo; habla de un síntoma de un “no sentido” en la comunicación del museo para los jóvenes.

Algunos jóvenes y niños de los GE mencionaron que les hubiera gustado escuchar que alguien les explicara. Quiere decir que esos que lo sugirieron son más auditivos y aprenden más por lo que escuchan, y en el MALM no hay ningún dispositivo de audio.

El primer día de **Observación Participante** (martes) pasaron tres horas hasta que apareció un visitante potencial, que eventualmente entró al museo. Los siguientes días hubo más público. Llegaron varios niños de tercer año para realizar una tarea. La mayoría de los niños llegaron solamente con su mamá. Otros llegaron con la mamá y un hermano mayor o menor.

Como tarea mandada por la SEP, les fue solicitado a niños de tercer año el visitar un museo, así fue como llegaron varias familias al MALM. Por una parte los que acudieron fueron hijo o hija con mamá o papá. Se observó como muchas mamás tomaban notas, y fotografías. Los hijos recorrían el museo, al lado de ellas, en silencio, sin mostrar mucho interés por los objetos (no se acercaban a verlos con detenimiento o realizaban algún tipo de pregunta). Algunas mamás hicieron el recorrido solas, mientras los hijos, subían y bajaban las escaleras, o viendo, en ocasiones, a la filarmónica ensayar.

Se observó que los niños siempre van acompañados por alguno de sus papás o familiar adulto y algunos por un hermano más chiquito o más grande. Hubo muchas similitudes en los comportamientos. Algunos niños tomaban notas al igual que sus mamás. Unos niños fueron acompañados por sus hermanos mayores o menores. Los chiquitos de alrededor de tres años no veían nada pues la parte de las vitrinas con objetos estaba más arriba de sus cabecitas.

La mayoría de los visitantes fue de clase media y media baja. No lo visitaron discapacitados ni indígenas, o ningún arquetipo de población urbana como punks o darketos, ni gente de clase llamada popular, o alta, aunque pasen cientos de personas por el jardín de enfrente del MALM. Lo cual quiere decir que no se percibe el museo por afuera o no hay difusión o no hay algo que les interese hacer en el museo.

El segundo, y tercer día de la OP vinieron muchas personas; papá o mamá o abuelo y un niño o dos. Se nota que fueron al museo por una tarea asignada por la escuela (en el libro de registro ponen el nombre de la escuela cuando se trata de una tarea y así fue lo que pusieron casi todos): La SEP tiene la función de organizar y desarrollar la educación y cultura”. Inclusive llegaron muchos niños en uniforme. El patrón fue similar en todos excepto por dos: las mamás tomaban notas y fotos, mientras los niños asumían un rol pasivo. Esto también dice que no les atraían los objetos, o no les gusta leer, o no encontraban una forma de relacionarse con los objetos de manera que

pudiese haber sido educativa, o lúdica. Por lo tanto lo que el ICOM (2009) informa que debe ser la museografía el MALM no lo está cumpliendo: “[...] situar en escena un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión y preocuparse por las exigencias de los públicos adaptadas a la correcta recepción de los mensajes” (:56)



Imagen tomada en la Sala #5, MALM, durante la OP. Por LRH.

El director Muñoz menciona que el problema por el cual el público estudiantil no comprende el mensaje del museo es porque los maestros no guían a los alumnos. Según las políticas culturales debe haber una integración o colateralidad entre las escuelas y la cultura. Sin embargo, la base de la *educación formal* es en las escuelas y son los museos quienes con la *enseñanza no formal* (Silva, 2002) deben complementar la enseñanza de formas diferentes a las formales. Por lo tanto, aunque es una responsabilidad compartida entre educadores y museos, al visitar un museo queda en las tácticas del museo, **a través de la museografía**, el que los niños y demás público asistente sean inmersos en el medio del museo y aprendan de una forma diferente a la de la escuela.

Aunque los programas de la SEP para la educación formal buscan ser más interactivos, el lugar ideal para encontrar escenarios mágicos y participativos es el museo. Como ejemplo se pueden ver dos fotos del museo Universum

(museo de ciencias ubicado en Ciudad Universitaria) que reflejan la creación de un ambiente y la incorporación de juegos para aprender.



Imagen de juego en el Museo Universum. Por LRH, 2012.



Imagen de juego en el Universum. Instrucciones: “Sube a la plataforma con de otras personas. Mantengan el equilibrio hasta que se encienda la luz verde.” Por LRH, 2012.

Asimismo, se muestran las fotos del Museo Tezozómoc (Centro de Difusión de Ciencia y Tecnología) en la delegación Azcapotzalco en México D.F., dependiente del Instituto Politécnico Nacional (IPN). En estas fotos también se ve la interacción grupal y la forma lúdica de la enseñanza/aprendizaje en las actividades del museo.



Imagen de actividad grupal en el Museo Tezozómoc, 2012. Foto tomada por LRH.



Imagen de actividad en el Museo Tezozómoc. Foto tomada por LRH.

Si estos dos museos el Universum que es de la UNAM y el Museo de la ciencia (del IPN) logran enseñar a través del juego, quizá el MALM, auspiciado por el Gobierno del Estado de México a través del Instituto Mexiquense podría lograrlo también.

Como dice el Sr. Muñoz: “*los niños deben ser motivados en el museo, para salir con una motivación que invite a los papás a ir*”, se añadiría que con el resto de la familia y así aumentar el público asistente. Por eso dice Silva (1993) “los avances pedagógicos proponen una relación con el objeto del conocimiento en la que medie el descubrimiento.”(:21) Esto si lo transferimos al ámbito del museo será que haya actividades que generen otras formas de diálogo para que el público participe. Al participar, el niño, adulto o joven “descubre” por su cuenta. Lo mismo menciona (De Carrión, 2008) que a su vez propone convertir al visitante en *usuario*, significando, que al ser usuario; la persona *experimente* inmerso en los ambientes de la exhibición. Esta experimentación es lo que lleva al aprendizaje sería lo que motivara a los niños y atraería al resto de la familia al museo.

Si el director de Patrimonio critica que lo primero que se le diga a un niño es que “no toque” algo en el museo, entonces por qué no se han metido actividades lúdicas para que un niño pueda tocar y jugar, si se sabe de este problema.

Ante la pregunta de qué tipo de mediación hay para que los niños y los jóvenes comprendan mejor lo que están viendo, dijo que tiene vitrinas. Él insiste que sólo se tiene pocas fotografías y los automóviles. Nuevamente este mensaje refiere a que hay poca información y objetos sobre ALM y su época, lo cual infiere que no hay un departamento de investigación profesional en el IMC que pudiera recaudar información, materiales, y fotografías del personaje y de su época y que es imperativo que exista.



Aquí se observa como a través de pistas y de adivinanzas pueden hacer interactuar a los niños en el Museo Soumaya de Polanco.

4.1.5 Políticas Culturales

Para comprender las políticas culturales se recordará en qué consisten. Tomás Ejea dice: “incorporan acciones encaminadas a preservar el patrimonio, a promover diferentes acciones sociales de la población, a administrar y reglamentar las industrias culturales, fomentar la práctica creativa, establecer canales de distribución y recepción de bienes y objetos artísticos” (2008:2).

Por un lado las políticas culturales buscan acercar a los **jóvenes** a la cultura pero ante una museografía del MALM que no les atrajo, se convierte en una falta de a esa política. Zavala (2008) comenta: “el museo deberá contar con diversidad de estrategias de comunicación ‘escritas, visuales, tecnológicas’ no sólo por describir a objetos sino para evocar consecuentemente las ventajas y así volverlo un descubrimiento personal (:30).

Esto último contradice las **políticas culturales** de la SEP que dicen se debe promover la cultura a toda la población y al parecer a estos grupos no les ha llegado la información de que pasen al museo por donde pasan. La SEP tiene las funciones de educar y promover la cultura. “función de organizar y desarrollar [...] educación y cultura [...]” (SEP, 2012). Por otra parte, tampoco

se ve que Conaculta supervise el que se cumpla el apartado 2.9 de su reglamento que dice: "2.9 promover una mejora sustantiva en los servicios educativos que ofrecen los museos" (CONACULTA, 2012, en línea). Aunque además de no existir claridad en cuanto a qué es un "servicio educativo", no se observó ningún tipo de servicio, más que el de cobrar a la entrada.

Con respecto al poco interés de los jóvenes por el museo, **Bravo** mencionó que la **política cultural** debe preocuparse por los jóvenes. La Política Cultural dice: "Es necesario diseñar nuevas estrategias y mecanismos de atracción y generación de nuevos públicos, en particular **entre niños y jóvenes** [...]" (IMC, página en línea). Pero el problema de este artículo es que no dicen **cómo** se deberán de llevar a cabo estas estrategias y mecanismos, y en **qué** consisten.

Parte de las políticas culturales (2006-2012) dicen que el gobierno federal busca ampliar su influencia tanto con recursos humanos, financieros y materiales. En la página de Transparencia del Estado de México (la imagen se encuentra en la parte de Conclusiones y en el anexo # 3) efectivamente se ve que el IMC recibe una de los más altos presupuestos. Sin embargo, "la transparencia" no llega a mencionar la cantidad que se da para cada rubro necesario para los museos (como museografía, investigación, enseñanza, tecnología y adquisición de patrimonio, ni para las bibliotecas, archivo y demás áreas que cubre el IMC). Por lo cual hace difícil hacer un diagnóstico para saber cuál viene a ser el problema económico.



Imagen de la Sala Chamizal, durante la OP, a la vez que se celebra una clase de música. MALM. Por LRH, 2012.

4.1.6 El ocio como placer y tiempo de aprendizaje

Hasta hace poco tiempo se está tratando de recuperar el crear una referencia positiva al llamado “tiempo libre” o como se denomina en este estudio “el ocio”. El conferencista del seminario de museografía, Edgar Espejel, menciona esta necesidad del hombre por generar actividades gratificantes, lúdicas durante el tiempo de ocio para mejorar la calidad de vida. En este estudio se tomó en cuenta esta categoría porque un museo que cuente con este tipo de actividades lograría que los visitantes tuvieran un momento gozoso y/o de aprendizaje y asistirían a él.

Él menciona que ese tiempo, reconocido como el tiempo de ocio, es un momento que debe existir porque es cuando el hombre se reinventa, puede aprender y gozar [...] Deberá considerarse al ocio como una forma positiva para tener una vida feliz y plena como lo consideraban los griegos”. Las palabras del Sr. Espejel se toman especialmente dentro del marco que son los

museos, pues precisamente su conferencia fue dentro del Seminario de Museografía de la UNAM en el Centro Cultural Tlatelolco.

En el GE de adultos **Sil** que vive a unas cuadras del museo se cuestionó a si misma el porqué sus hijos no iban al MALM. **Sil lo** atribuyó a la vida acelerada actual, “*no se dan la oportunidad a conocer algo tan importante como las tradiciones*” (refiriéndose a las festividades que se celebran en él). Quizás, como dijo Espejel (2012) “tener tiempo de ocio ha sido mal visto”, o el que haya otras ofertas culturales más atractivas, o a la museografía inadecuada o la falta de difusión de sus eventos ha hecho que no vayan al MALM. Habría que preguntarle directamente a los hijos de **Sil** por qué no asisten a un museo que les queda a una cuadra de distancia.

En la **OP** respecto a si hubo muestras de **gozo** al recorrer el museo se vio lo siguiente: La mayoría se conservó seria y callada, caminando despacio y con un orden de derecha a izquierda en casi todas las Salas. En el claustro, cuando no estuvo la filarmónica ensayando, el caminar fue más errático pero hablaban un poco más alto. En las salas no se ve que la gente, que en su mayoría fue mamá o papá con hijo/hijos, hayan disfrutado mucho. La razón es que platicaban poco entre ellos, no se detenían mucho en los objetos, más que lo suficiente para copiar lo que estaba en las cédulas. Pocas personas se quedaban explicando a sus hijos lo que había en las vitrinas o preguntándoles a sus hijos que les gustaba. Los niños que iban con sus dos papás se veían tomando la mano de sus papás, haciendo preguntas o hablando, tomándose tiempo en lugares como la terraza o frente al mural. Las mamás que iban acompañadas de otra mamá se veían menos presionadas porque caminaban más despacio. En general, nadie se desesperó con sus hijos. Sólo hubo un abuelito que presionaba al nieto para que se apurara a ver todo. Hubo dos niños que si tomaban apuntes y leían todo y se veían ecuanimes, como si estuvieran acostumbrados a hacerlo. De un par de papás que fueron con sus hijos mientras el papá leía la mamá, tomaba apuntes. Hubo dos niños que mientras sus mamás tomaban apuntes ellos andaban por todo el museo sin

ningún orden. Como diría Lauro Zavala (2006) eran visitantes chapulines yendo de un lado para el otro. A los visitantes que iban como familias completas se les vio interacción positiva. Se tomaban fotos juntos o posaban para la foto del otro. La mayoría de las mamás se mostró como **visitantes-hormiga**; es decir, fueron minuciosas en su recorrido; probablemente porque estaban ayudando a tomar información para la tarea de sus hijos.

Del par de jóvenes que fueron, la mujer se vio más interesada en la exposición ya que utilizó su cámara para tomar varias fotografías. No pasó lo mismo con su acompañante que no pareció interesarse por nada. Hubo dos hombres, uno con su sobrino y otro que fue solo, que demostraron más muestras de gozo por haber ido al museo por gusto que los que fueron por realizar una tarea de la escuela.



Niño con tío en el ágora del MALM. Observación Participante. LRH

Uno de esos hombres comentó que estaba recorriendo todo el municipio para recordar tiempos pasados y que por eso había llegado al MALM. Esto significa que no fue por algún tipo de difusión. Refirió que recién lo habían regresado de EEUU donde estuvo trabajando de inmigrante por muchos años. Demostraba gusto por ver fotografías o dibujos y las comentaba como fue en

el caso de los dibujos de John y Jaqueline Kennedy. Seguramente debido a su capital cultural supo quiénes eran estos personajes y no porque hubiera una explicación acerca de ellos.

El señor que entró con su sobrino leía todas las cédulas y se preguntaba cosas que no entendía pero no hubo quien le contestara en la Sala de Texto Gratuito ni en la Sala # 5. Su sobrino, hacía aspavientos de sorpresa al encontrar información que le gustaba.

En la OP hubo una demostración de placer en cuanto a la exposición por parte de un niño que decía “órale” por algo que había leído y lo hizo en tres ocasiones. Él no fue al museo porque tuviera una tarea. Otro señor demostró gusto porque el edificio le recordó su casa. Otro porque acababa de estar fuera del país por muchos años y el museo significó parte de lo que no había visto. El que unas familias se pusieran en la terraza a ver la filarmónica fue como algo que escogieron ver por el placer de ver tocar los instrumentos y escucharlos. Además no era parte de la tarea. También hubo gozo en la jovencita que tomaba fotos.

El resto de los visitantes observados no demostraron placer ya que se les observó serios y callados, caminando despacio. En las salas no se vio que la gente, que en su mayoría fue mamá o papá con hijo/hijos, hayan disfrutado mucho. La razón es que platicaban poco entre ellos, no se detenían mucho en los objetos, más que lo suficiente para copiar lo que estaba en las cédulas. Pocas personas se quedaban explicando a sus hijos lo que había en las vitrinas o preguntándoles a sus hijos que les gustaba. Hubo dos niños que se tomaban apuntes y leían todo y se veían ecuanímes, como si estuvieran acostumbrados a hacerlo. Es decir no se vio que se divirtieran, se recrearían, crearan o jugaran.

Con respecto a los sujetos de la EP, a la poeta Gloria Miranda, le ha tocado, a veces, exponer sus poesías con dos o tres personas solamente y los empleados del museo. Ella considera muy triste esta situación porque no

logran decirle al público *“ven y descubre este otro mundo; porque no todo es estrés; no todo es obligación”*. Ella atribuye esto a que el problema principal es la falta de difusión de los eventos.

Al explicarle que los niños buscaron algo más lúdico en su visita y que los jóvenes no estuvieron nada interesados en ALM, porque buscan lo tecnológico, el **Sr. Muñoz**, pidió tiempo porque tiene un total de 30 museos a su cargo.

Por otra parte, hablando de tecnología (TIC) como videos, él argumentó nuevamente que *“de que servirían si no hay suficiente información de ALM, por lo cual no habría material para meter a esos videos.”* La pedagogía, la creatividad y la investigación sería lo que permitiera que se pudiera tener juegos que enseñaran al público en general y/o en especial a los niños.

El director Muñoz está en favor de las clases de música en el museo porque dice que *“así el museo se ve más vivo y con grupos de música o artísticos se ve lleno”*. Agrega que ensayando los alumnos en el museo vienen los papás y a lo mejor les interesa visitarlo todo.¿ Su discurso está implicando que se trata de dar apariencias de que está vivo o acaso está cancelando el MALM como museo y lo considera sólo un apéndice del Grupo Branshala? Porque regresamos, un museo participativo, innovativo y que sabe lo que su público busca atraerá público.

4.2 Difusión

Simplemente el área donde se encuentra el MALM (la plazuela) es lugar de paso de dos primarias, un kinder y una secundaria. Asimismo, es el camino de la gente que va al mercado; sólo por mencionar los que pasan a pie. En cuanto a la afluencia vehicular, pasan miles de automóviles, combis y camiones, pues es la calle principal del centro, y una de las vías principales para llegar a la Central de Abastos, la Iglesia de San Francisco o para ir a las otras poblaciones como San Pedro.

La segunda categoría eje de los resultados es la Difusión, pues se cree que uno de los problemas que causan la falta de asistencia al MALM, es la falta de difusión. Debido a los tiempos actuales en que mucha de la difusión se hace a través de las TIC's y que el MALM, hace uso de ellas, se verá lo que opinan los GE al respecto. Por otra parte, el MALM, cuenta con la posibilidad de lograr una comunicación personalizada, cosa que no todos los museos pueden. Esta ventaja podría ser un argumento para difundirlo más. Por otra parte el proceso comunicativo del cual la retroalimentación es muy importante, surgió como un elemento que hace falta en el MALM. Para generar una adecuada difusión habría que conocer las opiniones del público respecto a los mensajes del museo, la museografía, las formas de difusión actuales para lograr darles lo que les atrajera.

Se sabe que la difusión como publicidad es muy potente para crear necesidades, o dar a conocer servicios o productos. **La difusión** es una forma de comunicación y permite dar a conocer algo o promoverlo (González,1999). Parte de la difusión es informar de eventos, sitios o lugares, relacionar una acción con un placer, recordarnos, hacer uso de la retórica. Una publicidad profesional implica una estrategia por diferentes medios. Implica un "lenguaje especial para cada público, etc. No se puede basar sólo en poner lonas o mandar mensajes por FB como se hace actualmente. El director actual, el Sr. Mendoza Sánchez, del MALM, dijo haber colocado lonas en dos puentes para hacerle difusión al museo, pero que no habían durado por causa de haber sido robadas. La asistente Angélica Trejo difunde las actividades por FB, pero no se basan en un estudio de cuántas veces por semana y día deben de ser subidas las imágenes, el público que las recibe es muy limitado (sólo lo reciben quien ya fue al museo y permitió entrar a su FB, aparte no cuentan con algún slogan. Es decir, no se cuenta con una estrategia ni con los conocimientos para realizar una campaña profesional. Por lo cual una vinilona los volantes que no se distribuyen y los mensajes que pocos reciben por Facebook (FB) no suficientes para publicitar al MALM.

Al parecer tampoco hay un letrero que diga que los miércoles y los domingos la entrada es gratis, algo que **Marg**, y otras personas debieran leer al entrar a un centro museal y decidir si aprovechan esa oportunidad o no. Como mencionó **Marg** la principal razón por la cual no va a los museos es por falta de recursos. Los otros participantes del *Grupo de Enfoque* fueron quienes terminaron informándole de esta facilidad.

El museo no aprovechó al público de los Grupos de Enfoque, ni los de las OP para promocionarse y difundir los eventos que se realizan ahí. A veces se puede hacer la difusión sin que cueste dinero, como hubiera sido que les dieran un folleto o panfleto con los eventos del museo, o que hubiera carteles con las futuras actividades.

El MALM recibe difusión por parte de la gente creadora, altruista y artística que participa en el museo, como mencionó **Sa** de la Sra. Naty, que la ha invitado a ella y a los vecinos a varias actividades.

Sil mencionó que llegó a ver un pequeño letrero acerca de las actividades del museo dentro del mercado. Dio a entender que de casualidad lo vio, pues “*era pequeño y sin imágenes*” o letras que llamaran la atención. A pesar de vivir tan cerca nunca le ha llegado un volante o “flyer” con información de las actividades del museo.

“*Del Museo Adolfo López Mateos, yo no me di cuenta, porque no hay letreros en la vía principal que te digan que ahí está el MALM*”, dijo **Tom**. La mayoría de los adultos del GE informó no haber sabido de las actividades del MALM.

Los jóvenes del GE tampoco han recibido publicidad del museo en su vida. Un joven comentó pasar enfrente del museo seguido; dice no haber percibido que el museo estaba ahí pues no tiene nada llamativo o su nombre a la vista (el museo tiene el nombre aproximadamente a una altura de cinco o seis metros arriba del piso y está hecho en relieve del mismo color que el fondo, por lo cual la gente que va caminando no lo ve a simple vista).

Los jóvenes del GE sugirieron como manera de **difundir** eventos, una cafetería. Además sabemos que en estos tiempos las cafeterías son una forma de consumo cultural que también les da un valor simbólico.

El pintor Ignacio Bravo dice que su público por lo general son sólo sus amigos que él invita, “no viene más público como resultado de la mala difusión”. Se lo atribuye también a que *“el director es parte de la política gubernamental que escoge directores por ‘dedazo’ y que por lo tanto no tiene sentido de pertenencia hacia Atizapán, ni sensibilidad para difundir la cultura”*.

Durante la Observación Participante (entresemana) se vio que la difusión que realiza el MALM no fue la responsable de la asistencia al museo; fue el tener que hacer una tarea para las escuelas la razón por la cual la mayoría asistió en estos días. En otros tres visitantes fue porque pasaban por ahí. En un par de jóvenes fue porque iban para ver la exposición de una de sus amigas.

Durante la festividad del Día de muertos, los visitantes refirieron que quien los había invitado a participar desde hace años fue el director pasado; el Prof. Martín Mendoza Pastrana, otros que el director actual y Angélica Trejo, la asistente; y **Sa** dijo que su familia siempre ha participado. Como dice Giménez (2009) “El museo es un símbolo de identidad colectiva es parte de una memoria compartida incluso a través de celebraciones conmemorativas” (:12). En sí, la mayoría fue invitada por los mismos vecinos,

Con la celebración del Día de Muertos el MALM se vio vinculado en forma más directa con el grupo social y cultural como lo hace un ecomuseo. Hubo dos tipos de difusión: personal por parte de los vecinos y de parte del museo al contactarse con la supervisora de zona para pedir que vinieran escuelas.

En cuanto a cómo ve la **difusión** de sus eventos por parte del museo cuando se presenta ahí, **Gloria** Miranda, expresa primero que *“no la hay”* después agrega que *“a lo mejor sí pero que ha de ser de una manera muy pobre y débil porque siempre van los mismos”* (Cuando dice siempre los

mismos se refiere a los amigos y/o familiares que los mismos artistas convocaron). El uso de la adecuada difusión para el público por parte del museo, para sugerir y mandar el mensaje de que va haber una lectura o presentación de poesía probablemente haría que hubiera más público. Refiere Lomas (2001:32) acerca de la difusión “Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas”. Aparte, la difusión nos informa donde habrá eventos, y según la forma y el medio en que lo presente deberá llegar al público que se interesaría para este evento. “La difusión hace del conocimiento público los hechos culturales para que sean **disfrutados**, apreciados y valorados” (Programa Nal. De Cultura 07-12). Precisamente de eso se trata con los eventos culturales que la gente los disfrute.

La otra razón que expone Miranda para que no haya público es la falta de difusión. Menciona que no hay quien distribuya los volantes que el mismo museo produce.

OCTUBRE 2012

Viernes 05
Ter. Muestra de Cine de Terror, Ciencia Ficción y Fantasía. Conducida por Abraham Cruz Torres. 12:00 hrs.

Sábado 13
Recuerdos de Agua Blanca Antigua. Exposición de literatura. Abraham Cruz Torres. 12:00 hrs.

Sábado 20
Banda Sinfónica "Enstocche SWISC". Lake live, pink panter, summer time y más. Dir. Carlos Caspar Medina. 12:00 hrs.

Sábado 27
Concierto de música de todo el mundo. Orquesta Sinfónica de Atizapán de Zaragoza. Banda Sinfónica de Atizapán y Orquesta Sinfónica de Atizapán. 12:00 hrs.

Domingo 28
CANCIONES PARA LOS NIÑOS. CANTATA MUSICAL. Dir. Miguel A. Fernández C. 12:00 hrs.

Miércoles 31
EXPOSICIÓN DE MÚSICA. Exposición colectiva. 12:00 hrs.

Plaza Lic. Adolfo López Mateos S/N Col. Centro. C.P. 54500. Tel.: (0155) 58 22 92 20, Atizapán de Zaragoza, Estado de México. www.museoadolfopezmateos.org. Correo y facebook: museoadolfopezmateosatzipan@yahoo.com.mx

DICIEMBRE 2012

Concierto de Navidad 7
Cantata "Suones Ilustres". Dir. Miguel A. Cruz Hernández. 17:00 hrs. **Viernes**

Final de Temporada 8
Coro Infantil de Atizapán "Los Mechales". Dir. Aaron Gabriel Guerrero R. 16:00 hrs. **Sábado**

Exposición de Nacimientos 8
Familias "Arceval Valencia", "Vázquez Guzmán" y "Vargas Ibarra". 16:00 hrs. **Sábado**

Cuento de Navidad 14
Cuento "Cantos y Flores". Dir. Gian Simeón M. 18:00 hrs. **Viernes**

Cuota de Recuperación: \$35.00
Banda Sinfónica de "Atizapán" Dir. Carlos Gaspar Medina.

Calle Ayuntamiento S/N en la Plaza Adolfo López Mateos Col. Centro. C.P. 54500
Tel.: (0155) 58 22 92 20. Atizapán de Zaragoza, Estado de México
www.museoadolfopezmateos.org Correo y facebook: museoadolfopezmateosatzipan@yahoo.com.mx

Imágenes de los volantes que realiza el MALM para difundir sus actividades.

La poeta Miranda, menciona el tipo de difusión que ella ha visto realizada por el museo: *“panfletitos (volantes) en la entrada, no hay pancarta a la entrada”*. *“Conocidas que viven en el área no han visto ningún cartel, ni está anunciado en ninguna parte”*. Por lo mencionado anteriormente, la poeta asume que no hay empleados que se dediquen a la difusión. Sugiere que algún voluntario los reparta –a los volantes-. Si se siguieran las políticas culturales que hacen énfasis en la difusión, si se designaran recursos para ello, y además hubiera supervisión para verlo realizado; posiblemente se daría la difusión del museo. “[...] impulsar la difusión cultural” Una de las políticas culturales del Edo. de México (Cod.E Sector III Código Administrativo, 2012, en línea).

Se sabe que la publicidad debe usar diversos medios para poder llegar a diferentes públicos. Al parecer no es problema de costos, pues el director debe tener una cantidad de dinero para ese rubro. Si no lo tiene, se propone recurrir a un sistema de trueque con otros centros culturales (el museo reparte su publicidad, y ustedes repartan nuestros volantes). Convocar la ayuda de “los **amigos del museo**” para la difusión es otra idea. En otras ocasiones juntaron dinero para arreglar el reloj del museo, y que con base a donaciones dotaron de un computadora, una cámara fotográfica y lámparas como comentó el pintor Ignacio Bravo.

Otra buena opción sería invitar a que compañías participen como lo hizo Universum con Bayer. Bayer expone algo relacionado con la ciencia, se crea una imagen positiva y a su vez en su página publicita que se visite al Universum.



Imagen de la exposición itinerante de Bayer en Universum, 2012. Foto tomada de la página oficial de Bayer.

Referente a la difusión, el Mtro. Bravo dice que es nula; que cada artista tiene que hacerla por sí mismo. Él dice que esta falta de difusión sucede en todos los museos, y que se debe a que carecen de una logística publicitaria y porque quienes dirigen estos centros no la conocen. Las Políticas Culturales del Estado de México hablan de impulsar la difusión cultural, pero no se puede impulsar lo que no se entiende o conoce. Debido a que no hay empleados

profesionales se marca una contradicción dentro de los organismos que deben llevar a cabo las Políticas Culturales; que son Conaculta y el IMC. Para impulsar la difusión deben contar con profesionales. y/o marketing social (para medir los resultados de los programas culturales) y debe haber transparencia en los recursos del gobierno.

Bravo opina que falta una publicación creada por el museo (se sabe que las publicaciones sirven como difusión) y cursos. En la opinión de este creador el Grupo Branshala está haciendo la labor del director, por ser los que más están promocionando la cultura. Además, dice que se presentan pocos poetas y músicos que no sean de Branshala, porque esta escuela o grupo cubre el programa mensual del museo. Los jóvenes que estudian ahí tienen su público cautivo que incluyen a los familiares que vienen a ver sus avances. Lo que no ocurre con los creadores plásticos o poetas que llegan a presentarse y tienen cinco ó seis personas.³⁰

La Sra. Eugenia Valencia confirma que le hace falta difusión al museo. Un ejemplo que dio fue cuando *“se presentó una fabulosa soprano pero había poca gente”*.

Para Muñoz, *“la difusión sí existe porque dice que aparecen los eventos todos los días en el periódico Reforma”*. A veces si salen eventos en ese periódico y en el “Metropolis”, un periódico local gratuito, pero no diariamente. Además los periódicos son poco leídos, en especial un periódico “Reforma” que sí cuesta. De cualquier manera esa es sólo una forma de difusión y el MALM necesita de otras formas para llegar a convertir al museo en uno más democrático donde no sólo gente del primer cuadro, o del Grupo Branshala o de clase media acudan, sino de colonias fuera del primer cuadro y de bajos y altos recursos.

³⁰ nota: Se ha observado que los horarios que dan para presentaciones a poetas o músicos son a las cuatro de la tarde del viernes, horario al que no podrá acceder mucha gente, pues no han llegado de sus empleos. Una fuente que por ética no se dirá su nombre, refiere que se dan estos horarios porque el director se va justo a las seis. Por lo cual, no puede haber representaciones más tarde.

El director Muñoz aclara que la difusión es responsabilidad del IMC pero que no le han pedido nada, y que “*para que haya una lona o una vinilona anunciando al museo, el director del museo, Mendoza Sánchez (MS), tendría que pedirlo*”. Si el perfil del director MS no incluye el de ser administrador o difusor de la cultura o siquiera un arraigo al municipio como decía el Mtro.Bravo, puede que no le interese pedir esa vinilona o nada más. Las razones son por falta de capital cultural o de identificación con la cultura y con Atizapán. Además puede ser que más público podría implicar más trabajo para un lugar con el cual no se identifica.

Asimismo se ve la incongruencia del Plan de Desarrollo porque a nivel municipal, no hay el adecuado apoyo a la **difusión** de la cultura que proviene del Gobierno del Estado de México a través del IMC y su representante en Atizapán, el MALM (desde que nació el MALM, no se le ha puesto avisos peatonales o de calle para anunciar al museo ni el cómo llegar. Tampoco hay el apoyo a la difusión de las agrupaciones y artistas independientes que se presentan en el MALM, aparte de no recibir ninguna compensación económica por su trabajo ni ayuda para su transporte, tienen que erogar dinero para su propia publicidad y material.

Es decir que la imagen positiva de los gobiernos municipales y estatal (la legitimización) pudo haber crecido a costa del trabajo de los artistas, creadores y organizaciones independientes sin que ellos erogaran dinero. Los centros utilizados para las exposiciones y presentaciones son parte de estos dos gobiernos (estatal y municipal).³¹

³¹ Políticos como el presidente municipal de Atizapán de Zaragoza, Pedro Rodríguez, que fue a la inauguración del festival de “Aguablanca” celebrado en la plazuela afuera del MALM, prometió mandar a hacer señalizaciones que indicaran dónde se localiza el MALM, el Centro Nishisawa, y el Teatro Zaragoza, en quince días. Pasó el mes del festival y no se pusieron. Como dice Latapí, “la política social sirve de contenedor de conflictos sociales” (consultado el 2012).



La primera imagen muestra un sobre “del tesoro” para que los niños en el museo Soumaya vayan guardando sus hojas de actividades por el museo. La segunda imagen es un “volante” mostrando frases que invitan a la Cultura. Por LRH, 2012.

4.2.1 Comunicación Personalizada

Los niños del GE tuvieron la experiencia de oír música durante su recorrido lo cual les gustó mucho (se presentó un coro en el ágora del museo). Se encontraron, asimismo, con una de las creadoras de los nacimientos; lo cual hizo que tuvieran contacto directo con ella y le pudieran hacer preguntas. El encontrarse con la Señora *Eugenia Valencia* que hizo nacimientos demostró al MALM como un museo con oportunidades de una *comunicación* personalizada a través del contacto directo con los creadores y no siempre una comunicación de masas. Como dice Hooper “las experiencias compartidas permiten que se pueda decodificar el mensaje” (1998:57). Por lo tanto, al estar con la Sra. Valencia pudieron ver como acababa de decorar un nacimiento y le preguntaron acerca de los materiales que usó, como las mazorquitas en uno de ellos. Logrando a través de la comunicación oral otra vía para la decodificación del mensaje por parte del visitante. Esta es una parte del aprendizaje significativo que sí cumple el museo. “Las experiencias compartidas (donde se encuentra el creador o artista y el observador-visitante) permiten que se pueda decodificar el mensaje”. (Hooper-Greenhill, 1998: 57)



La Sra. Eugenia Valencia frente al altar de navidad realizado con mazorquitas. Dic.,2012. Por LRH.

4.2.2 Retroalimentación

La comunicación, como se ha dicho, es parte inherente de toda manifestación de la vida social (Giménez, 2009). La retroalimentación, parte del proceso de la comunicación, es la información que proviene, del receptor, e indica cómo se está desarrollando el mensaje a partir de los efectos y respuestas en los receptores.

Para aumentar la cantidad de visitantes al MALM, es necesaria la retroalimentación; es decir, saber que les gusta, llama la atención, qué buscan en un museo. Esta retroalimentación ayuda al aspecto de la museografía y a la difusión.

Durante el trabajo de las técnicas se llevó a cabo una especie de retroalimentación para saber que sugerencias y opiniones tenía la gente respecto al museo.

Esto lleva al comentario de **F.** que dice: *“no traería a nadie al museo porque se me hizo aburrido en comparación con el Museo del Niño en el cual aprendí jugando”*. Como propone Jaramillo en su artículo de “El museo como teatro y

parque” (2008), una relación diferente entre el sujeto y el objeto experimentando libertad a través del juego y la creatividad. Este factor del jugar lo mencionaron los niños del GE al sugerir que hubiera rompecabezas, o un juego de guerra referente al Chamizal y el tener TIC, como Xbox, o pads con juegos. Como dice Rubiales (2008) una forma de acercar a las audiencias juveniles es utilizando elementos y tecnologías que les son familiares.

Los museos buscan que sus públicos regresen. Por un lado demostraría que hay experiencias que les gustaría volver a repetir. Quizá con otra posibilidad de lectura que causen una trascendencia y no la simple transmisión de información (Rubiales, 2008) podría interesarles regresar. Tres personas hablaron de lo que les haría regresar sería llevar a alguien de su familia. **V** dijo que *“sé que a uno de mis hijos le encantaría ver el coche negro de ALM”*. **M** *“yo traería a mi familia, y regresaría para leer lo que no acabé de leer y para volver a ver los nacimientos que nunca antes había visto hechos de mazorca”*. **S** invitaría a su familia. En estos tres casos vemos que el museo muy a pesar de su museografía con deficiencias logró que la mayoría del grupo de adultos tuvieran un lazo tanto emocional como educativo y ritual (Zavala, 2006).

A **Sil** le gusta saber que tiene un museo en su municipio que fomente la cultura, sobre todo para los niños. Es interesante que mencione que fomenta la cultura y *“sobre todo a los niños”*, porque a lo mejor considera lo que está en el museo no atractivo para sus hijos que ya son jóvenes y a lo mejor eso es lo que hace que no promoció al museo con ellos.

El caso de **Sil** es interesante porque vive en la “cabecera” del municipio, por lo tanto muy cerca del MALM, pero no ha llevado a su familia. Le da pena que esta a un paso del museo y ha sido invitada por Doña Naty, a los eventos del 10 de mayo, el 5 de mayo en los cuales Naty lleva la comida típica de los caracoles y el pulque. **Sil** demostró que le gustó eso y dice (como promesa) que *“no quiero que mis hijos se pierdan esas tradiciones otra vez”* y que les fomentará que acudan al museo.

Casualmente los jóvenes del GE expresaron que les hubiera interesado saber más de la vida personal de ALM. Díaz (2013) explica esto como “El discurso para la identidad donde este tiene una cualidad reveladora en tanto que entiende que gracias a él los hombres muestran quienes son, aparecen como una identidad única y con ello se insertan al mundo humano (:38, 40). Se habla de un discurso en el museo porque el museo es un medio para comunicar; donde hay un discurso acerca de ALM, que no fue completado y por eso no se le ve de “carne y hueso”. Aquí se nota nuevamente lo importante de recibir retroalimentación de los públicos.

Los jóvenes del GE también mencionaron el deseo de que hubiera más arte urbano, conciertos de música de rock, o de un artista que hubiera tenido que ver con ALM. Mencionaron muchas cosas visuales, videos, documentales, películas viejas, colores, decoración, luz, que le hacen falta. Este deseo por lo visual lo comenta García Canclini cuando dice que lo visual gana a lo que se escucha (2012) y la estética neobarroca estudiada por Calabrese (1987), “gusto por lo visual, [...], por el exceso (:66), lo escandaloso (:76,77), o la fragmentación (:100), entre otras características de la estética neobarroca.



Dos de los jóvenes del GE, en el MALM. Autor LRH.

Durante la OP del Día de muertos, ante la pregunta de qué haría al museo más atractivo, **SA** mencionó que debiera haber eventos más llamativos y sugirió ciertas cosas. **Nat-** que hubiera más entusiasmo en la actual

administración y **Ale** que hagan ir a la gente. Como dice Fernández (1999) “hay una necesidad de aplicar la nueva museología destinada a conseguir que la función esencial del museo sea del desarrollo socio cultural al servicio de una sociedad democrática.” (:85). Queriendo decir con esto que lo democrático hará que los museos se interesen por las peticiones del público, como lo sugieren estas personas. Nuevamente sale a relucir el problema de la difusión. El problema como **Ale** menciona: “*la gente llega a comer al Quiosco enfrente del MALM, y a veces no tienen idea qué es el edificio*”. Lo cual sugiere que aun en un lugar tan cercano al MALM, no se ha ideado algo para difundir al museo.

También se mencionó que se repetían mucho las presentaciones de música del Grupo Branshala y que, “*ni porque vivo cerca me llega publicidad del museo*”.

Quien se haga responsable de la difusión deberá tomar en consideración la importancia del estudio de mercados social para recibir esta retroalimentación por parte del receptor-público para conocer su opinión, gustos, preferencias así como de su consumo cultural social o cultural o de mercado.

Otras formas de retroalimentación son el libro de sugerencias o comentarios que se tiene al final del recorrido y que el MALM no tiene y cuando se preguntó por él en el MALM dijeron no tener uno. Sin embargo, el Sr. Muñoz insistía en que sí lo tenían, por lo cual refleja una falta de supervisión por parte del IMC.

Otras formas de retroalimentación son los Grupos de enfoque, las Entrevistas de profundidad, las encuestas, que como ya se dijo anteriormente, ayudan a saber lo que quiere el público. Muñoz no mencionó que se realizaran.

4.2.3 Las TIC

Las TIC se refieren a las tecnologías de información y comunicación como el internet, el teléfono móvil, Twitter, los blogs, el Xbox, la fibra óptica, el correo electrónico, el Facebook (FB) la red de TV por cable, etc.

A los jóvenes se les mostró la publicidad del MALM que circula en las redes sociales como FB, y su opinión fue que habían puesto a cualquiera a hacerla y que les daría flojera verla. Al decir que pusieron “a cualquiera a hacerla” implica que la consideran que le falta elementos para dar un mensaje que les llame la atención, que se necesita a alguien que sepa de diseño por lo cual sugieren: *“Podrían poner a un estudiante de diseño a hacerlas”*.

Los jóvenes del GE también mencionaron el gusto por haber visto los cuadros en 3D y las maquetas realizada con bastante tecnología, en el Papalote Museo del Niño y que este tipo de proyectos les gustaría ver. Esto habla de un interés por un arte relacionado con la tecnología que se ha designado como el **sublime tecnológico y que Costa lo define así:** *“l’imagine sintetica vale comen nuovo tipo di imcommensurable capace, per questo, di generare una nuova modalitá di esperienza estética, parte di quella che si e qui nominata sublime tecnológico”* (1998: 74).

Por sus gestos, y entusiasmo al contar este evento se notó que **C** logró una experiencia educativa por haber satisfecho sus expectativas lúdicas durante la visita (Zavala,2006).

A pesar que la tecnología ha sido incorporada en varios museos, el director Muñoz se resiste a implementarla diciendo que los proyectos tecnológicos no podrían durar mucho porque este rubro está en constante evolución. Entre líneas se lee excusas, que podrían ser por no tener la capacidad de recursos humanos o económicos. Además, no necesariamente se tendrían que cambiar los proyectos tan seguido, lo que importa es empezar a implementarlos. Como se sabe el museo tiene una característica de ser un lugar de enseñanza/aprendizaje no formal por lo cual lo que dicen Sarle y Rosas, a continuación, es pertinente:

“El ámbito educativo no escapa a la incorporación del videojuego como recurso para la enseñanza. Jugar para favorecer la construcción de significados. Los videojuegos crean mundos virtuales donde la fantasía se hace presente con fuertes similitudes con la realidad, incorporando temas políticos, sociales y culturales. Es por ello, que los niños lo cargan de sentido ya que brindan un contexto a través de sus relatos y generan un espacio de cooperación. “Al diseñar secuencias lúdicas como formas de

enseñar contenidos escolares, se ofrece una tarea que tiene sentido real para el niño, que esta contextualizada y que presenta muchas oportunidades para interactuar con otros sujetos co-construyendo el conocimientos con ellos” (Sarle y Rosas, 2005: en línea)

Además como dijo Kofi Annan, cuando era director de la ONU, (Ginebra, 2003, en línea) “Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua.”

De esta manera se ve que la museografía con ayuda de las TIC no existe en el MALM.

Ahora, después de haber analizado las categorías relacionadas con la difusión, se presentarán los resultados obtenidos en las categoría del Consumo Cultural y las subcategorías relacionadas con el como son la Identidad, la Identidad Colectiva, el Capital Cultural y el Simbólico, las tradiciones.

4.3 Consumo Cultural

Es amplio el resultado respecto al **consumo cultural**. García Canclini expone: “El **cuarto modelo** de consumo cultural se refiere al consumo como sistema de integración y comunicación”. (1993:26). Por momentos esta integración y comunicación se da sólo con los otros creadores/artistas que asisten a las presentaciones realizadas por sus amigos en el MALM. Cuando no hay difusión no asiste el público en general y se pierden de esta integración y comunicación. De alguna forma los creadores están conectados con la Cultura, por su formación, capitales culturales y simbólicos. Lo que se busca es que más gente realice este contacto con la C/cultura.

Las niñas del GE expresaron su deseo de obtener objetos en una *tiendita del museo*. El hecho de no haber objetos que pudieran adquirir en alguna tienda impidió esta parte del consumo cultural en el cual, “además de

satisfacer una necesidad o deseo, al apropiarse de los objetos los hubieran cargado de significados” (García Canclini,1999:41). Por ejemplo, el que las niñas tuvieran la oportunidad de comprar copias del anillo rojo, aparte de causarles placer sería llevar hasta su casa un recuerdo que les llevaría a recordar algo de lo “aprendido” o de lo que ellas han visto que signifique un anillo en sus cuentos o películas.

Ante la pregunta de por qué hay pocos visitantes en el museo el **Sr. Muñoz** toca varios puntos que influyen en este problema. Uno, dijo, es la falta del hábito de ir a los museos, lo cual coincide con la Encuesta Nacional de Hábitos y Consumo Cultural (2007-2012)- donde se mencionan a tres países –Francia, Reino Unido y México- y sus hábitos de visitar museos. Efectivamente los dos primeros países, llamados *desarrollados*- implicando una población con mayores ingresos y nivel de educación; son los que tienen una asistencia a los museos de 77% y 44% de al menos una vez, en los últimos 12 meses. Por su parte México tiene una asistencia del 20%. Se recordará entonces, lo que dice Bunge (1998) respecto a que no puede haber un desarrollo cultural completo, si falta el desarrollo económico, político y biológico. Aparte de que toda cultura desarrollada incluye la ciencia y la tecnología. México que como país con una falta de desarrollo en todos los aspectos, genera esta falta de consumo cultural.

En el caso de la festividad del Día de muertos se realizan diferentes tipos de consumo cultural. Por una parte, el grupo de vecinos, el Consejo Ciudadano y el mismo MALM compiten por ser organizadores de los eventos culturales, pues saben que eso les dará notoriedad, prestigio y autoridad “es el lugar donde clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.”(García Canclini,1999:36).

Como se realiza un ritual también – alzar altares de quien admiran o amaron, recorrerlos, cantar y llevar incienso y velas- es una forma en la que la comunidad se une de tal manera que “selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan.” (Canclini,1999:40)

Por otra parte, la intención de los visitantes niños, observados durante la OP (entre semana) era expandir sus conocimientos para que al presentar su tarea eso les traiga reconocimiento en su escuela donde si lo valorarán de una manera simbólica. Los papás ganan notoriedad por tener hijos que cumplen con la tarea.

En cuanto al valor simbólico del consumo cultural en los GE de jóvenes, pocos lo sintieron: sólo un joven y dos niñas de los grupos de enfoque se sintieron con orgullo y notoriedad. A los jóvenes les hizo falta un lugar de integración y consumo; como ellos refirieron les gustaría una cafetería. Actualmente la difusión de las cafeterías generan un valor simbólico en los jóvenes mas que de un uso.

Los adultos del GE mencionaron sentir orgullo que en Atizapán haya un museo que fomente la Cultura, o de haber asistido.

Por la labor que realizan los organizadores y los artistas su modelo de consumo es la que les dará capital simbólico, pues al presentarse en el MALM ganan reconocimiento. Su ganancia es un capital simbólico asociado con talento, prestigio, conocimientos.

La intención de los visitantes niños, observados durante la OP (entre semana) era expandir sus conocimientos para que al presentar su tarea eso les trajera reconocimiento en su escuela donde los valorarán de una manera simbólica. Los papás, a su vez, ganan notoriedad por tener hijos que cumplen con la tarea. De tal manera que todos serán reconocidos por su “trabajo”. De esto habla García Canclini en el “modelo cinco: “el consumo como escenario de objetivación de los deseos”.

De esta forma se confirma al MALM como lugar de consumo cultural.

4.3.1 Identidad

Respecto a la Identidad, el **grupo de niños del GE** refirieron que les hubiera gustado ver fotografías familiares de ALM. Mencionaron el deseo de ver fotos

con su hija, esposa, mamá o hasta el tener una sala dedicada a la familia. Para los niños un referente es la familia con el cual podrían haber un tipo de identidad compartida con ALM. La familia si tiene un significado para ellos. Desgraciadamente la museografía de la primera sala, la de Texto Gratuito, no logró transmitirles ese mensaje, que es la sala dedicada a su familia. Hubo otros objetos con los cuales hubo una posibilidad de encuentro de identidades compartidas: el libro de texto gratuito, el anillo, el barco, las llaves, y los Nacimientos “los hombres se relacionan con las cosas y con ellos mismos de acuerdo con los significados que tienen para ellos” (Blumer, teoría de la identidad, en línea). Con el libro de texto gratuito hubo esa transacción de identidades pues algo muy similar a ese objeto lo tienen ellos por texto en sus colegios³².

El resto de objetos de los cuales se acordaron los niños fueron las llaves porque son llaves más grandes que las comunes. Recordaron un anillo rojo, seguramente porque lo identifican con una película de reciente que trata sobre un anillo. Además estos son objetos de uso común, con los cuales les une una identidad cultural. Les llamó la atención el modelo de barco porque para entender que significa no tenían que leer nada, además les pudo parecer un juguete; y con los juguetes también hay una identidad compartida aunque no se dice que fuera un juguete de ALM. Lo que no mencionaron fue el que hubieran aprendido algo acerca de estos objetos.

Con los niños se logró un mínimo de comunicación a través de una Identidad que creyeron acerca de ALM por “sus supuestos juguetes” (el modelo de barco, el anillo, sus coches), por el texto gratuito de primaria y por las fotos de su familia que para los niños tienen un alto significado. Sin embargo, se dio una revelación de algo de la identidad de ALM con los objetos exhibidos, pero no hubo algún momento en que los niños pudieran demostrar la suya; por lo tanto no se dio diálogo o comunicación. Por lo cual

³² En México los textos de las materias dadas en primaria son dados por el Estado a todas las escuelas primarias; por eso se llaman “texto gratuito”.

se agrega que “El fracaso de una comunicación no es imputable sólo a los llamados ruidos en el canal, sino sobre todo a diferencias y disimetrías culturales” (Giménez,2009:10). Los objetos de un político, adulto de hace 50 años demostró puras disimetrías culturales con los niños; nunca demostró la parte niño o la de padre con las cuales ellos hubieran podido comunicarse y encontrar esa identidad compartida.



Imagen del anillo rojo. Autor LRH.



Imagen de modelo del barco *La Paz* . Autor LRH

Para estas cuatro personas del GE de adultos que son **Sil, Tom, Ang y Vic**, se dio mucha de identidad y sentimiento de orgullo con respecto al personaje de ALM.

Esta memoria compartida de **S, V, T y A**, les dio una identidad compartida con la cual dialogaron bastante. A **V** le gustó que ALM haya nacido aquí y *“me da orgullo que el museo se encuentre aquí en Atizapán, pues es donde he vivido”*. Para **A**, *“fue algo agradable recordar al primer presidente de mi vida del cual mis papás admiraban y tenían cariño”*. *“Lo único que si me da pena es saber que a mis hijos no les tocará recibir a un presidente con tanto orgullo y esperanza”*. Para **T** le trae recuerdos de los símbolos de nacionalidad, el recuerdo del texto gratuito, de *“alguien que hizo mucho por su pueblo”*.

Las siguientes frases son de algunos participantes del grupo referentes a ese encuentro con la identidad con el municipio de Atizapán, o con un presidente de México, o porque le evoca sentimientos de nacionalidad o recuerdos de sus padres:

S. *“Pues, igual comparto su opinión; es un orgullo tener en Atizapán un museo que fomente la cultura, sobre todo para los niños.”*

V. *“A mí me gustó que es un museo que existe enteramente dedicado a un presidente de México, que la gente lo haya querido tanto más que nada que está en Atizapán. A mí me gustó eso. Que nació aquí y que hay un museo aquí.”*

T- *“Yo en lo particular conocí algo de este presidente. Más que nada me trae recuerdos de un presidente y me recuerda a uno símbolos de nacionalidad; que se han ido perdiendo porque realmente fue una persona que hizo muchas cosas por el pueblo; como lo vimos en el museo. Con muy poca información porque no lo resaltan los mismos elementos que están en el museo. Él fue el fundador del texto gratuito y con su esposa trabajaron mucho con los niños; con la niñez, con la INPI.”*

A.- *“A mí me gustó. Fue una sorpresa que hubiera un museo dedicado a López Mateos, porque fue el primer presidente que yo conocí en mi vida; entonces por chiquita y me invocó ese sentimiento de respeto hacia los presidentes, de admiración total, más lo que hizo. Recibí de mis papás y del ambiente de admiración total. Yo lo recibía de mis papás; había mucho cariño al presidente. Ya de ahí ya no me tocó.”*

Todas estas palabras demuestran un encuentro de diferentes formas con su identidad.

El siguiente comentario es en relación a la exposición temporal en la Sala 1, de Nacimientos; para **A**: *“no me dejó nada”* y a **V** *“me gustó mucho”*. Ambas están influenciadas por las tradiciones familiares. Tanto una como la otra experimentaron a través de la mediación por parte del museo el reconocer que hay “otros” que valoran o no valoran lo mismo que ellas y por lo tanto entraron a una comprensión tanto de sí mismas como de los otros. Aquí el MALM cumplió una muy importante labor como mediador.



Imagen de T. del GE de adultos en el MALM. Foto tomada por LRH.

Referente a las cosas que les llamaron más la atención a los **jóvenes** del GE fueron los coches antiguos, la cámara, las calificaciones, las medallas y los documentos que se veían viejitos. Por lo visto mencionaron más cosas que estaban fuera de las vitrinas. Como dice Campbell (2005) “pensar en el contexto directo de la vista y el tacto, generó un sentido de proximidad, de

vigencia y de acción que fue lo que les agradó. Con respecto a las calificaciones, al parecer hubo una transacción de la identidad personal (Giménez, 2009) pues **AL**, que es estudiante y estaba en la época de entrega de calificaciones. Con respecto a **C** que le gustaron las medallas también se da una transacción de identidad porque seguramente, su abuelo, con quien vive, que es militar tiene medallas y las relacionó.

En cuanto a lo que no les gustó estuvo la música de navidad con canciones antiguas cantadas por un grupo de jóvenes de la Escuela Branshala. **AI**, en su contestación primero aclaró que a él no le gustaba la política así que no le gustó saber de ALM. Por este comentario se da una cuenta que el nombre del museo que viene a ser el de un expresidente, inmediatamente lo relacionan con el gobierno. Este punto de relacionar al museo con el gobierno es algo que (Cabral:25) menciona como “rechazo consciente de los jóvenes por las instituciones del país “[...], el gobierno, [...]”. Los gestos de AL mostraron molestia, y lo dijo tajantemente “*no estoy orgulloso de ALM y menos me siento identificado con él*”. Como dice Chagas (2008:16) “el poder del museo sirve tanto para liberar como para tiranizar el pasado, la historia”, y al parecer **AI** siente ese poder tirano del pasado y la historia. Aparte la identidad de ALM que da el museo, -como político y gobernante- afecta la interpretación de los mensajes por parte de los participantes (jóvenes que tienen un rechazo a las instituciones del país –Cabral, 2008:28).

Como dice Ricoeur citado por Díaz (2013) “el sujeto alcanza su identidad mediante la función narrativa y entiende que el conocerse y comprenderse consiste en interpretarse a uno mismo a partir del régimen de relato histórico y del relato de ficción. [...] este carácter narrativo de toda identidad personal es porque conlleva el dejar de ver al otro como un antónimo- esto es, un no yo, un bárbaro o un animal- para convertirlo en un alter. Esto permite un encuentro a nuestro auto-reconocimiento”. Los jóvenes hubieran podido dejar de ver a ALM como un antónimo si hubieran tenido prueba de la credibilidad en sus boletas de la escuela, por ejemplo. No notaron la parte del mural en el cual ALM

aparece de joven, siendo golpeado. Un momento que de haber sido explicado podría haber creado una identidad compartida con los jóvenes cuya naturaleza es a veces también de protesta o simplemente porque han estado en una pelea también. Sin embargo, el museo no resaltó este relato pintado.



Imagen de una parte del mural situado en el claustro del MALM, que escenifica cuando ALM es golpeado en las protestas de los jóvenes vasconcelistas a las cuales él pertenecía. Autor LRH.

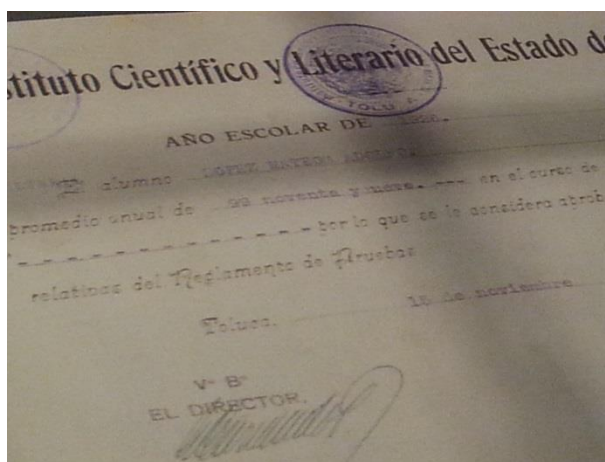


Imagen de una parte de la boleta de Adolfo López Mateos. Es del Instituto Científico y Literario del Estado de México. La fecha es 15 de noviembre de 1928 (?) Autor LRH.

La falta de identidad afectó toda la comunicación con los jóvenes. Por lo cual ellos mencionan llevarse sólo algo de información acerca de la vida de ALM. Si como dice Zavala (2008) en el museo hubiera una posibilidad de diálogo se crearía una visita con producción de sentido. Es decir, “una museografía que proponga dialogar con la juventud tendría que partir del supuesto que los visitantes no son consumidores (en el sentido que hacen lectura improductiva) sino que son –al menos potencialmente- receptores activos cuya experiencia de visita es un proceso de producción de sentido.” (:34). Y algo muy importante que agrega Zavala es que “sólo desde esta perspectiva el museo podrá dialogar con los jóvenes, y aprender de ellos para que lleguen a interactuar con él dentro y fuera de las salas de exhibición” (:34).



Anillo rojo de ALM. Por LRH, 2012.

En la **OP** el primer día de observación (martes), sólo entró una persona adulta con su sobrino. Ambos fueron leyendo todas las cédulas. El niño demostraba mucho gusto cuando encontraba algo con lo cual él se pudiera identificar. Una fue la fecha de nacimiento de López Mateos que coincidía con la de él, y otra fue el ver el modelo de barco que le atrajo y estuvo observando a detalle.

En la **OP del Día** de muertos se les realizaron unas preguntas a los participantes: Se logró entrevistar a **Eug, Nat, Ale, y SA**. La razón que dieron para participar se debe porque les gusta participar en eventos culturales y como dice Fernández “La cultura es indisociable de la identidad, en la medida en que esta se construye siempre a partir de materiales culturales para preservar su herencia cultural” (1999:168) Otra razón es por la satisfacción, porque te ayuda a vivir, porque la gente te aplaude, porque te permite hacer lo que te gusta, como dibujar. Como dice López Veneroni “la gran experiencia de lo humano radica en ese ser en común, que es un *hacer-en-común*, y, también, un *pensar* y un *decir-en-común*” refiriéndose al concepto de comunidad.(2013:109).



OP, Día de muertos. Imagen del recorrido por los altares. MALM. Foto LRH.

Tres de los entrevistados comentaron que participan en este evento desde hace diez años o más. Sólo uno dijo que esta era su primera vez.

De las motivaciones para participar: para **Eu** dice que la gente la re-alimenta “*al decirme que les gusta*”. La jovencita del grupo, **Sa**, dijo que lo hace para dar a conocer sus pensamientos y que aunque en un principio habían pensado hacer el altar de Pátzcuaro, cambiaron por uno que llamara la atención a los jóvenes, porque piensa que los tradicionales ya no les gustan. Mucho de lo que expresan tiene que ver con la cultura como una **experiencia de ocio** como dice Edgar Espejel (2012) “Sólo a través del tiempo del no trabajo es posible lograr un ensimismamiento (fijarse en uno mismo y gozar).”

Al observar el altar de **Sa**, se entendió a qué se refería con hacer uno en que los jóvenes fueran creando una identidad con ese altar de estética neobarroca. Hizo la representación de la Isla de las Muñecas de Xochimilco. Según Calabrese esto sería un típico altar neobarroco donde la estética alcanza lo grotesco. (1987). Ella inclusive se vistió de “La Catrina” pero bajo una estética neobarroca también de la exageración. Dijo que “busco que mis amigos y otros jóvenes encuentren algo que les llame la atención; algo alejado de lo tradicional, de lo de cada año se presenta para que vengan al museo”.

En la OP de muertos de las entrevistas a los visitantes se averiguó que venían para ver a sus vecinos y juntarse. **Alb** dijo: “Siempre nos juntamos en esta fecha y siento bonito de volver a ver a mis vecinos, y la Sra Eugenia nos llamó a participar o a visitar las ofrendas. **Gpe**- mencionó que esto eventos le dan identidad a los que nacieron en este municipio. **Pat** dijo que venía porque le gustan los eventos culturales.

Cada uno colocó altares con lo que se identificaban (el Altar de la viudas, el Altar con las caricaturas de escritores, el del Menú de músicos, etc.), para llamar la atención (la Isla de las muñecas), o para hacer presencia/divulgación de su negocio (Altar tradicional del Colegio Robert F. Kennedy y el del dueño de la cafetería del Quiosco; el Altar de los escritores).

Al preguntarle al Sr. Alberto si conocía al museo dijo que había sido su kínder, y que un amigo hasta había estado en los separos. Lo cual nos dice que el museo es un lugar de identidad.

Preguntándole a Doña Eugenia la razón de porqué participa tan activamente en la festividad del Día de muertos dice que: *“porque me gusta dar alicientes a la gente trayéndoles cosas típicas como las memechas, o aguas”*. Está inmiscuida en varias festividades: en la puesta de Nacimientos, en el 5 de mayo (fiesta de Atizapán) y en el Día de Muertos. Se cree, como García Canclini menciona que todas estas celebraciones se hacen ahí en el museo por lo siguiente: “A la vez se tiene la memoria de lo perdido y reconquistado, se celebran y guardan los signos que lo evocan. La **identidad** tiene su santuario en los monumentos y museos. La plaza o el museo se vuelve ceremonial por el hecho de contener los símbolos de la identidad, objetos y recuerdos de los mejores héroes... Allí se conserva el modelo de la identidad, la versión auténtica” (2009:178). Pero no es tanto que lo que esté guardado en el museo como los objetos de ALM, sean los símbolos de identidad que evocan, es el inmueble, que sobre todo fue el kínder, primaria, cine, separo, palacio municipal para sus familias y para ellos. El museo sucede que se depositó ahí, también como una futura memoria y ahora el medio donde se pueden cobijar para hacer las ceremonias que les dan identidad.

Doña Naty participa en esta festividad del Día de muertos también hace muchos años, *“porque me gusta participar”*. Aunque ella no utilice la palabra identidad, se nota que lo hace por eso; porque es parte de su identidad y se lo ha transmitido a sus hijos y nietos. Tanto así que uno de sus hijos y una de sus nietas pusieron altares también.

El señor que tiene la cafetería en frente del MALM, viene de una familia oriunda de Atizapán y eso contribuyó para que él quisiera participar y contribuyera con un altar también. Lo hizo con base a caricaturas que él ideó de escritores famosos como Benedetti y Cortázar. Demostrando que hubo un

encuentro ahí con su identidad familiar y personal al haber tenido la oportunidad de crear caricaturas.

Se platicó con otro señor que arguyó ir al museo en esas fechas porque van todos sus vecinos y amigos de por su casa. Él vive en el centro de Atizapán. Además dijo que le encanta ir al museo porque es el edificio que albergaba su escuela, y al antiguo Palacio Municipal.

Unas vecinas del primer cuadro, mayormente pusieron "*El altar de las viudas*". La Sra. Valencia las convocó para tal actividad y les dio la idea. Al poner algo tan personal como las fotos de sus esposos muertos, en un recinto público, refiere a que seguramente sienten al recinto como un lugar donde ellas pueden "dialogar" y poner las fotos de sus esposos que seguramente muchos asistentes conocieron en vida. Contribuyendo a la memoria o recuerdos de los presentes; parte de la identidad también.

Al realizar el recorrido de los altares se observó un sentido de identidad entre los presentes de seguir a la Sra. Eugenia, como una líder, que siempre los convoca, para eventos tradicionales de la comunidad.

Lo descrito en el párrafo anterior entra dentro de "las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local" (ICOM, 2009:.59). Es decir que estas acciones en las que participo doña Eugenia junto con otros se llamaría Ecomuseo.

De las EP se tiene lo que dice la poeta Miranda, "*a veces acostumbran otros artistas asistir a la presentación de mis escritos, y eso nos une como en una fraternidad*". Diría López Veneroni (2013):"Recobran el sentido y la posibilidad material de la comunicación -los espacios del uso social del lenguaje y de la proyección colectiva de formas simbólicas y esto los une en una estructura que vincula a la comunidad y le da sentido. [...]La gran experiencia de lo humano radica en ese ser -en -común, que es un hacer-en-común y, también, un pensar y un decir-en- común". (: 110,109).

El **director del Patrimonio** cultural, menciona también que los museos dan identidad, pero como dice Giménez (2009), cómo va a transmitir el MALM identidad sin una adecuada comunicación “la comunicación constituye la condición de posibilidad y a la vez el factor determinante en la construcción de la identidad social (:12). El MALM no está comunicando como lo demuestran en los GE de jóvenes, y de niños cuando dicen que no se identificaron con nada, o al decir que no regresarían, o que se les hizo aburrido. Se ve, asimismo, cuando en la observación participante los niños divagan por el museo mientras sus mamás toman notas de la exposición o cuando se les ve escribiendo y cargando un cuaderno (típico de la enseñanza formal) en vez de estar haciendo una actividad participativa o lúdica como se vio en las fotos mencionadas anteriormente de los otros museos.

Es así que en cuanto al concepto de identidad el MALM, tiene varios puntos a considerar:

- 1) A los jóvenes de los tres capitales económicos (público potencial) no les reporta ningún tipo de identidad, debido a las características de la museografía como de la difusión, por lo cual no se vislumbra que regresen al museo.
- 2) Al público infantil (hasta doce años) reportan un mínimo de identidad con ciertos objetos que les parecen juguetes, como fue con el barco, y anillo, y con un texto gratuito de primaria. Pero no hubo diálogo.
- 3) A los adultos de cincuenta años y más reportan una identidad con el personaje de ALM, debido al capital cultural de sus papás que admiraron en su gestión al expresidente. Los adultos, de la población originaria reportan una identidad con el edificio, debido a sus anteriores funciones. Asimismo, durante la festividad del Día de muertos, encuentran en ese evento un lugar donde exponer su identidad y de reencuentro con sus tradiciones. Los adultos jóvenes que van con sus hijos por cuestión de trabajo escolar, no se observa que hayan encontrado esta identidad.
- 4) Para los artistas y creadores el presentar su trabajo en el MALM es resaltar su identidad; ya sea artística o de tradiciones. Asimismo, el museo actúa como un lugar donde encontrar a la gente que les da su identidad de atizapenses, vecinos, amigos y/o de artistas.

4.3.2 Identidad Colectiva

Tanto la Sra. Naty como Doña Eugenia explicaron su participación en otros eventos como son “Los nacimientos” en diciembre, la festividad de San Francisco, y en la organización de las “Reinas de mayo”. Lo cual lleva a concluir que son personas que les gusta la participación comunitaria. “La participación comunitaria como sentido de pertenencia y de identidad”, dice Giménez (2009:12).

Todas dijeron conocer al museo y en cuanto a lo que más les gustaba mencionaron el que estuviera dedicado a ALM (seguramente porque son de más de cincuenta años).

El museo en la festividad del Día de muertos se vuelve “un espacio colectivo, donde la vida en común adquiere forma y sentido [...] y la posibilidad material de la comunicación-los espacios del uso social del lenguaje y de la proyección colectiva de formas simbólicas- como la argama misma que une la estructura social [...]” (López Veneroni, 2013:110).

4.3.3 Tradición

Las tres personas, Ale, Nat y Sa viven en Atizapán y son de las familias antiguas de ahí. “El ecomuseo expresa las relaciones entre el hombre y el espacio a través del tiempo”. De este punto se puede sacar que se pusiera toda una sala con las fotos e historias del edificio con sus antiguas funciones porque esto lo ayudaría al museo a expresar las relaciones que ha tenido a lo largo del tiempo.

La tradición de recorrer los altares en grupo particularmente de los vecinos Por todas estas evidencias observadas se deduce que en momentos de festejos como este el MALM se convierte en Ecomuseo.

Remarca que las memechas que hace para el Día de Muertos, “vuelan”. Los participantes para poner los altares son vecinos del primer cuadro. Así que de alguna manera u otra todos participan, creando o teniendo una identidad colectiva que define Giménez: “Éstas se definen prospectivamente por un

proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria compartida” (2009:12).

Cada uno describió su altar: uno fue el de “Las viudas de Atizapán” con las fotos de sus difuntos esposos, otro fue el de la “Isla de las Muñecas”, y sus juntan en esta fecha y que sienten bonito volver a ver a sus vecinos. Que es una tradición y que les da identidad. Como dice Giménez: “Los proyectos compartidos son como el arte de la identidad colectiva”(2009,p. 12).

4.3.4 Capital Cultural y Simbólico

La persona **M**, del GE lo que tuvo más, fue emoción de entrar a un recinto que veía al pasar por la avenida pero que nunca se había atrevido o planeado visitar. **M**, tiene 30 años, mostró admiración por el recinto en sí, por el hecho de toparse con tanta información, fotografías, y objetos mostrados dentro de las vitrinas. También fue la única que acudió con su hija pequeña. Por el capital cultural (bajo), de sus papás, nunca había pisado un museo ni de niña ni de adulta. Fue hasta ahora. Eso le llevó a experimentar mucha emoción, por el simple detalle de asistir a un recinto que a lo mejor lo consideraba fuera de su alcance. Igualmente, el haber asistido con su hija, le dio una perspectiva que los otros visitantes no experimentaron como fue el de la convivencia con un niña, hija suya. Esto lo demostró queriendo traer a su otro hijo y a familiares con los que vive. La anécdota de ALM siendo golpeado, cuando era parte de la juventud Vasconcelista, y que está pintada en el muro, le trajo hasta las lágrimas al narrarla. Lo cual habla que su visita se convirtió en una experiencia emocional y le trajo un capital simbólico de orgullo y el de haber hecho un logro que la distinguirá en su familia.

La poeta Miranda atribuye la falta de público en el museo a la falta de educación, que no permite a la gente “a ser más abiertos”. Refiere que para la gente: “primero es la tele”.

La Sra. Eugenia, es una partícipe de su comunidad perteneciendo a grupos como el llamado “Uno” y “Amigos del museo”. Su capital cultural “relativo a los

conocimientos y las habilidades que se adquieren a través de la familia y las instituciones escolares el que la hace que ella tome el Día de muertos como una tradición y a la vez excusa para reunir a gente porque así lo acostumbraba su abuelita. El repartir memechas y todo su trabajo le trae reconocimiento una forma de capital simbólico.

Se consideró un caso especial el de **Sandra** porque fue la única joven que participó en las ofrendas. Posiblemente se deba a su capital cultural y social. Por una parte; su abuelita es una de las promotoras de estos eventos y su mamá siempre procura llevarla a museos. De hecho la mamá de **Sa**, mencionó como ella, que es maestra ayuda a que la visita de sus alumnos a los museos sea significativa, porque les pone pistas y adivinanzas. Al participar se está abriendo un paso para ser más reconocida por su familia como por otros jóvenes.



Imagen de nacimiento realizado con mazorcas por la Sra. Eugenia Valencia. MALM,2012. Por LRH.

4.3.5 Frente Cultural

A través de Doña Eugenia se supo que el MALM, puede ser un Frente Cultural “como espacios sociales entre cruces y haces de relaciones sociales no especializadas en los que se lucha por el monopolio legítimo de la construcción y reinterpretación de las identidades y los valores legítimos que pueblan la vida cotidiana” (González, 1994:13). Relata lo siguiente: “Cuando entró el PAN al municipio, los priístas se resintieron y dejaron de asistir al museo”. Esto fue hace unos años, pero refleja un problema de lucha entre grupos políticos, que se sigue perpetuando al no haberle dado apoyo al MALM con un anuncio o letrero grande para ayudar a su difusión, hasta la fecha. Difícil de comprobar pero Doña Eugenia, dice que el pasado director siempre pidió uno. Durante su dirección siempre estuvo el PAN en el municipio y el PRI en el Estado de México. “Con este último presidente municipal sí vinieron a arreglar el techo”, a lo mejor porque era del PRI.

También mencionó dos agrupaciones que apoyaban al museo. Los “Amigos del museo” recolectaron fondos y arreglaron el reloj que está en lo más alto del edificio del MALM. Pero como se dijo anteriormente el actual director del museo no los ha mandado a llamar. (plática con el canta-autor Francisco Bobadilla, miembro de los Amigos del museo). Se sabe que hay una *Federación Mexicana de Asociaciones de Amigos de los Museos (FEMAM)* afiliada a la *Federación Mundial de Amigos de los Museos (WFFM)* con sede en Bruselas y vínculo con el mundial de amigos del museo apoyada por el ICOM. Entre otros objetivos tiene el de fomentar la capacitación de Recursos Humanos en los museos, coordinar y apoyar a instituciones, y preservar el patrimonio cultural en beneficio de la sociedad (www.femam.org.mx, en línea).

4.3.6 Administración

Se decidió abrir otra categoría que se llamará *Administración* debido a que hubo muchas referencias durante el análisis de las técnicas, acerca del

director y su falta de liderazgo, de los empleados y su sindicalismo³³, de la falta de un departamento de Recursos Humanos.

“La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de una organización. [...] Las cuatro funciones tradicionales de la administración son: planeación, organización, dirección y control” (Bateman & Snell, 2005:14,15). Por lo que dice Bateman & Snell el MALM debiera cumplir con esas funciones. Si no las cumple quizá es lo que ocasiona que su museografía y la difusión no sean las adecuadas.

Con respecto a los empleados el ICOM los considera también parte de la mediación para transmitir el mensaje. Por lo tanto los empleados dan soporte a la museografía y son ‘la cara del museo’: “Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo debemos ser conscientes de los elementos que abarcan todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan la imagen del museo o la visita en general, [...] están las actitudes y actividades de los empleados, incluido el director” (Hooper-Greenhill, 1998: 75).

El Dir. Muñoz habló de un problema acerca de los empleados y su resistencia a trabajar. Lo describió como que los empleados “se van envidiando y metiendo a los sindicatos, enquilosando” (26). Los describió como extrovertidos y otros como introvertidos y difícil de sacarles información. [...] Les dices ¿por qué no estás aquí? Y te contestan: *“porque no me toca o porque mi trabajo es otro. [...] “Yo les digo que se sientan como parte del museo, que somos servidores públicos; nos pagan por atender.”* como dice el ICOM, Los empleados son mediadores en la comunicación del museo. Por lo cual su participación explicando, o recibiendo al público es muy importante.

³³ Este escalafón ciego se refiere a que “aunque un trabajador sea bueno o sea malo, le ponga empeño, o se la pase leyendo el Esto, sus percepciones van con base a la voluntad de su sindicato y al tiempo.” Tomado de mexicoliberal.blogspot.mx/2012/10/sobre-la-reforma-laboral.html

En cuanto a que si los empleados les ayudaron a comprender el mensaje, en una sala sólo una **niña** reconoció como empleada del museo, a una señora vestida sin uniforme pero con un gafete de identificación no muy vistoso. Esa persona si respondió a su pregunta. En otra sala se le preguntó a un empleado qué relación tenía la Sala con su nombre de *Solidaridad* y también lo contestó.

Los niños son curiosos por naturaleza, por lo cual sorprendió el que no hicieran más preguntas. Pero por un lado, para hacer preguntas se necesita un andamiaje acerca del personaje o de su tiempo para lograr una experiencia de aprendizaje. Por lo visto, no habían oído hablar de ALM, o si se los mencionaron en la escuela, no hubo algún tipo de identificación para que se recordara.

Asimismo, el ver objetos y cédulas escritas tampoco les llamó la atención para hacer preguntas. Por otra parte, para que los niños pregunten necesitan sentirse en confianza. La actitud de los empleados probablemente no les transmitió esa confianza para preguntar más. Al final alguien sugirió que debería haber alguien que se dedicara a explicar. Tomando en cuenta las características del público infantil, los reclusos podrían acercarse a ellos y preguntar si tienen alguna duda.

Con respecto a la actitud, imagen y comunicación que transmitieron los empleados es la siguiente. En la Sala 3, sí hubo una guía que les brindó información sobre lo que se trataba y a **M.** le explicó lo del mural, mencionan que fue amable.

Los tres grupos de enfoque describieron de una manera general a los empleados; en unas salas, ausentes; en alguna ocasión que les preguntaron algo, los describieron como amables y que respondieron a sus preguntas – aunque sólo fueron pocas. Se comentó qué ojalá alguien estuviera explicando la exposición. Como dice Hooper-Greenhill (1998) es importante que los

empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación pues ellos son parte de la mediación en el museo.

Los jóvenes del GE en cuanto a la atención de los empleados, mencionaron que no les ofrecieron los volantes, **MF** dijo que uno si le había contestado dónde habían conseguido las imágenes, y otro dijo que como sugerencia hace falta que “alguien te explique”. Nuevamente la oportunidad de hacer difusión de los eventos del mes no fue aprovechada, al no darles a los jóvenes los volantes que siempre imprimen con las fechas y los eventos. De parte de los empleados falta esa atención.

La persona que recibió muchas veces al público y les cobró fue el guardia, les pedía el dinero y que escribieran su nombre en el cuaderno de visitantes y la razón de la visita. Su forma de hablar fue imperativa dando instrucciones y cobrando. Si le preguntaban por dónde empezar entonces refería hacia la Sala uno. Sólo si le daban los buenos días también los daba él. También se puso a “discutir “con una señora, a la que se le hizo injusto cobrar, en vez de explicarle con amabilidad. Se ve que no ha recibido entrenamiento para tratar con carisma al público. No se sabe si el Jefe de Proyectos era el que debiera estar ahí todo el tiempo.

En la Observación Participante se observó cómo los custodios dejaban su lugar en la sala, cuando entraban visitantes, o continuaban leyendo el periódico y escuchando la radio. Además a veces contestaban las preguntas del público y a veces no. Fueron amables para contestar las pocas dudas, pero el hecho de estar entrando y saliendo de la sala que les correspondía habla de poco compromiso con el público para servir de mediadores. Tampoco prendieron todas las luces de las vitrinas, a pesar que hubo días que asistieron muchos escolares. Lo cual indica una falta de supervisión por el director. Según Bateman & Snell (2005:15) “La función de la dirección consiste en estimular al personal a desempeñarse bien, inspirarlo al logro de metas del equipo y de la organización.”

T del GE mencionó, *“Luego en la entrada estaba un policía y estaba una persona sentada pero ni siquiera te dicen: pase usted.”*

Bravo también habló de lo que él considera que no está bien en los empleados como es el que te reciba una señora con la cara adusta.

Según el libro de administración de Bateman y Snell estos problemas de los empleados implica que la política de Recursos Humanos se debe centrar en lograr que los empleados estén en la misma sintonía que la empresa, para coincidir anhelos y aspiraciones de los trabajadores con las metas de la compañía; en este caso con la del museo. El director Muñoz se ve que trató que entendieran los empleados esto al decirles que son parte del museo y servidores públicos. Sin embargo, la actitud que se observó en ellos no ayuda a dar una imagen positiva del museo y por ende no ayuda a la mediación y difusión del mismo.



Tres de los adultos antes del GE. MALM, Dic.2012. Foto tomada por LRH

También se tuvo que analizar al director pues “quien dirige un museo es el responsable del museo en todos los aspectos” (Fernández, 1999:179). la asignación del actual director, cuyo perfil es ser licenciado en leyes y haber trabajado de director en un penal. Por su perfil laboral no parece ser el director

idóneo para dirigir un museo; no tiene experiencia en el área de cultura, no tiene conocimientos museales, y el haber sido director de un penal donde se asume la necesidad de aplicar tácticas duras para con los presos, no es comparable con el trato a los visitantes a un museo. De hecho en los trámites para poder aplicar las técnicas en el museo, quien tuvo más la palabra fue la asistente Angélica Trejo.

El director Muñoz dice que el Lic. Mendoza Sánchez: *“ha ayudado mucho con los problemas laborales y puso orden con los problemas del sindicato”*. Sin embargo, el problema comunicacional y de actitud continúa con algunos de los empleados. Lo cual indica que el director no ha ejercido su *función de director* como dice el libro de Bateman & Snell, que *“consiste en estimular al personal a desempeñarse bien, inspirarlo al logro de metas del equipo y de la organización.”* (2005:15).

Se sabe que no hay un departamento de RRHH en el museo. Pero existe una administración que recae en el director. Los empleados son la otra cara del museo. Son parte de la comunicación que recibe el visitante. Como en cualquier otra organización que busque cumplir sus metas, los recursos humanos son el mayor recurso. Sea esta de servicios culturales como el museo o fabricante de tennis. A falta de departamento de RRHH está el director que según se entiende en la entrevista que se tuvo con el Director Muñoz, de Patrimonio Cultural del IMC, se le escogió precisamente por su habilidad para arreglar los problemas que había con el personal, con respecto a que no son colaborativos, y que no se prestan a hacer otras labores que se les solicitan. Sin embargo, no se cree se de una supervisión apropiada de parte de la dirección porque los empleados siguen con su *“gesto adusto”*.

En cuanto a las políticas culturales en el Código Administrativo del IMC -XII- (2012, en la web) dice: *“Impulsar la formación de Recursos Humanos para el desarrollo, promoción y administración de actividades culturales y recreativas”*, no está claro lo que significaría *“impulsar”*. Puede entenderse con un curso de

dos horas acerca de la publicidad, o tres meses con un taller de museografía. Pero por la actitud de los empleados no se ve que los hayan “impulsado”.

Por otra parte, el pintor Bravo comenta que cuando la comunidad muestre interés en recobrar lo suyo” (se refiere al museo), podrá decidir a quién quiere para director del museo. En su opinión debe ser alguien que conozca el municipio y la problemática de los artistas del municipio.

Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo debemos ser conscientes de los elementos que abarcan todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan la imagen del museo o la visita en general, [...] están las actitudes y actividades de los empleados, incluido el director". (Hooper-Greenhill, 1998: 75)

Por lo tanto, se reitera que sin una dirección y supervisión adecuada, sin una sintonía de los empleados con la Misión del museo o sin capacitación no pueden contribuir como mediadores entre las exposiciones y el público. Todo esto afecta la museografía y hace que falte difusión.



Imagen de Doña Eugenia repartiendo comida en la festividad del Día de muertos. LRH.

Capítulo 5 “El museo permanece; sin embargo se mueve”
Conclusiones y Propuestas:

*Yo soy yo y mi circunstancia y si no la salvo a ella
no me salvo yo. —Ortega y Gasset*

*La libertad es lo que haces con lo que te han
hecho. —J.P. Sartre*

*Las ilusiones son imágenes en negativo; todo
logro es una revelación. —Betsa*



Imagen de escaleras del MALM. Por LRH (2013).

Como se vio en el capítulo primero se dio un marco teórico basado en la concepción estructural de la cultura. Varias disciplinas –por la posibilidad de la hibridación de las ciencias sociales- ayudaron a delimitar el problema a trabajar: *Análisis de la actual comunicación –museografía y difusión- del MALM para conocer las razones de la poca asistencia a su recinto*. Entre ellas están la museología, la administración, la psicología, la política, la estética neobarroca y la comunicación.

En el segundo capítulo se habló de la contextualización alrededor del museo que incluyó la historia del municipio de Atizapán, así como del MALM y su actual desempeño, y las influencias que recibe de las políticas de los gobiernos federales, estatales, y de sus órganos directivos como la SEP, Conaculta, y el IMC. En menor proporción del ICOM, de la UNESCO y otros organismos internacionales.

En el tercer capítulo se argumentó la razón de haber utilizado una metodología cualitativa y el tipo de técnicas que se utilizarían para llevar a cabo el estudio. En el capítulo cuarto se vio el análisis de los resultados dados a través de diferentes técnicas; los grupos de enfoque, la entrevista profunda, y la observación participante. El propósito fue recabar desde diferentes técnicas información para contestar - la pregunta de la investigación: *¿Cómo afecta la actual comunicación –su museografía y difusión- del MALM a la falta de asistencia del público?*

Como capítulo final, vienen las conclusiones. *¿Se logró comprobar la hipótesis que afirma: “La falta de asistencia al MALM se debe a la aplicación inadecuada de la museografía, así como a la falta de difusión de sus actividades”?*

A continuación se reportará lo descubierto bajo las tres categorías principales de las cuáles se basó este estudio: la museografía, la difusión y las políticas culturales. Después de haber aplicada las técnicas de investigación

se encontraron otras categorías que se mencionan aquí. Asimismo, se mencionan las propuestas dadas por la gente así como por el investigador.



Imagen de Sandra con su vestido de La Catrina estilo neobarrocoPor LRH.
(MALM Oct.2012).

5.1 Museografía

Evolucionar de las colecciones particulares de objetos únicos, hacia los museos de objetos nacionales y patrimoniales. De los museos con objetos cotidianos de memoria e identidad hacia los objetos interactivos. De los objetos, artefactos educativos, hacia los del conocimiento y la creatividad. De los museos para objetos a los para sujetos. —María Mercedes Jaramillo

Como se ha venido explicando la museografía implica el acondicionamiento, conservación, restauración, el arte o técnicas de la exposición; es decir, los contenidos, los vínculos funcionales entre los espacios de exposición y los restantes espacios del museo. También incluye la mediación complementaria para ayudar a la comprensión o a aumentar el interés del público por la exposición.

La adecuada museografía permite ver si los objetos expuestos contienen la información del lugar de donde fueron conseguidos, originalidad, fecha, origen, contextualización. En otras palabras es el uso del espacio del recinto, la luz, así como la decoración y la estética en el recinto y alrededor de los objetos. Asimismo, toma en cuenta la mediación; las cédulas, o explicaciones y trato del personal (custodios, guardia, jefe de proyecto, director, secretaria). Por otra parte, la museografía está relacionada con la educación y el aprendizaje.

Tomando todo esto en cuenta la museografía fue considerada inadecuada para los tres grupos de enfoque. Para los *jóvenes*, el uso del espacio se quedó en una fase tradicional que no les llamó la atención pues se refirieron a ella como vacía y no mostraron entusiasmo por nada. Por lo cual se recurrió a Calabrese (1987) quien explica la estética que prefieren los jóvenes actualmente llamada neobarroca: donde están la estética del fragmento, la estética de la repetición y otras más que no se encuentran en el museo.

Por otra parte, lo visual como los videos, que son muy llamativos para ellos, no los hay. Hay fotografías, pero las criticaron negativamente por encontrarse pixeladas y no hubo ninguna relación con el arte y la tecnología como lo sugiere Mario Costa.

✓ Propuesta

A este respecto se propone presentar documentales de músicos o cortometrajes no comerciales. Esto con el propósito de brindar otra opción a ante las películas comerciales que se presentan en plazas. El usar este medio visual podría atraer más su atención. Por otra parte, para hacer algo interactivo los chicos podrían usar su celular para tomar una foto de las expuestas y hacerle algún tipo de efecto o mejoría. Las más atractivas fotos se subirían a la página de FB con una mención valorativa.

Quien se encargue en un futuro de la museografía deberá conocer las características de la **estética barroca** para que la puesta museográfica sea atractiva tanto para los niños como para los jóvenes.

En cuanto a los niños del GE faltó que la exposición se presentara de forma lúdica; es decir; que pudieran interactuar o jugar y que hubiera objetos con los cuales se diera una identidad.

Igual que a los jóvenes, los niños opinaron que al espacio y decoración les faltaban más cosas y que habían recorrido el museo en poco tiempo. Están también influenciados por el neobarroquismo que explica el placer de los nudos y laberintos. La museografía del MALM no contiene paneles u otro material para dividir las salas o el claustro, que de existir podrían dar esa sensación de laberintos y hacerlo parecer más grande y con más objetos.

✓ Propuesta

Para que la museografía atraiga a los niños se propone poner un mapa electrónico que esté ligado con alguno de los “recuerdos” de ALM que le

dieron en sus viajes. Se pediría se colocara una marca en cada país de donde vienen los recuerdos. Al llevar un puntaje de qué tantos países “encontró” el visitante se le darían puntos que le darían una calificación de: “Excelente”, “bueno”, “tú puedes mejorar”, etc. Para crear la sensación de laberintos, el uso de páneles con ese fin podría ayudar.

Para los adultos del GE, la museografía careció de información acerca de lo que ellos consideran fueron los logros más importantes de la administración de ALM como mencionaron que fue el **texto gratuito** y la **nacionalización de la industria eléctrica**. Asimismo, para ellos faltó mucha ayuda mediática como cédulas con información y letras más grandes, letreros, y concordancia del nombre de la sala con la temática de ella.

✓ Propuesta

Se propone que para enriquecer el acervo del museo y hacer la visita participativa los adultos podrían dejar escrita una anécdota que conozcan acerca de aquella época y estas se podrían poner en algún muro del museo hecho para ese uso. El presentar documentales de la vida de ALM, de los tlaquicheros, del tren de Monte Alto, de las festividades laicas y religiosas de Atizapán, sería interesante para este grupo de edad también.

Por otro lado, el museo no está cumpliendo con los objetivos de seleccionar bienes museísticos. Se propone que aunque el MALM se haya designado como museo biográfico de ALM, tome en cuenta que es el único museo de Atizapán, que los museos se van transformando y que puede exponer las historias de los tlaquicheros³⁴, muy típicos de la región, las anécdotas con el Tren de Monte Alto y el Balneario del lugar, así como las vivencias de muchos vecinos con el propio edificio del museo. Si faltara espacio para esas exposiciones, se encontró con que hay un espacio al lado de la terraza y otro al lado de la Sala del Chamizal que actualmente no es utilizado. En cuanto al nombre del museo quizá debiera ser cambiado porque como lo expuso un

³⁴ Los tlaquicheros son los que se encargan de la producción del pulque.

joven de los GE el nombre trae una connotación relacionada con el gobierno, y ese concepto es algo que repudian los jóvenes, especialmente.



Imagen del Altar "Isla de las muñecas" realizado por Sandra. Foto tomada por LRH.(MALM,2012)

5.1.1 Museógrafos

Ven que la niña es risueña y todavía le hacen cosquillas.

Hay que estar agujeta para amarrar al zapato.

Al estar analizando la museografía se descubrió que una de las categorías secundarias que se deberían agregar era de la de museógrafos, ya que una de las razones por las cuales la museografía no resulta adecuada en el MALM, es por la falta de museógrafos profesionales.

En el aspecto de responsabilidad hay una falta pues no se puede tener un museo donde no exista un museógrafo profesional guiándolo para tener un resultado profesional. Un museógrafo profesional aparte de encargarse del aspecto visible del museo, propone mediaciones que ayuden a la comprensión, debe conocer técnicas de conservación y saber situar en escena los contenidos. También se debe preocupar por lo que pide el público, etc. Para este trabajo se estudia. En Europa se estudia como una maestría. En México es una licenciatura que implica clases y talleres diarios abarcando casi diez horas diarias, por cuatro años. Es difícil, que alguien que no ha tenido estos estudios pueda dar los mismos resultados que un profesional.

Es por esta razón por la cual el MALM no es interesante para los diferentes grupos de edades que buscan recrearse, crear, disfrutar de la estética neobarroca. Además resultó ser un museo con información incompleta de ALM.

Actualmente se puede decir que la riqueza de un museo recae en su potencial para atraer al público por sus innovaciones museográficas que logren la enseñanza y aprendizaje y el gozo, que además cuenten con uso de las TIC's, de formas lúdicas y recreativas, que tomen en cuenta a la estética neobarrocas y la del sublime tecnológico para la presentación de sus objetos y

temas. Un punto esencial es su personal especializado y el personal con adecuados conocimientos para comunicarse amablemente con los visitantes y poder ser mediadores. Si se toma todo esto en cuenta, entonces al MALM le falta mucha riqueza; o en otras palabras, **su museografía no se aplica adecuadamente**.

Esto trae otras implicaciones; el responsabilizar a los organismos reguladores del MALM (IMC, Conaculta, SEP, Gobierno del Estado de México y Gobierno Federal) de no tener asignados los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para cumplir con los objetivos que se mencionan en las políticas culturales.

Debido a la transversalidad buscada y promovida en los Planes de Desarrollo del Gobierno Federal se propone contratar a egresados del Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRyM)³⁵, para el IMC. Esta escuela es parte de la INAH, y esta a su vez es parte de los dominios de Conaculta. Si el Plan de Desarrollo habla de transversalidad entre la cultura y educación este podría ser uno de los haceres, para que no se quede en sólo un deber ser.

³⁵ Se transcribe a continuación lo que tiene esta escuela como presentación en su página: La ENCRyM es distinguida en el mundo por su calidad en la formación de especialistas de la restauración, difusión e investigación del patrimonio cultural. Promueve una filosofía educativa con actitud crítica, creativa y ética con responsabilidad social.” (portal en línea del ENCRyM, 2013).

5.1.2 La Nueva Museología

Por mi parte dije que era precisamente cuando la economía está estancada, cuando no puedes crear empleo al viejo estilo, cuando las personas están afectadas por el racismo, entonces, es cuando hay que invertir en cultura, porque ello significa invertir en tolerancia, invertir en diversidad, invertir en creatividad e imaginación”.

—Michel D. Higgins

Cuando se hizo la Observación Participante del Día de muertos, se decidió incluir los conceptos de la Nueva Museología y del Ecomuseo pues así se puede comprender mejor lo que sucede durante esta festividad y su relación con el museo. La participación activa de los vecinos, mayormente del primer cuadro de Atizapán, hizo que se viera una característica en el MALM que no aparece todo el tiempo. Se trata de uno de los parámetros que se menciona como el Ecomuseo dentro de la Nueva Museología. Estos dos conceptos se manejan básicamente en el Día de muertos por lo cual sólo se referirá como Ecomuseo para esa ocasión, aunque posiblemente funcione de esta manera en otras festividades. El siguiente párrafo describe como trabaja un Ecomuseo según el ICOM.

*“La Nueva Museología ha influido ampliamente en la museología de los años '80. Esta corriente de pensamiento puso el acento sobre la vocación social del museo y su carácter interdisciplinario, al mismo tiempo que sobre sus renovadas formas de expresión y de comunicación. Su interés se dirige a los nuevos tipos de museos concebidos en oposición al modelo clásico y a la posición central que ocupan en ellos las colecciones: se trata de los **ecomuseos**, los museos de sociedad, los centros de cultura científica y técnica y, de manera general, la mayor parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009:59).*

Durante la festividad del Día de muertos, el MALM, muestra una vocación social al permitir que se realicen actividades rituales típicas de estos días dentro de sus instalaciones. Por un par de días la población alrededor del MALM e invitados, llevan la mayor parte de la organización, museografía y

difusión. Se utiliza el claustro para el desarrollo de esta festividad, que lleva varios años practicándose. El público que participa refuerza sus lazos sociales, aumenta su desarrollo cultural, refuerza su identidad, y promueve su desarrollo económico.

Dentro de los parámetros de la Nueva Museología, una se refiere al funcionamiento del nuevo museo, “basado en la participación activa de los miembros de la comunidad “la participación de la comunidad rebasa a la manera en la que por lo general se administra el museo bajo un director” (ICOM, 2009:80).

Se dijo con anterioridad que los museos son un reflejo de la sociedad. Así como la sociedad cambia los museos cambian. Con la actividad del Día de muertos y debido a otras actividades en las que hay participación de la comunidad, el MALM, muestra características de un Ecomuseo.

5.1.3 Ecomuseo

*Tizapán, valle color esmeralda,
tierra de alfalfares y magueyales,
de maizales, pirules y guirnaldas
bañado por ríos y manantiales.
Donde se cruzan con las coordenadas
tiempo, espacio, romántico idilio;
Tecolapan, Calacoaya: barriadas;
Arriba, abajo, lugares de Filio.
—Ma. Elena Guzmán Urbán*

Se incluyó esta categoría de Ecomuseo después de analizar la OP de la festividad del Día de muertos. Debido a se vio que los vecinos se “apoderaron” del museo, convirtiéndose en líderes, artistas, precursores de tradiciones, amigos otra vez de gente que no habían visto, y promotores o creadores de una imagen positiva para sus negocios. Es decir, que el museo con esta festividad ayudó al desarrollo de la comunidad, además ayudó a los participantes a recordar su identidad y recobrar las memorias que le traen este día, así como las memorias del recinto.

Para poder clasificar estas acciones se encontró la siguiente descripción de lo llamado museo comunitario o ecomuseo en el ICOM :

“El funcionamiento del museo comunitario que puede participar en el movimiento de los museos de sociedad- se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial que representa y que se supone es encargado de animar. Dirigido a menudo de *manera* profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debate atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es principalmente el caso de los museos del vecindario o los ecomuseos. El museo comunitario se presenta como establecimiento que desarrolla una fuerte relación con sus públicos integrándolos al centro de sus preocupaciones. (2009:80)

Como se ve el MALM durante estas festividad cumple con las siguientes características mencionadas: 1) la vinculación más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial que representa y encargado de animar (los vecinos, sobretodo de la cabecera municipal donde se encuentra el museo,

junto con amigos relacionados con la cultura. 2) Estos eventos tienen ambas directrices: la iniciativa local, y de manera profesional (con el director y asistente del MALM). 3) La lógica de la donación está presente porque todos los recursos los pusieron los participantes. 4) Establece una fuerte relación con sus públicos. En este rubro no se cumple totalmente porque el público que viene a estas festividades, no necesariamente viene a los otros eventos del museo, aunque sí regresa cada año a la misma festividad.



OP, Día de Muertos, Altar del Quiosco –La literatura y la muerte-. Foto tomada por LRH.

Queda entonces el descubrimiento de que el MALM, pasa entonces a otra categorización de museo durante este tipo de eventos comunitarios.³⁶



OP, Día de muertos, altar del Col. Robert F. Kennedy. Foto tomada por LRH.

Al ir analizando los componentes –categorías de los museos, a través de lo que los teóricos mencionan con respecto a lo que es un ecomuseo se descubrió que durante esta festividad referida, la comunidad atizapense convierte al MALM en un Ecomuseo. Todos los altares fueron realizados por la comunidad (idea, material, acomodamiento de los objetos, creación de los mismos, y el traerlos, sin intervención del museo. Además fue Eugenia

³⁶ También es importante hacer notar que el MALM sí está sufriendo otro tipo de transformación porque está muy comprometido con la Escuela Branshala y le sirve de salón de clases comprometiendo la museografía del recinto y dedicando un por ciento más a esa escuela en la programación de cada mes

Valencia, una organizadora comunitaria, quien guió el rito de la procesión que pasa por cada altar y que lleva a participar a un par de docenas de personas.

La museografía es decir el uso del espacio y de los artefactos (altares) fue puesto enteramente por los vecinos, En los días previos a la festividad de los muertos como el día de observación, fue poca la participación de la dirección como la de los empleados, la dirección sólo se encargó de coordinar ciertos movimientos, como extender ciertas invitaciones, y vigilar el acceso a los participantes. Por parte del MALM, hubo poca presencia de sus invitados.

En cuanto a la difusión, la mayoría de los invitados a los que se les preguntó cómo supieron del evento dijeron haber sido por invitación de la Sra. Valencia o por la familia de la Sra. Naty. El MALM, mando por Facebook la noticia del evento, no se supo de alguien que hubiera ido por ver ese anuncio.

Por lo cual se concluye que el MALM tiene características de ecomuseo.

5.1.4 Enseñanza/Aprendizaje

*Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo,
involúcrame y lo aprendo.*

— Benjamín Franklin

La mayoría de los teóricos están de acuerdo en que el museo es un lugar de enseñanza y aprendizaje. La razón por la cual se incluyó dentro de este trabajo investigativo es porque la Educación y el Aprendizaje están unidos a la movilización de los saberes surgidos del museo, en el cual la museografía tiene parte.

Los jóvenes del GE mencionaron haber conocido diferentes obras realizadas por ALM, después del recorrido. Sin embargo dijeron no sentirse atraídos por el museo. Mencionaron que prefieren los museos donde hay las TIC, videos y proyectos de arte/ciencia con base a la tecnología (los llamados sublime tecnológicos). Como dijeron los teóricos, a los jóvenes les gusta no sólo describir a los objetos sino evocar consecuencias para volver la experiencia del museo un descubrimiento personal.

En el grupo de niños tampoco fueron explícitos en lo que habían aprendido de ALM. Esto refiere a que sólo recibieron una información más, pero nada que les significara algo. También mencionaron que les gustan los museos como el del Niño que es interactivo.

Como dijeron los teóricos, el aprendizaje en el museo se debe realizar a través de otros medios diferentes a los de la escuela (educación formal) en los cuales se utilicen todos los sentidos y se usen las inteligencias múltiples (educación no formal).

Una de las cualidades del MALM es esa posibilidad de comunicación entre el creador/artista con el observador/visitante, que sucedió con los nacimientos

de la Sra. Eugenia Valencia. Ahí los niños pudieron aprender de qué estaban hechos y saber por qué ella realiza esa actividad.

Referente a los adultos, ellos guardaban más conocimientos de los que sustenta el museo acerca de ALM, y además sabían más acerca de la trascendencia de tópicos como el de *texto gratuito* o la *nacionalización de la industria eléctrica* de la que el museo mostró. Demostrando que por lo tanto que para los adultos hubo una deficiencia en la museografía para que se diera ese aspecto de enseñanza/aprendizaje.

El aprendizaje/enseñanza se da por parte de los creadores y de la organizadora pues precisamente dan una enseñanza/aprendizaje por medios no formales: pinturas, representaciones, lecturas, etc.

Una de las formas de aprender es experimentando y practicando. Se observó que tanto los asistentes como los participantes a la festividad del Día de muertos tuvieron experiencias significativas en cuanto al aprendizaje, ya que los que hicieron los altares tuvieron que investigar cómo se hacen, qué se les pone, o idear algo diferente. Aquellos que no conocían esta tradición lograron aprenderla al construir altares, escuchando los cantos de la procesión, oliendo las velas e incienso, y al probar la comida típica (uso de los sentidos). Esto concluye que cuando la comunidad participa en este tipo de actividades comunitarias se generan aprendizajes, identidad, sentido de la comunidad, y comunicación.

Durante los días de la Observación Participante, probablemente hubo un aprendizaje pues los objetos en el museo por sí mismos acarrear aprendizajes. Sin embargo, diversos estudiosos argumentan que para lograr que en verdad se vuelva un aprendizaje y no un simple conocimiento que durará en la memoria de los sujetos un par de días se deben aplicar actividades lúdicas, rituales, creativas o comunicativas. No hay tales actividades ya que la museografía del MALM está hecha para un tipo de educación formal, vertical, no significativo.

✓ Propuesta

Se sugiere que para una actividad interactiva para los jóvenes se proponga un debate entre escuelas acerca del problema que se suscitó en la época de la presidencia de ALM acerca del bloqueo a Cuba. Se basarían en la situación mundial de antes. La presentación se daría en el museo y se le otorgaría un reconocimiento a la escuela y a los alumnos ganadores.

5.1.5 El ocio como placer y aprendizaje

Hay algo más terrible que un infierno de sufrimiento -un infierno de aburrición.

— Víctor Hugo

En una época en que la meta es producir constantemente, el hecho de recrearse, jugar o distraerse es considerado como “perder el tiempo”. Por eso la palabra ocio ha tenido una connotación negativa. Sin embargo, en la Junta de Río se estableció como el cuarto pilar de desarrollo a la educación sustentable y a **la cultura como una experiencia de ocio**. El hombre trabaja, para disponer del ocio. A través del tiempo del no-trabajo es posible el ensimismamiento (fijarse en uno mismo y gozar).

Dentro de los grupos de enfoque los jóvenes no demostraron ni expresaron algún tipo de placer referente a su paso por el museo. Durante la discusión. En la visita demostraron interés por leer de vez en cuando las cédulas. Tampoco les gustó la música de la representación que les tocó.

En el grupo de niños sólo dos se mostraron alegres todo el tiempo debido a la amistad que ya tenían entre ellas y que hizo agradable el interactuar mientras recorrían el museo. Lo cual quiere decir que el museo como lugar de interacción puede causar alegría. Las demás niñas estuvieron aburridas.

El grupo de adultos, en general disfrutó la visita, porque les trajo recuerdos, porque para unos por su capital cultural hace que sepan buscar y ver. Por sus actitudes en la visita demostraron estar a gusto en el museo. Para quien no había asistido en ninguna ocasión a un museo –por su bajo capital cultural y económico- fue emocionante. Esto indica que en el grupo de adultos quien por su capital cultural –alto y medio- ha conocido otros museos exigieron más mediaciones por parte del museo para que fuera más de su agrado y para quien tenía un capital bajo fue agradable.

En la entrevista con la poeta Miranda ella expresó que lo que más le dolía de que no fuera más público a sus exposiciones o a las de otros era porque se estaban perdiendo de una manera de ver lo agradable de la vida; “[...] en que no todo es estrés y trabajo”.

La Sra. Valencia mencionó que se presentan muy buenos artistas en el museo y que aunque ha invitado a sus amigas no van porque “*argumentan no tener tiempo*”. También la falta de asistencia a lugares recreativos por parte de las mujeres de cierta capital cultural es por no tener ese hábito o el considerar el divertirse de forma negativa. En esta consideración puede estar incluida alguna creencia equivocada en cuanto al rol de la mujer y el ocio.

Fue en la actividad del Día de muertos donde se observó el placer de preparar los altares, montarlos, unos con ayuda de familiares, otros con la ayuda de amigos, después el participar en “la ceremonia” y al final comer y convivir con los antiguos amigos y/o vecinos.

Esto demostró que hay un habitus de los vecinos del primer cuadro de Atizapán por participar en la festividad del Día de muertos. Implicó bastante trabajo, pero los que se lo propusieron recrearon en su tiempo libre una tradición que aunque para muchas otras culturas puede ser totalmente triste, para los atizapenses es de recuerdos, creación, recreación, diversión y convivencia; y por lo tanto gozosa.

En la OP hubo algunas demostraciones de placer por encontrar recuerdos, ver semejanzas con algo que ya conocían, o por escuchar a la filarmónica ensayando o por tomar fotos. También se demostró gusto por ir acompañados. Esto concluye que el museo es un lugar de convivencia, de memoria y que si exalta otros sentidos agrada a más gente.

El resto de la gente observada que fue por realizar una tarea demostró poco goce a excepción de los que les gusta leer.

Por lo tanto se concluye que en general la museografía por no estar aplicada adecuadamente no genera placer. Sin embargo, el recinto en sí, trae experiencias gozosas al evocar memorias. Además el simple hecho de traer a niños con sus padres o el traer a gente trae el gozo de la convivencia. He ahí la importancia de que se difunda más, pues el visitar museos es una forma de disfrutar el tiempo de ocio de una forma gozosa o como aprendizaje.

Sin embargo como dice Jaramillo (2008):“Los museos como agentes educativos y comunicativos de las sociedades, tienen la obligación de autoevaluarse tanto en temáticas y contenidos como en metodologías y estrategias, para no desaparecer ante tanta oferta cultural y comercial para uso del tiempo libre.” (:10)

5.2 La Difusión

No me digas lo bueno que es un museo, dime el bien que me hace cuando lo visito.

— LRH con base a una idea de Leo Burnett 37

La falta de dinero no es un obstáculo. La falta de una idea es un obstáculo.

— Ken Hakala

Estudia lo que le gusta a la gente y extiéndelo a una gran campaña.

— @goodby

La difusión fue uno de los problemas principales que se analizaron para saber de qué forma afecta a la falta de asistencia del público. El Programa Nacional de Cultura (07-12) menciona a la difusión para hacer del conocimiento público los hechos culturales y para que sean disfrutados, apreciados y valorados. Por lo tanto se cuestiona entonces por qué el MALM no le dedica más trabajo a este rubro.

En cuanto a que si ya conocían el museo o si habían oído hablar de él ni los jóvenes ni los niños lo conocían a pesar de que todos pasan por el municipio de manera regular o porque viven en él. Desde este punto de vista, el museo necesita atraer a este público potencial a través de la difusión, mediante instrumentos publicitarios, señalización en las calles, folletos, a través del sistema de redes sociales, a través de publicaciones en el diario local.

Se debe tomar en cuenta la opinión de los jóvenes que opinaron que la publicidad por el Facebook “les daba flojera”. Ellos sugirieron que si no había recursos podrían contratar a estudiantes de diseño gráfico, como parte de su servicio social, para que diseñaran las páginas de una manera más atractiva y clara.

³⁷ La frase original es, “No me digas lo bien que lo haces, dime lo bueno que me hace cuando lo utilizo.” Leo Burnett, ejecutivo de la publicidad y considerado uno de los más creativos en su ramo.

Para los adultos y niños la difusión a través del FB no la reciben. Por lo cual es necesario hacer uso de otras estrategias para llegar a estos públicos.

La difusión de las exposiciones del artista plástico, Bravo; de las presentaciones de la poeta Miranda, así como de los organizadora y creadora de altares y nacimientos, la Sra. Valencia tiene que apoyarse en ellos mismos, porque de lo contrario la que emite el MALM, no llega a muchos y eso genera poca asistencia.

En cuanto al público que llega a la festividad del Día de muertos, es de todo tipo de público: niños, adultos y algunos jóvenes. La mayoría del público asiste porque ya es una tradición y por otra parte porque la Sra. Valencia y la Sra. Naty se encargan de recordarles yendo a sus casas o hablándoles por teléfono. Asimismo, los mismos vecinos alrededor del MALM difunden el evento entre ellos mismos.

De aquí se concluye que hay más difusión cuando el evento es realizado en conjunto con la comunidad porque hay un interés de antemano por asistir, la comunidad se encarga de ir corriendo la voz del evento. Además del placer de asistir, de la tradición que repetirán del encuentro con un lugar que les da identidad, porque lograrán recrearse y crear algo, ganarán un capital simbólico.

Ante el cuestionamiento del porqué no se dan recursos para la difusión de MALM, las respuestas no fueron claras. Tanto el director de patrimonio cultural del IMC, como el director del MALM, Lic. Juan Mendoza Sánchez ponen argumentos diversos para no expandir la difusión. A la vez no tienen los recursos humanos profesionales para llevar a cabo una campaña de publicidad profesional. El depender de directivos que no saben la importancia de la difusión y el desistir de la publicidad por el robo de una manta, demuestra la falta de profesionales en todas las áreas desde el IMC hasta el MALM. Los profesionales de la publicidad conocen estrategias y diferentes medios para darse a conocer. Además requiere toda una planeación, la búsqueda de

frases, saber a qué público se dirigirá, etc. Por eso se necesitan a profesionistas para llevar a cabo esta actividad.

✓ Propuesta

De entrada, las políticas culturales que son federales, hasta internacionales hablan de la importancia de la difusión. Por lo cual desde la cabeza del MALM debiera haber profesionales encargándose de la difusión. Los mismos directivos deben saber de esa necesidad para buscarla, promoverla y solicitar los recursos humanos y financieros para realizarla. No hay efectividad cuando está hecha sólo para decir que sí se hace.

Probablemente como parte de la campaña profesional incluirá el trabajar con base al trueque, por ejemplo, otros museos como el Universum invitan a que compañías participen como a Bayer.



Imagen de la exposición itinerante de Bayer en Universum, 2012. Foto de la página oficial de Bayer.

De esta manera una compañía con recursos monta una museografía sobre algún tema. Como la exposición mejora la imagen de la compañía ella misma realiza o ayuda en la difusión.

5.2.1 Retroalimentación o feedback

*También me gustan los ojos
de claridad profunda,
el recuerdo de mi niña loba
la piel salada
el susurro indiscreto de mi amante
el sabor del vino deslizado por tu vientre
la trova y la poesía de mis amigos
la luna iluminando tu espalda*

— Fernando Zerón

En todo proceso de comunicación la retroalimentación es parte de ella. La retroalimentación es necesaria para conocer cómo el receptor, a quien se le envió el mensaje, lo entendió y saber lo que opina o piensa. En el caso del museo es el visitante. En el caso del MALM, una de las posibles formas para que se dieran cuenta de la razón por la cual no tienen más público sería a través de una retroalimentación.

Los integrantes del GE de adultos y de jóvenes notaron que no había como decirles a los del museo sus sugerencias, y/o los errores que encontraron. Por lo cual el grupo de jóvenes será difícil volver a verlo por el museo, pues como se dijo en las anteriores categorías hubo muchas cosas que no les gustaron. Si las políticas gubernamentales están diciendo que urge que la Cultura llegue a los jóvenes, no hay concordancia entre lo que se dice y lo que se hace. La ausencia de retroalimentación por parte del público no permite un acto comunicativo.

Los adultos, aunque pensaron en ir hablar con el director, no lo hicieron. Es más fácil dejar las observaciones en un cuaderno hecho para ese propósito. Por lo tanto no se sabrá lo que les gustó y disgustó, los objetos con los cuales encontraron algo de su identidad, lo que consideran faltó de información, y los objetos o festividades que atraerían hasta sus hijos.

En la entrevista con el Director de Patrimonio Cultural se supo que él, quien está arriba administrativamente del director del MALM, cree que sí hay un libro

de sugerencias, y opiniones lo cual no existe. Por lo tanto se ve que no hay supervisión, y por otra parte que no se pide ese libro de opiniones que le serviría al IMC para valorar tanto temáticamente como en contenidos y estrategias al MALM, pues al parecer es el IMC quien realiza toda la museografía permanente del museo.

El IMC tiene treinta museos a su cargo. Según su organigrama cuenta con un director de museos y seguramente con asistentes. Se deduce o que no se dan abasto para supervisar todos los museos, o no cuentan con profesionales conocedores que la retroalimentación es fundamental para un proceso comunicativo y educativo como lo son los museos. A lo mejor hay otras razones. Quedan estas dudas por resolver.

Pocas veces se vio a los custodios interactuando con el público, por si no entendían algo o si necesitaban más información o tenían algo que opinar. Los empleados como mediadores son otra fuente para lograr la retroalimentación y por eso es importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación.

En los únicos momentos donde se recibió retroalimentación fue cuando el museo operó como Ecomuseo, durante la festividad del Día de muertos y cuando se presentan los creadores/artistas. En la festividad del Día de muertos los usuarios/vecinos se retroalimentaron comentando los trabajos de cada quien.

Se ha observado que en las representaciones de la poesía y en las inauguraciones de los cuadros de los artistas plásticos, el público se acerca a felicitar o a comentar ese evento con los creadores, lo cual es una retroalimentación para ellos, no para el museo.

✓ Propuesta

En un museo hay diversas formas de recibir la retroalimentación: a través del libro de sugerencias que sea visto por los directivos para tomar en cuenta lo que ahí se dice. Impulsar al público a acercarse al director, y a la vez que el director ronde el museo para acercarse al público día con día. El realizar técnicas de investigación cualitativa como las que se hicieron en este estudio (Grupos de Enfoque, entrevista profunda, Observación Participante) que informan de sentires y pensamientos particulares acerca del museo o a través de encuestas.

5.2.2 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Son herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del Milenio, son instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y de la democracia y son los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua»

— Kofi Annan,

Las TIC's se relacionan con la difusión son una atracción para los jóvenes y los niños. Una difusión para el museo sería saber que se cuenta con TIC's. Asimismo, las TIC ayudan a la enseñanza y aprendizaje.

Las TIC, asimismo, están relacionadas con las políticas culturales y la transparencia en los recursos. Si las políticas culturales están hablando de atraer a los jóvenes a los museos, y por otro lado se está viendo que a ellos les atraen mucho las TIC, se cuestiona el que no haya estos aditamentos en el MALM. Continúa el cuestionamiento al observar en la página de Transparencia del Estado de México que aunque se ve la cantidad dedicada al IMC no se sabe en qué rubros se divide. Por lo tanto queda la duda si no son suficientes los recursos que se le dan al IMC, o si lo que se le da a este organismo descentralizado, no se emplea en lo que el público “pide”.

Por otra parte, se realizó el Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) el cual en el área de educación “establece una Estrategia Digital Nacional para fomentar la adopción y el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, e impulsar un gobierno eficaz que inserte a México en la sociedad del conocimiento.” (pnd.gob.mx, 2013, en la web) Como los planes anteriores se da un deber ser pero que no se concretiza. Se espera que se incorpore en los museos tecnologías de la información y comunicación, para que el MALM las tenga.

5.3 El Consumo Cultural

*Vengo de la tierra
soy polvo
Vengo de la lluvia
soy mar
Vengo de los vientos
soy un suspiro
Vengo del fuego
soy llamas
Parte del Universo soy
en la armonía de las estrellas estoy
en ella nado y en ella vuelo
la luna de lejos, me abraza
Y es lo único que importa*

— Mónica Rodríguez Orduña

El consumo cultural se refiere al “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini,1999:42). Lo cual quiere decir que dentro de un campo, que en este caso sería la Cultura de Atizapán, los sujetos adquieren un valor simbólico como sería prestigio, reputación, gusto, notoriedad, autoridad, conocimientos, orgullo o talento. Aunque este capital simbólico sólo puede existir si es reconocido por los demás (Bourdieu, 2013).

Por lo tanto se concluye que de alguna manera el museo contribuye al consumo cultural dándole prestigio y notoriedad a los artistas/creadores. A los vecinos por la participación del Día de Muertos, les trae una integración y comunicación. A algunos adultos les trae orgullo. A los niños y a los papás que van por hacer la tarea de la escuela les traerá reconocimiento.

✓ Propuestas

A los jóvenes les hizo falta un lugar de integración y consumo; como ellos refirieron les gustaría una cafetería. Actualmente la difusión de las cafeterías generan un valor simbólico en los jóvenes más que como uso.

Los niños mencionaron el querer que hubiera una tienda del museo. Así aparte de satisfacer un deseo de adquirir un objeto, se llevarían un recuerdo

que les traería a la memoria algo relacionado con el museo (gozo, aprendizaje, creación) cada vez que lo vieran.

5.3.1 Identidad

*Antes de irnos pondré la manta al burro
Después el pepestle de tres cocos y luego el ixtle
Así la carga irá segura y el animal no ladeará
andando
Por aquí salen el tejamani
castañas de pulque pasando por las vueltas
Y comenzar en la entrada el reparto de riquezas
de Atizapán
Ojalá cuando muera no deje de pastar el ganado
en los cerros
Y sigan cantando los pastores su bendición*

— Carlos Alfredo Ortega Vera

La identidad se estudió pues ésta es imprescindible para que se dé una comunicación. Giménez (2009) dice: “para darse una comunicación; la identidad de los participantes en esta interacción constituye el marco requerido para la interpretación correcta de sus recíprocos mensajes [...] la identidad limita los tópicos de comunicación [...] y condiciona los comportamientos comunicativos” (:11)

Los jóvenes no les llamó la atención ni gustó la identidad de ALM emitida por sus objetos exhibidos, por sus deficiencias museográficas y porque los jóvenes rechazan a un personaje de la política y gobierno.

Además faltó mostrar al personaje de ALM, con su verdadera identidad, como un ser humano con defectos para dejar de verlo como un antagonista y encontrar características que a los jóvenes les ayudaran en su autoconocimiento.

Los niños del GE se sintieron defraudados al no encontrar fotos en familia de ALM. Sin embargo, por su creatividad encontraron “los juguetes de ALM”: un barco y un anillo. Asimismo, encontraron el mismo texto que ellos tienen que es el Texto Gratuito. Fue con esos tres objetos donde encontraron algo de identidad.

Los *adultos del GE* recobraron un momento de su identidad debido a su capital cultural. En su infancia recibieron información positiva acerca de ALM por sus papás, lo cual les ayudó a interpretar el mensaje dado por el MALM y entre ellos se dio una memoria compartida.

Para la poeta Gloria Miranda el MALM es un lugar de identidad por encontrarse ahí con otros artistas que como ella desean compartir su arte con el público. Para la organizadora comunitaria, la Sra. Valencia, es un lugar que le permite continuar con sus tradiciones compartidas con su comunidad, en el Día de Muertos y Navidad, además que el museo alberga un lugar que es parte de su identidad pues en el edificio del MALM, era donde iba al cine, hacía pagos (cuando era Palacio municipal) y fue su escuela.

En la OP del Día de Muertos la identidad se da por dos situaciones: primero porque es una festividad practicada o realizada en México y por lo tanto tiene todo un contexto histórico, y dos porque el evento es realizado en un recinto que se recuerda por todas las funciones que tuvo anteriormente: escuela, cine, palacio municipal, cárcel. Por lo tanto se da una identidad con las tradiciones ancestrales de la festividad del Día de muertos y aparte porque los vecinos del primer cuadro saben que ahí se encontrarán con sus amigos y/o vecinos, con los cuales comparten muchas vivencias por el lugar donde viven y eso es parte de su identidad.

Por otra parte una joven trabaja ideas nuevas acerca de lo que pueden ser otro tipo de altares para así atraer a más jóvenes con los que se podría ir construyendo una identidad de acorde a ellos. Muy aparte ella comparte con su familia y vecinos una identidad dada ya por ellos.

Se concluye que lo que más trae la identidad es el recinto en sí, y la festividad del Día de muertos. Para los jóvenes resulta antagónico el que un museo se llame como un presidente y de entrada esto puede inhibir cualquier intento de reconocer este lugar como de identidad para los jóvenes, aunque vivan en el municipio.

✓ Propuesta

Por lo tanto se propone se haga un estudio del público joven e infantil principalmente para saber que desean en su museo. Para atraer sobre todo a los jóvenes probablemente habría que cambiarle el nombre al museo.

Se debe tomar en cuenta al edificio como lugar de memoria e identidad y tener museografía e información al respecto.

Se debe tomar en cuenta la historia del municipio y lo que buscan los adultos vecinos para recuperar la memoria de los antiguos y nuevos habitantes de Atizapán.

Si se continuara siendo un museo biográfico de ALM se propone conseguir fotos de la infancia de ALM. Se puede pedir a los niños visitantes que hicieran los dibujos de cómo se imaginan la familia de ALM y cómo es la de ellos y ponerlos en un muro. Tomarles a los niños una foto con su dibujo, o hacer un concurso al respecto. De esta manera incorporaría un elemento interactivo permitiendo el diálogo. El museo podría agregar una narración en forma de cuento que hablara de la vida de ALM de niño y joven a través de una grabación.

5.3.2 Identidad Colectiva

*Como a todos me sentó mal una tierra de lejos
En el exilio te aferras a la memoria de aquella
verdad en que naciste
con sabor a propio, colores por derecho
Te arrulla el himno de la Patria
intentando un sueño nuevo sobre almohadón de
cartas y retratos
Años;
más años
Llegó a mi dolor la última boleta
y pagué el preciso guaraní por volver
En el trayecto pensé: Yo no dejé mi suelo, él me
perdió por largo instante*

— Rosario G. Towns

Esto lleva a mencionar a la **Identidad colectiva** que se crea con miembros que viven dentro del área llamada “Cabecera Municipal”, como gente que vive en otras partes del municipio y que comparten una memoria: iban a la misma escuela o los metieron “al bote” de jóvenes por infracciones menores, o sus papás se conocen, o han hecho proyectos en grupo (fiestas, rituales, comidas, callejoneadas, donaciones, difusión). La festividad del Día de muertos es un ejemplo claro de la creación de una identidad colectiva.

Se da un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo y esto es importante para el museo porque se difunde el trabajo del museo y se da un proceso de enseñanza/aprendizaje. Es por eso que al conocer que existieron “Los amigos del museo” en la administración pasada se consideró importante mencionarlos.

5.3.3 Amigos del museo

“Vámonos por partes”, como dijo Jack el destripador.

Hay ejemplos, de que la comunidad puede ayudar a este recinto si se les convoca o permite participar como “Los amigos del museo”³⁸. Es una forma de participación de ciertos miembros de la comunidad en la cual el museo recibe apoyo material y ayuda para coordinar, se fomenta la capacitación de los recursos humanos, se beneficia la sociedad y los amigos del museo reciben capital simbólico³⁹. Se diría que es otra forma de retroalimentación y difusión y que se dio por una identidad colectiva⁴⁰.

Actualmente se da una falta de comunicación entre los que quieren ser “Amigos del museo” y el actual director pues cada cual dice que el otro no se comunica con él (ellos). Por otra parte, el Dir. Muñoz dice que para existir este grupo debe estar protocolizado ante notario. Las políticas culturales no mencionan este tipo de grupos que serían de beneficio a la comunidad y que permitirían otra forma de difusión.

³⁸ Existe una Federación Mundial de Amigos de los Museos (WFFM) con sede en Bruselas y vinculado con el ICOM.

³⁹ En la pasada administración del MALM los Amigos del museo entre los que se encontraban el canta-autor Francisco Bobadilla, el periodista Arturo Trueba Urbán y el cronista Enrique Bringas. Lograron recaudar dinero para arreglar el reloj del museo, entre otras cosas.

⁴⁰ Cabe agregar que otros artistas como Ignacio Bravo y Jorge Villicaña donaron una computadora y luces al museo. Los pintores Miguel Poucel, Ignacio Bravo, Jorge Villicaña, René y otros donaron sus cuadros para que el MALM tuviera una colección de pinturas permanente. De hecho, adornaban todas las paredes de la escalera y ahora no se encuentran a la vista del público. Haberlo donado al MALM, significa para ellos el haberlo donado al pueblo de Atizapán. Desafortunadamente parece ser que no se firmó ningún papel que así lo estipulara.

5.3.4 Tradiciones

*Todo sobre la tierra "Tlaltipac",
Es transitorio, es temporal,
Aparece un poco aquí y se desvnece para siempre
allá,
Sin embargo, hoy recuerdo tu andanza,
Como un caballero que crece y avanza,
Y te descubro: Can on ayac michohua
"donde la muerte no existe"
Como el gran príncipe que fuiste
De mi México actual.
¡Nezahualcóyotl, mi gran abuelo!*

— Jorge G. Álvarez Pérez

La Sra. Eugenia Valencia organiza la festividad del Día de muertos, junto con otra señora, Natividad Vázquez Guzmán (Doña Naty). Ellas lo hacen como una tradición. Doña Eugenia a través de la entrevista reveló que lo festeja parecido a lo que su abuela hacía, por el gusto de reunir a la gente y compartir.

El recorrido durante la celebración del Día de muertos fue así: la Sra. Eugenia convocó a todos a salir con velitas. Después se empezó a cantar una canción, y se entró a al recinto de una manera muy ritual. Se pasaba enfrente de cada altar y ella decía algunas palabras. Como dice Fernández: "El museo es simplemente un medio para transmitir mensajes de la comunidad. El museo no es meta, sino el medio" (Stransky citado por Fernández, 1999:33)

Finalizando el recorrido por los altares, y para recrear el otro sentido el museo, se escuchó a un canta-autor y después se invitó a todos los presentes a comer. Todo esto es parte de la tradición de esta festividad.

5.4 Políticas Culturales

*En la roca se estrellan llantos y sonrisas.
Los sentidos se despiertan,
Invidente la historia yace herida.
Entonces se vira el vuelo en busca del céfiro.
Es la celeste confesión.*

— Gloria Miranda Espinoza (Mies)

Los museos así como otros recintos culturales se rigen por las políticas culturales. Es por eso que a este trabajo le compete conocerlas porque afectan y debieran afectar positivamente tanto a la difusión como a la museografía, la administración, el uso de las TIC y a la educación no formal que se da en los museos.

En México las políticas culturales se generan del Gobierno Federal aunque están influenciadas por organismos internacionales. En México se ejecuta la política cultural en todo el país a través de la SEP y Conaculta. Sin embargo el Estado de México también tiene su órgano descentralizado, el Instituto Mexiquense de Cultura (IMC), que aplica las políticas culturales de su gobierno. Por lo cual se dice que hay muchas “cabezas” llevando a cabo las políticas culturales, aunque se dice que se coordinan entre todas. Pero está la sabiduría popular y las conclusiones que dicen “el que a muchos amos atiende, con uno queda mal”.

Una de las prioridades en todas las políticas culturales del país es la difusión/promoción de la cultura pero no se especifica cómo, ni se solicita de una manera profesional, lo cual deja muchos huecos por la ambigüedad de las palabras. Además no menciona el perfil de los empleados o directivos.

Como esto no se ve en el MALM, demuestra que las políticas culturales al no ser específicas causan muchas acciones al arbitrio de gente que no es profesional de la difusión con las consecuencias de falta de público.

Con respecto a los servicios educativos mencionados en las políticas no se sabe específicamente a qué se refieren. En unos museos los servicios educativos son el contacto que se hace con las escuelas y otra interpretación sería la relación con aplicaciones educativas en la museografía. De cualquier manera no se vio algo parecido en el MALM.

Debido a estas faltas se puede inferir que el MALM, y las organizaciones que lo dirigen -la IMC, Conaculta, la SEP y el Gobierno del Estado de México- no han seguido las políticas culturales dadas por el Ejecutivo ni las de la UNESCO.

A pesar de que en las políticas culturales dicen también de la necesidad de ir impartiendo capacitación técnica y formación vocacional a los profesionales de la cultura no se sabe que esto suceda en el museo pues la calidad de las exposiciones es inadecuada como se dijo en el apartado de museografía. Por lo tanto este apartado debiera especificar horas, materias, obligatoriedad y la necesidad de pasar un exámen del curso, como condición para que los empleados conserven su trabajo.

Al incluir estatutos para la formación de recursos humanos, implica que desde su contratación no han escogido, a los que tengan esa formación, sino diría “continuar capacitando”. Refleja esto, la no obligatoriedad de contratar a gente profesional. Implica no estarle dando una importancia debida al área de la Cultura como lo demanda la ONU y los otros organismos internacionales como la Junta de Río que pone a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sustentable.

También las políticas culturales tienen huecos y no mencionan a la investigación, cambio de museografía, museología, y el rubro de Enseñanza y Aprendizaje dentro del museo.

Otra de las políticas refiere a diseñar nuevas **estrategias y mecanismos de atracción y generación de nuevos públicos, en particular entre niños y**

jóvenes. Mientras no se reciba una retroalimentación de estos públicos no se podrá saber a través de cuales estrategias y mecanismos se les podrá atraer.

Las políticas no especifican el porcentaje que habrá de dedicarse a los diferentes rubros.

En las políticas culturales no se especifica el perfil de los directores, administrativos ni de los empleados. Lo cual permite que gente sin conocimientos sobre el área cultural, comunicacional o de difusión tome esos puestos con las consecuencias de una operatividad inadecuada. Permite que los puestos culturales sean puestos políticos “por dedazo” o de “castigo”.

Lo expuesto lleva a pensar algo muy serio respecto a las instituciones culturales detrás del MALM: no siguen las políticas culturales que emiten, la contratación de los funcionarios en puestos culturales no es a través de un procedimiento profesional que busque el mejoramiento del sistema cultural, sino que se dan por razones no claras. Además no hay transparencia en los recursos económicos dedicados a la cultura, porqué sino se debiera decir el porcentaje de dinero dedicado a la difusión y museografía.

Por otra parte no hay una ley que determine obligaciones específicas por parte de los directivos y administradores culturales y que a su falta haya una consecuencia legal en cuanto a esa falta. Por lo tanto las políticas culturales carecen de apoyo legal.

Además las políticas culturales no mencionan la necesidad de una supervisión en el trabajo y resultados del museo, por los altos comandos culturales, sino se vería el problema de la falta de asistencia del público. Tampoco hablan de mecanismos habilitados para que la comunidad pueda deponer un director o a los empleados que no cumplan con su trabajo; ya que si su posición es de servidores públicos se les puede y debe exigir.

En el caso de la festividad del Día de muertos, el museo aplica uno de las resoluciones de las políticas culturales que es el de “preservar las culturas

dentro de los países”. Aunque se sabe que el MALM apoya esta instancia como se vio anteriormente se tiene olvidado a diferentes fracciones de la población juvenil (skatos, rockers, etc.) y a la originaria población de Atizapán (los tlaquicheros, chichimecos, otomíes, obreros, artesanos, etc.)

Existe una política cultural de la SEP que habla de apoyar la cultura por parte de esa Secretaría. En la visita que hicieron los estudiantes durante la semana de Observación, se puede decir que se cumplió en parte esta sentencia pues los alumnos fueron al museo debido a una consigna que tenían sus escuelas –por la SEP- de mandarlos a un museo. Sin embargo, por la manera en que se desarrollaron los niños en el museo, y debido a que no se vieron actividades dentro del contexto de educación no formal, el visitar el MALM, puede crear una imagen de que los museos no son interesantes. Lo cual trae como consecuencia una percepción de los museos como lugares aburridos, que como una cadena de efectos llevará a los niños a no querer usar su tiempo de ocio visitando museos.

También se cuestiona el argumento de las políticas culturales mexicanas creando el **derecho a la cultura** si se ve que el público no visita los museos debido al atraso educativo (bajo capital cultural). Cuando también se sabe que el capital cultural va ligado al capital económico y que mientras el gobierno no haga despuntar estas áreas, la Cultura no llegará a todos.

El que la Unesco junto con la Junta de Río y otros organismos internacionales, promuevan y busquen concientizar acerca de la importancia de las dos culturas/Cultura, pero sin contar con una jurisdicción, se pueden tomar como deontológicas simplemente y sin consecuencias concretas. Desgraciadamente este tipo de políticas culturales permiten continúe la hegemonía dominante.

Se ha dicho que para gustar y apreciar del arte la educación artística debe empezar desde la niñez y hay una ausencia de esto en el PND (2013-2018). “Las ausencias que ve son [...] no aparece formalmente el tema de educación

artística, ni en cultura ni en el plan educativo” (Cruz Vázquez citado por Amador, Proceso #1909, año 2013:62).

5.4.1 Transparencia

*Estrépito del encono
Aniquilación de mi psique infectada
Atestada de gusanos.
La peste flota en el aire para un ser noble,
Empero amordazado a causa de la ignorancia
dominante.*

— Adalberto Cañez

El punto de transparencia en las finanzas se agregó dentro del concepto de Políticas Culturales porque puede ser que no se cumplen las políticas culturales debido a la falta de recursos económicos. Precisamente el Dir. de Patrimonio Cultural del IMC, mencionó que una de las razones por las cuales no había un museógrafo profesional en su institución y por ende en el MALM, era porque “cuesta mucho”.

Como se muestra en la Tabla del Sector Auxiliar del Gobierno del Estado de México, el IMC es una de las instituciones a las que más recursos se le dan. Eso no dice mucho porque no se encuentran tablas comparativas de lo que dedican otros estados de México o de países extranjeros a la cultura, para hacerlo significativo. Sin embargo, lo que falta para complementar la información es que de los recursos dados al IMC, cuánto se gasta en difusión, investigación, curaduría, museografía, capacitación de los empleados, salarios, etc. Por lo cual, no se puede saber si la Política de difusión es tomada como prioritaria o no.

Así en la tabla que se verá a continuación se ve la cantidad dedicada a cada rubro de la administración del Edo. de México. La cantidad que se le da al IMC es de \$812,883,271.14 pesos. Pero no se encuentra la información que diga de cuál manera se distribuye.⁴¹

⁴¹ En el anexo 3 se incluirá la página mencionada. Cabe hacer notar que para llegar a esta página se tuvo que entrar a muchas otras páginas para encontrar la que tuviera las cifras. La transparencia en las cuentas debe ser fácil de acceso, por el derecho que se tiene a la información.

ESTADO DE MEXICO

SECTOR AUXILIAR
Cifras al 30 de Septiembre de 2012
(PESOS)

ENGRANDE

Organismo	Autorizado Modificado	Ejercido
BANCO DE TRABAJO DEL ESTADO DE MEXICO	1556 400.00	3 758 538.98
CENTRO DE CONTROL DE COMERCIO DEL ESTADO DE MEXICO	272 298 126.87	108 977 224.87
COLLEJO DE INGENIEROS DEL ESTADO DE MEXICO	892 462 702.83	897 789 153.37
COLLEJO DE ESTUDIOS CIENTIFICOS Y TECNOLÓGICOS DEL ESTADO DE MEXICO	89 772 237.00	421 263 812.95
COLLEJO EDUCACION PROFESIONAL Y TECNICA DEL ESTADO DE MEXICO	651 984 476.12	617 472 398.19
COMISION DE CONSERVACION Y RECONSTRUCCION DEL ESTADO DE MEXICO	11 584 581.20	3 714 788.89
COMISION DEL AGUA DEL ESTADO DE MEXICO	2 026 893.00	884 269 046.00
COMISION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL VALLE DE TEXCOCO	23 111 423.00	49 238 278.00
COMISION PARA EL DESARROLLO DE ZONAS INDUSTRIALES EN EL ESTADO DE MEXICO	20 848 100.00	6 823 274.61
COMITE DE PLANEACION PARA EL DESARROLLO DEL ESTADO DE MEXICO	36 306 344.00	20 374 987.33
CONSEJO DE INVESTIGACION Y EVALUACION DE LA POLITICA SOCIAL	31 075 802.00	8 060 201.84
CONSEJO ESTATAL DE LA MUJER Y BIENESTAR SOCIAL	2 211 421 387.00	1 535 536 498.41
CONSEJO ESTATAL PARA EL DESARROLLO DE ZONAS INDUSTRIALES EN EL ESTADO DE MEXICO	121 718 000.00	81 265 240.00
CONSEJO MEXQUENSE DE CIENCIA Y TECNOLOGIA	25 684 118.95	171 268 206.00
FOROSOCIO PARA EL DESARROLLO DE ZONAS INDUSTRIALES EN EL ESTADO DE MEXICO	13 158 318.32	73 508 000.00
FOROSOCIO PARA LA CONSTRUCCION DE CENTROS PREVENTIVOS Y DE READAPTACION SOCIAL EN EL ESTADO DE MEXICO	92 068 844.00	8 625 720.79
INSTITUTO DE CAPACITACION Y ASISTENTE PARA EL TRABAJO INDUSTRIAL	634 862 275.00	68 848 076.35
INSTITUTO FEDERAL DE INVESTIGACION TECNOLÓGICA, ESTADISTICA Y CATASTRAL DEL ESTADO DE MEXICO	233 068 000.47	102 863 524.87
INSTITUTO DE FOMENTO MINERO Y ESTUDIO GEOLOGICO DEL ESTADO DE MEXICO	8 787 648.00	3 178 972.24
INSTITUTO DE INFORMACION Y REALIZACION REGIONAL, ESTADISTICA Y CATASTRAL DEL ESTADO DE MEXICO	24 848 100.00	40 862 258.00
INSTITUTO DE INVESTIGACION Y CAPACITACION AGROPECUARIA, ACUICOLA Y FORESTAL DEL ESTADO DE MEXICO	42 388 308.00	23 597 262.57
INSTITUTO DE INVESTIGACION Y FOMENTO DE LAS ARTESANIAS DEL ESTADO DE MEXICO	26 782 200.00	14 634 982.57
INSTITUTO DE LA FUNCION REGISTRAL DEL ESTADO DE MEXICO	1 567 853 241.53	1 191 482 446.42
INSTITUTO DE SALUD DEL ESTADO DE MEXICO	15 226 403 718.00	6 458 893 263.00
INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL PARA EL ESTADO DE MEXICO Y MUNICIPIOS	13 713 426.00	32 263 271.86
INSTITUTO HISTORICO DEL ESTADO DE MEXICO	847 268 100.63	508 790 081.42
INSTITUTO MATEMATICO DEL ESTADO DE MEXICO	81 265 240.00	46 893 143.65
INSTITUTO MEXQUENSE DE CULTURA	302 863 423.33	95 762 865.68
INSTITUTO MEXQUENSE DE CULTURA FISICA Y DEPORTE	401 068 824.25	422 151 788.85
INSTITUTO MEXQUENSE DE INFRAESTRUCTURA FISICA EDUCATIVA	17 238 802.00	11 517 488.53
INSTITUTO MEXQUENSE DE LA ADJUNTIA	15 487 258.02	7 863 907.81
INSTITUTO MEXQUENSE DE LA PROTECCION	250 849 828.00	123 079 708.28
INSTITUTO MEXQUENSE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	89 475 828.28	47 158 820.37
INSTITUTO MEXQUENSE PARA LA EDUCACION DE LOS ADULTOS	124 658 828.00	62 508 268.44
INSTITUTO MEXQUENSE PARA LA EDUCACION DE LOS ADULTOS	89 475 828.28	47 158 820.37
JUNTA DE ASISTENCIA PRONASA DEL ESTADO DE MEXICO	20 325 178.20	15 782 243.90
JUNTA DE COMANDO DEL ESTADO DE MEXICO	2 202 460 491.18	1 286 877 090.40
PROTECTORA DE BOSQUES DEL ESTADO DE MEXICO	344 881 828.25	227 567 426.37
REGISTRARIA AMBIENTAL S.A. DE CV	34 884 400.00	88 803 524.58
SERVICIOS EDUCATIVOS INTEGRADOS AL ESTADO DE MEXICO	24 782 448 226.81	17 264 841 728.54
SISTEMA DE AUTOPistas AEROPORTOS, SERVICIOS COMERCIALES Y AEREALES DEL ESTADO DE MEXICO	43 888 882.00	31 451 817.75
SISTEMA DE PASADAJOS Y TELECOMUNICACIONES	243 788 828.14	193 546 482.26
SISTEMA DE TRANSPORTES MARITIMOS DEL ESTADO DE MEXICO	102 863 524.87	78 148 982.79
SISTEMA PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL DE LA FABRIL EN EL ESTADO DE MEXICO	2 725 720 788.64	1 897 770 892.42
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE CDMEXCALCO	24 12 348.41	28 187 25 183
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE CDMEXCALCO	78 260 268.00	48 708 174.71
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE CDMEXCALCO	38 260 268.00	67 408 865.52
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	215 248 048.15	54 788 034.57
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	40 822 368.81	148 841 482.27
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	36 872 368.81	25 871 263.17
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	34 248 048.28	17 482 812.73
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	34 248 048.28	23 137 528.87
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE GUAYMAS	34 248 048.28	68 028 811.93
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE SAN FELIPE DEL PROGRESO	28 827 231.10	7 388 127.48
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE TLANTEPEC	42 848 862.80	20 028 811.93
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE VALLE DE BRUNO	48 488 862.80	44 208 572.26
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE VALLE DE BRUNO	42 848 862.80	23 028 811.93
TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DEL ORIENTE DEL ESTADO DE MEXICO	44 888 812.31	30 714 860.72
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ESTADO DE MEXICO	57 878 078.14	38 897 868.84
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL VALLE DE TEXCOCO	88 278 812.00	48 292 268.88
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL VALLE DE TEXCOCO	88 278 812.00	38 428 278.82
UNIVERSIDAD TECNICA VIALVA DEL ESTADO DE MEXICO	897 848 268.28	42 278 528.88
UNIVERSIDAD MEXQUENSE DEL DESARROLLO	108 878 268.00	82 428 848.48
UNIVERSIDAD MEXQUENSE DE TECAMAC	13 888 862.00	71 188 251.88
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE TEXCOCO	68 888 862.00	7 133 862.00
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DEL VALLE DE TEXCOCO	68 888 862.00	38 782 862.35
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DEL VALLE DE TEXCOCO	27 848 862.00	38 862 862.47
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE TLANTEPEC	108 878 268.00	108 878 268.00
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TEXCOCO	128 348 862.81	98 488 268.81
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TEXCOCO	128 348 862.81	23 888 862.81
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL VALLE DE TEXCOCO	111 868 862.80	88 888 862.78
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL VALLE DE TEXCOCO	82 227 862.80	84 111 862.81

Imagen de las "Cifras al 30 de septiembre de 2012. Gobierno del Estado de México, tomado de la página en línea llamada: Sector auxiliar en Transparencia del Estado de México⁴². Aparece en el Anexo # 4.

Además se ve ahora con la entrada de un nuevo gobierno se dejan unos lineamientos y entran otros. La Cultura debe tener planes a corto, mediano y largo plazo que no sean alterados por el cambio de los presidentes, pues los avances que se tenían se pueden detener como lo que menciona Judith Amador de Carlos Lara, difusor cultural: "al especialista le parece preocupante que el PND no toque el tema de la transparencia, la rendición de cuentas y la evaluación del impacto social de las acciones y programas culturales, sobre todo porque el Conaculta ha sido objeto de muchos señalamientos por parte del Instituto Federal de Acceso a la Información -IFAI-" (Proceso, 2013:61).

⁴² Esta información se puede encontrar en: <http://transparencia.edomex.gob.mx/htm/gastoautorizado/sectorauxilia>

Por lo tanto debe haber transparencia en los recursos para los centros culturales para que se puedan aplicar en la difusión y museografía entre otras áreas y así contribuir a que los museos en general, y al MALM, en particular, se vuelvan interesantes, gozosos, lugares de enseñanza/aprendizaje, con estéticas atractivas para que haya más visitantes.

5.4.2 Administración

*Los agujeros del cielo
Son cataratas en los ojos de los borregos
Los ángeles se asoman por ellos
Los ajolotes se fueron de los ríos
Y los ríos también se fueron
¿Estás muerto árbol o te estas muriendo?
Yo ya estoy muerto desde endenantes
Pregúntale a los muertos*

— Francisco Bobadilla

El museo, MALM, es una organización en sí pero a la vez es parte de otras mayores (el IMC, Conaculta, la SEP, el Gobierno del Estado de México, el Gobierno Federal). Como toda organización necesita de una administración eficiente para lograr las metas.

Por los resultados que demuestran la aplicación de la museografía como inadecuada y la falta de difusión se concluye que una de las razones es por la inadecuada administración tanto dentro del MALM, como de las organizaciones que lo dirigen.

Es responsabilidad del MALM porque no hay una dirección adecuada que impulse, motive a los empleados y los dirija a las metas del museo, como sería el que actuaran como mediadores entre los objetos y los visitantes. No hay supervisión para vigilar que haya un trato amable con la gente.

No toda la responsabilidad cae en la dirección actual del MALM. Hay factores externos que influyen en el desempeño de los trabajadores como es el sindicalismo (el “escalafón ciego”) que genera que no quieran diversificar sus tareas, la falta de actitud positiva y disponibilidad.

Referente a la difusión la dirección no muestra diversificación, profesionalización y distribución de la difusión. Esto como se dijo antes se puede deber a varias razones desde la falta de recursos y conocimientos hasta la falta de identidad del director con la cultura y pueblo de Atizapán.

A su vez toda estas faltas vienen de las “cabezas de la Cultura” en México: la IMC, el Conaculta, la SEP. Su falta de supervisión y sus políticas culturales cuyo lenguaje es vago para demandar algún perfil en específico para los empleados y directores. Su demanda de difusión no especifica que sea profesional. No toma en cuenta a la Comunicación como un conocimiento válido que ha estudiado a la retroalimentación como punto fundamental para saber lo que quiere y necesita el público. No toma en cuenta la necesidad de una museografía que eduque y permita diferentes formas de aprendizaje.

Por lo tanto esta situación en México sugiere que cualquiera puede tomar estos puestos ya sea por influencias, por “dedazo” o por imposiciones del sindicato. Costumbres que se dan en el área laboral de México en varios niveles y que afectan el desempeño, alcance, resultados de esta área de desarrollo.

Los empleados son imagen y comunicación del museo por lo que sus actitudes y actividades influyen en el desempeño general del museo.

Por lo tanto, se reitera que la deficiente administración contribuye a la inadecuada museografía y a la falta de difusión.

Pendientes:

A continuación se mencionan algunos puntos que quedan por investigar.

Como se expuso anteriormente será importante seguir indagando el papel del Gobierno ante la cultura, si debe continuar dirigiéndola y la conveniencia de que los planes culturales empiecen y acaben con cada sexenio. De qué forma los organismos internacionales relacionados con la cultura pueden tener una injerencia jurídica para influir en las faltas a sus estatutos.

Habrá que continuar haciendo estudios referentes al público potencial acerca de su consumo cultural. Es importante conocer la relación de la introducción al arte desde la niñez y la asistencia a los museos, conciertos, y a la creación del arte. Estudiar la posibilidad de los museos como posibles lugares optativos para que los jóvenes que no consiguieron entrar a estudiar o que no tienen trabajo (los llamados NINIS), aprendan un oficio ahí. Pensar en estrategias para que la clase con capitales culturales y económicos bajos asistan a museos y otros centros culturales. Cómo hacer para que haya transparencia en las finanzas de los organismos de Cultura. Como parte de la retroalimentación en el Sector Cultural se necesitan investigaciones para ver los efectos de las Políticas, y programas Culturales. Con base a esto último se podría ver la relación de la transparencia en las finanzas con los efectos positivos de los programas culturales. Estudiar los efectos en gente que visita los museos virtuales.

Más estudios de la importancia de los museos como educación no formal y como lugares lúdicos son requeridos, así como formas lúdicas pertinentes a esos espacios. Averiguar qué tan seguido habría que cambiar las exposiciones. Saber cómo las comunidades se pueden apropiarse de los museos.

En fin, hay un sinnúmero de cuestionamientos acerca de los museos y su relación con la cultura y la comunicación.



Procesión el Día de Muertos, 2012. Tomada por LRH



Altar de las Viudas de Atizapán. Celebración Día de Muertos, 2012.
Foto tomada por LRH.

Siglas

CONACULTA – Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (México)

MALM- Museo Lic. Adolfo López Mateos

IMC – Instituto Mexiquense de Cultura

OCDE – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

PND- Plan Nacional de Desarrollo

PDE – Programa de Desarrollo Educativo

SEP – Secretaría de Educación Pública (México)

TEC – Tecnológico de Monterrey (campus Atizapán)

UNESCO – Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

CGLU (Ciudades y Gobiernos Locales Unidos)

ALM - Adolfo López Mateos

ICOM- Consejo Internacional de Museos

FEMAM- Federación Mexicana de Asociaciones de Amigos de los Museos

GE - Grupo de Enfoque.

OP – Observación Participante

EP- Entrevistas de Profundidad

TIC o NTIC- tecnologías de la información y la comunicación a veces denominadas nuevas tecnologías de información y comunicación (internet teléfono móvil, Twitter, blogs, Xbox, fibra óptica, WiFi, netbook, videoconsolas, correo electrónico, red de T.V. por cable y satélite, Youtube, etc.

LRH – Leonor Rodríguez Hickie

Fuentes Consultadas

Bibliografía

- Berman, S. y Jiménez, L., (2006). *Democracia Cultural*, México, FCE.
- Bunge, M.,(1998). *Los cuatro aspectos del desarrollo*, en *Ciencia, técnica y desarrollo*, (pp.19-29) México, Hermes.
- Calabrese, Omar., (1987) *La era neobarroca*, España, Catedra – Signo e imagen.
- Campbell, L. y Dickenson, C. (2005). *Inteligencias Múltiples –Usos prácticos para la enseñanza y el aprendizaje*, Argentina, Troquel.
- Cosío Villegas, Daniel., (1981) *El sistema político mexicano*, México, Joaquín Mortiz.
- Costa, Mario. (1998) *Il Sublime Tecnologico –Piccolo trattato di estetica della tecnologia*, Roma, Castelvechi.
- Díaz Álvarez, Enrique. (2013) *Hacia una interpretación y reconstrucción de lo diverso*, de Horizontes de Interpretación. La hermenéutica y las ciencias humanas Coord. Lince, Rosa & Amador, Julio. México, UNAM.
- Fernández, L., (1999). *Introducción a la nueva museología*, España, Arte y Música Alianza Editorial.
- Flachslan, C., (2003). *Pierre Bourdieu*, Madrid, Campo de Ideas.
- García. Canclini, N., (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- García Canclini,N.,(2002). *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo.
- García Canclini, N., (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
- García Canclini, N. (Coord.) (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*, *El consumo cultural en México*, México, CONACULTA, (pp. 15-35).
- García Canclini, N. (1999). *El Consumo Cultural una propuesta teórica*, de *EL Consumo Cultural en América Latina*, Coordinador Guillermo Sunkel, Ed. Convenio Andrés Bello, Colombia (pp.26-39)

- Gardner, Howard. (2001). *La inteligencia reformada: las inteligencias múltiples en el siglo XXI*. España: Paidós. Cap.11. Las inteligencias múltiples en el mundo en general.
- González C., (2003). *Principios Básicos de Comunicación*, México, Trillas.
- Guidieri, R., (1997). *El museo y sus fetiches. Crónica de lo neutro y de la aureola*, España, Tecnos, S.A.
- Guzmán Nava, C., (2008). “La evolución del museo en la ciudad de México: El caso del Museo de Arte Popular”, tesis de maestría en Arquitectura, México, UNAM.
- Hernández Hernández, F.,(1994). “*Manual de Museología*”, España, Síntesis.
- Hernández Sampieri et al, (2007) *Metodología de la Investigación*, México, McGrawHill.
- Hooper-Greenhill, E.,(1998). *Los Museos y sus visitantes*, Gijón, Trea.
- López Montaña, R. (2009). “*Museos vemos... públicos ¿qué sabemos?*” Tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, México, FES Acatlán-UNAM.
- López Veneroni, Felipe. (2012) *La construcción del problema de la comunicación y el cruce entre semiótica y hermenéutica-* de Horizontes de Interpretación. La hermenéutica y las ciencias humanas Coord. Lince, Rosa & Amador, Julio. México, UNAM.
- Orozco, G., (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, México, IMDC, A.C.
- Silva, G., (2002). *Educación con mediación del patrimonial. Museos y escuelas*. México, UPN.
- Thompson, J., (1999). “*El concepto de Cultura*” en *Ideología y Cultura Moderna*, (pp.183-240) México, UAM.
- Toussaint, F., (1995).*Crítica de la Información de Masas*, México, Trillas.

Hemerografía

- Amador, Judith (2013). El Plan Nacional de Desarrollo: dudas y ausencias. Proceso, 1909, 60-62.

- González J. A., (1994). “Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida” en Mas (+) Cultura (S). Ensayos sobre realidades plurales, CONACULTA, pp. 54-87.

Trabajo en la Red

- Agenda 21
www.agenda21culture.net consultada 27/10/12
- Atizapán de Zaragoza
es.wikipedia.org/wiki/Atizapán_de_Zaragoza última vez consultado 1/11/12
- Ayuntamiento de Atizapán de Zaragoza
www.atizapan.gob.mx/ Última visita: 11/09/13.
- Avilés, Karina (2010), México tercer lugar en NINIS -OCDE La Jornada p.33 <http://educacionadebate.org/28413/mexico-tercer-lugar-en-ninis-ocde/> consultado el 30/03/13
- Bravo Ramírez, García Rodríguez, *et al* (UAM Xochimilco). *Análisis de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's) en México*
- Código Deontológico del ICOM
- http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_esp.pdf consultado septiembre 10, 2012.
- Conaculta http://www.conaculta.gob.mx/acerca_de/ consultado septiembre 13,2012.
- Cortés, A., *Museos, Educación y Juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos*, Colombia, Ministerio de Cultura, 2008,(pp. 19-22).
<http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/memoriaeducacionjuventud.pdf>
Fecha de consulta: septiembre 5, 2012.
- Chagas, M., (2008). *Museos, educación y movimientos sociales: sólo la antropofagia nos une*, en Cortés Solano, Ana María, *Museos, Educación y Juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos*, Colombia, Ministerio de Cultura, (pp.14-18). Consultado el 2 de septiembre de 2012.
<http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/memoriaeducacionjuventud.pdf>

- <http://www.conaculta.gob.ms/PDF/PNC2007-2012.pdf>
- Consultado 16 de noviembre de 2012
- Costa, Mario, For a new kind of Aesthetics, May 2004, interview by Pericle Salvini 7th Generative Art Conference 2004. 27/03/13
- <http://www.generativeart.com/on/cic/papersGA2004/16.htm>
- Cronista del Municipio de Atizapán de Zaragoza, página de Enrique Bringas López atizapan.brinkster.net/reloj.htm consultado 06/06/13
- Cruz y Díaz, M^a del Rocío. (2003). *De lo que dicen las miradas. Comunicar*, marzo, 188-194 27/03/13 Redalyc
- Diccionario Crítico de ciencias sociales (Dir. Román Reyes HABITUS Enrique Martín Criado Universidad de Sevilla consultado 29/03/13
- <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/H/habitus.htm>
- Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales – Conaculta 2010 http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/ consultado 06/05 2012
- Ejea, Tomás. (2008) *La política cultural de México en los últimos años*, p. 1
http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/05_iv_mar_2008/casa_del_tiempo_eIV_num05-06_02_07.pdf
- Federación Mundial de Amigos de los Museos
- <http://www.femam.org.mx/>
- Consultado 04/04/13
- “Gasto Corriente” Rendición de cuentas Sector Auxiliar, cifras a 30 de septiembre, 2012 <http://www.transparencia.edomex.gob.mx> Consultado 05/03/13
- Giménez, Gilberto. (2009). “Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas”, ponencia presentada en el IV Coloquio Internacional de Cibercultura y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local: Discurso y representaciones sociales, abril de 2009. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m4/gimenez.pdf>.
- Giménez, Gilberto La sociología de Pierre Bourdieu

- <http://www.paginasprodigy.com/peimber/BOURDIEU.pdf>
01/09/2013
- González Alcantud, J. (2010). *Los museos nacionales de interculturalidad y museos de identidad local en tiempos cosmopolitas*. Sphera Pública [en línea] 2010, (Sin mes): [fecha de consulta: 3 de septiembre de 2012] Disponible en: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29719717012> > ISSN 1180-9210
- González, Jorge. *Los Frentes Culturales –Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos de la vida- Introducción: las perspectivas panorámicas y políticas cartográficas*
- González Uresti, Claudia, (2010) *El impulso de la creatividad a partir de la primera infancia*, Foro de Análisis del Marco Jurídico de la Cultura en México, SLP, México
- <http://investigadoresinah.org.mx/sindicato/foronac/sanluispotosi/relatoriaforoslp.pdf> consultado el 04/11/ 12
- ICOM *Código de Deontología* <http://icom.museum/normas-profesionales/codigo-de-deontologia/8-los-museos-actuan-con-profesionalidad/L/1/#sommaircontent> consultado el 20/11/2012
- IGCEM (Estadísticas del Edo. de México)
<http://portal2.edomex.gob.mx/igcem/index.htm>
- Consultado 06/03/13
- Instituto Mexiquense de Cultura – Código Administrativo
- http://quacontent.edomex.gob.mx/idc/group/public/documents/edomex-archivo/imc_pdf_codigo.pdf consultado 23/10/12
- Instituto Mexiquense de Cultura – Consejo Directivo
- http://portal2edomex.gob.mx/imc/acercadelimc/marcojuridico/group/public/documents/edomex_archivo/imc_pdf_reglamentoimc2.pdf consultado 23/10/12
- Instituto Mexiquense de Cultura – Organigrama
- http://portal2.edomex.gob.mx/imc/acercadelimc/organigrama/group/public/documents/edomex_archivo/imc_pdf_orgaimc.pdf consultado 23/10/12
- Jaramillo, M., (2008). *Del museo al foro y el teatro dentro del parque: una propuesta para reflexionar*. en Cortés, A., *Museos, Educación y Juventud: Memorias del V Encuentro Regional de*

América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos, Colombia, Ministerio de Cultura, (pp. 7-13). Fecha de consulta: septiembre 5, 2012.
<http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/memoriaeducacionjuventud.pdf>

- Lomas, Carlos. (2001). *La estética de los objetos y la ética de los sujetos*. *Comunicar*, octubre, 31-39 Redalyc 27/03/13
- Mairesse, F. y Desvallees, A., (2010). *Conceptos Claves de Museología*, Francia, Comité Internacional del ICOM, Fecha de consulta septiembre, 2, 2012.
http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Espagnol_BD.
- Malraux, André. Museo imaginario
<https://sites.google.com/a/asoc-amma.org/web-personal-rosa/Home/museo-imaginario> consultado el 22 de mayo del 2013
- Marketing social
http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_social consultado el 02/09/2013
- Medina García, E.; Sánchez Matos, Y.; Rey, W. y Naung, Y.: "*La identidad cultural en la obra de arte. Aproximaciones a su estudio*", en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, www.eumed.net/rev/cccs/20/ consultado Mayo 2012
- Méndez, E. (2008) "Rango constitucional a la cultura" *La Jornada*, consultado en Agosto/6/2008 [en línea]
<http://www.jornada.unam.mx/2008/08/06/index.php?section=cultura&article=a06n2cul>
- Mendoza, Rojas, Javier. (1999). "Tiempo educativo mexicano v, de Pablo Latapí Sarre". *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, num. enero-juni,
- Moeller Porraz, Margarete Políticas educativas y fines de la reforma universitaria,
<http://www.congresoretosyexpectativas.udg.mx/Congreso%205/Mesa%201/ponencia-18-nayarit.pdf> consultado el 5 de septiembre 2012.
- Museo Lic. Adolfo López Mateos
www.museoadolfolopezmateos.org/ Se visitó esta página 3 veces. Última visita: 24/03/13
<https://www.facebook.com/.../Museo-Lic-Adolfo-López-Mateos/246024>

- NINIS. Avilés, Karina (2010), México tercer lugar en NINIS -OCDE La Jornada p.33 <http://educacionadebate.org/28413/mexico-tercer-lugar-en-ninis-ocde/> consultado el 30/03/13
- Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm> consultado 23/10/13
- Pérez Ruiz, M. (2008). *La museología participativa: ¿tercera vertiente de la museología mexicana?* Cuicuilco [en línea] 2008, vol.15 no.44(Septiembre-Diciembre): [fecha de consulta: 2 de septiembre de 2012] Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=35112197005>
- Plan de Desarrollo Nacional 2013-2019 <http://pnd.gob.mx> Consultado el 04/06/13
- Río +20 <http://www.un.org/fr/sustainablefuture/about.shtml> consultado 04/09/13
- Régimen legal Museos <http://www.oei.es/cultura2/mexico/indice.htm> Consultado 23/11/12
- Roncoroni, Humberto. *Benjamín y la teoría de lo sublime tecnológico*, Lima, Universidad de Lima, Contralex to digital, Año 4, # 5 consultado 27/03/13
- Rubiales, R., (2008). *Breves notas sobre los jóvenes y la experiencia museal*, en Página Oficial del Municipio de Atizapán de Zaragoza <http://www.atizapan.gob.mx/BANDO%20MUNICIPAL%202012.pdf> consultado el 05/11/12
- Sarle y Rosas, citados por Maggio, Mariana (2012) “Enriquecer la enseñanza”. Cap. 4 “Los nuevos entornos y su enseñanza”, edit. PAIDOS. Buenos Aires (Sarle y Rosas, (2005)71 Historia de los videojuegos. http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n consultado 25/08/13
- Sindicatos <http://mexicoliberal.blogspot.mx/2012/10/sobre-la-reforma-laboral.html> consultado 02/10/13
- TIC –palabras Kofi Annan- http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n consultado 25/08/13

- Transparencia <http://indices.ifai.org.mx/wb2> consultado el 07-03-2013
- <http://transparencia.edomex.gob.mx/htm/gastoautorizado/sectorauxiliar.pdf> consultado el 07-03-13
- UNESCO Resolución Aprobada por la Asamblea General, 2011 http://www.unesco.org/uy/ci/fileadmin/cultura/2011/UNGA_Res.65-166_es.pdf consultada 30/08/2013
- Zavala, L., (n.d.). *El paradigma emergente en Educación y museos*, Fecha de consulta: septiembre 2, 2012, <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/310/31005006.pdf>
- Zavala, L.,(n.d.). *Estrategias Metafóricas y Experiencia de los visitantes*, fecha de consulta, septiembre 2 de 2012
- http://www.laurozavala.info/attachments/Museos_Cine_Metfora.pdf
- Zavala, L., (2008). *Hacia el museo posmoderno: elementos de un diálogo permanente*, en Cortés, A., *Museos, Educación y Juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos*, Colombia, Ministerio de Cultura, (pp.19-22). Fecha de consulta septiembre 2, 2012. <http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/memoriaeducacionjuventud.pdf>
- <http://igecem.edomex.gob.mx/descargas/estadistica/AGENDAEB/ABEM2011.pdf> consultado 07-0-13
- <http://ciencias-de-la-educacion-004.espacioblog.com/post/2008/10/19/educacion-formal-informal-y-formal> consultado el 12/03/13
- <http://es.thefreedictionary.com/nacionalidad> 27/0313
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Nacionalidad> 27/03/13
- http://es.wikipedia.org/wiki/Modelos_de_ense%C3%B1anza consultado 29/08/13
- <http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/08.pdf>
- <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>
- http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/150/TIC_en_Mexico.pdf Consultado 29/03/13

- <http://mexicoliberal.blogspot.mx/2012/10/sobre-la-reforma-laboral.html> consultado el 30/03/2013
- <http://psicopsi.com/Teorias-identidad-actitudes-cambio-actitudinal> consultado 03/04/13 Teoría de la identidad
- www.capitalemocional.com/Pnl/pnl neurolingüística
- <http://pnd.gob.mx/> Plan de Desarrollo Nacional 2013-2019 consultado 04/06/13
- <http://ccmbicentenario.wordpress.com> Centro Cultural Mexiquense Bicentenario consultado junio 6 de 2013.
- <http://www.inah.gob.mx/escuela-nacional-de-conservacion-restauracion-y-museografia-encrym> Escuela nacional de conservación, restauración y museografía consultada 04/06/2013

Conferencias

- Garduño, A., (2012). “Museos patrimoniales: estrategias fundacionales”, Seminario de Investigación Museológica (Simuseo), México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Centro Cultural Universitario Tlatelolco, agosto 27.
- Espejel Pérez, Edgar (Oct. 29, 2012) “El cuarto pilar de la educación sustentable: a cultura como una experiencia de ocio”, Seminario de Investigación museológica (Simuseo) México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Centro Cultural Universitario Tlatelolco, Oct. 29.

Periódicos

- Los museos no deben estar sometidos al patrocinio “financiero o político”, sostiene Rafael Tovar y de Teresa. (2012, 18 de septiembre). *La Jornada*, en línea <http://www.jornada.unam.mx/2012/09/18/index.php?section=cultura&article=a07n2cul>
- Dejaron sin presupuesto el pabellón en Venecia: Tovar y de Teresa, (2013, 17 de febrero). *Milenio*:41

Entrevistas

- Francisco Bobadilla (Septiembre, 2012)
- Blanca de Guzmán Urbán (Agosto, 2012)

- Angélica Trejo (Noviembre, 2012) Secretaria del MALM, coordinadora y diseñadora de la difusión del museo. Promotora cultural.
- Patricia Rodríguez (Oct. 31, 2012) vecina de la cabecera de Atizapán, expositora (ayudante) del altar de muertos “La casa de las muñecas” Oct.31, 2013.
- Sandra Cruz Rodríguez (Oct.31, 2013). (19 años) expositora y creadora de altar de muertos: “La casa de las muñecas”.
- Eugenia Valencia Vda. de Alcaraz, vecina de la cabecera de Atizapán de Zaragoza (expositora, creadora de nacimientos y altares de muertos, promotora del museo).
- Gloria Miranda Espinoza, poeta, escritora, expositora en el MALM, vecina de Atizapán de Zaragoza.
- Ignacio Bravo, pintor, escultor, locutor.
- Romo, Alejandro (Octubre 30, 2012). dibujante, comerciante, creador del altar “Los poetas muertos”, vecino de Atizapán.
- Orozco Mateo, Guadalupe (19 años) (Oct.31,2012)
- Díaz Mateo, Víctor (12 años) (Oct.31 2013).

Radio

- Transmisión de Radio de Néstor García Canclini “La radio aclara ciertas dudas” 9ª Bienal de Radio, oct.1-6, 2012.

Anexos:

- #1 Tabla de programación metodológica
- #2 Tablas de Análisis
- #3 Video Grupos de Enfoque, Grabación Entrevistas: Gloria Miranda, Fernando Muñoz, Eugenia Valencia, Ignacio Bravo.
Fotografías de Observación Participante “Día de Muertos” y Observación Participante “Público del Museo”.
- #4 Carta para Vecita López Mateos y carta de respuestas.
Cifras Gobierno del Estado de México

Programación-Metodología – Módulo III

FECHA	TÉCNICA	OBJETIVO
Oct. 30, 2013.	Participación- observación: Día de Muertos Se tomaran fotos, y notas de las observaciones y de las preguntas y respuestas.	Observar a los participantes que van a poner altares del Día de Muertos en sus casas, museo, o lugar de trabajo para saber quién los invitó, por qué les interesa participar, de dónde vienen, si conocen el museo. Observar quién los ayuda, qué materiales usan, qué actitud demuestran.
Oct. 31, 2013.	2º día de la Observación participación- Observación de la inauguración de Ofrendas del Día de Muertos el día 31. Realizar entrevistas a realizadores y al público. Tomar fotos.	Saber de qué manera los vecinos participan de esta tradición del museo y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, en la difusión, y “museografía” o puesta de altares. Realizar cuadro de investigación después del evento. Nota: Finalmente la observadora participó en el ritual de la procesión y en la comida que se sirvió después.
Nov. 26-30, 2013.	1)Hacer cuestionarios y preguntas para los Grupos de Enfoque. 4) Conseguir cámaras y camarógrafos.	1)Buscar eventos a realizarse en el MALM .en diciembre para llevar a los grupos de enfoque 2) Buscar sujetos para los Grupos de Enfoque. 3) Hacer un cuestionario para aplicar a los diferentes Grupos de Enfoque para lograr opiniones y percepciones más profundas acerca de la museografía como sobre la difusión. 4) Conseguir cámaras y camarógrafos.
Dic. 1-8	Grupo de Enfoque -.	Organizar los grupos de enfoque para que lleguen antes del evento y coman algo y se conozcan. Ir al museo, recorrerlo, presenciar el

		<p>evento y regresar al lugar donde se realizará la grabación. Concierto de Navidad a las 17:hrs. (evento para Grupo de Enfoque - jóvenes) Citar a las 3:15. Pizzas, refrescos, dulces, galletas, y remuneración.</p> <p>El 8 Visita a los Nacimientos evento para adultos) 11:00. Citar a las 9:00. Desayuno, café y regalito.</p> <p>El día 8 Final de Coro Infantil (evento para hacer Grupo Enfoque de niños). Cita a las 3:00. Pizza, dulces y regalito.</p> <p>Llamar y hacer invitaciones, confirmarlas, hacer compras de comida y de gratificaciones</p> <p>Mandar con anticipación permiso a padres para que firmen de conformidad para menores de edad. Hoja de conformidad para ser filmados a todos los demás.</p>
Dic. 10-15	Revisar videos y redactar los comentarios.	Agrupar opiniones parecidas y ver aportaciones nuevas tanto en lo que respecta a la museografía como a la difusión. Interpretar y triangular.
Enero 3-15, 2013	Transcripción de Grupos de Enfoque	Para codificar, triangular e interpretar.
Enero 14 y 21, 2013.	Pedir cita y realizar entrevista con el pintor- escultor Ignacio Bravo.	Para conocer la comunicación, museografía y difusión del MALM, desde el punto de vista de un creador.
Enero 22- 26	Transcripción de la entrevista con Bravo.	Para triangular e interpretar.
Enero 27	Citar y grabar la entrevista de la poeta Gloria Miranda (Mies).	Para conocer la museografía y difusión del MALM desde el punto de vista de otra creadora.
Enero 28-31	Instalar programa D para escuchar la grabación de la poeta	Para bajar los datos al cuadro de metodológico, y así triangular e

	Mies despacio, y transcribirla.	interpretar.
Enero 27, 29	Citar, y realizar entrevista grabada con la vecina oriunda de Atizapán, creadora de Altares de muertos y de Nacimientos.	Para conocer la comunicación; difusión y museografía del MALM desde el punto de vista de una creadora, en especial de eventos tradicionales.
Febrero 11-15	Observación participativa. Hacer apuntes sobre observación y tomar fotografías.	Conocer a los visitantes del museo, como interactúan con sus acompañantes, cómo recorren el museo, si preguntan, razón por la que fueron, cómo se comportan los empleados con los visitantes, qué objetos se detienen a ver, qué tipo de visitante son (según Zavala).
Feb. 15-19, 2013.	Hacer cita vía telefónica y por email con directivo del IMC.	Pedir carta de permiso a la Coordinación para hacer el trabajo en el MALM y para la entrevista de profundidad a quién se encargue de la museografía del MALM en el IMC. (Ya se había entregado una carta en el MALM pero pidieron otra porque “está empezando el año”) y para una formalización de la investigación con el personal del museo y con el directivo del IMC.
Febrero 19, 2013.	Entrevista a profundidad con micrófono de celular. Previamente se hicieron las preguntas.	Entrevista con el Dir. De Museos. Me mando con una asistente de Bibliotecas que no pudo contestar a mis preguntas pero que me llevó con el Dir. Patrimonio, encargado de dirigir los museos y que si las contestó.

Programación-Metodología – Módulo III

FECHA	TÉCNICA	OBJETIVO
Oct. 30, 2013.	Participación- observación: Día de Muertos Se tomaran fotos, y notas de las observaciones y de las preguntas y respuestas.	Observar a los participantes que van a poner altares del Día de Muertos en sus casas, museo, o lugar de trabajo para saber quién los invitó, por qué les interesa participar, de dónde vienen, si conocen el museo. Observar quién los ayuda, qué materiales usan, qué actitud demuestran.
Oct. 31, 2013.	2º día de la Observación participación- Observación de la inauguración de Ofrendas del Día de Muertos el día 31. Realizar entrevistas a realizadores y al público. Tomar fotos.	Saber de qué manera los vecinos participan de esta tradición del museo y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, en la difusión, y “museografía” o puesta de altares. Realizar cuadro de investigación después del evento. Nota: Finalmente la observadora participó en el ritual de la procesión y en la comida que se sirvió después.
Nov. 26-30, 2013.	1)Hacer cuestionarios y preguntas para los Grupos de Enfoque. 4) Conseguir cámaras y camarógrafos.	1)Buscar eventos a realizarse en el MALM .en diciembre para llevar a los grupos de enfoque 2) Buscar sujetos para los Grupos de Enfoque. 3) Hacer un cuestionario para aplicar a los diferentes Grupos de Enfoque para lograr opiniones y percepciones más profundas acerca de la museografía como sobre la difusión. 4) Conseguir cámaras y camarógrafos.
Dic. 1-8	Grupo de Enfoque -.	Organizar los grupos de enfoque para que lleguen antes del evento y coman algo y se conozcan. Ir al museo, recorrerlo, presenciar el

		<p>evento y regresar al lugar donde se realizará la grabación. Concierto de Navidad a las 17:hrs. (evento para Grupo de Enfoque - jóvenes) Citar a las 3:15. Pizzas, refrescos, dulces, galletas, y remuneración.</p> <p>El 8 Visita a los Nacimientos evento para adultos) 11:00. Citar a las 9:00. Desayuno, café y regalito.</p> <p>El día 8 Final de Coro Infantil (evento para hacer Grupo Enfoque de niños). Cita a las 3:00. Pizza, dulces y regalito.</p> <p>Llamar y hacer invitaciones, confirmarlas, hacer compras de comida y de gratificaciones</p> <p>Mandar con anticipación permiso a padres para que firmen de conformidad para menores de edad. Hoja de conformidad para ser filmados a todos los demás.</p>
Dic. 10-15	Revisar videos y redactar los comentarios.	Agrupar opiniones parecidas y ver aportaciones nuevas tanto en lo que respecta a la museografía como a la difusión. Interpretar y triangular.
Enero 3-15, 2013	Transcripción de Grupos de Enfoque	Para codificar, triangular e interpretar.
Enero 14 y 21, 2013.	Pedir cita y realizar entrevista con el pintor- escultor Ignacio Bravo.	Para conocer la comunicación, museografía y difusión del MALM, desde el punto de vista de un creador.
Enero 22- 26	Transcripción de la entrevista con Bravo.	Para triangular e interpretar.
Enero 27	Citar y grabar la entrevista de la poeta Gloria Miranda (Mies).	Para conocer la museografía y difusión del MALM desde el punto de vista de otra creadora.
Enero 28-31	Instalar programa D para escuchar la grabación de la poeta	Para bajar los datos al cuadro de metodológico, y así triangular e

	Mies despacio, y transcribirla.	interpretar.
Enero 27, 29	Citar, y realizar entrevista grabada con la vecina oriunda de Atizapán, creadora de Altares de muertos y de Nacimientos.	Para conocer la comunicación; difusión y museografía del MALM desde el punto de vista de una creadora, en especial de eventos tradicionales.
Febrero 11-15	Observación participativa. Hacer apuntes sobre observación y tomar fotografías.	Conocer a los visitantes del museo, como interactúan con sus acompañantes, cómo recorren el museo, si preguntan, razón por la que fueron, cómo se comportan los empleados con los visitantes, qué objetos se detienen a ver, qué tipo de visitante son (según Zavala).
Feb. 15-19, 2013.	Hacer cita vía telefónica y por email con directivo del IMC.	Pedir carta de permiso a la Coordinación para hacer el trabajo en el MALM y para la entrevista de profundidad a quién se encargue de la museografía del MALM en el IMC. (Ya se había entregado una carta en el MALM pero pidieron otra porque “está empezando el año”) y para una formalización de la investigación con el personal del museo y con el directivo del IMC.
Febrero 19, 2013.	Entrevista a profundidad con micrófono de celular. Previamente se hicieron las preguntas.	Entrevista con el Dir. De Museos. Me mando con una asistente de Bibliotecas que no pudo contestar a mis preguntas pero que me llevó con el Dir. Patrimonio, encargado de dirigir los museos y que si las contestó.

Índice de Tablas de Análisis

Índice.....	1
Tabla: Grupo de Enfoque – Niños (Diciembre 8, 2012)	1
Tabla: Grupo de Enfoque – Adultos. (Diciembre 8, 2012.)	17
Tabla: Grupo de Enfoque – Jóvenes. (Diciembre 7, 2012.)	40
Tabla: Observación Participante MALM. (Febrero 12-14 y marzo 8, 2013.) 55	
Tabla: Observación participante Festejo del Día de Muertos (Oct. 30,31, 2012.).....	86
Tabla: Entrevista de Profundidad con Gloria Miranda (Mies) (Escritora). (Enero 27, 2012)	100
Tabla: Entrevista de Profundidad con Ignacio Bravo (pintor/escultor) (Enero 21, 2012).....	109
Anexo # 2.....	124
Tabla: Entrevista de Profundidad con Eugenia Valencia (creadora/organizadora) (Enero 29 de 2012).....	130
Tabla: Entrevista Profunda con Dir. de Patrimonio IMC Fernando Muñoz (Febrero 19 de 2012)	141

**Tabla: Grupo de Enfoque – Niños
(Diciembre 8, 2012)**

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
Conocer cómo los niños de seis a 11 años percibieron la museología y la comunicación en el MALM.	A.- Ámbar Rodríguez Díaz, 11 años, sexto grado, vive en Atizapán de Zaragoza, clase socio-económica media.	*cámara, *camarógrafo, *comida/dulces, *remuneraciones, *coordinador.	1.- ¿Alguien se acuerda cómo se llama el museo que acabamos de visitar?	P.- ¡Sí! Es el museo Adolfo López San Mateo. F y P (corrigen) Adolfo López Mateos.	Pregunta de calentamiento.	
	F.- Florencia Calderón Ramírez, 12 años, sexto grado, vive en Atizapán, clase socio-económica alta.		2. ¿Qué fue lo que les gustó?/¿Qué viste? (-¿el de Texto gratuito ?)	N.- El Nacimiento. Los Reyes Magos. P.- A mí me gustó el barco, porque era grande y tenía muchas cosas interesantes. F.- A mí el libro... del libro que hizo que fuera gratuito para los niños que no tenían dinero para comprarlo. F.- ajá V.- A mí me gustó el anillo porque (con ayuda) estaba bonito y brillante. A.- A mí me gustó... este ... las llaves, porque estaban grandotas y porque estaban bonitas.	Su capital cultural les permite reconocer al libro de texto gratuito porque lo usan en la escuela. Asimismo, su capital cultural nos dice que han visto películas (probablemente El Hobbit) en el cual los anillos son sobresalientes. El tener un modelo del barco para los niños representó un juguete; algo lúdico, por lo cual se quedaron observando que tenía. La cantidad de llaves clasificadas como bonita y sí más grandotas que las usuales les traerá posiblemente una experiencia visual memorable y de aprendizaje en cuanto a Adolfo López Mateos. El único problema es que no se completó la experiencia lúdica pues no pudieron jugar con ninguna llave, anillo o barco.	Los capitales culturales, (Bourdieu, citado por González, 1994, p. 15) la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología". Lo lúdico como forma de aprendizaje- El concepto del museo con un poder devorador; su capacidad de producción simbólica y transformación de los sentidos (Chagas, 2008). Aprendizaje- Propiciar que en cada experiencia de visita se evoquen experiencias memorables de aprendizaje y compromiso emocional (Zavala ,Paradigma, 2006).

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	P.- Pamela Carrucho Posadas, 11 años, quinto grado, Atizapán, en colonia muy cerca al perímetro del MALM clase socio-económica media.		3. ¿Y tú sabes por qué están ahí esas? ¿Para qué son las llaves?	A.- Este...se las dieron a ALM.	El hecho que sólo una niña haya contestado indica que la museografía no informó el por qué ni el para qué de las llaves.	La museografía incluye mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009, p. 56)
	N.- Natalí Mendoza Aguilar, 5 años, Kinder, vive en Nicolás Romero, clase socio-económica baja.		4. ¿Preguntaron a alguien para que les informara esto de las llaves?/ ¿En alguna ocasión, preguntaron uds., a alguien, algo?	P.-Yo sí. Pregunté que por qué estaban unos recuadros que...algo de Toluca...qué tenía referenciado con el museo. Y también por qué...	El capital cultural de los niños nos indica que no saben que pueden preguntar a los empleados del museo (hubo intervención por parte de la investigadora para decirles que buscaran quien podía resolverles sus dudas; también para probar si los empleados conocían la respuesta y si estaban bien identificados con algún gafete o ropa para que los niños se les acercaran). Dos pasaron enfrente de la empleada sin reconocerla como tal. Por otra parte, se nota que la empleada no conoce al público infantil, que probablemente siempre va a tener dudas, para acercárseles e informarles. Esto indica que tampoco sabe que la comprensión de la lectura, como medio de comunicación	Los capitales culturales , Bourdieu, citado por González, 1994 p. 15) la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología". *"importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación y conocer a la gente y saber cómo reacciona ante los museos. (Hooper-Greenhill, 1998,p.61)

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					en el museo, es difícil para los niños pequeños y en general (en el grupo había una niña de kinder y de 10 años).	
	V.- Valentina García Estrada, 10 años, quinto grado, vive en Atizapán, clase socio-económica media.		5. ¿Qué te contestaron?	P.-Ah, que ese museo, perdón, que ese los de Toluca, es muy conocido con el museo fue que esta ... cómo se llama...ah, ahí estudió este Adolfo López, ahí fue maestro y fue director.	La que sí preguntó tuvo una experiencia memorable de aprendizaje(Zavala, Paradigma)	"Experiencia memorable de aprendizaje" (Zavala, Paradigma, 2 en línea, 2008)
			6. ¿Ustedes saben a quién le preguntó, si era del museo, y cómo supo que era del museo?	P. A alguien del museo. Porque tenía un gafete.	El gafete apenas y se notaba. A lo mejor sería mejor tener un uniforme.	*"importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación y conocer a la gente y saber cómo reacciona ante los museos." (Hooper-Greenhill, 1998,p.61)
			7. Observación: al recorrer el museo y al externarme dudas yo les sugerí le preguntaran a alguien del museo, pero sólo una niña percibió a la empleada, para las demás pasó inadvertida. ¿Vieron a alguien más del	A.- En la Sala de Solidaridad. Vi que iba vestido igual que la que vimos en la sala sólo que tenía una chamarra. P.- Porque también tenía un gafete como...el de la sala que le pregunté.	Los empleados que están en las salas tienen gafetes para ser identificados, pero su puesto es de custodios, pero se necesitan como guías y en muchos museos si explican.	Empleados y la comunicación- "importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación y conocer a la gente y saber cómo reacciona ante los museos. (Hooper-Greenhill, Museos, 1998,p.61)

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			museo?			
			8. ¿Alguien vio el gafete?	Todas: No		
			9. ¿Tenían preguntas y alguien les respondió?	A.- Yo le pregunté que qué tenía que ver la solidaridad con ALM y me dijo, el señor, que él había formado un grupo para ayudar a los más necesitados. N. Al Señor- ¿de quién era ese traje? De López Mateos. De color negro y me gustó.	Al parecer la museografía del museo no aclara por qué la Sala Solidaridad tiene ese nombre. Sí fue efectivo que el empleado le explicara.	museografía -La museografía reiteramos incluye mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009, p. 56)
			10. Natalí, también le preguntaste algo a una señora...	N.- A la señora del nacimiento que por qué estaban hechos de mazorca.	El MALM al permitir la exposición de Nacimientos durante la época navideña nos muestra su preocupación por preservar las tradiciones que son parte del patrimonio y de los cuales los museos están encargados.	Concepto de lo que es Museo - "una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva y estudia y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite. (ICOM, 2009, p.52)
			11. ¿Alguien sabe? ¿Estuvieron cuando ella le preguntó?	Todas: Sí, F.- Porque el maíz es muy importante para México... A.- Porque quería darle gracias a alguien por darle el maíz o algo así a México, que cuando no teníamos maíz aquí, que este ... África creo, que se lo dio el maíz.	La expositora les explicó la importancia del maíz para México a través de su exposición del nacimiento hecho con mazorcas. En parte contradice a Hooper-Greenhill cuando dice que los museos han ofrecido comunicación de masas, pues en este museo si fomenta que los creadores estén presentes para preguntarles personalmente dudas esto lo hace en ocasiones un museo con oportunidades de	El museo está hecho para fines de estudio, educación y deleite ICOM citado por (Fernández, 1999) museo con oportunidades de comunicación personalizadas - "Las experiencias compartidas (donde se encuentra el creador o artista y el observador- visitante) permiten que se pueda decodificar el mensaje". (Hooper-Greenhill,1998, p. 57)

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					comunicación personalizadas. y contribuye a lo que dice Fernández que el museo está hecho para fines de educación y deleite.	
			12. Ámbar fuiste al museo de Antropología, ¿estaba ahí la persona que encontró los fósiles, por ejemplo?	A.- No.	En museos como el de Antropología, los curadores o arqueólogos es decir el equipo que preparó la exposición está ausente, mientras que el visitante está presente y no puede hacerle preguntas sobre su trabajo o comentarios. Por lo tanto el proceso de comunicación queda incompleto. Lo cual nos dice también del Museo de Antropología como necesitado de una más apropiada comunicación.	Comunicación de masas en los museos (Hodge y D'Souza citados por Hooper-Greenhill, 1998, p.57) "Los museos no sólo conservan sino que también comunican... la exposición de objetos es un medio de comunicación social, y su ejercicio requiere una comprensión especial ... de la naturaleza de la comunicación de masas."
			13. Ahora vamos con lo que no les gustó.	F.- Que el museo ya se veía como muy viejo y que ya deberían de modernizarlo.	Los niños entran asimismo, en esta era neobarroca mencionada por Calabrese en la cual se necesita estos elementos repetitivos, exagerados y fragmentados donde también la forma es más importante que el contenido. Y quizá es por eso que el sentido viejo lo ven en negativo (por la forma en que fue dicho y por sus gestos de Florencia). No mencionan en el gusto que aprendieron sino en las formas del museo.	El museo carente de las nuevas estéticas- "La estética del fragmento ...ya no presentan producciones acabadas sino sobre todo fragmentos de otras obras. (p. 100). Y "los replicantes, como producto de la mecánica repetición, produce más o menos involuntariamente una estética de la repetición (p.44) Ambas cita de Calabrese (1987).

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			14. ¿En qué lo notaste viejo?	F. Como... afuera de la casa, ya se veía como viejo la madera... y ya... y como estaba pintado, es como algo viejo de México, o sea ya es típico de México pero ya es viejo,... y ya.	Como dice Fernández (1999) la arquitectura es parte de la museografía, hecho que acerca el museo a otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público. El gesto facial de Florencia demuestra que su acepción de viejo es en negativo por lo cual, soporta lo arriba citado que la forma es muy importante ahora.	La arquitectura como parte de la museografía (Fernández, 1999) Buscar cómo los colores en la arquitectura pueden crear un ambiente de acorde a la arquitectura del edificio y sus funciones o lo que quiera comunicar. Calabrese- en todo su estudio del neobarroco sugiere que la forma es muy importante.
			15. ¿Cómo te gustaría que estuviese pintado?	F. Como más moderno; o sea pueden ser colores; como muy aburridos como blanco, gris, negro, así.	Al parecer el hecho que el papá de Florencia sea arquitecto – parte de su capital cultural- ha hecho que visite casas "modernas", en las cuales estos colores gris, blanco, y negro, que efectivamente podrían ser aburridos para los niños; pero ella los ha notado que son modernos.	Capitales culturales Bourdieu citado por González 1994 p. 15) la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología").
			16. y esos sí son aburridos...	F.- Sí, pero se ven modernos, así, si le pones con vidrio y así se ve padre.		Capitales culturales (Bourdieu citado por González 1994 p. 15) la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología".
			17. ¿Con que otra combinación aparte del vidrio?	No hubo respuesta.		
			18. Pam, ¿a ti también te dio la impresión que se ve viejo?	P. Este...No, a mí me gustó mucho.		Capitales culturales (Bourdieu citado por González 1994 p. 15) "la dimensión institucional, la infraestructura

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						material y la ideología".
			19. ¿Qué otra cosa te gustó, de ahí?	<p>P.- También me gustó el anillo, el anillo como decía ella que porque brillaba mucho y era color rojo y rosa, y con la luz se veía padre.</p> <p>A.- A mí, que el museo está muy bonito, sólo que está muy chiquito para ser museo.</p>	<p>De entre tantos objetos donde está colocado el anillo, Pamela, también se fijó en el anillo, porque películas que han salido últimamente han puesto un significado especial al anillo, "El Señor de los anillos y "El Hobbit" que son parte de su capital cultural.</p>	<p>Capitales culturales (Bourdieu citado por González 1994 p. 15) " son la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología".</p>
			20. Si se te hace chiquito será porque hay algo que querrías que hubiera ahí. ¿Cómo que te gustaría que hubiera ahí?	<p>A.- Este... otra sala o algo así. A mí me gustaría más, con cosas que al ALM, aunque no vienen de él, se le hagan valiosas a él.</p>	<p>Parte del conocer los objetos personales de una persona logra que la gente se pueda identificar con él/ella como una persona con la cual podemos lograr una identificación normal aparte de haber sido famosa. Desgraciadamente, el museo no cuenta con ese tipo de cosas, que podrían hacer de este "Museo-biográfico" más completo y atractivo desde el punto de vista de conocerlo también como padre, esposo, amigo, etc.</p>	<p>Identidad- "El interaccionismo simbólico descansa en 3 supuestos: uno: los hombres se relacionan con las cosas y con ellos mismos de acuerdo con los significados que tienen para ellos El segundo supuesto es el que esos significados se derivan o surgen en el proceso de interacción social. (Blumer, Teoría de la identidad, en línea).</p>
			21. Algo que sea valioso para él, ¿cómo qué?	<p>A.- A lo mejor algo muy valioso que tenía su mamá de él, o de su hijo.</p>	<p>Desgraciadamente, el museo no cuenta con ese tipo de cosas, que podrían hacer de este "Museo-biográfico" más completo y atractivo. Así se le conocería desde el punto de vista de padre, esposo, amigo, niño; en toda la extensión de lo que es biográfico. Las niñas quieren ver objetos que son</p>	<p>El museo con objetos que representen su mundo o experiencias .- "Amarrar las cosas' (M. Foucault citado por Silva) con la mirada y el discurso, es en sí un acto que en el niño tiene un carácter lúdico, le permite representar su mundo, sus experiencias , construir y desconstruir significados, apropiarse de ellos " (Silva, 2002, p.30)</p>

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					importantes para su cultura como cosas valiosas de él o de su mamá; que les significan algo.	
			22. ¿Si tú fueras su hija, qué se te haría valioso?	A.- mmmmh P.- una foto con él.	Buscan cosas que tengan significados para ellas.	Lo mismo que el anterior apartado.
			23. ¿No había fotos de él con su hija?	A.- Sólo había de él. P.- ...y su esposa, creo. A..- ...una señora	La museografía está incompleta o muda en lo que respecta a su familia Las niñas quieren ver objetos que son importantes para su cultura como cosas valiosas de él o de su mamá.- "Amarrar las cosas con la mirada y el discurso, es en sí un acto que en el niño tiene un carácter lúdico, le permite representar su mundo, sus experiencias , construir y desconstruir significados, apropiarse de ellos " (Silva, 2002, p.30)	Identidad -Las niñas quieren ver objetos que son importantes para su cultura como cosas valiosas de él o de su mamá.- "Amarrar las cosas con la mirada y el discurso, es en sí un acto que en el niño tiene un carácter lúdico, le permite representar su mundo, sus experiencias , construir y desconstruir significados, apropiarse de ellos " (Silva, 2002, p.30)
			24. ¿Entonces te gustaría que hubiera una foto de él con su hija?	A.- o su esposa, su mamá.		Identidad - Las niñas quieren ver objetos que son importantes para su cultura como cosas valiosas de él o de su mamá.- "Amarrar las cosas con la mirada y el discurso, es en sí un acto que en el niño tiene un carácter lúdico, le permite representar su mundo, sus experiencias , construir y desconstruir significados, apropiarse de ellos " (Silva, 2002, p.30)-

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			25. ¿Más con la familia?	A.- Ahá, una sala dedicada a la familia.	Un referente o algo que tiene mucho significado para los niños es la familia, de la cual no se habla mucho en el museo.	Identidad- Las niñas quieren ver objetos que son importantes para su cultura como cosas valiosas de él o de su mamá.- "Amarrar las cosas con la mirada y el discurso, es en sí un acto que en el niño tiene un carácter lúdico, le permite representar su mundo, sus experiencias , construir y desconstruir significados, apropiarse de ellos " (Silva, 2002, p.30)-
			26. ¿Qué otra cosa pueden sugerir? ¿Qué les gustaría? ¿Qué no te gustó, a ti, Valentina?	V.- A mí no me gustó que no fuera grande.	Al "perdersse" lograría que los niños y en general el público no lo recorrieran tan rápido y no les molestara que "no fuera grande". Por un lado, el que los que estén a la entrada digan por dónde empezar va acortando esta sensación y por el otro lado el que toda la exposición sea en las paredes, sin que haya mamparas en medio impide el sentir este placer del laberinto.	La estética neobarroca -Lo que dice Calabrese al respecto es del placer de los nudos y laberintos, " Es el claro placer de perderse y de vagabundear" (1987, p.156)
			27. Es decir, te gustaría quedarte más tiempo en él, porque lo recorrieron muy rápido, no? ¿Te gustaría estar más horas ahí? ¿Tú, qué pondrías?	V.- Seee	Las preguntas #27 y 28 sustentan el análisis de la #26.	
			28. ¿Te gustaría estar más horas ahí?	V. Sí.		

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			29. ¿Tú que pondrías en otra sala?	V.- Pues, fotos. También pueden ser pinturas.	Al parecer se está en una época en la cual lo visual es muy atractivo para los niños y falta más en el museo como demostración de una museografía y comunicación incompleta. La Teoría del aprendizaje- diversas aplicaciones pedagógicas desde a enseñanza a través de los sentidos hasta las inteligencias múltiples (Piaget, Gardner, citados por Jaramillo, 2008) mencionan como se aprende a través de los sentidos y como ciertos niños son más visuales en su forma de aprender.	Teoría del aprendizaje- diversas aplicaciones pedagógicas desde a enseñanza a través de los sentidos hasta las inteligencias múltiples (Piaget, Gardner, citados por Jaramillo, 2008) menciona como se aprende a través de los sentidos y como ciertos niños son más visuales en su forma de aprender.
			30. ¿No vieron aquí pinturas?	A. Yo sí vi una de él, creo. P.- En la escalera había una pintura con una mujer con no sé quién y una mujer con un niño.	No vieron la exposición de sólo cuatro o cinco pinturas que estaban por el mural. Y la que estaba en la escalera no tenía cédula que explicara quién es.	museografía- para comprender el mensaje-La museografía incluye mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009, p. 56)
			31. Pero, ¿no vieron una exposición con pinturas? (se les preguntó esto porque había unos cancelos con pinturas en el aula principal.	Todas: No.	Las niñas no notaron las pinturas en los paneles pues estaban muy separadas y se "perdían" ante el gran mural que estaba atrás. Esto habla de una museografía deficiente, así como una comunicación dentro del museo ausente al no poner "algo" que informe que hay exposición de pinturas.	No se logró una experiencia museográfica- "la experiencia museográfica es el registro personal de la experiencia del visitante del museo, estructurada siguiendo un orden secuencial y subjetivo, en relación con la estructura de la exposición, sus formas de interacción física e imaginaria y otros elementos de su respuesta personal ante los elementos de la exposición". (Zavala, citado por Silva, 2002, p.30).

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			32. ¿Qué ibas a decir Natalí?	N.- A mi me gustaron las medallas porque estaban de varios colores. V.- A mi me gustaron las llaves, porque estaban brillantes y chonchas.	Lo "choncho", tantas medallas y brillantez les gustaron.	El exceso como estética del neobarroco - "Desmesura y excedencia están entre las principales constantes formales de los contenedores neobarrocos". (Calabrese, 1987, p.79).
			33. ¿Se les hizo interesante, aburrido...¿qué sentimiento les trajo el museo?	A.- A mi se me hizo interesante conocer más sobre ALM.	El que Ámbar dijera "que conoció más sobre ALM" habla de que efectivamente el museo tiene un carácter educativo inherente y se le considera no formal.	El museo como una forma diferente y complementaria del aprendizaje-la educación no formal - "Por sus características no formales, los museos son espacios ideales para la exploración de nuevas formas para facilitar el aprendizaje y el conocimiento, en los que medie la participación autónoma, el disfrute y el descubrimiento frente al objeto patrimonio." (Silva, 2002, p, 24,25)
			34. ¿Y ya sabías, ya habían oído hablar de él?	A.- Sí, en mi libro de Historia pero no nos contaron mucho sobre él y aquí nos contaron más sobre él; dónde vivió, estudió.	El museo se relaciona como un auxiliar para realizar actividades extra-escolares . Aunque en el caso del MARM se desaprovecha el tener una experiencia diferente fuera de lo rutinario pues no se construyen formas lúdicas o dinámicas placenteras.	El museo como reforzador de los currículos de educación - "el museo se relaciona como un auxiliar para realizar actividades extra-escolares que refuercen los contenidos de los currículos de educación (Silva, 2002, p.29).
			35. ¿Te gustó saber más?	A.-Sí.	Aprendió algo en el museo y lo dijo con gusto.	El aprender como satisfacción - "Que el homo televisa encuentre al homo sapiens, [...] que se encuentre con lo que le proveyó de satisfacción profunda desde siempre, hacer, aprender, jugar, disfrutar de la belleza del mundo y de su propio acto creativo". (Silva, 2002, p.25,26)

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			36. ¿O sea que aprendiste algo?	A. Sí.	Aprendió algo en el museo.	Museo como lugar de aprendizaje "En la historia de los museo se constata que el carácter educativo les es inherente" (De Santiago, citado por Silva, 2002, p. 25)
			36. ¿Te gusta aprender cuando vas a un museo?	A. Sí. F.- Yo digo lo mismo, o sea que también se me hizo interesante y que también está padre aprender más sobre un personaje histórico.	Por el otro lado, e MALM, logró la función de informar o de aprendizaje porque los niños aprendieron de un personaje histórico.	Experiencia memorable de aprendizaje (Zavala, Paradigma) Una de las funciones del museo es el de educar (ICOM y Fernández,1999)
			37. La sala de los Nacimientos" es temporal. ¿Qué es lo que uds. Sugieren que pueda haber ahí para que ustedes regresen? ¿pinturas?	P.- Este yo pondría... Silencio de todas. V. Pueden ser de él o de otras personas.	Sugirieron algo distinto como pinturas de otras personas.	El conocimiento significativo se estructura en relación el placer de descubrir lo distinto y lo propio (Silva, 2002, p.29)
			38. No necesariamente debe ser todo relacionado con ALM, porque aparte de ser museo es un Centro Cultural. ¿Si notaron que hubo algo antes de que llegáramos? ¿Qué opinión tienes de que haya música en	A.- Sí, un coro V.- Sí A.- ¡Padre, a mí me encanta la música!	Hay un consenso de utilizar la neurolingüística, por pedagogos y psicólogos para mejorar los procesos enseñanza aprendizaje por medio de estructuras neurológicas y su forma de operar a través de los sentidos, por lo cual es un punto favorable de la museografía del museo, que a lo mejor sin esta intención, pone música, y eso ayuda crear una mediación complementaria que ayuda a la comprensión y/o simplemente mejora el aprendizaje pues el	Aprendizaje a través de los sentidos- Hay un consenso de utilizar la neurolingüística, por pedagogos y psicólogos para mejorar los procesos enseñanza aprendizaje por medio de estructuras neurológicas y su forma de operar a través de los sentidos, (www.capitaleemocional.com/Pnl/pnl)

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	--	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			el museo?/ ¿Aunque sea de navidad?		sentido del oído, es utilizado también.	
			39. Les gustaría ahora que conocen el museo, decirle a su papás “quiero que vayamos otra vez”? ¿Qué les dirías? ¿Y a quién?	P.- Yo a mis papás les diría que fuéramos ver las medallas, el anillo, dónde estudió, dónde fue director y dónde fue maestro.	A Las niñas les gustaría llevar a sus papás a ver cuestiones relacionadas con la escuela pues es parte de su capital cultural aparte de que posiblemente se identificaron con él porque también estudio o lo relacionan con su maestro y/o director algo con lo cual conviven diariamente.	El concepto de identidad y los capitales culturales de Bourdieu.

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			40. Tú Florencia, invitarías a alguien?	F.- No, pues porque, no sé, a mí no me gustan tanto los museos. (¿por qué?) No sé. Se me hacen aburridos algunos. Porque hay museos que sí son divertidos como el "Papalote" y así o sea, y aprendes jugando, así, pero hay otros que tienes que ir pasando, leyendo... 'tóns no entiendes.	Los niños buscan que los museos sean divertidos y aprender jugando, y no quieren leer tanto.	Los niños buscan que los museos sean divertidos y aprendas jugando no quieren leer tanto "El museo permanece estático y la experiencia que ofrecen o tiene significado para este tiempo, pues en muchos aspectos se mantiene aún en el modelo del siglo XVIII. Sólo hasta años recientes se piensa en las colecciones presentadas siempre con un mismo discurso, con los mismos formatos y expografías, sus cedularios y fichas técnicas poco significativas pueden alejar al visitante vencido por el tedio cuando la vía bule en cualquier esquina. Estas formas de apego a lo estático, empiezan a ser cuestionadas y permiten hoy pensar en los museos como espacios para la construcción del conocimiento". (Silva, 2002, p.16)
			41. ¿Entonces, cómo te gustaría que fueran?	F.- Así como que jugando, tendrías que hacer como en algún lugar es como juego y te van hacer preguntas,	Los niños aprenden jugando.	Lo que se plantea es que el objeto en el museo o el objeto museable en cualquier espacio de aprendizaje, es el medio para detonar aprendizajes diversos. Como veremos, las estrategias para lograrlo implican lo lúdico, lo ritual, lo comunicativo". (Zavala citado por Silva, 2002, p.29).
			42. Han ido a algunos que los hagan jugar?	V.- Es que mi papá me dijo que también depende de ti; como veas el museo pues que lo ves así de que lo lees y no le entiendes pues si se te hace aburrido, pero si lo lees y lo entiendes y todo, pues ya..	De la Influencia de los padres y escuelas les guste leer y/o tengan una actitud positiva ante ello como dijo Valentina.	Capitales culturales (Bourdieu citado por González 1994 p. 15) "la dimensión institucional, la infraestructura material y la ideología".

Objetivo		Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	--	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			43. Pero también se valen sugerencias, porque si no te gusta leer ¿qué podría haber si no te gusta leer?	A.- Que alguien te explique. V.- También que conectes. A.- y lo agarras y escuchas. V.- De hecho en el museo que fui de San Carlos, había una TV que ahí te iba diciendo de las pinturas, esculturas y todo. N.- A mí no me gustó las casas de cartón, las que estaban en el nacimiento.	Se debe dar importancia a que los empleados comuniquen/explicuen la exposición y de que haya dispositivos tecnológicos porque son elementos que ya les son familiares e interesantes.	La tecnología en el museo- La forma de acercar a las audiencias juveniles es utilizando elementos y tecnologías que le son familiares (Rubiales, 2008).
			44. ¿Qué otra cosa les gusta, qué se usa ahora más?	P. Que hubiera rompecabezas, por ejemplo del que están hablando, que lo pusieran en uno, y que alguien lo estuviera viendo y que lo vayan armando. V. Por ejemplo que pongan en la pared sí un ipod, y ahí ya... P.- Ahá, como dice Valentina, que pongan un ipad en una mesa y que hayan juegos. Por ejemplo, una guerra con Benito Juárez, por ejemplo y que vayas jugando cómo hizo la guerra Benito Juárez con Estados Unidos. V.- o también, que jaja haya un xbox que vayan ahí jugando conque López Mateos tiene que conseguir las llaves. A.- Del problema, sobre el Río Bravo que en unos años se bajó Estados Unidos y los gringos dijeron que era suyo, pero este ALM quería pelear por él sin que hubiera guerra.	Es verdad que el museo está enseñando historia y transmitiendo valores, como el hecho que la investigadora les explicó un poco acerca del Tratado del Huizachal, pero necesita juegos y tecnología para hacerlo interesante a su público. Se confundió a Juárez, la guerra y el problema del Huizachal, esto demuestra que la enseñanza- aprendizaje a través de la museografía actual no se logró. Les gustó que ALM no hubiera creado guerra, pero como tema de un juego este sería bueno, como dice Jaramillo el museo como teatro y parque, como lugar de experiencia de libertad a través de la creatividad y juego. Se demuestra el Interés por jugar/aprender con los (TICS) gadgets tecnológicos.	El museo como teatro y parque, como lugar de experiencia de libertad a través de la creatividad y juego, proposición de una relación diferente entre el sujeto y el objeto (Jaramillo, 2008) Interés por gadgets tecnológicos- La forma de acercar a las audiencias juveniles es utilizando elementos y tecnologías que le son familiares (Rubiales, 2008). -Zavala plantea que el objeto en el museo ...es el medio para detonar aprendizajes diversos. Las estrategias para lograrlo implican lo lúdico, lo ritual y lo comunicativo (citado por Silva, p.29)

Tabla: Grupo de Enfoque – Adultos. (Diciembre 8, 2012.)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
Conocer del público adulto sus opiniones y percepciones dirigidas a obtener datos particulares acerca de la museografía y comunicación del Museo Lic. Adolfo López Mateos.	Margarita Méndez Aguilar- 30 años, trabaja en Atizapán en la limpieza de las casas, vive en la colonia Transfiguración en el Municipio de Nicolás Romero, clase socio-económica baja. (M)		1.-Podemos empezar por lo que les gustó o alguna percepción o interiorización que tuvieron sobre el museo.	V.- A mí me gustó que es un museo que existe enteramente dedicado a un presidente de México, que la gente lo haya querido tanto más que nada que está en Atizapán. A mí me gustó eso. Que nació aquí y que hay un museo aquí.	Lo cual quiere decir que la exposición acerca de López Mateos logró una comunicación con este grupo de personas adultas porque como dice Giménez la comunicación constituye la condición de posibilidad y a la vez el factor determinante en la construcción de la identidad colectiva.	Identidad - Sólo desde los otros podemos tener noticia inicial de quiénes somos (Torregrosa, en línea, 2012). Identidad colectiva - "Se da una identidad colectiva porque se da una memoria también compartida" (Giménez, 2009, p.12)
	Silvia González Oznaya,- 52 años, vive en la cabecera de Atizapán, se dedica al hogar, clase socio-económica alta. (S)	Cámara de video, alimentos y bebidas, remuneraciones, camarógrafo, Coordinador.	2. ¿Qué sentimiento te da esto?	V.-De orgullo; soy de aquí de Atizapán aunque no nací aquí, pero llevo diez años aquí. Soy naucalpanse.	V.- Se identifica con Atizapán.	Comunicación e identidad - "La tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades o la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores". (Giménez, 2009, p.10) El museo como mediador de la cultura - "El concepto general de mediación sirve también para pensar en la institución de la cultura como transmisora de un acervo

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						común que reúne a los participantes de una colectividad y les permite reconocerse. Es en este sentido, y por medio de su cultura, que un individuo percibe y comprende el mundo y su propia identidad; algunos hablan entonces de mediación simbólica. (ICOM, 2009, p.46).
	Tomás Esparza González,- 59 años, trabaja en la industria de la construcción, vive en Las Alamedas, Atizapán, clase socio-económica media. (T)		3. ¿Alguien siente lo mismo?	T.- Yo en lo particular conocí algo de este presidente. Más que nada me trae recuerdos de un presidente y le recuerda a uno símbolos de nacionalidad; que se han ido perdiendo porque realmente fue una persona que hizo muchas cosas por el pueblo; como lo vimos en el museo. Con muy poca información porque no lo resaltan los mismos elementos que están en el museo. Él fue el fundador del texto gratuito y con su esposa trabajaron mucho con los niños; con la niñez, con la INPI.	La tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades o la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores como lo explica Giménez. La museografía está falta de información.	Identidad colectiva- "Se da una identidad colectiva porque se da una memoria también compartida" (Giménez, 2009, p.12)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	Victoria Rojas Alvarado,- 51 años, profesora de inglés, vive en la colonia La Cañada Atizapán, clase socio-económica media. (V)		4. ¿No lo resalta el museo?	T.-No, mucho porque la información no es amplia cuando son cosas importantes para el país. No hay un énfasis en los mismos documentos y letreros que hay en el museo.	La información no es amplia, falta investigación acerca del personaje y elementos relacionados con él; lo cual habla de una museografía en la que los contenidos de la exposición están incompletos "lo que se ha dado en llamar el programa museográfico" englobando la definición de los contenidos de la exposición."	Museografía- Debe incluir mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009, p.56)
	Angélica Calderón Cueto,- 54 años, bióloga e instructora de yoga, vive en Bellavista, Atizapán. (A)		5. ¿Está escueta la información?	T.- Para ser algo tan importante; no está resaltado.	Nuevamente se habla de cómo a pesar de la gran importancia del texto gratuito, no está resaltado. Algo que por lo visto el público pide. Entonces no hay comunicación con los visitantes.	Museografía- Debe incluir mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009, p.56)
			6. ¿Alguien piensa lo mismo?	V.- Lo mismo sobre los libros de texto. Fue súper importante y tampoco...sólo hay un libro de texto. Y fue algo en primaria súper importante. La madre patria y solamente dicen que hay un sólo libro. S. Sí, nos remonta a la primaria. V.- Sólo dice que está ahí el libro y eso es todo. T.- Igual con la nacionalización de la industria	Los letreros no checan con lo que hay dentro de la sala. A pesar de que el libro de texto gratuito, aún sigue siendo un bastión de la educación primaria, y de que toda una sala se llama así, sólo exponen uno y no dan suficiente información, dada su importancia. Con respecto a la nacionalización de la industria eléctrica tampoco hay suficiente información. Esto habla de la falta de	Museografía como mediación- "La mediación se define a sí misma como una revelación que lleva al visitante hacia la comprensión, después hacia la apreciación y por fin, hacia la protección del patrimonio que toma como objeto."

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				eléctrica, sólo hay una maqueta con una hidroeléctrica, pero no mencionan lo importante; como que falta más material, en ese aspecto, incluso hay un letrero de una sala que se llama Nacionalización y realmente no encuentra una sala de Nacionalización de la Industria Eléctrica.	información expuesta, y por lo tanto, de una museografía incompleta, " sólo le dan una maqueta chica al evento". Por lo cual la museografía no está cumpliendo su labor de mediación.	
			7. ¿La sala no corresponde?	T.-Varias salas que no corresponden. Hay otras salas que también; por ejemplo, dice: "Solidaridad" y si hay material de que fue un presidente muy cercano al pueblo, pero no habla de ese concepto de Solidaridad.	Salas que no corresponden a su nombre-hablan de una museografía que no está situando en escena los contenidos suficientes para ayudar a la comprensión.	museografía -situar en escena los contenidos suficientes al proponer un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009,p.56).
			8. ¿Quién creen que deba encargarse de esto? ¿Qué opción proponen?	A.- A mí me gustó. Fue una sorpresa que hubiera un museo dedicado a López Mateos, porque fue el primer presidente que yo conocí en mi vida; entonces por chiquita y me invocó ese sentimiento de respeto hacia los presidentes, de admiración total, más lo que hizo. Recibí de mis papás y del ambiente de admiración total. Yo lo recibía de mis papás; había mucho cariño al presidente. Ya de ahí ya no me tocó	El museo logró crear una identidad colectiva. Varias personas del grupo de enfoque compartieron una memoria relacionada con López Mateos, y lo que sus padres les contaron sobre él. Por otra parte, M que es de clase socio--económica baja logró también una experiencia de aprendizaje y de gozosa, a pesar de que sus capitales culturales no le permitieron tener otra referencia en cuanto a los museos. Como	Comunicación e identidad - "La tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades o la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores". (Giménez, 2009, p.10) Identidad colectiva - "Se da una identidad colectiva

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>sentirlo. Después vino el 68', fui jovencita, y esa emoción se perdió hacia un presidente. Pero me hizo sentirme bien encontrar, que dedican un museo, obviamente han de ser familiares o patrocinios pero realmente fue de alguien que valía la pena. O quizá así, tuve la suerte, porque no creo que mis hijos la tengan de recibir así a un presidente, con tanto orgullo y tanta esperanza. Me dejó un bonito sentimiento.</p> <p>M. Yo pues sentí muy bonito porque yo nunca había entrado un museo, y aprendí muchas cosas de ahí. Porque fue, es un presidente que luchó por México y me dio mucha emoción. Me gustaron sus pinturas, sus fotos. Me dio mucho sentimiento donde lo están maltratado donde están las mujeres viendo a los señores que le están pegando, muchas cosas emotivas, porque y pues es muy bonito. Hoy que tuve la oportunidad pues me siento orgullosa de este presidente que hizo muchas cosas por México. No sé no tengo palabras para</p>	<p>observación, M. menciona que una empleada del museo fue quien le explicó lo del maltrato que está plasmado en el mural. Esto indica la importancia de la comunicación por parte de los empleados porque esa explicación contribuyó a que ella experimentara diferentes sentimientos.</p>	<p>porque se da una memoria también compartida" (Giménez, 2009, p.12)</p>
--	--	--	--	---	---	---

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				decirlo. Me dio mucho sentimiento y mucha emoción.		
			9. Con respecto a esto Margarita ¿a qué se debe que no hayas visitado un museo?	M. Por bajos recursos y porque mis papás nunca me inculcaron de que había un museo, o sí había pero mis papás no tuvieron los recursos para llevarme a uno.		capitales culturales
			10. ¿Y sabías que existía este u otros?	M.- Sí había oído en la TV que había museos, pero no había los recursos para ir a verlos y ahora que hubo la oportunidad, no quise desperdiciarla. Pero si llego a tener los recursos quiero inculcárselos a mis hijos. Porque tengo dos hijos y porque a mi hija le gustó; la vi muy contenta. Desde antes mi hija me preguntaba y le platicué que íbamos a ir a un museo. En el museo me preguntaba qué dice esto y por qué esto. Había cosas escritas en manuscrita y yo no sé leer en manuscrita y no pude decirle a mi hija y por pena no pregunté. Mi hija me preguntó por qué le estaban pegando - porque él estaba luchando por la	El ver que M. quiere inculcar visitar museos a sus hijos y sus emociones habla de que el MALM como museo logro esa mediación de la cual es parte. El hecho que haya unas cosas escritas en manuscrita sin la "traducción" a la letra imprenta, habla de la falta de investigación en cuanto a lo que los públicos del museo necesitan.	<p>Mediación- el pasar por la mediación es la aproximación a testimonios y signos de humanidad [...] Conduce así a cada uno por el camino de una gran comprensión, tanto de sí mismo como de la realidad en su conjunto.</p> <p>Retroalimentación del público- La investigación de los visitantes es tan importante como método de comunicación... de hecho una no puede existir sin la otra (Hooper-G, 1998, p.60)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>nacionalización - ah, sí mamá. Había cosas muy emotivas. Había cosas que no había visto y ahora que las he visto, me causan nostalgia.</p>		
			<p>11. Para informarte, cuando hay eventos no cuesta la entrada.</p>	<p>M.- Sí, fue lo que nos comentaron; pues trataré de aprovecharlo. S. y los domingos. V.- y los miércoles. T. ... a veces por alguna circunstancia y que no se puede ir los domingos, (platicó una anécdota donde no se les dejó pasar a una familia de bajos recursos y su hermano les completó el costo de la entrada)... los museos para los estudiantes deben ser gratuitos.</p>	<p>Es importante reconocer que hay gente de bajos recursos que no sabe que los miércoles y domingos los museos son gratis; y que entonces cuando llega a un museo, después de haber gastado en transporte y se da cuenta que es mucho el dinero para entrar, a veces se retira. A lo mejor, podría haber un programa en el que la gente pagara según sus posibilidades; de esta manera los que tienen más podrían dar un aporte mayor y los que tienen menos, menos o nada. Aunque las Políticas culturales hablan de difundir y promover que la gente de clase popular vaya a los museos, pero a lo mejor el no hacerlo es parte del viejo Paradigma hegemónico: "dominio a través de la ignorancia".</p>	<p>Políticas culturales- hablan de difundir de promover que la gente de clase popular vaya a los museos, pero a lo mejor el no hacerlo es parte del viejo Paradigma hegemónico: "dominio a través de la ignorancia". (Silva, 2002, p.22)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			12. ¿Crees que los museos nos den algún tipo de valor?	<p>T.- Sí, la cultura es esencialmente para los valores patrióticos y además para el crecimiento cultural de las personas.</p> <p>S. Pues, igual comparto su opinión; es un orgullo tener en Atizapán un museo que fomente la cultura, sobre todo para los niños. Igual a mí, en lo personal, este recordar lo que dicen los abuelos de Don Adolfo López Mateos "que fue un gran presidente". Y también sentí muy grato que hay una persona que se ha dedicado a recolectar eso y que el público tenga acceso. Recordar que cuando eras pequeño en la escuela no le dabas tanta importancia. Pero ni sabía uno; no haces la conciencia que haces de adulto.</p>	<p>Nuevamente se habla de esta construcción de identidad social creada por la presentación de una colección de objetos de un personaje histórico, reafirmando que el museo es un medio de comunicación y en ese aspecto, con el grupo de adultos entre 45 y 55 años se logra.</p>	<p>Museografía como mediación- "La mediación se define a sí misma como una revelación que lleva al visitante hacia la comprensión, después hacia la apreciación y por fin, hacia la protección del patrimonio que toma como objeto.</p>
--	--	--	--	---	---	--

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			<p>13. ¿Crees que ahora por tu edad lo aprecias más?</p>	<p>S.-Sí. Si en lo personal si se tiene otra percepción. T. Yo tengo 25 años viviendo en Atizapán. Es la segunda vez que visito este museo. Pero la primera vez que fui no sabía que era el Museo de Adolfo López Mateos. Visité sólo las primeras salas que en aquel entonces era una exposición fotográfica de lo que antes era Atizapán; aquí se producía pulque, pero de Adolfo López Mateos, yo no me di cuenta porque no hay letreros en la vía principal que te diga que ahí está el MALM, y luego en el estacionamiento nunca hay para visitantes. Luego en la entrada estaba un policía y estaba una persona sentada pero ni siquiera te dicen: "pase usted", están totalmente muertos. Entonces ni siquiera cordialmente nos invitaron a pasar. Otra cosa que noté: los letreros son prácticamente invisibles porque no los puedes ni ver. Yo por ejemplo ya no veo de cerca, tengo vista cansada y no traigo bifocales por costumbre y me costó mucho trabajo los letreros... y están</p>	<p>La persona T considera muy pequeños las cédulas y por lo tanto difícil de leer. Asimismo, las cédulas del busto de ALM y las de los coches no estaban. Pero no sólo la museografía del museo está inadecuada sino que no hay letrado/s en la vía principal de la calle que indique que hay un museo y esa responsabilidad nadie la ha tomado ni el municipio ni el IMC, lo cual habla de falta de comunicación en los gobiernos municipales y en los institutos descentralizados con respecto a los centros culturales. Además es una falta a las políticas culturales de México y a la sociedad por parte del gobierno municipal y estatal porque un museo es una institución permanente, AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD y de su DESARROLLO, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, expone y transmite, el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación y deleite.</p>	<p>Políticas culturales- Reglamento del IMC: "Promover la obtención de recursos públicos y privados para la instrumentación, coordinación, difusión y fomento de las actividades relacionadas con la cultura y el patrimonio artístico y cultural del Edo. de México.</p>
--	--	--	--	---	---	---

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>muy pequeñitos. jaja La asistente dijo que es por norma; aunque me dijo que podría dirigir mi queja a la Dirección. Eso sí, los letreros de la Dirección o de las bodegas están así de grandototas. Por ejemplo vi bustos de ALM que ni siquiera dicen quién es. No hay un solo letrero. Los mismos carros o coches que supuestamente fueron de él.</p> <p>V.-Sí por la época.</p> <p>T.-No dicen de quienes fueron o quien las usó. Como que no hay la señalización adecuada. Cuando fui a los baños- ya que está uno ahí se ven pero si una persona entra nunca los va a encontrar. Sin embargo, la escalera hay letreros que dicen "Escalera". Se necesita ser un tonto para no ver la escalera. No sé cuántas bodegas hay pero había sillas y bancos por doquiera en la sala de exposición. Unos murales muy bonitos pero no decían nada.</p> <p>Había un mural muy grande pero ni siquiera dice que fue pintado en tal año, o que representa tal cosa del</p>		
--	--	--	--	---	--	--

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>museo. Hay una sala donde se supone es el árbol genealógico de ALM. Con trabajo deducimos quién era el papá. Uno sí decía que era la abuela, y había una serie de familiares pero no decía quién era realmente. Y arriba de ese mismo decía "Ayuntamiento Constitucional" en el mismo panel.</p>		
			<p>14. ¿En cuánto al personal?</p>	<p>La instrucción de la guía si nos explicó un poco. V.- Sí, en la sala tres nos brindó información de lo que se trataba. Sí, muy amable. S.- Ya nos dio la información de la vida de ALM, sus condecoraciones y todo eso.</p>	<p>Hubo una "guía" que les brindó información y fue amable. Por lo tanto, hay empleados que comunican y otros que no.</p>	<p>Los empleados como imagen y comunicación del museo- Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo debemos ser conscientes de los elementos que abarcan todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan la imagen del museo o la visita en general, [...] están las actitudes y actividades de los empleados, incluido el director". (Hooper-Greenhill, 1998, p. 75)</p>
			<p>15. Y con respecto a las otras salas ¿también tuvieron otra</p>	<p>V.- No, estaban leyendo el periódico, los señores. A.- Para mí un museo me tiene que dejarme algo como el conocimiento de cómo</p>	<p>V. Menciona que los empleados "los señores" al ponerse a leer el periódico cuando hay visitantes, comunican que no les interesa</p>	<p>Los empleados como imagen y comunicación del museo- Al considerar el enfoque holístico de la comunicación del museo debemos ser</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			<p>guía que les explicara?</p>	<p>vivían en esa época o que pasó históricamente; en ese aspecto me gustó muchísimo: los emblemas que se daban, el respeto que se veía con los otros presidentes, cómo firmaban los tratados. Yo salgo con la emoción de haber, por lo menos, percibido, que haya sido así un presidente. No creo que todos los museos sean así, ajá, porque voy a ser honesta, porque la sección de nacimientos a mí no me dijo nada, a mí lo que puedo admirar es el entusiasmo. A mí en lo personal no le veo sentido; quizá por la época navideña, por la creatividad... Si me dices que es parte de la cultura, pues sí, pero no a todas las personas nos deja algo de haberlo visto-emoción. Pero así hay muchas costumbres.</p>	<p>comunicar.</p>	<p>conscientes de los elementos que abarcan todo el museo, de esos aspectos del funcionamiento de la institución que afectan la imagen del museo o la visita en general, [...] están las actitudes y actividades de los empleados, incluido el director". (Hooper-Greenhill, 1998, p. 75).</p>
--	--	--	--------------------------------	--	-------------------	---

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			16. Esta es una exposición temporal.	<p>A.- Pero así también hay muchos museos o costumbres. Si voy a una exposición de muertos; que bueno que padre saber que exista, pero cuando era niña no veía en mi casa; y después digo, ¿ qué deja de conocimiento? No me deja nada.</p> <p>V.- Yo si difiero, porque a mí sí me gusta ver los nacimientos. De chica íbamos al centro. Hay una exhibición siempre en ésta época, de nacimientos, en el centro. Mi papá sabe bien la calle, y muy lindos. Y en todas partes de la cultura cristiana, católica.</p> <p>A mí me gusta ver la creatividad de la señora que a su edad se dedique a algo creativo, y las mazorquitas.</p>	<p>Aunque no son parte de la colección permanente, es importante notar como las exhibiciones temporales, en este caso, la de los nacimientos, crea una identidad colectiva (Giménez, p.12) a través de una celebración como es la de la Navidad. En especial se hizo una de nacimientos que es más relacionada con la cultura de México.</p>	<p>El museo como Mediador- "El pasar por la mediación es el reencuentro con obras que son producto de la creatividad de otros seres humanos,[..] hace al museo [...] ofrecer contacto con las obras de la cultura ,conduciendo así a cada uno por el camino de una gran comprensión, tanto de sí mismo como de la realidad en su conjunto". (ICOM,2009, p.48)</p>
			17. Vicky, ¿y con respecto a que fuiste la única que viste a la creadora que es lo que me puedes decir?	<p>V.- La admiro; admiro a la señora; tiene a su edad en que entretenerse, algo que le gusta y quiere enseñarle algo a los demás.</p>		<p>El museo como Mediador- "El pasar por la mediación es el reencuentro con obras que son producto de la creatividad de otros seres humanos,[..] hace al museo [...] ofrecer contacto con las obras de la cultura ,conduciendo así a cada uno por el camino de una</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			<p>18. Has ido a ver otros nacimientos pero no sé si te has topado con la gente que los creó.</p>	<p>V. No. T. Me dio gusto ver que las instalaciones del museo las facilitan para una filarmónica que ensaya ahí siempre, al menos los fines de semana, ¿o no? Porque los museos deben ser un centro de cultura. Sin embargo, algo que no percibí que resaltaron: más de lo que era México en esa época. Veíamos a un México diferente: la gente vestía mejor, la gente veía mejor los símbolos patrios... en aquella época ... fue un hombre pues que hasta nuestra época seguimos admirando y que nos ha hecho falta. Y es un sentimiento con el que salimos de ahí porque todos hemos reconocido el trabajo que hizo ALM en lo que tocó gobernar México, y no hemos visto otro que haya sido tan productivo en estas últimas etapas y salimos un poco tristes porque ojalá hubiera gente así.</p>	<p>A la persona T le gustó que se ensayase en el museo porque le da una definición al museo como centro de cultura (o mediador).</p>	<p>El museo como Mediador- "El pasar por la mediación es el reencuentro con obras que son producto de la creatividad de otros seres humanos,[...] hace al museo [...] ofrecer contacto con las obras de la cultura ,conduciendo así a cada uno por el camino de una gran comprensión, tanto de sí mismo como de la realidad en su conjunto". (ICOM,2009, p.48)</p>
--	--	--	---	--	--	---

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			19. Hay una generación que no lee la manuscrita, ¿saben a quién pueden encargar de esto en un museo?	<p>T.- Sí, pues al director; el que lo dirige. S.- Sí, bueno darle las sugerencias para mejorar. T.- Yo no vi uno, ¿hay buzón de sugerencias? S.- No, creo que no. V.-Yo tampoco lo vi. T.- También sugerir una reclasificación. A veces el nombre de la sala no corresponde. Algunas vitrinas estaban sin luz, otras con luz muy escasa. Yo empecé a leer algunos de las descripciones y luego me cansé de forzar la vista, por las letras. M. Sí, cansa el plástico que tiene. Cansa la vista para leer y duele la vista. M.- Sí, refleja mucho y cansa la vista. La letra como que se ve doble. No en todas. En dos me tocó, como que se le refleja.</p>	Una forma de comunicación con el público es el buzón de sugerencias, que al parecer nadie vio. Es también una forma de que el museo pueda recibir una retroalimentación, de la cual aparentemente no están interesados.	La re-alimentación como comunicación en el museo Retroalimentación del público- La investigación de los visitantes es tan importante como método de comunicación... de hecho una no puede existir sin la otra (Hooper-G, 1998, p.60)
			20. ¿Había alguien que te explicara?	<p>M.-No nadie. Donde entramos no había nadie. A.- Yo salí satisfecha. Salí con una semblanza mejor de López Mateos. Ver montón de fotografías y sí alcancé a leer todas la inscripciones.</p>	La persona A salió satisfecha de la información dada acerca de LM. Lo cual indica que para ciertas personas sí se logra la función de transmitir conocimiento acerca del patrimonio material que se expone. La persona M, sin embargo,	Función del museo- "Preserva colecciones de 'documentos corpóreos' y produce conocimiento a través de ellos". (ICOM, 2009, p.53)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

					notó que no había quien le explicara.	
			21. Ahora que saben toda esta información sobre ALM, ¿qué los haría volver?	A.- Invitar a una persona. Sintiendo compartir, a mí esposo. V. A mis hijos.		Propiciar experiencias rituales, lúdicas y educativas "Al propiciar que en cada experiencia de visita se evoquen experiencias memorables de aprendizaje y compromiso emocional, y que la visita se convierta en un importante lazo emocional de carácter intercultural e intergeneracional (Zavala, 2006, p.133) se puede lograr que regresen los visitantes.
			22. ¿Crees que les interesaría?	V.- A lo mejor no, pero yo procuraría que sí. Los trataría de animar, sí. A uno de mis hijos le llama mucho la atención los coches antiguos. Esa sería una manera; le fascinaría el coche negro que está ahí. Para el otro, ya tendría que pensar... M. Yo regresaría porque llevo mucha emoción; las fotografías, la vida de ALM. Traería a mi hija, a mi hermano; a mi familia. Pero no sé si querrían venir. Yo regresaría para releer lo que no acabé de leer. Inculcárselos a mis hijos que	Los coches, a pesar de que abarcan mucho espacio en el museo, son considerados como una atracción con la que los jóvenes se podrían identificar. Por otra parte, M a pesar que ha venido diciendo lo que le gustó la vida de ALM, habló más de los nacimientos. Quizá porque no estaban dentro de una vitrina o porque se identificó con el ritual o celebración de los nacimientos. Tanto a M como a V y S mencionaron más los objetos "vivos" del museo como son	Comunicación e identidad - "La tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades o la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores". (Giménez, 2009, p.10)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>son dos. Mi hija está muy chiquita, más grande para que no se le olvide. Son cosas muy bonitas. Aparte los nacimientos, son cosas que no había visto. Bueno, los vi diferentes; los de mazorca, y los que están hechos de cartón, el otro está muy grande; está llamativo. Y el otro que tiene musgos y hojas de elote; son cosas diferentes que no hemos visto. He visto en la tele pero no en vivo y son diferentes. Eso fue lo que me llamó la atención y que hay que recordar.</p> <p>S.- Invitaría a mi familia porque en verdad es una pena que estoy a un paso. Sí he ido en varias cosas, porque la Sra. Naty, es nativa del pueblo, y me invita. Sí hay eventos como el 10 de mayo, el 5 de mayo que lleva la comida típica de los caracoles, el pulque. Son eventos muy bonitos y quiero enseñárselos a los hijos para que no se pierdan estas tradiciones.</p>	<p>los coches, los nacimientos, y el evento del 5 de mayo, como las razones para convencer o traer a sus familias. Esto indica que lo que está fuera de la vitrina les causa más interés o lo están recordando más. Indicando nuevamente que la museografía de la colección permanente no es recordada tanto.</p>	
			23. ¿Tú, si has ido?	S.- Pero no me he dado a la tarea de jalar a mi familia.		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			24. ¿A qué se deberá esto?	S.- Pues, a la vida que llevamos más acelerada cada quien en su casa, y no se da uno tiempo para algo tan importante.	La persona S consideró los eventos organizados importantes, aunque menciona no haber llevado a su familia. Al parecer es porque no le da tiempo al ocio, que puede ser importante. Y puede ser un recurso importante para el desarrollo o como una área de experiencia, así lo explico Edgar Espejel en su Conferencia: El cuarto pilar de la educación sustentable: la cultura como una experiencia del ocio.(Espejel, 2012)	El ocio como placer- En la Junta de Río se estableció como el cuarto pilar de desarrollo a la educación sustentable y a la cultura como una experiencia de ocio "Si el hombre trabaja, lo hace para disponer de ocio. Sólo a través del tiempo del no-trabajo es posible el ensimismamiento (fijarse en uno mismo y gozar". (Espejel, conferencia, Oct.,2012).
			25. ¿Dices que hay una persona que te invita a estos eventos?	S.-Sí, Doña Naty.		
			26. ¿Y de los otros eventos?	S.- Pues, a veces por hojitas chiquitas pegadas en el mercado; pero ni llaman la atención. Le hace falta más publicidad.	En esta pregunta y la # 28 S y T consideran que si le hace falta más publicidad, pero no con hojitas chiquitas que no llaman la atención. Esto habla de una falta de conocimientos sobre la difusión.	Falta de difusión- Según el Programa Nacional de Cultura -"hace del conocimiento público los hechos culturales para que sean disfrutados apreciados y valorados.
			27. Tú Vicky, ¿ya lo conocías?	V.- Lo conocía por ti por mención porque lo promoviste con los niños., sino no.		Falta de difusión- Según el Programa Nacional de Cultura -"hace del conocimiento público los hechos culturales para que sean disfrutados

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

						apreciados y valorados.
			28. ¿Creen que se deba promocionar más?	<p>V. Sí, por el Municipio. T.- Yo sí regresaría por la importancia del personaje. Regresará para hablar con el director y darle sugerencias, y segundo porque es un personaje muy importante para mí y la vida cívica de México. Ahí lo comentaba en el museo con la compañerita. Casualmente cuando quitaron la materia de civismo en las escuelas, se fue perdiendo mucho de los valores y los símbolos nacionales. Y este hecho la hace más importante. Razón de más para regresar a dar las sugerencias. Le hace falta publicidad puede ser por internet, puede ser sobre visitas culturales en las mismas escuelas, para que las visitas de los alumnos que van sirvan para recuperar el respeto por los símbolos patrios, como el de el "Sr. Presidente", que no lo vamos a recuperar mientras no tengamos otro presidente. Pero si sería bueno no perder esa referencia de ALM para</p>	<p>El museo si logra crear una identidad colectiva con adultos de alrededor de cincuenta años. Varias personas del grupo de enfoque compartieron una memoria y el ritual, de "el Señor presidente" que implicaba el tenerle una admiración y llegarle a llamar así. Muy relacionado por el capital cultural que recibieron de sus padres.</p>	<p>Identidad colectiva- "Se da una identidad colectiva porque se da una memoria también compartida" (Giménez, 2009, p.12) Capitales culturales- (Bourdieu citado por González, 1994, p. 15) tres estados del capital cultural: dimensión material o institucional, universo de significaciones, ideología.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				que los mismos jóvenes conforme vayan creciendo vayan exigiendo un poquito más a los dirigentes.		
			29.-¿Lo estás poniendo como ejemplo?	T.- Es un referente. Es un museo que vale la pena. Que hay que organizarlo; en fin es una joya que tengamos una persona que haya trabajado tanto por México. Hay un buen acervo que bien presentado, bien comunicado a la gente puede salir al rescate de esos símbolos.	La persona T considera que el acervo presentado en el museo necesita estar mejor presentado y con mayor comunicación, lo cual refiere nuevamente a la necesidad de mejorar la museografía del MALM.	El museo como transmisor de valores -"un lugar donde las cosas y los valores relacionados con ellas son salvaguardados y estudiados, como así también comunicados en tanto signos, a fin de interpretar hechos ausentes". (Sharer citado por el ICOM,2009, p.53)
			30. ¿Podemos decir que le hace falta lo que dice Tomás? Ustedes creen que se interesarían los jóvenes?	V.- Por el coche. A.- Bueno, a ellos quizá no les interesara porque no les tocó López Mateos. Sin embargo, pero fue cuando empezó toda la industria. Me gustaría que vieran como se admiraba a un presidente, cómo lo querían ver. S. Resaltar ese respeto de: "el Señor Presidente". A.- El carisma que tenía y que no era de gratis.	El museo si logra crear una identidad colectiva con adultos de alrededor de cincuenta años. Varias personas del grupo de enfoque compartieron una memoria y el ritual, de "el Señor presidente" que implicaba el tenerle una admiración y llegarle a llamar así. Muy relacionado por el capital cultural que recibieron de sus padres.	Comunicación e identidad - "La tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades o la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores". (Giménez, 2009, p.10)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			31. ¿Se debe publicitar en internet?	S.- Para sugerencia está muy bonito, está muy bien arreglado, tiene mucho espacio, se me hizo muy bien. A.- Lo ofrecería para exposiciones de pintura, de algún arte como la filarmónica para aprovechar el espacio. Yo sugeriría en base a que con algún evento, eso los atraería. Alguien que venga de Xochimilco no vendría hasta acá. Dudo que lo hiciera. Hay mucho espacio para eventos y así aprovechar para que los jóvenes vieran cómo se respetaba a un presidente.	Al contrario de los jóvenes y niños, a estos adultos el museo les pareció espacioso, lo cual nos habla de otra manera de considerar los espacios. Las personas T y A consideran que eventos, exposiciones de pintura o la presentación de la filarmónica como formas de atraer al público o de publicitar al museo. Con respecto a la filarmónica, en las entrevistas realizadas en el "Día de Muertos", la persona joven Sandra (19 años) mencionó que " los eventos son muy repetidos; sobre todo los de la sinfónica porque están todo el mes". Quiere decir que el MALM probablemente se está valiendo mucho de la filarmónica para crear eventos.	museografía -situar en escena los contenidos suficientes al proponer un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009,p.56) Función del Museo cuidar el patrimonio (ICOM)
			32. ¿Creen que es más viable para que vayan al museo que les llame la atención la exposición de ALM o algún	T.- Podría ser algo complementario porque sí la filarmónica ayudaría; podría hacer conciertos. He visitado museos que tienen su filarmónica adentro. En Bellas Artes y atrae gente. También me llamó la atención que el museo por un lado la	Parte del "ambiente" que puede crear la museografía, podría incluir la música ambiental si eso va de acorde con el ambiente que se quiere crear.	museografía -situar en escena los contenidos suficientes al proponer un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM, 2009,p.56)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			concierto?	filarmónica practicando y tenían música ambiental en el museo pero no era mexicana. Creo que es un lugar donde se puede presumir la música mexicana.		
--	--	--	------------	--	--	--

Tabla: Grupo de Enfoque – Jóvenes. (Diciembre 7, 2012.)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Conocer la percepción de un grupo de jóvenes con respecto a la museografía y comunicación del Museo Lic. Adolfo López Mateos.</p>	<p>María Fernanda Sánchez, 15 años, estudiante del 1er año del CONALEP, vive en Atizapán de Zaragoza, clase socio-económica baja. (MF)</p>	<p>Cámara, papel, pluma, observador, mediador, comida, regalos, camarógrafo.</p>	<p>1. ¿Qué te gustó del museo?</p>	<p>M: A mí me gustó mucho el mural, los coches antiguos y la cámara. An: Las fotos, como antiguas, igual la cámara. C: A mi documentos así como viejitos y las medallas. Al: a mí me gustaron no sé si fueron reales, la señorita dijo que sí. Me gustaron sus calificaciones de la universidad. -Parecían copias; no creo que estén las originales en el museo.</p>	<p>A los jóvenes les gustaron cosas que pudieron tocar como los coches y/ o ver fuera de las vitrinas la cámara antigua de cine. El uso del sentido del tacto y/o de ver objetos fuera de las vitrinas gustó. Un punto a favor de tener objetos fuera de las vitrinas, aunque sólo sean esos objetos de toda la colección permanente. Esto logró causar placer. Uno de los objetivos de un museo. "Pensar en el contexto directo de la vista, el tacto y el movimiento genera un sentido de proximidad, de vigencia y de acción" parte de la teoría de las inteligencias múltiples; específicamente la inteligencia corporal -kinestésica. (Campbell, 2005, p.83) Hubo duda ante la veracidad de las calificaciones que se muestran de López Mateos pues no hay la suficiente información en la vitrina que aclare si es una original o copia, lo cual nos habla de una museografía incompleta ya que la museografía propone un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión (ICOM p.</p>	<p>Inteligencias múltiples- la inteligencia corporal- kinestésica (Gardner citado por Campbell,2005,p.83) Museografía " la museografía propone un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión" (ICOM,2009, p.56))</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	Andrea Luve, 23 años, estudiante de comunicación, trabaja, vive en Naucalpan de Juárez, clase socio-económica media.		2. ¿Hubo algo que no les gustara?	MF: A mí la música. An: Algunas fotos se veían pixeladas. Al: Se me hace que ocupan mucho espacio para pequeñas cosas. M: No aprovechan bien el espacio. Todos: Está amontonado. A: Sí, no lo aprovechan. Todo está amontonado.	La relación con el arte actualmente ya no tiene relación con las obras y con los intérpretes, sino con los procesos (Calabrese,1987,p.9). Por eso los jóvenes se fijaron más en que las fotos estaban pixeladas que en lo que estaba fotografiado. Parte de la "era neobarroca" que estamos viviendo y que explica Omar Calabrese, es una estética que fragmenta los componentes, entre otras cosas. Por lo mismo, el sentido estético del espacio en el museo no les atrajo, pues dentro de esta nueva estética ha desaparecido quizá justamente las referencias a las temáticas representadas, la importancia del contenido. Buscan lo decorativo de las superficies, de materiales, de la organización formal. Buscan el exceso de la representación(Calabresse,1987 p.78)	Capital cultural y económico (Bourdieu)- a los jóvenes de ahora les trae gozo el uso de TIC's implica el uso y gozo de gadgets tecnológicos Comunicación , es importante conocer al público (Zavala, 2008)
	Miguel Gómez, 27 años, estudiante de Robótica y profesor de Física, vive en Naucalpan, clases socio-económica alta. (M)		3. Dicen que está amontonado o que necesitan ocupar mejor el espacio?/Dame un ejemplo.	A: Sí. Ocupar mejor el espacio. Tienen mucho espacio. C: Está muy vacío. Al: La última sala la que estaba luego, luego entrando. Ahí, muy pocas cosas y hay un espacio grande. M: Como que ocupan sólo las paredes. Ab: Deberían usar más el en medio, usar cristales... pues.	Entre las principales constantes formales de los contenedores neobarrocos; los cuales requieren una primera modalidad de aparición espacial: la desmesura y la excedencia) son parte de esta era y la razón por la cual los jóvenes ven como que tiene mucho espacio o vacío así los espacios en el museo.	El neobarroco como movimiento estético actual Entre las principales constantes formales de los contenedores neobarrocos; los cuales requieren una primera modalidad de aparición espacial: la desmesura y la excedencia (Calabrese,1987, p. 79)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				Car: lo mismo.		
	Carlos García, 17 años, estudiante de preparatoria, vive en Atizapán de Zaragoza, clase socio-económica media. ©		4. En cuanto a la fachada del edificio ¿qué me pueden decir?	M: ah, yo? Me gustó. Se ve antigua y luego ya platicando que fue cárcel, palacio municipal... An: escuela, si que fue usada para varias cosas.	La historia del museo puede interesar a los visitantes y fue así que quizás Miguel pudo "justificar" el edificio antiguo y gustarle. El problema es que en ningún lado se encuentra esta información en el museo, fue proporcionada a través de otro medio.	La museografía -debe incluir mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión. Hay mucho de arquitectura, también, hecho que acerca al museo otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público. (ICOM, 2009, p.56)
	Alejandro Lozoya, 17 años, estudiante de preparatoria, vive en Atizapán de Zaragoza, clase socio-económica media. (Al)		5. ¿Qué les dejó el museo?	M: Saber algo de la vida de Adolfo López Mateos. Los demás no contestaron.	De alguna manera u otra a pesar de la museografía tradicional del MALM, el museo si cumple con aportar algo de conocimiento sobre el personaje y su tiempo a los visitantes.	Función del museo -entre otras - "preserva colecciones de documentos corpóreos y produce conocimiento a través de ellos (Van Mensch citado por el ICOM, 2009, p.53) El no sentido- El no contestar "es síntoma de un no-sentido, en su (del museo) comunicación" (Zavala, 2008, p.34)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	Abraham Velázquez, 17 años, estudiante de preparatoria, vive en Atizapán de Zaragoza, clase socio-económica media. (Ab)		6. ¿El aprender sobre ALM les interesó o les gustó?	<p>M: Siempre es bueno saber más de todo pues lo que yo no sabía, no tenía o que había hecho. Apoyó mucho al comercio, eh la industria, no me acuerdo bien de qué pero tenían que usar 60% de piezas mexicanas y a partir de eso las exportaciones aumentaron. También apoyó mucho a los militares. Invirtieron 100 millones de pesos o algo así para viviendas, sueldo. También apoyó a la infancia. Apoyó a todos. Fue un buen presidente.</p> <p>Ab: pues si pero, no muchísimo.</p> <p>Al: A mí no me gusta la política, así que pues no .Pues sí aprendí varias cosas del presidente.</p> <p>C: A mí no me gustó mucho. No sé; como que siento que a lo mejor tienen el concepto que hizo cosas buenas pero no fue tanto.</p>	<p>Sí les interesó adquirir información sobre Adolfo López. Relacionaron su nombre con política; a la cual no les gusta. Dudan de que sólo haya buenas obras de él, lo cual hace pensar que al museo le hace falta información sobre el personaje. Hay rechazo en las bondades de un dirigente político debido a los capitales culturales en México con respecto a la imagen de los políticos.</p>	<p>Una de las funciones del museo es que preserva colecciones de "documentos corpóreos" y produce conocimiento a través de ellos (Van Mensch citado por el ICOM, 2009, p.53). Capitales culturales-rechazo- "Hay un rechazo consciente de los jóvenes por las instituciones del país [...] gobierno, [...] Cabral, p.25</p>
			7. ¿Qué hubiera sido interesante saber de él?	<p>M: Igual, seguro hizo cosas malas, pero no lo iban a poner.</p> <p>An: Lo que tratan de plasmar es un presidente bueno; que era una persona noble de naturaleza. Pero a mí en lo personal, yo buscaría ir a museos más artísticos. No sería mi iniciativa ir a este</p>	<p>En el MALM hay exposiciones de arte, mas sin embargo, no hay algún conjunto de vínculos para que el público que va por primera vez lo sepa, y pueda regresar. Lo cual demuestra una falta de comunicación con los visitantes dentro del mismo recinto.</p>	<p>Programa museográfico, término que engloba la definición de los contenidos de la exposición..., así como el conjunto de vínculos funcionales existentes entre los espacios de exposición y los restantes espacios del museo (ICOM, 2009, p. 56)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				museo. Me gustan más los de arte.		
			8. Viven más o menos cerca del museo, ¿qué haría que ustedes regresaran?	<p>M. Igual que hubiera otras cosas. No regresaría a ver lo mismo.</p> <p>MF: Pues sí, debería haber más He ido a otros museos y tienen de todos los presidentes, pero esta es la primera vez que veo de ALM. Que pusiera cosas más profundas de lo que pasó con su vida y todo eso, casi no te explicaron mas bien, bueno, ayudó a personas. No pusieron cosas más de su vida , bueno sí; nada más de la presidencia, casi de su vida no. (Respondió sí a" te interesaría algo más personal").</p>	<p>El propio museo no se hace publicidad para que regresen a la exposición permanente. Tampoco se da la parte de la investigación, en la cual podrían agregar algo nuevo sobre el personaje o su tiempo. El código de Deontología del ICOM 2006 dice que la misión del museo es adquirir, valorizar y preservar sus colecciones. No se ve que se busquen más objetos relacionados con López Mateos. Hace falta ver a este personaje de carne y hueso; es decir, con defectos, vida amorosa y familiar y de amistades. Por lo tanto la información sobre el personaje es incompleta.</p>	<p>Democratizar el propio museo con tecnología como herramienta de trabajo , como dispositivo estratégico para una nueva y creativa relación con el pasado , presente y futuro (Chagas, 2008 p. 16)</p> <p>Faltan estrategias de comunicación- "Se puede atraer a los jóvenes, para eso el museo deberá contar con diversidad de estrategias de comunicación (escritas, visuales, tecnológicas) no sólo por describir a objetos sino para evocar consecuencias y así volverlo un descubrimiento personal (Zavala, 2008, p.30)</p>
			9. Por qué creen que hayan hecho este museo? Y por qué en Atizapán?	<p>MF: Para que supiéramos más de su vida, de lo que hizo y todo eso. M: Es una persona muy importante que influyó en el país. MF: porque es de aquí. C: para saber lo que hizo. An: como para crear una identidad.</p>	<p>Los jóvenes si recibieron el mensaje de uno de los propósitos del museo, que es el aprendizaje y porque busca crear una identidad. "la revelación al menos parcial de la misma (identidad) es la condición de posibilidad para que se produzca la comunicación (Giménez, p11)</p>	<p>Funciones del museo - "un lugar donde las cosas y los valores relacionados con ellas, son salvaguardados y estudiados, así también comunidades en tanto signos, a fin de interpretar hechos ausentes (Shärer citado por ICOM, 2009, P.53)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			10. ¿Se sienten orgullosos o identificados con ALM, ahora que saben lo que hizo?	Al: yo, no me siento orgulloso. Porque el que ahora está de presidente...noo...pero bueno...no me siento orgulloso de ALM. Pues no, porque no lo conocí. (¿identificado?) no.	Especialmente en el grupo de jóvenes se mostró una falta de orgullo hacia ALM porque no hubo identificación y porque como se mencionó antes los jóvenes rechazan lo que esté relacionado con el gobierno. ALM fue presidente y del partido PRI.	El poder del museo- "El poder del museo sirve tanto para liberar como para tiranizar" (Chagas,2008 p.16) Identidad -"La identidad de los participantes en una interacción constituye el marco requerido para la interpretación correcta de sus recíprocos mensajes (Gimenez,2009,p.11)
			11. ¿Qué sugerencias pueden hacer para el museo?	An: O a lo mejor que hablen de su vida para saber...	Los comentarios de falta de información y comunicación nos indica que le falta esta riqueza al MALM.	Museo como comunicador- (Tomislav Sola citado por Fernández, 1999) dice "hoy en día la riqueza de un museo reside en su potencial de información y comunicación, en su capacidad técnica, en su personal especializado y en su programa museológico."
			12. ¿Qué haría a este museo atractivo?	M: Una cafetería.		Consumo cultural- Las cafeterías como lugares de encuentro, difusión y consumismo . -"como símbolo de pertenencia o apropiación, acto social, uso de productos con valores simbólicos. (Bordieu)
			13. ¿Alguien recogió folletos del museo?	No. Ya no había. Ya no había y no nos los ofrecieron. En donde estaba la música ya se habían acabado.	Reiteramos que dentro del mismo museo de repente es insuficiente su propia auto-difusión pues no reparten u ofrecen los programas del mes.	La comunicación como estrategia -"La comunicación multimedia llegará a ser un concepto vital de difusión" (Hooper-Greenhill, 1998, p.59)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			14. ¿A uds. qué les gustaría que hubiera en el museo?	<p>An: A mí me gustaría que hubiera más arte urbano. Por ejemplo en el Centro Cultural España me atrae porque ponen graffitis.</p> <p>MF: que hubieran más personas para que te explicaran los cuadros porque la neta es que los letreros no entiendes lo que dicen.</p> <p>C: Yo siento que hubiera más exposiciones de otras cosas. No hay cosas interesantes. Más conciertos.</p>	<p>Hay deficiencia en la museografía porque los letreros no son claros. Los jóvenes quieren ver cosas innovadoras y que les atraigan. Es por eso que es importante que el museo conozca a sus diferentes públicos a través de la investigación.</p> <p>Por lo visto no hay retroalimentación pues no se sabe lo que le gusta al público joven.</p> <p>Zavala propone una museografía que proponga dialogar con los jóvenes.</p>	<p>Una parte importante de la comunicación es la retroalimentación- "La investigación de los visitantes es tan importante como los métodos de la comunicación [...] De hecho una no puede existir sin la otra." (Hooper-Greenhill, 1998, p.60)</p> <p>Museografía-Zavala (2008, p.34) propone una museografía que proponga dialogar con la juventud, partiendo del supuesto que son receptores activos -al menos potencialmente- cuya experiencia de visita es un proceso de sentido. Por lo tanto, la museografía para los jóvenes deberá contar con diversidad de estrategias de comunicación: escrita, visual, espacial,... (p.30)</p>
			15. ¿Había personal para preguntar tus dudas?	<p>MF: Bueno, sí le pregunté a una que cómo habían conseguido las imágenes y dijo que eso lo habían donado los familiares de ALM.</p>	<p>El personal del museo es una importante parte de la comunicación de museo. Como dice Hooper, es importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación, tanto en sentido general como dentro del museo y conocer a la gente para saber cómo reacciona ante los museos.</p>	<p>El personal como parte de la comunicación del museo-Como dice Hooper-Greenhill (1998, p., es importante que los empleados conozcan el proceso mismo de la comunicación, tanto en sentido general como dentro del museo y conocer a la gente para saber cómo reacciona ante los museos.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			16. ¿De qué tipo de música les gustaría que hubiera conciertos?	C: Más de rock. Abr: O un artista que tenga que ver con él.	Nuevamente se nota que no hay una investigación acerca del público joven y sus preferencias, y la falta de investigación, para informarse qué tipo de música se tocaba en la época de ALM. La investigación de los visitantes es tan importante como los métodos de comunicación; una no puede existir sin la otra (Hooper, 1998).	La comunicación es una transacción o negociación de identidades (Duck y McMaha, citados por Giménez, 2009, p.10)
			18. El MALM también trabaja como centro cultural, ¿ustedes ya lo sabían?	M: Yo ni sabía que existía el museo. Al: Yo siempre he pasado caminando por ahí y ni sabía que era un museo.	La gente no está informada dónde está el museo porque no hay letreros en la calle que lo indiquen. Esto significa que ni el gobierno municipal ni el estatal asumen su responsabilidad de promover la cultura; informando donde hay museos u otros centros culturales.	La señalización faltante parte de la falta de difusión por parte del municipio que no cumple con la política cultural que les indica difundir. La señalización en las calles son signos
			19. ¿Qué creen que le haga falta para saber de él?	Le falta publicidad y como...	Falta difusión por lo cual es por falta de gente especializada en esa área o por falta de presupuesto.	Difusión como publicidad - con sus mensajes, sugerencias y consignas, [...] lo que de veras importa es seducirnos con ingeniosos eslóganes con imágenes espectaculares con el fin de hacernos creer algo y a la vez convencernos de que hagamos algunas cosas" (Lomas, 2012, p.32) en red

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			20. ¿Y qué más le hace falta?	<p>Al: Algo le falta, vida. - música de fondo colores, tocar. Alguien que te explique. No que uno tenga qué preguntar; que alguien se ofrezca a explicar. M: Una idea...que pasaran películas. Que avisaran: "esta noche va a ver tal." A: O un video documental o películas viejas</p>	<p>La juventud de ahora está viviendo en una época llamada neobarroca por Calabrese, y por lo mismo le gustan otras cosas que les haga sentir que está vivo o que es atractivo. Por el otro lado, hay una necesidad de objetos visuales porque es un atractivo para los jóvenes y que mejor que hubiese videos o películas. Al personal del museo o le faltan conocimientos de museografía y de comunicación o quizás les falta amor por su lugar de trabajo pues no se acercan a informar sobre lo que está expuesto.</p>	<p>El interés por lo visual en los jóvenes- García Canclini: "lo visual gana a lo escuchado" (conferencia por radio: La sociedad sin relato). Estética neobarroca- "La estética neobarroca habla del gusto por lo visual, [...], por el exceso (p.66), lo escandaloso (p. 76,77), o la fragmentación (p. 100) entre otras características."(todas las citas de Calabrese,1987)</p>
			21. ¿Cómo se enterarían de estos eventos?	<p>M: Bueno, en Satélite hay un periódico; el Ecos.</p>	<p>Los mismos jóvenes dan ejemplos de periódicos locales donde se puede publicitar el MALM. Esto señala o un mal conocimiento de medios por parte de la persona encargada de la difusión o por falta de presupuesto.</p>	<p>Difusión por periódicos locales- es una forma de difusión.(Hooper-Greenhill, 1998).</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			22. ¿Cuáles periódicos les llegan?	Al: Está el periódico de "México Nuevo", pero tienes que irlo a comprar. An: Estaría bien que saliera en las redes sociales.	Asimismo, sugieren el uso de redes sociales. Por un lado, este medio no es accesible a todos. Tampoco el museo, aunque tenga su página en FB, no cuenta con suficientes técnicas de mercadotecnia digital para promoverse.	Difusión por redes sociales -Los TIC (Sistemas tecnológicos mediante los que se reciben, manipulan y procesa información y que facilitan la comunicación), en México no tienen un desarrollo homogéneo; en 2007 sólo 22.4% tenían computadoras en su casa. (Claro, que ha habido un despliegue de telefonía con TICS integrados, pero aún no existen datos suficientes (Bravo, García, et al, UAM, consultado 2013).
			23. ¿El edificio les gustó?	MF: No, le hace falta decoración. -Le falta luz - está vacía.	Critican la museografía del lugar por faltarle luz y aparecer vacía.	museografía - "la museografía parte del marco de la escenografía - entendida como el conjunto de técnicas de acondicionamiento del espacio (ICOM, 2009, p.56)
			24. ¿Se identifican con este tipo de edificios?	Todos: no	Debido al gusto estético actual – el neobarroco- para los jóvenes no tuvo ningún atractivo.	Estética de lo neobarroco -la majestuosidad y exageración que menciona Calabrese
			25. ¿Cómo podríamos saber que hay un museo ahí?	Al: Con un anuncio o señalamiento.	Mencionan que debe haber anuncios o señalamientos para que la gente que transita por ahí lo note.	Anuncios, o carteles o lonas y señalamientos como ayuda a la difusión . "Despertar con base en imágenes y situaciones bien analizadas el deseo de consumir el producto o servicio" (González C., 2003, p.59).
			26. ¿Sería importante que alguien les explicara?	MF: A mí en el Museo de Antropología alguien se acercó.	Se reitera que el personal es quien debe acercarse al público a explicar.	Los empleados del museo son parte de la imagen y lo que comunica el museo. (Hooper-Greenhill)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			27. ¿Les trajo algún sentimiento el ver los coches?	C: Me gustaron los coches porque me recuerdan el de mi abuelo.	Los coches atrajeron a los jóvenes masculinos.	Identidad (Erickson) es por eso que la identidad contiene la historia de las relaciones entre el individuo y su sociedad. musealia- objeto de culto... se transforma en testimonio material del hombre ..., adquiriendo así una realidad cultural específica.(ICOM,2009)
			28. En cuanto a la música del concierto, ¿qué opinan?	C: Como dijiste que había concierto y al llegar vi la explanada , creí que ahí iba a ser. Y que iba a ser de otro tipo... de rock o algo así.	Al anunciar un concierto deberían de hacer una encuesta a cuantos les gusta que sea de navidad.	Retroalimentación de los públicos-
			29. En cuanto al nombre, ¿es atractivo?	M: No, pero es de lo que se trata.		
			30. ¿Creen que haya una persona encargada de la comunicación	No. M: Una buena idea sería que hubiera un café o restaurant. A: Si An: Un café estaría bien; así se enteraría uno que va haber el siguiente mes.	Nuevamente se nota que no hay una investigación acerca del público joven y lo que se les hace creativo.	Las cafeterías como lugares de encuentro, difusión y consumismo.
			31. ¿Creen que la gente deba participar en los museos?	M: ¿Cómo?	La gente no sabe aún las posibilidades de un museo, como es el participar porque no se le enseña en la escuela o no se sugiere en el museo.	capitales culturales- Bourdieu- si han asistido a otros museos sabrán que hay maneras de participar.
			32. ¿Qué tipo de museos les atrae?	Ab: Más interactivo. An: Algo audiovisual. -En el del "Papalote" es que aprendes más. C: En el Tecnológico, al lado de la Montaña Rusa. Está padre no está aburrido. Los	No se produjo una experiencia educativa pues como Esto significa propiciar que en cada experiencia de visita se evoquen experiencias memorables de aprendizaje y compromiso emocional y que la visita se	Experiencia educativa- Zavala,(2006) la experiencia educativa se produce cuando el visitante satisface sus expectativas rituales y lúdicas durante la visita" *Interés por un arte relacionado

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				cuadros los ves en 3D y las maquetas. Hay una maqueta que habla del esmog de cómo va afectando a la capa; está padre porque lo ves. -Están muy atrasados aquí. An: Primero, dudo que alguien esté interesado que vaya gente. Me da la apariencia que igual lo construyeron por cuestiones políticas.	convierta en un importante lazo emocional de carácter intercultural e intergeneracional. Se mencionó el gusto por cuadros y maquetas en los que el arte y la tecnología se juntan. Otra modalidad estética es la mencionada por Costa y que los jóvenes se sienten atraídos y que no vieron en el Malm.	con la tecnología- "l'immagine sintetica vale come un nuovo tipo di incommensurabile capace, per questo , di generare una nuova modalità di esperienza estetica, parte di quella che si è qui nominata sublime tecnologico (Costa, 1998, p.74).
			33. Mencionaste audiovisual, ¿hubo algo audiovisual?	Todos: no	Otro punto que no existe en el museo es lo audiovisual y que a los jóvenes les atrae.	Lo audiovisual como atractivo y aprender más- ya se mencionó anteriormente .
			34. ¿Qué opinan del personal?	M: Eran amables. C: Que haya un guía que te vaya explicando, -es que no en todas las salas había personal. An: Vi a otro señor sentado. No se acercan a decirte que si te ayudan; están sentados viendo otras cosas.	Se reitera que el personal es quien debe acercarse al público a explicar.	La comunicación y profesionalismo en los empleados- como imagen y comunicación
			35. ¿Qué opinan de la decoración?	M: Que tuviera música de fondo. C: El sonido no se escuchaba en todos lados. C: Que aprietes algo y te expliquen. En donde están los documentos o fotos o la ropa.	Tomar en cuenta que como dice la neurolingüística el crear un ambiente en la que estén involucrados más sentidos le da más puntos de significación para un aprendizaje.	Involucrar más sentidos crea más puntos de significación para un aprendizaje Piaget
			36. ¿En cuanto a la publicidad para que les llegara?	An: Que otros museos dieran volantes de estos eventos. C: Que hagan eventos interesantes. M: Aparte el museo lo puedes ver en 15 minutos. (Sí leía pero no todo porque no me	Se puede dar paso a una curaduría interdisciplinaria y así pasar del museo impersonal a lugares significativos y cargados de experiencia. (Chagas,2008)	Difusión- una manera puede ser a través de volantes. "Se puede dar paso a una curaduría interdisciplinaria y así pasar del museo impersonal a lugares significativos y cargados de experiencia. (Chagas,2008)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				interesaba). -Estaba bien redactado. MF: Yo leí todo, no se entiende porque la imagen es una cosa y las letras te dicen otra.		
			37. En cuanto a las vitrinas ¿qué les interesó?	M: Estaban las llaves que se habían entregado- pero que expliquen más.		Museografía como mediación para entender mejor los mensajes. (ICOM, 2009, p.
			38. ¿Qué más sugieren?	A: Las fechas están súper chiquitas. M :A mí no me daría tiempo de leer eso. Acomodar las imágenes. C: Que llamen más la atención, más llamativos. M: Las fotos están re-feas; no llaman la atención y las letras están muy pequeñas.	Hay muchas cosas por leer, lo cual es importante notar que puede llegar a ser cansado y que se olvida que hay otros sentidos que pueden ser utilizados para el aprendizaje como (Gardner en inteligencias múltiples y Como explica Rubiales (2008) se debe reconocer el uso y voracidad por las imágenes por parte de los jóvenes.	Reconocer el uso y voracidad de las imágenes por parte de los jóvenes (Rubiales,2008)
			39.Después se les enseñó la publicidad por medio de la red social de Facebook. ¿Qué opinan del anuncio por este medio?	M. Pusieron a cualquiera a hacerla. An: Igual podrían poner hacer a chavos estudiantes de diseño a hacerlas.	Como dice Rubiales la forma en que se puede acercar a las audiencias juveniles es utilizando elementos y tecnologías que le son familiares (2008)	"Democratizar el propio museo con tecnología como herramienta de trabajo , como dispositivo estratégico para una nueva y creativa relación con el pasado, presente y futuro" (Chagas, 2008)
			40. ¿Si se los mando por Facebook?	Al: No. M.¡Qué flojera! C. No los leería.	Nuevamente Calabrese nos explica esta era del neobarroco donde la forma es más importante que el contenido. A los jóvenes no les interesó lo que se anunciaba por FB, porque con sólo verlo les dio flojera.	Estética neobarroca -Se ven elementos que incluirían la estrategia del detalle y la del fragmento (Calabrese, 1987. p.96). Una museografía que proponga dialogar con la juventud (Zavala ,

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

						2008)
--	--	--	--	--	--	-------

Tabla: Observación Participante MALM. (Febrero 12-14 y marzo 8, 2013.)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>*Observar a los visitantes del museo para ver cómo reaccionan ante la museografía de la exposición permanente y temporal si existe alguna.</p>	<p>*Niños entre 7 y 12 años * Niños entre 3 y 6 años *Adolescentes entre 13 y 17 años *Señoras entre 25 y 35 años * Señores entre 25 y 60 años * Policía del museo * Custodios * Encargado Proyectos</p>	<p>Cámara, cuaderno, pluma, carta de la coordinación de la Carrera pidiendo permiso al director del MALM para hacer esta investigación, computadora, programa de excel.</p>	<p><u>EN LA ENTRADA:</u> *Cuál es la actitud o expresión facial del visitante al entrar? ¿Cuál es la hora y el día?</p>	<p>*Caso #1 El Señor, 55 años y el Niño de 11 años El señor entra sin ninguna actitud en especial, el niño se ve de buen humor (día martes,12 de febrero, 14:10), clase socioeconómica media- baja (por cómo están vestidos). *Caso # W Joven entre 14-17 años, clase SE (socioeconómica) media, se ve malhumorado, entra de prisa. Trae chamarra, no bien peinado, trae lentes (martes, 12 feb., 10:42). Caso # 2- Señora edad entre 25 y 35 embarazada, y se ve cansada, viene con niño, entre 7 y 10, clase media. Caso #3 Señora alrededor de 25 años, y una niña que va en tercer grado y de aprox. 8 años, clase media. Caso # 4 Señora, señor (ambos entre 20 y 30 años, con niña de tercer grado (alrededor de 8 años), clase media. # 5 Un niño y una niña de tercer grado y una niñita como de tres años, vienen con dos mamás. # 6 Señora entre los 25 y 30 años, niño de ocho años, y niña de 3. Clase socioeconómica media, por como venían vestidos. # 7 Señora entre 25 y 35 años, clase media, con un niño de 8</p>	<p>*Como tarea mandada por la SEP, les fue solicitado a niños de tercer año el visitar un museo, llegaron varias familias al MALM. *Conaculta no supervisa que haya mejora en servicios educativos del museo. Por una parte los que acudieron fueron hijo o hija con mamá o papá. Al acudir con mamá, la mayoría de los niños depositaron la responsabilidad "del trabajo" en ellas. El problema que se dio en muchas familias fue que las mamás eran las que tomaban las notas, y las fotografías. Algunas hacían hasta el recorrido solas, mientras los hijos que tenían la tarea, "paseaban" por el museo. El "pasear" por el museo subiendo y bajando las escaleras, o viendo, en ocasiones, a la filarmónica ensayar. Por otra parte, se deduce que el museo es visitado durante el año por niños y jóvenes estudiantes, y que los niños siempre van acompañados por alguno de sus papás o familiar adulto y por un hermano más chiquito o más grande. No se siguió detallando la información</p>	<p>*La SEP - funciones de educar y promover la cultura. "función de organizar y desarrollar [...] educación y cultura [...]" (SEP,2012) *Falta de supervisión de Conaculta-"2.9 promover una mejora sustantiva en los servicios educativos que ofrecen los museos" (CONACULTA, 2012) *el museo visitado por clase media y media baja. No lo visitaron discapacitados, o ningún arquetipo de población urbana como punks, darketos, ni gente de clase llamada popular aunque pasan muchos por el jardín de enfrente de clase baja-alta. * Falta de difusión afuera del museo -" técnicas de comunicación para atraer la atención del público hacia el consumo de bienes o servicios.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>años. # 9 Hombre de 27 años aprox. clase B # 14 Dos jóvenes; una chica de 17 y un chico de 18 años. # 17 Señora alrededor de los 30, carga cuaderno y un peluche, niño de como siete Clase B. # 22 Señor, 57 años, clase B (entro sólo), se muestra con gusto por estar ahí. # 13 dos señoras, clase baja, dos niños de 3er grado y una niñita de 3.</p>	<p>de cada visitante porque había muchas similitudes, entre ellas. *El museo es visitado por diferentes públicos, adultos, niños, y jóvenes. La mayoría fue clase media y media baja. No lo visitaron discapacitados ni indígenas, o ningún arquetipo de población urbana como punks, darketos, ni gente de clase llamada popular. De esta clase llamada popular o clase socioeconómica baja no lo visitaron a pesar de que pasan muchos por el jardín enfrente del museo.</p>	
<p>*Observar a los empleados para ver si contribuyen a la comunicación del museo</p>	<p>Caso #1 Sr. Rafael Carrasco (56), niño Ricardo Harry (11)</p>		<p>ENTRADA</p>	<p>Pasando una puerta antigua de madera, de dos metros y medio está una pequeña mesita donde está el libro de registro, periódicos locales que obsequian y el volante con la programación de febrero. A la derecha está el salón dos llamada <i>Texto Gratuito</i> y a la izquierda está la sala uno.</p>		
<p>* Deducir el por qué los visitantes fueron al museo; para saber si fueron atraídos por su difusión, o fueron al museo por otra</p>	<p>Caso W - alumno de Branshala (al parecer los alumnos de esta escuela que está pegada al MALM, entran y salen constantemente, ya sea para ir al</p>		<p>*¿Qué trabajador los recibe y qué les dice o que les pide?</p>	<p>Los recibe el guardia, uniformado de color negro y cachucha cuya forma de hablar es "al grano y directo" y les pide se registren y que paguen 10\$ por adulto y 5\$ por niño. El señor volteo hacia la puerta, como diciendo no me va a alcanzar el dinero. El policía no parece importarle esa situación,</p>	<p>*Aunque el vigilante no tiene mucho carisma para dar la bienvenida a los visitantes, cumple con la misión de cobrar y decir por donde se puede empezar a visitar el museo. Sin embargo, no tiene el criterio para saber cuándo puede pedir a la dirección una concesión de exento de pago a alguien que ya</p>	<p>*Cada empleado es una muestra de la imagen pública del museo. (Administración de Recursos humanos p.30-323,Bateman y Snell)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
razón.	baño o por que ahí ensayan.			<p>pero un "amigo del museo" al ver esto dice que es su invitado y entonces ya no le cobran. * W: el policía es indiferente. No lo saluda. #2 Les dice que se registren, y qué si vienen de una escuela que pongan el nombre y les cobra. # 3 (No se vio cuando entraron). # 4 El vigilante o policía les cobró y les dice que hay tres salas abajo y les apunta a donde están. # 5 Un niño y una niña de tercer grado y una niñita como de tres años, vienen con dos mamás. # 17 El guardia le pidió de una forma seca, que se registrase y pagase.</p>	<p>llegó y no contaba con esa erogación. Su forma de ser y de hablar es muy fría por lo cual no es recomendable que sea la primera persona con la que los visitantes se encuentran. Pues finalmente, "cada empleado es la imagen del museo". Sólo durante unas horas se vió al Jefe de proyectos hacerse cargo de la entrada. Él se nota con un tono de voz y trato más afable.</p>	
			¿Qué hacen los visitantes ante esto?	<p>Caso #1 El Señor, 55 años y el Niño de 11 cada uno se registra en el cuaderno de los visitantes. El señor le preguntó al vigilante por dónde empezar, a lo cual les contesta: "por aquí" refiriéndose a la Sala 2.W: se pasa de largo, sin saludar tampoco.# 17 La mamá se molestó porque el vigilante le cobró y dijo ¿por qué cobran? A lo cual el vigilante le contestó secamente porque él tiene orden de cobrar.</p>	<p>Alguien que le es difícil saber tratar al público no debería estar a la entrada o trabajar en lugares del museo que estén en contacto con el público pues causan una imagen negativa al visitante.</p>	<p>El enfoque holístico en los museos dice tomar en cuenta las actitudes de los empleados porque afectan la imagen y la visita. (Hooper-Greenhill, p. 75)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Cuáles accesorios traen los visitantes?	<p>#1 Ninguno trae algo en especial, ni cuaderno o cámara. W: No trae nada.</p> <p>#2 El niño (vestido con uniforme) trae cuaderno. La mamá carga una mochila y cámara fotográfica.</p> <p>#3 Tanto la niña (viene en uniforme de la escuela) como la mamá cargan un cuaderno.</p> <p># 6 la Señora trae una laptop y con información ya hecha en la CP. El niño viene vestido con uniforme de escuela.</p> <p>#14 La chica traía una cámara.</p>	*Los niños de primaria que venían de uniforme y con cuadernos venían al museo porque tenían la tarea de reportar lo que habían visto. Debido a la falta de una museografía interactiva o lúdica algunos niños no mostraron interés (#W, 2,6,) El museo como teatro y como parque es decir como lugar de experimentación, exploración y actuación permiten al visitante se transforme en actor y gestor de su propio proceso de aprendizaje. (Carrión, p.7)	* Vinculación de la Educación con los museos. Dentro de las políticas de la SEP está la vinculación con la cultura. * Museografía no cumple con situar en escena [...] un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión y preocuparse por las exigencias de los públicos adaptadas a la correcta recepción de los mensajes" (ICOM, 2009, p56)
			¿Con quién vienen?	<p>#1 Vienen el señor y el niño. W: Entra solo.</p> <p>#2 El niño viene con su mamá.</p>	Todos los niños observados vinieron acompañados lo cual significa que si se logra atraer a los niños al museo irá alguien más. Además fue el momento para dialogar entre ellos, hacer preguntas y que los padres les contestaran o ayudaran a buscar la información, decidir a través del diálogo qué foto tomarse; por lo tanto fue un momento de convivir.	El museo como lugar de convivencia familiar para los niños ."Los museos intrínsecamente favorecen la convivencia [...] " (Ejea, 2012).
			¿Cómo vienen vestidos?	<p># 1 El señor viene con un rompevientos y el niño con pantalón y playera. W: Viste pantalón sport y chamarra.</p> <p>La mayoría de los niños viene en su uniforme. Las mamás vienen en pantalones de manera</p>		La vestimenta es informal lo cual denota que ya no se tiene la imagen del museo como un Santuario.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				informal. Los señores vienen sin saco.		
			Se nota alguna razón en especial por la cual vengan al museo?	<p>#1 No se nota algo en especial. Pero entraron al museo aprovechando el tiempo en lo que abría la peluquería que está cerca del museo. W: Se dirigió directamente a la exposición de pinturas. # 2 Vienen para hacer una tarea de la escuela Leona Vicario. # 4 y # 5, # 6 también vienen para hacer una tarea. # 14 Venían especialmente para ver la exposición de fotografías pero les informaron que ya la habían quitado. # 13 Vinieron por causa de su tarea.</p>	<p>Aquí se ve que la mayoría de los niños llegaron porque se pidió que fueran como obligación (tarea), no porque fuera una opción para su tiempo libre. Otros dos señores fueron porque uno tenía curiosidad y otro porque el museo estaba cerca de la peluquería. Una jovencita vino porque iba a la exposición de una amiga, pero debido a la inadecuada museografía quitaron la exposición al segundo día.</p>	<p>La difusión no fue la causa que asistieran al museo. La asistencia se debió a las guías que las escuelas tuvieron por su plan de estudios de la SEP que indica visitar un museo cerca de su comunidad. La asistencia al museo por tareas coincide con la estadística de que es la causa de mayor asistencia a los museos 37%(Encuesta de hábitos, prácticas y consumo culturales del Edo. de Mex.,2011)</p>
			SALA 2 TEXTO GRATUITO: Breve descripción.	Es un salón de seis metros por cuatro. Tiene techo alto de aproximadamente cuatro metros. Las paredes son blancas y el techo tiene vigas oscuras. Tiene dos ventanas que dan a la calle cubiertas de unas cortinas blancas. No tiene vitrinas. Las fotografías e información están colgadas en unas mamparas pegadas a la pared, lo cual deja todo el área central del salón vacía. Las fotos de los familiares	La museografía es muy plana. No se adecúa a los gustos modernos, donde gustan los laberintos y los nudos. (Calabrese p.156).Creando espacios para cada tema - familia, lugar donde nació, personas de su tiempo se pueden crear, dentro de esta sala y las otras, nudos o laberintos; siendo lo más moderno y estético en el cual domina el gusto del extravío y el	<p>*museografía -entendida como el "conjunto de técnicas de acondicionamiento del espacio" (ICOM, p.56) *el neobarroco explica el gusto por el enigma, los laberintos y los nudos. " [...] el nudo y el laberinto moderno es el claro placer de perderse y de vagabundear, renunciando, si fuera posible, a aquel último principio de conexión que es la clave de la solución del</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>son más bien de la esposa. Pero no existe algún diagrama o un árbol genealógico de ALM. Hay fotos de construcciones: un convento, una tienda. No se pone el contexto. Las otras fotos igualmente no tienen contexto, ni el informe de cómo se obtuvieron y cuál es su significado.</p>	<p>misterio del enigma. "La exposición resulta ser el producto a través del cual se va a juzgar especialmente al museo pero ante todo porque es el método o vehículo de comunicación con el público. Entonces si falta información y su exposición es muy plana, su faz pública no será muy positiva.</p>	<p>enigma.(Cabrese p.156). La exposición resulta ser el producto a través del cual se va a juzgar especialmente al museo pero ante todo porque es el método o vehículo de comunicación con el público". Philippe Dubé (Citado por Fdez p.150)"la exposición es a la vez presencia, presentación, y representación"</p>
			<p>¿Por dónde empiezan el recorrido?</p>	<p># 1 De la puerta, se van hacia la derecha. Leen todo. El niño se para de puntitas para leer la cédula de una fotografía. (Tuvo que hacerlo en otra ocasión). El señor se pone los lentes desde la segunda fotografía para leer las cédulas. El señor pregunta en voz alta, que quién es el circulado. El Convento de San Francisco lo confunde con la Iglesia de San Francisco. #2 (No se vio cuando entraron aquí). #3 La niña escribe notas y va leyendo de una en una. La mamá también va leyendo. Cada una va a su tiempo leyendo y tomando notas de lo que quieren. # 4 Entran a la sala y recorren empezando por la derecha.</p>	<p>*La museos toman en cuenta al público. En este salón no se toma en cuenta que vendrán niños a leer las cédulas o carnets, lo cual implica una falta de estudio en cuanto a qué altura poner los carnets para que hasta niños de primaria puedan leerlos sin necesidad de pararse de puntitas. *Hay confusión en la información porque no existe "un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM, p.56) La información está incompleta porque no está explicado quiénes son sus abuelos, si el convento es la iglesia de San Francisco en Atizapán, etc. No hay otra forma de aprovechar la información mas que leyéndola. *Los niños menores de seis</p>	<p>*La museos " sólo pueden justificarse social y culturalmente en función de su destinatario: el público" (Fernández ,1999, p.125.) *La información que se presenta y es parte de la museografía está incompleta "un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM,P.56) * Importancia de los primeros años para crear conexiones cerebrales "La primera infancia es una etapa del desarrollo que abarca desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años, es considerada en general como la más significativa del individuo. Se trata de un proceso multidimensional y multifacético, integral y continuo, que inicia antes del</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

					<p>años; venían "acompañando a sus hermanos", no alcanzan a ver nada. Es también un público y es muy importante que se les considere en la museografía pues a esa edad se estructuran muchas bases de su aprendizaje.</p>	<p>nacimiento, en el que se estructuran las bases fundamentales de las particularidades físicas y psicológicas de la personalidad, así como de la conducta social que en las sucesivas etapas del desarrollo se consolidarán y perfeccionarán.</p> <p>En esta etapa se inician los aprendizajes básicos como: Caminar, hablar, relacionarse con otros, sentirse bien consigo mismo. Se construye su autoconfianza. Todo ello hace que esta fase sea particularmente sensible a la estimulación que se realiza sobre dichas estructuras. Es quizás el momento de la vida del ser humano en el cual la estimulación es capaz de ejercer la acción más determinante sobre el desarrollo, porque actúan sobre aspectos que están en franca fase de maduración".</p> <p>(González Uresti, 2012 en línea)</p>
--	--	--	--	--	---	---

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Toman notas o fotografías?	#1 No. #2 No se sabe. #3 No. # 4 La mamá toma notas.	La mayoría de las veces la mamá tomaba notas. Fueron los papás o mamás quienes tomaron las fotos. Tanto el museo como los padres de familia no hacen partícipes a los niños en esta experiencia. Los museos, sólo pueden justificarse social y culturalmente en función de su destinatario: el público (Fdez. p.125), y en este caso e público fueron los niños. El tomar en cuenta al público es parte de la nueva museología que explica que la comunidad es la que marca y consagra la razón de ser de estas instituciones como un instrumento de desarrollo cultural, social y económico a su servicio.	Necesidad de aplicar la Nueva museología para tomar en cuenta a su público infantil y justificarse el MALM como instrumento de desarrollo.
			¿Qué comentarios hacen?	#1 El niño se sonríe y dice órale y le comenta a su tío: "nació el 4 de diciembre, 10 días antes que yo. El señor comenta algo del Nigromante, a lo cual el niño le pregunta que quién es. El señor comenta que tampoco le gusta venir solo a los museos. # 2 No se sabe. # 3 Al comentario de una visita con respecto a que su hija se veía muy responsable de su tarea, la mamá comentó que ella le decía a su hija que era ella la que tenía que hacer la	El tener que tomar notas es como estar en la escuela. El museo se busca como un lugar de aprendizaje no formal donde se aprenda pero de una manera diferente, dónde se pueda recorrer el museo como se quiera.	Aprendizaje no formal En la historia de los museos se constata que el carácter educativo les es inherente. Son una institución con características de educación no formal. (Silva, p. 25

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				tarea, "si uno se las hace: no aprenden".		
			¿Dónde se detienen a observar o leer más?	<p>#1 el señor revisa lo leído con las fotos. El niño se enfrasca más en la lectura. El señor menciona al agente del ministerio público y el niño dice que le pusieron un tache para identificarlo.</p> <p>De todas las mamás con niños que se observaron, una mamá tomaba notas igual que su hija. Otra sólo actuó como compañía deteniéndose en algunos objetos a observar, mientras la niña tomaba notas. Otro niño tomaba notas y se detenía en ciertos objetos pero su abuelo lo andaba carrereando diciendo "ya vámonos a la otra" o "¿ya acabaste? En el resto de las mamás con niños, ellas eran las que tomaban las notas inclusive las fotos. Una mamá inclusive se veía con prisa y cargaba una</p>	<p>La teoría de las inteligencias múltiples "Constituyen herramientas que todos los seres humanos pueden utilizar para aprender, para resolver problemas y para crear.(Gardner citado por p.12) puede explicar cómo unos niños (2) sí les gusta ir leyendo cada una de las cédulas, y aún lo que estaba dentro de ciertas vitrinas. Seguramente tienen más desarrollada la inteligencia lingüística. Los que gustaron de bajar y subir las escaleras corriendo domina su inteligencia corporal kinestésica y no encontraron una actividad que los atrajera.</p> <p>*Ahora bien, los niños que anduvieron recorriendo el museo a su antojo demuestran que nada en el museo les fue</p>	<p>Inteligencias múltiples (Gardner)</p> <p>*Los museos deben estar preparados para todo tipo de públicos(Hooper-Greenhill)</p> <p>*El propósito de la SEP de fomentar la cultura y de educar a través de ordenar tareas de visitar el museo se ve coartado al ver estos casos en que los niños visitan el museo "sólo para cumplir con la tarea o requisito para ser calificados".</p> <p>Sugerir a SEP proyecto MUSE: Museums Uniting with Schools in Education (Jessica Davis citada por Gardner, 2001, p.187)</p> <p>*Hacer los museos más atrayentes (Gardner, 2001,p187).</p> <p>*La museografía son "elementos vinculados a su</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>laptop, e instaba a sus hijos a detenerse frente algún objeto o imagen para que ella les tomara la foto diciendo "para que la maestra vea que si viniste". Dos mamás hicieron el recorrido solas, mientras los hijos que tenían la tarea, "paseaban" por el museo.</p> <p>Dos niños recorrían el museo subiendo y bajando las escaleras, sin detenerse a ver nada en particular o viendo, en ocasiones, a la filarmónica ensayar.</p>	<p>significante ni los involucró en alguna actividad porque la museografía (la forma en que están expuestos los objetos) no es atractiva para los niños. Uniendo esto con lo de Hooper-Greenhill "Hay que proporcionar cosas distintas a los distintos públicos y hay que pensar en las diferentes clases de exposiciones o muestras que se pueden utilizar para atraer a distintos segmentos del público". (Hooper-Greenhill, p.75)</p> <p>"Una manera de hacer que los museos de arte sean más atractivos para los niños es ofrecer objetos y experiencias que se parezcan a los de los museos infantiles. (Gardner, 2001, p.187).</p> <p>*Falta un plan en la SEP o en CONACULTA que ligue la visita a los museos con la educación. El proyecto MUSE tiene la idea básica de que cuando un visitante examina una obra de arte (en nuestro caso algún objeto de la colección de ALM), se encuentra con preguntas que abarcan una gama de vías de acceso (relacionadas con las inteligencias múltiples). Por e.g. 3. Lógicas."Explica por qué crees que este objeto es importante".</p>	<p>relación con el público. (ICOM, p. 56).</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿A qué hora salen de la Sala Dos? ¿Cuánto tiempo les llevó aproximadamente?	#1 14:30 (20')		
			¿De la sala #2 a dónde se dirigen?	#1 El señor y el niño se dirigieron hacia donde está el automóvil negro de LM. En una área previa al Ágora y de ahí fueron al Ágora.	Los dos automóviles de ALM están fuera de vitrinas y aparte son grandísimos. Dos puntos que agradaron a los visitantes razón por la cual la mayoría se tomó una foto en frente de ellos. La teoría neobarroca de Cabrese menciona como la espectacularidad llama mucho la atención.	neobarroco- "una especie de "demasiado" en el ámbito de la forma. (Cabrese, p.78)
			EL CLAUSTRO Breve descripción	Es un espacio de 15 metros de ancho por 14 m de largo. El techo está a una altura de 15 m. El techo es de plástico sostenido por vigas de metal. Tiene un pilar de cantera rodeado de una especie de barda de madera con una altura como de dos metros para guardar cosas. En el otro extremo tiene unos descansos de aproximadamente de un metro y otro de 1.5m donde están colocados el cinematógrafo y los glifos. En la parte del fondo se encuentra el mural que cubre toda la pared. En el lado izquierdo se encuentra el automóvil Ford gris de ALM. Del lado derecho se encuentra un balconcillo que sirve de foro para los cantantes o poetas.	La monumentalidad del mural es uno de los atractivos del museo pero muchas veces mamparas tapan parte de él. Los otros objetos que están en esta área a pesar de que no están bien acomodados se vuelven interesantes para los visitantes. Ni el mural ni los otros objetos tienen letrero que expliquen que son lo cual habla de falta de museografía..	el neobarroco- "se puede llegar a casos de monumentalismos y gigantismos"(Calabrese, p.79) la museografía -como mediación para comprender los objetos" (ICOM, p.56).

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Está ocupada o tiene alguna exposición?	Tiene una exposición de aproximadamente diez pinturas al óleo. El jueves la recogen para que se ponga la filarmónica a ensayar. Esos días se inunda el ambiente con partes de la pieza musical que están ensayando. El tener gente ensayando en el área para cruzar al mural cohibe a algunos acercarse a ver el mural.	El ensayo de la filarmónica hizo que quitaran la exposición temporal que estaba en el claustro.	Levantar una exposición por permitir un ensayo. Nuevo museo- la función esencial del nuevo museo es constituirse en un instrumento de desarrollo socio-cultural al servicio de una comunidad. (Nota: aunque no sé si implique abandonar una exposición por permitir el ensayo).
			¿Cuál es la actitud del espectador/visitante?	#1 Después de observar el automóvil Falcon, recorrieron la exposición temporal de pinturas. Caso W- Las recorre con prisa, sólo se detiene unos segundos más en dos pinturas. #2 Comentan que les gustó lo colorido.	Aunque algunos (como el artista plástico B) considere que muchas exposiciones no son arte, la secretaria dice que el museo da oportunidades a nuevos artistas.	el MALM como lugar para abrir camino a nuevos artistas - dicho por la secretaria Angélica Trejo.
			¿Qué les atrae?	#1 En sí, al niño le llamó la atención ver pinturas. Otros una familia, unos jóvenes y un señor con su sobrino se tomaron fotos frente al mural. Un señor en particular fue muy observador del "relato" del mural y se quedó bastante tiempo observándolo.	Cuando no estaba la filarmónica ensayando a los niños sí les llamaba la atención ver las pinturas. Asimismo se cruzaban por el claustro para observar el mural.*Lo florido y otros elementos de las pinturas con las que solos podían relacionarse o encontrar un significado sin necesidad de que se les explicara con una cédula para leer ; les atrajo.	El arte- "la obra de arte sólo existe en su interpretación, en la apertura de múltiples significados que puede tener para el espectador". (Eco, wikipedia, 2012).
			¿Por dónde empiezan el recorrido?	#1 Empezó por el lado derecho y las vio dando un recorrido circular		
			¿Toman notas o	#1 No.		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			fotografías?			
			¿Qué comentarios hacen?	#1 El niño con cara de asombro y diciendo alegremente: ¡Ah, las pinturas! Y de una dice que está bonita. El señor le recomendó: "Sin tocar".	Lo florido y otros elementos de las pinturas con las que solos podían relacionarse o encontrar un significado sin necesidad de que se les explicara con una cédula para leer ; les atrajo.	El arte- "la obra de arte sólo existe en su interpretación, en la apertura de múltiples significados que puede tener para el espectador". (Eco, wikipedia, 2012).
			COCHE FALCON (NEGRO) Breve descripción.	Se encuentra en un "descanso" después de subir tres escalones, antes de pasar al Ágora. Es un Falcon antiguo. Se encuentra detrás de un cordón, Tiene una cédula diciendo quien se lo obsequió a ALM (que no al pueblo)	La mayoría de los papás, le tomaron una foto al falcón, lo cual dice que les gustó o llama la atención. Un coche antiguo muy grande.	neobarroco - "una especie de "demasiado" en el ámbito de la forma. (Cabrese, p.78)
			¿Le toman fotos? (Actitud del visitante)	#1 No llevan cámara. El señor comenta "el carrito fue de López Mateos". La mayoría de los papás le tomaban fotos a los hijos en frente de este coche.	La mayoría de los papás, le tomaron una foto al falcón, sonreían, lo cual dice que les gustó o llama la atención. Un coche antiguo muy grande.	neobarroco - "una especie de "demasiado" en el ámbito de la forma. (Cabrese, p.78)
			COCHE FORD (GRIS) Breve descripción.	Es un carro antiguo de los sesentas. Ocupa tres metros del Claustro.	Casi la misma reacción tuvieron con este coche pero no fue tan fotografiado. Quizá por su localización que está en la parte de atrás del claustro y el falcón era lo primero que se ve después de salir de la sala 2 o al bajar las escaleras.	proxémica - estudio del movimiento en relación con las personas. Todos los que se acercaron a los coches estuvieron en la zona personal "espacio que se extiende hasta donde el brazo se estira" y se hace esto cuando nos identificamos plenamente" (Cruz, 2013, p.191-192).

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Le toman fotos? (Actitud del visitante)	#1 No. # 7 Sí con el niño enfrente. #12 El papá le toma fotos a los hijos frente a los dos coches.	Casi la misma reacción tuvieron con este coche pero no fue tan fotografiado. Quizá por su localización que está en la parte de atrás del claustro y el falcón era lo primero que se ve después de salir de la sala 2 o al bajar las escaleras.	proxémica - estudio del movimiento en relación con las personas. Todos los que se acercaron a los coches estuvieron en la zona personal "espacio que se extiende hasta donde el brazo se estira" y se hace esto cuando nos identificamos plenamente" (Cruz, 2013, p.191-192).
			EL MURAL Breve descripción.	El mural es muy colorido y cuenta algo de la historia de ALM de una manera pictórica y simbólica. Tiene muchos matices en rojo, naranja y cafés.	El mural es muy vistoso pero no tiene ninguna cédula que explique su contenido, ni por quién fue hecho ni cuándo.	museografía incompleta - no explica el "relato". *La información que se presenta y es parte de la museografía está incompleta "un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM,P.56) el neobarroco - "se puede llegar a casos de monumentalismos y gigantismos"(Cabrese, p.79) la museografía -como mediación para comprender los objetos" (ICOM, 2009, p.56)
			¿Le toman fotos? ¿Cuál es la actitud del visitante?	#1 No van hacia el mural en un principio. # 2 Les gustó lo colorido dijo la señora. # 7 Le tomó fotos al niño para constatar que si había ido al museo. # 12 El papá le toma fotos al hijo frente al mural.	La espectacularidad del mural es uno de los atractivos del museo pero muchas veces mamparas tapan parte de él. Los otros objetos que están en esta área a pesar de que no están bien acomodados se vuelven interesantes para los visitantes.	el neobarroco - "se puede llegar a casos de monumentalismos y gigantismos"(Cabrese, p.79) la museografía -como mediación para comprender los objetos" (ICOM, 2009, p.56)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			EL CINEMATÓGRAFO Y LOS RELIEVES Breve descripción.	Hay dos relieves de una serpiente, y enfrente de ellos se encuentra un cinematógrafo antiguo, tapando los bajo relieves de metro y medio. Ninguno tiene alguna cédula o placa que los explique.	No tienen explicación por lo cual la gente no sabe qué son pero si va a verlos.	museografía incompleta - no explica el "relato". *La información que se presenta y es parte de la museografía está incompleta "un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM,P.56)
			¿Les toman fotos? ¿Cuál es la actitud del visitante?	#1 El señor dice "la serpiente quizá sea Kukulkán. La mujer de la pareja de jóvenes, se quedó viendo mucho al cinematógrafo.	La joven portaba una cámara profesional, porque es un objeto que le significa algo lo observó detalladamente.	Interaccionismo simbólico - "descansa en tres supuestos 1. los hombres se relacionan con las cosas y con ellos mismos de acuerdo con los significados que tienen para ellos" (Blumer, 2012) en línea. Teoría de la identidad.
			¿A qué hora salen del Ágora? ¿Cuánto tiempo les llevó aproximadamente?	#1 2:40 (10') Caso W: Entró directamente a ver las pinturas. Las recorrió rápidamente, sólo se detuvo un segundo más en dos de ellas. Le llevó un máximo de 3' recorrer toda la exposición. No le llamaron la atención. Sale a las 10: 45.	Dependió mucho si estaba o no la filarmónica ensayando. Cuando estuvo nadie entró.	
			¿Del Ágora a dónde se dirigen?	#1 Se dirigen a la escalera (no se dieron cuenta que no pasaron a la sala #3 que también está en la PB). Le preguntó al policía : "qué sigue de aquí?". A lo cual el policía lo guió "equivocadamente" y le dijo hacia arriba.	la falta de comunicación causó que no se visitara una sala.	falta de museografía - comunicación-lettreros o un mapa que de el panorama del museo."un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM,P.56)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			ESCALERAS Breve descripción.	Enfrente de las escaleras se encuentra un busto metálico sobre un pedestal. No tiene nombre o cédula. Las escaleras son de piedra. En las paredes tienen cuadros de fotografías de ALM. Las paredes son blancas. Del techo cuelgan candelabros rústicos. A un lado de las escaleras están los baños.	Las fotografías y el busto al pie de las escaleras no contienen ninguna cédula que explique de quién son o el contexto.	museografía incompleta - no explica el "relato". *La información que se presenta y es parte de la museografía está incompleta "un trabajo museográfico que implica mediaciones complementarias para ayudar a la comprensión" (ICOM, 2009,p.56)
			¿Qué observan y comentan?	#1 El señor dice "Quién sabe quién es". Y al ver uno de los cuadros (el primero) de la escalera, dice que se imagina que ha de ser su esposa (de ALM).	Las etiquetas tienen como principal función la de identificar el objeto... puede ser evocador o didáctico...estar en función de los objetivos de la exposición y de las características del público. En otras palabras para dar una comunicación completa el museo debe aportar algún tipo de información.	*museografía y etiquetas el lenguaje en el museo puede ser escrito o hablado (Hernández,F., 1994, p. 208)
e			SALA 3 INDUSTRIA ELÉCTRICA Breve descripción.	Crea una atmósfera con las luces indirectas. Mide 6 x 7m. Tiene mamparas donde se colocan fotografías e información. A la mitad tiene una vitrina en forma de mesa cuadrada, que le da realce a los documentos ahí expuestos. Sin embargo, los documentos no tienen explicación en cuanto a que si son originales o no, ni quien las donó. Hay una mujer que a veces explica lo que hay en la sala si se le pide. Incluso explica parte de lo que hay en el	Por un lado muchos visitantes sólo ven la exposición como un deber (tarea) por lo tanto no les importa ahondar en sus conocimientos, o en la lectura de lo que ven en la exposición y consecuentemente no exigen o piden mayor explicación. Por otra parte, el museo no le da importancia a el transmitir un mensaje completo.	importancia de la comunicación de los empleados como parte de la transmisión del mensaje o mensajes que quiere dar el museo* Cada empleado es una muestra de la imagen pública del museo. (Administración de Recursos humanos p.30-323,Bateman y Snell)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				mural que está saliendo de esa sala.		
			¿Qué trabajador los saluda o los recibe?	#1 No entraron a la sala porque no la vieron al pasar y nadie les explicó dónde estaba. #2 La señora relata que había una persona (custodio) pero que no les explicó nada, y que sí los saludó al entrar diciéndoles buenas tardes.	Muchos museos tienen un mapa con las salas que tienen, de esta manera los visitantes pueden recorrer el museo como quieran pero sabiendo de antemano la localización de todas las salas. Si esto existiera no se saltarían la Sala 3. Cuando la dirección y los empleados se concienticen de la importancia de su labor para que haya una mayor comprensión del acervo del museo, podrán trabajar con más eficacia su rol de intermediarios.	museografía - crea vínculos funcionales entre los espacios de la exposición (ICOM p.56) para comprender mejor * el desenvolvimiento de los custodios como una necesidad para lograr un desenvolvimiento en sus roles de intermediarios
			¿Por dónde empiezan el recorrido?	# 14 Empiezan por el lado izquierdo. Recorren la mitad de la sala, y se acercan a ver la vitrina que está en el centro del salón.		
			¿Toman notas o fotografías?	# 14 la joven toma varias fotos en esta sala.		
			¿Qué comentarios hacen?			

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			Notas especiales. Actitudes o conductas especiales.	# 14 La chica se ve interesada en algunas fotos. El chico al parecer sólo vino de acompañante; al parecer nada le interesa porque no se acerca a leer ninguna cédula.	El neobarroco habla de nuevas formas estéticas que atraen a los jóvenes. Siendo los jóvenes una población a la que se busca como visitantes, es importante que la museografía del MALM cambie para atraer la atención juvenil.	el neobarroco-museografía
			¿Cuánto tiempo les lleva recorrerlo?	# 14 Les tomó como ocho minutos recorrerla.	Por su falta de neobarroco, es una sala muy rápida de recorrer, porque no hay nada que contemplar, o con que interactuar.	
			¿De ahí a dónde van?	# 14 De ahí subieron a la sala 4.		
			SALA 4 CHAMIZAL Breve descripción.	Esta sala se encuentra en el primer piso. Mide 13m x 7.5 m. Su piso es de cuadros. Tiene el techo alto con vigas. Tiene tres ventanas que dan al Ágora. Tiene siete vitrinas algunas con luz y otras sin. La primera y la última vitrina son acerca del Chamizal. Las otras contienen sus condecoraciones que le dieron a LM durante sus viajes, al igual que llaves de las ciudades que visitó. Tiene una pintura al óleo de ALM en la pared en frente de la entrada, como de un metro y medio por uno de ancho. Sobresale de toda la exposición. Las vitrinas son de madera en la parte de abajo y de vidrio con luz en la parte de arriba y es donde se	Esta sala no tiene todas las vitrinas alumbradas. La primera y última vitrina hablan del Chamizal pero están separadas por lo cual no llevan una secuencia y no comunican apropiadamente lo cual habla de una inadecuada museografía. Para ver los objetos los visitantes chiquitos tienen que ser cargados. El no tomar en cuenta los diferentes visitantes. Varias vitrinas no contienen información de los objetos ahí expuestos. Algunos días se usa este salón para clase de música y se vuelve muy ruidoso.. Dejaron un teclado y la gente se confunde si fue de ALM, cuando es de la escuela Branshala.	La museografía -el arte o las técnicas de la exposición. (ICOM p. 55)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>encuentran las colecciones arriba mencionadas. Se encuentra un teclado debajo del cuadro. No tiene que ver nada con ALM pero sí con la escuela Branshala.</p> <p>Arquitectónicamente cuenta con una sala adjunta que está desperdiciada, pues se podría utilizar para la parte lúdica de estos objetos o para la visita de los Sujetos niños y jóvenes.</p>		
			¿Qué trabajador los saluda o recibe?	En esta sala no hay empleados/ custodios.	Quizás la sala con menos cédulas que expliquen los objetos, a la vez es la que no tiene custodio o intermediarios porque no creen que haya que explicar algo. Además como todo está dentro de vitrinas no hay nada que cuidar.	<p>*Cada empleado es una muestra de la imagen pública del museo.</p> <p>(Administración de Recursos humanos p.30-323,Bateman y Snell)</p>
			¿Por dónde empiezan el recorrido?	<p>#1 El señor ve con detenimiento los objetos, se acerca y se aleja de las vitrinas como para evitar los reflejos que dan las luces. El niño después de avisarle a su tío que iba al baño e irse corriendo, regresa y repite el ir leyendo cada una de las cédulas.</p> <p>#2 Empiezan por la derecha. El</p>		<p>proxémica- estudio del movimiento en relación con las personas. Todos los que se acercaron a los coches estuvieron en la zona personal "espacio que se extiende hasta donde el brazo se estira" y se hace esto cuando nos identificamos plenamente" (Cruz, 2013, p.191-192).</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Toman notas o fotografías?	<p>#1 No.</p> <p># 2 La señora toma fotos de las llaves. Después toma la foto del cuadro de ALM que está en medio.</p> <p># 3</p> <p># 4 La señora estaba tomando las notas hasta que se salió hablar por el celular. La niña y el señor se salen del salón y se ponen a escuchar y ver cómo ensayan los de la filarmónica.</p>	<p>Nuevamente se confirma que lo que llamó la atención es lo neobarroco de las llaves. En primer lugar, son mucho más grandes que las llaves comunes, y segundo son muchísimas. El que el señor y la niña se salieran del salón cuando se salió la mamá, demuestra que no se interesaron por nada, que la mamá es la que está haciendo la tarea, y que encuentran más interesante un ensayo de músicos (con notas desafinadas, repeticiones, largas pausas,) pero que está en "vivo" que los objetos "muertos" dentro de las vitrinas.</p>	el neobarroco museografía
			¿Qué comentarios hacen?	<p>#1 El niño le comenta a su tío que le gustaron (se refiere a las condecoraciones chiquitas, pero no sabe qué son). Al ver las llaves dice: wow! El señor por su parte se regresa a ver unos cuadernillos con los dibujos a lápiz de John F. Kennedy y su esposa. Comenta: "Han de ser partiduras a Kennedy, y fue cuando le regaló le oldsmobile. El niño comenta sobre una condecoración en tela y dice "Ha de ser de Argentina.</p> <p>#2 Al llegar una amiguita, el niño le comenta que el otro está más bonito. (refiriéndose a la</p>	<p>Como se dijo arriba los objetos en esta sala casi no tienen explicación, de quién dio las llaves, o condecoraciones o pines, por qué razón, no hay un mapa que señale dónde están estos países, y quienes eran sus gobernantes, por qué fue ALM ahí, etc.</p>	n.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>otra sala). # 22 Mencionó que las llaves no dice de dónde son.</p>		
			<p>Notas especiales.</p>	<p>#1 El niño ve el teclado y el tío le dijo que ha de haber sido de LM. El señor le explicó el problema del Chamizal, en sus propias palabras. También le explicó a su sobrino como se hacen los sellos de la otra vitrina a lo cual el chico expresó otro "¡Órale!". #2 El niño lee las cédulas y observa los objetos. Regresa a leer lo que hay en las vitrinas que no vio su mamá. Un día por la tarde se dio una clase de música dentro de esta sala como con quince niños. Fue ruidoso ese momento, pues básicamente la clase es para pequeños niños. No se sabe si los visitantes se quejaron.</p>	<p>El dejar instrumentos, bancos de plástico, y otros artefactos utilizados por la escuela de música en esta Sala del Chamizal demuestra una falta de respeto al visitante que paga por una sala adecuada no por visitar un sala- bodega. El habitus de la clase media baja que eran la mayoría de los visitantes, hace que acepten condiciones molestas como parte de lo normal.</p>	<p>Falta de cuidado con el museo. El habitus: "El habitus es el conjunto de modos de ver, sentir y actuar moldeados por estructuras sociales, que se aprenden. Hablar de habitus es colectivo, no individual. (Bourdieu citado por Flashland, 2003, p.53)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			Actitudes o conductas especiales.	#2 La señora no se pone a leer casi nada. Al rato se asoma por la ventana para ver que pasa abajo. # 4 La mamá saca colores para apuntar.		
			¿Cuánto tiempo les lleva recorrerlo?	#1 Salen a las 2:55 (15') #2 Salen a las 4:12 (12')		
			¿De ahí a dónde van?			
			SALA 5 SOLIDARIDAD Breve descripción.	Es el Salón más grande de todos. Mide aproximadamente 24m de largo por siete de ancho. Tiene el piso de madera. Tiene cinco balcones. Tiene un techo muy alto, con tejas y candelabros pero lo que utilizan para que haya luz son lámparas de neón. A pesar de su belleza como salón, tiene una bandera descolorida, unas vitrinas no tienen luz o no las prenden todo el tiempo. Tiene un custodio que huye ante las preguntas o que evita estar cuando hay visitantes.		
			¿Qué trabajador los saluda o los recibe?	#1 Al llegar el señor y el niño salieron dos custodios. # 2 No los saluda nadie. # 3 El custodio escucha la radio.	La falta de dirección hace que el personal no esté inspirado hacia el logro de las metas del museo que ante todo son la comunicación y la cortesía con el público.	Dirección- la dirección consiste en estimular al personal a desempeñarse bien. Se trata de dirigir y motivar a los empleados y de comunicarse con ellos . La dirección contribuye a orientar e inspirar al personal hacia el logro de las metas.(Bateman y Snell, 2005, p.15).

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Por dónde empiezan el recorrido?	<p>#1 El niño empieza por darle vuelta y observar detenidamente el modelo de barco que está justo a la entrada.</p> <p># 2 Empiezan caminando hacia la derecha. El niño le pide a su mamá que le lea "a ver qué dice?" Después se para frente al barco. Los dos están serios.</p> <p># 3 Tanto la mamá como la niña son muy metódicas y van recorriendo y leyendo todo.</p>	<p>La mayoría de los niños observó con detenimiento y curiosidad y gusto el barco. Quizá porque podría confundirse con un juguete.</p> <p>Por un lado el hecho de que ciertos papás hagan la tarea de los niños, significa que así nadie está disfrutando la visita, y que las mismas mamás por falta de capital cultural o por el habitus de la madre sacrificada ignoran que en vez de ayudar a sus hijos los perjudican al no hacerlos responsables. Tampoco les permiten empezar a tomar decisiones en cuanto a que quieren ellos ver.</p>	<p>Interés por un objeto que parece de juguete. Habitus del papel de la mamá en ciertos contextos</p>
			¿Toman notas o fotografías?	<p>#1 No.</p> <p># 2 Después de leer el primer panel, el niño se sentó en el piso e hizo unas anotaciones en su cuaderno. Después se vuelve errático y en la segunda parte de la sala, al parecer vio algo que le gustaba y se sienta a apuntar. Como sonrío frente a un traje y apunta, se supone que le gustó. La señora camina de un lado para el otro. El niño le hace constantemente preguntas, y le comenta que ese es el libro de quinto año de Lengua Nacional.</p> <p># 3 Tanto la mamá como la hija toman notas.</p>	<p>Si hubiera banquetas o sillas los niños se sentarían ahí. También las mamás embarazadas o abuelos que ya no deben estar parados tanto tiempo Hay poco realce al libro de Texto Gratuito. El venir sólo a tomar fotos es como venir a engañar que se recorrió el museo. Otra cosa sería si los niños disfrutaran la visita por que es lúdica o interesante.</p>	<p>. El museo debe darle importancia que se dé comodidad y la guía general de los visitantes (Hooper, 75)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				# 6 Pasan a esta sala sólo a tomar fotos.		
			¿Qué comentarios hacen?	#1 El niño comenta que el barco es "La paz de Mazatlán". El señor le llamó la atención que LM duró nueve años de novio con Eva Sámano Bishop. El niño observa el traje expuesto y comenta que es un traje académico. Después el señor comenta con su sobrino "el impulsó la industria automotriz por eso le regalaron el negrito. Comenta que cuando quiere leer todo "no se ve bien". El niño comenta "esta es la bandera despintada". El señor "es su esposa; qué guapa! El niño lee la dedicatoria que está en el balón. El señor comenta jugó beis, excursionismo, box, y por su esposa se creó el INPI. Al niño le llama la atención el otro traje (la vitrina sin luz). El señor comenta cómo para sí- ¿a poco	Hubo mucho diálogo entre la gente que iba a esa sala.	El museo como lugar de convivencia familiar para los niños. "Los museos intrínsecamente favorecen convivencia [...] " (Ejea, 2012).

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>el dio lo del libro de texto gratuito? El niño se queda pensando y dice que esa imagen en el libro es como de mi libro de trabajo; interesante! El señor comenta estas tres no tienen luz. En su tiempo creció 51.9% la industria, también creció el subsidio a las escuelas. El niño: "Aquí dice fueron construidas 38 presas. y el señor le contesta: sí hizo mucho. El tío se regresa a leer algo y dice este es un álbum de metal. El niño continúa con su costumbre de leer todo. De repente el señor se va a sentar en la silla del custodio (que no está); el niño regresa a ver el barco y dice que el águila no está devorando la serpiente en la banderita.</p> <p>#2 El niño le hace constantemente preguntas, y le comenta este es el libro de quinto año de Lengua Nacional.</p> <p># 3 Casi no hablan entre ellas.</p>		
			Notas especiales.			
			Actitudes o conductas especiales.	# 2 La señora sonríe al salir.		
			¿Cuánto tiempo les lleva recorrerlo?	#1 Salen a las 3:50 (55') # 2 Salen a las 4:00 (15')		
			¿De ahí a dónde van?	#2 Se van a la Sala 4.		
			TERRAZA Breve descripción.	Antes de entrar la Sala de Solidaridad está esta terraza con mucha iluminación porque tiene el techo de plástico igual	La Terraza es un lugar ideal para tener mesitas y sillas, o una cafetería y tienda.	Museografía - técnicas de acondicionamiento del espacio. (ICOM, 2009, p.56.) Innovación - es la introducción

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				que el Ágora. Tiene una jardinera de "barandal" que al asomarse puede apreciarse lo que pasa en el Ágora.		de nuevos productos y servicios *aprovechar la sociedad de consumo para tener una tienda que generará entradas económicas para el museo y arreglar los baños, tener jabón en los baños, etc.(Bateman y Snell , 2005,p.11)
			¿Qué observan los visitantes desde aquí?	Unas tres familias; es decir adultos con niños que vinieron por cuestión de tareas, escogieron este lugar para darse un momento de relajamiento. Se quedaron observando como la filarmónica practicaba en el Ágora. # 21 Desde la terraza, la chica toma fotos a los de la sinfónica.	Es un espacio donde podrían estar unas bancas para descansar o recapitular lo visto, o una tienda con recuerdos o libros o pinturas o artesanías o juguetes. En los grupos de enfoque, tanto los jóvenes como los niños habían expresado la sugerencia de tener una tienda de recuerdos o una cafetería.	Innovación - es la introducción de nuevos productos y servicios (Bateman y Snell p.11) *aprovechar la sociedad de consumo para tener una tienda que generará entradas económicas para el museo y arreglar los baños, tener jabón en los baños, etc.
			¿Qué acciones o actitudes demuestran aquí	Demuestran una actitud de relajamiento, se ponen a platicar y más que nada para observar a los estudiantes de Filarmónica practicando.	Aunque se tenga este espacio de la terraza y se pudiera aprovechar incluso con computadoras, el hecho que es un museo del gobierno, transmite que tardará en hacer cambios.	burocracia - las organizaciones burocráticas tienden a no adaptarse a cambios y son lentas y fatigosas cuando las tecnologías o clientes empiezan a cambiar (Bateman y Snell p.56)
			¿Cuánto tiempo se la pasan aquí?	La generalidad se quedan de cinco a diez minutos.		
			¿De la terraza a dónde se dirigen?	La mayoría se dirige a la salida.		
			SALA 1 ATIZAPÁN Breve descripción.	Es la primera sala del lado izquierdo entrando. Le entra mucha luz natural porque tiene dos ventanas que dan a la calle. Mide aproximadamente 6.5 x 8m.		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				Se utiliza para las exposiciones temporales.		
			¿Qué exhibía en el momento de la visita?	Los primeros dos días de la observación participante (martes y miércoles) se estaban exponiendo unas fotografías relacionadas con la danza. La museografía de esa exposición no fue planeada con cuidado. Por información de un empleado se permitió que la creadora- fotógrafa hiciera la museografía. Como detalles: no tenía el nombre de la fotógrafa en ningún lugar. Las fotos no estaban bien pegadas a su "base" y las frases famosas acerca de cada fotografía estaban puestas en un papel bond y mal recortadas.	La museografía fue de un nivel no adecuado. Demuestra un trabajo sin atención por parte de los trabajadores del MALM para revisar que al menos la exposición tenga calidad en su exposición. Estos aspectos afectan la imagen del museo.	La museografía - falta de supervisión Proxémica - estudio del movimiento en relación con las personas. Todos los que se acercaron a los coches estuvieron en la zona personal "espacio que se extiende hasta donde el brazo se estira" y se hace esto cuando nos identificamos plenamente" (Cruz, 2013, p.191-192). Aspectos del funcionamiento del museo que afectan la imagen o la visita en general. (Hooper, p75)
			¿Qué trabajador los recibe o saluda?	No hay ningún empleado dentro de la sala en sí, pero como está enfrente de la entrada donde a veces está el policía o el encargado de proyectos, simplemente cualquiera de esas dos personas informa que ahí también se puede pasar para ver la exposición temporal.	Causa mala imagen ver que no hay nadie que les explique.	Cada empleado es una muestra de la imagen pública del museo. (Administración de Recursos humanos p.30-323,Bateman y Snell)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Por dónde empiezan el recorrido?	Todos los que entraron empezaron por la derecha. # 22 Entró y empezó por la izquierda, no se detuvo más de un segundo en cada foto. Y lee la frase abajo de la foto (sólo a tres). Se le ve indiferente y recorre la sala rápidamente.	La investigación educativa es importante para hacer más interesante a los niños la exposición.	La SEP - funciones de educar y promover la cultura. "función de organizar y desarrollar [...] educación y cultura [...]" (SEP,2012) Falta de supervisión de Conaculta - "2.9 promover una mejora sustantiva en los servicios educativos que ofrecen los museos" (CONACULTA, 2012)
			¿Qué comentarios hacen?	No se oyó ningún comentario en la mayoría. / # 7 Acuérdate que viste a los voladores de Papantla por si te pregunta la maestra.	Sólo dejaron la exposición hasta el miércoles y después la quitaron	*Falta de supervisión de Conaculta- "2.9 promover una mejora sustantiva en los servicios educativos que ofrecen los museos" (CONACULTA, 2012)
			Notas especiales.		ninguna	
			¿Cuánto tiempo les lleva recorrerlo?	Poco tiempo (alrededor de 30 a 40 minutos)		
			¿Toman notas o fotografías?	# 7 no La mamá con la laptop le dijo a su hijo que se acordará que vio a los Voladores de Papantla "por si te pregunta la maestra.	la mamá hizo la tarea porque el museo no ofreció un servicio educativo su hijo.	Falta de supervisión de Conaculta- "2.9 promover una mejora sustantiva en los servicios educativos que ofrecen los museos" (CONACULTA, 2012)
			OTROS			
			¿Toman notas o fotografías de algo más?	El visitante # 21 fue al único que se le vio tomar una foto del museo antes de entrar.	Al parecer sólo uno de los visitantes apreció la arquitectura del recinto y le tomó fotografías. El tener una placa, o cédula que hablara de la historia de este edificio a lo mejor haría que se interesaran por observar su arquitectura. El señor que tomo una foto al	Capitales culturales - "el capital cultural, relativo a los conocimientos y las habilidades que se adquieren a través de la familia y las instituciones escolares.(Bourdieu citado por Flashland ,2005,p.50)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					museo es porque pudo notar que era diferente y apreciar su arquitectura. debido a su capital cultural.	
			¿Con qué expresión facial u oral salen?	#2 La señora comentó que ella regresaría porque hay mucha información. Su hijo que él regresaría por las cosas que están ahí. El coche negro le gustó y de hecho le hizo pensar en tener un coche viejito. También le gustaron las pinturas por coloridas. Otros- caras inexpresivas en la mayoría, sólo unos niños que se encontraron con sus amiguitos de la escuela salieron con cara alegre. Una pareja de esposos también salió con cara de alegría.	Siendo el coche un objeto tan grande; se vuelve algo espectacular; explica a través de la estética actual, el neobarroco analizada por Cabrese. El museo también es un lugar de encuentro con otros con quienes se identifican y eso causa gozo.	*identidad - sólo desde los otros podemos tener noticia inicial de quiénes somos (Torregrosa, Teoría de la identidad, en línea) neobarroco - "una especie de "demasiado" en el ámbito de la forma. (Cabrese, p.78)
			¿Expresan alguna queja o sugerencia?	#1 Expresa el señor que le gustó la música.	No hay libro de sugerencias, ni quién pregunte cómo le pareció la exposición, a pesar de ser necesario para la re-alimentación. Los capitales culturales de los visitantes demuestran que no solicitan dar re-alimentación como parte de lo dicho anteriormente. El señor que expresó esto se	Re-alimentación para complementar el proceso de la comunicación "La ausencia de feedback desde el público [...] hace poco probable que se produzca el acto comunicativo". (Hooper, 1998,p.73)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					refirió a la música ambiental que pusieron de la época de los 60's instrumental y con la cual el visitante pudo haberse identificado.	
			¿Qué tipo de visitante es según Lauro Zavala y ?	#1 W- # 2 # 3	Fue difícil saber qué tipo de visitante eran porque desde la entrada algún empleado les indica por donde pasar. Como no cuenta con un mapa del sitio no se deja al arbitrio del visitante el visitarlo como quiera. Aparte como la mayoría iba por tarea, se avocaron a una obligación y no a un disfrute o visita crítica-constructiva.	

Tabla: Observación participante Festejo del Día de Muertos (Oct. 30,31, 2012.)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
Observar la preparación y presentación de altares hechos por diferentes integrantes de la comunidad de Atizapán para el Día de Muertos.	<p>*Los informantes se dividirán por el grupo en el que participaron para crear un altar de muertos.</p> <p>*Los otros informantes serán integrantes del público asistente.</p>	cámara de celular, cuaderno y pluma, computadora.	¿Por qué te gusta participar?	<p>*Eug- Porque conoces gente, conoces de la cultura, te ayuda a vivir, y por la satisfacción; porque la gente te aplaude lo que haces..</p> <p>*Nat- Porque me gusta participar en eventos culturales.</p> <p>*Ale- Al participar siento que se te permite hacer lo que me gusta. Me gusta mucho dibujar.</p> <p>*Sa- Porque mi familia siempre ha participado.</p>	Tanto para Nat, Ale, y Eug- le gusta mucho participar porque es una experiencia de lo humano: el ser en común, hacer en común, pensar y decir en común. *Es así como el museo cobija la cultura de la comunidad participante, interpretando su entorno y confiriéndole sentido al mundo. *El participar en la cultura les causa un gozo e intercambio de significados.	<p>*El museo como lugar de identidad.</p> <p>*La cultura es indisociable de la identidad, en la medida en que esta se construye siempre a partir de materiales culturales para preservar su herencia cultural. (Fdez. p. 168)</p> <p>-Es así como el museo cobija la cultura de la comunidad participante, interpretando su entorno y confiriéndole sentido al mundo.</p> <p>*La cultura como forma de gozo del tiempo libre e intercambio de significados.</p> <p>Comunidad- la gran experiencia de lo humano radica en ese ser-en-común, que es un <i>hacer-en-común</i> y, también, un <i>pensar</i> y un <i>decir-en-común</i>. L.Veneroni, 2013, p.109).</p>
Conocer la opinión de algunos de los visitantes a esta tradición.	*Las mujeres que presentaron el altar de "Las Viudas de Atizapán". (Viudas) se entrevistó a la Sra. Eugenia (Eug) (edad + de		¿Hace cuánto que participas en este evento del Día de Muertos?	<p>*Eug- (nota: lleva alrededor de diez años).</p> <p>*Nat- Llevo diez años.</p> <p>*Ale- Es la primera vez, aunque llevo tres años con el negocio del Quiosco (Nota: negocio de cafetería frente al MALM en el Quiosco). No se me había ocurrido aunque sabía que se integraban los</p>	*El ecomuseo se compone de bienes culturales, reflejados estos en festejos tradicionales; (Fernández p. 168) en este caso del Día de Muertos.	*El MALM se justifica en su función social con características de Ecomuseo.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	50)			vecinos. *Sa- Cada año; desde que tengo uso de razón; mi familia, hemos puesto uno.		
Conocer la opinión del músico Jorge Álvarez, quien tocó	*Las directoras-monjas que presentaron el altar del Colegio Robert F. Kennedy.(RFC) (edad entre 40-50)		¿Quién te invitó a participar?	*Nat- El Profesor Martín, nos invitó desde que era parte del Grupo AVA (Vecinos de Atizapán) *Ale- El director actual y Angie. *Sa-Mi familia siempre ha participado.	*La gente comparte celebraciones conmemorativas. porque el edificio que alberga al MAMM tuvo varias funciones donde los vecinos concurrían desde chicos y después ha sido el lugar de la Festividad de Día de Muertos por tradición.	* El museo como símbolo de identidad y de lugar de reunión comunitaria. El museo es un símbolo de identidad colectiva es parte de una memoria compartida incluso a través de celebraciones conmemorativas. (Gmnz, 2009, p.12)
	*La pareja de Alejandro Romo y su esposa que presentaron el altar de los "La literatura y la muerte". (Ale) (edad entre 28 y 35)		¿Qué te motiva a participar?	*Eu- La gente me retroalimenta si me dicen que les gusta.* Sa- Lo hago por tradición y gusto . Para dar a conocer mis pensamientos y para que lo vean los demás. Entre mi mamá y yo pensamos poner el típico de Pátzcuaro pero los jóvenes quieren ver algo que mucha gente no conoce. Lo hago para que llame la atención a los jóvenes, para que vengan a verlas, porque creo que las tradicionales no les gustan ya.* Nat- Me gusta estar trabajando, hacer manualidades. Esto me hace sentir "a gusto". Llevo diez años haciéndolo.	*El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad, aquí participaron entre otros: una escuela, un grupo de viudas de Atizapán, un doctor, un joven, el dueño de una cafetería, estudiantes de música.*SA se preocupó inclusive para que fueran jóvenes y por eso crea un altar neobarroco (estética actual; Calabrese).* Mencionaron que les gustó hacerlo.	El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad,** El uso del tiempo libre como disfrute.*Identificación con otros jóvenes como forma de reafirmación del sujeto.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
	<p>*La joven (Sandra A. Cruz R.) con su mamá que presentó el "altar" de la Isla de las Muñecas" (Sa) (edad 19)</p>		<p>¿Has participado en otros eventos, que no sean del Día de Muertos?</p>	<p>*Eu- He participado por muchos años en la Celebración de Muertos Desde que abrió, desde antes del Prof. Martín. Cuando vivía mi esposo durante el primer gobierno panista, regalábamos pan de muerto. Mandábamos a hacer pan artesanal con ajonjolí a La Higuera (colonia), y la Sra. Naty llevaba el atole. En los Nacimientos participé en el 99' y ahora (2012). Yo fui por muñecas de trapo y las repartí con amigas. Cada una la vistió de un estado de la República. Aparte hago unas memechas (como galletitas en forma de pirámide) Las llevo y "vuelan". La gente se identifica con ellas, porque son típicas de Atizapán. *Nat.- He participado en la festividad de San Francisco. Lo he tenido cuatro veces, se hace un convivio con a familia y llevan una banda con música. También he estado en la organización de las Reinas del 5 de mayo. *Sa- Con mi abuelita y mi mamá.</p>	<p>El museo comunitario desarrolla fuertes relaciones con sus públicos integrándolos (ICOM, p,80) Nota: Para buscar a la Reina del 5 de mayo (festejo de Atizapán) se busca que participen todas las jovencitas de la comunidad atizapense. *Puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local (la iniciativa de las Sras. NAT y EU, las lleva a coordinar muchas partes de los eventos) y la lógica de la donación.NAT- de comida, muñecas, memechas, atole, guisos, material, etc) {ICOM, p.80}</p>	<p>*El museo comunitario para integrar a los vecinos.El museo comunitario desarrolla fuertes relaciones con sus públicos integrándolos, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local. (ICOM, p,80) *La participación comunitaria como sentido de pertenencia y de identidad (Gimenez, .12)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

	La Sra. Naty que hizo el altar para Adolfo López Mateos. (Nat) (edad+50)		¿Conoces todo el museo?	*Nat- Sí *Ale- sí *Sa- Sí	Si conocen el museo.	Confirmación del conocimiento del museo.
	Banda Sinfónica de Atizapán pusieron el altar a los músicos muertos. (Bran) (entre 15 y 25)		¿Qué te gusta o disgusta del museo?	*Sa- El resto del museo. Los coches más porque llaman la atención y me gusta como acomodan las exposiciones. *Nat- todo me gusta, pero estuve desconectada por dos años debido a mi enfermedad. *Ale- Me gusta la dedicación a Adolfo López Mateos, que hay muchos eventos, bailes y orquesta. Pero podría haber más.	*Nuevamente SA menciona el gusto por un objeto del museo que por sus dimensiones (exceso de dimensiones en comparación de los autos de ahora) son parte de la estética del Neobarroco (exceso; una especie de "demasiado"n el ámbito de la forma (Calabrese, p.78) *La nueva museología busca la retroalimentación del público como se expresaron aquí.	*Lo neobarroco del coche. * La museografía de las exposiciones temporales. Nueva museología que implica más atención al público para recibir retroalimentación y conocer sus gustos y deseos y necesidades.
	Visitante Patricia Rodríguez (vecina de Atizapán, (edad entre 30-40)		¿Qué le hace falta al museo para ser más atractivo?	*Sa- Debe haber eventos más llamativos, que fuera interactivo, que hubiera diferente tipo de música, que hubiera presentaciones de libros, que se representaran leyendas. Últimamente no he venido al museo porque siempre es la misma música. *Nat- Que haya más entusiasmo en la actual administración. *Ale- obras de teatro o monólogos o trova. Le falta asistencia; lo cual es lamentable, no hacen ir a la gente y ha habido conciertos de piano y violín y hay sólo tres o cuatro personas.	La retroalimentación por parte del público asiduo y más participativo del MALM es importante conocerla porque sus comentarios demuestran la necesidad de continuar su desarrollo sociocultural en el lugar que es parte de su cultura comunitaria e identidad.	Necesidad de aplicar la nueva museología destinada a conseguir que la función esencial del museo sea del desarrollo sociocultural al servicio de una sociedad democrática. (Fernández, 1999, p.85) que considera la retroalimentación.

Objetivo	Informantes & Características Especificas	Herramientas	Preguntas Especificas	Descripcion Detallada	Interpretacion	Concepto & Apoyo Teorico
	Visitante: Ing. Alberto Ortiz Franco (edad 50~)		¿A qué atribuyes la poca asistencia al MALM?	*Ale- Porque a la gente no le interesa... viene gente a comer (al Quiosco) pero no sabe qué es ese edificio.	La Falta de planeación y estrategias de difusión (no hay carteles o algo que llame la atención para que la gente que pasa por ahí sepa qué es ese edificio.	La publicidad o difusión es el conjunto de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención hacia el consumo de bienes y servicios. (González, A. p.57)
	Visitante: Guadalupe Orozco Mateo (edad: 19)		¿Qué sugieres para atraer más gente?	*Ale- Tener más eventos o invitados (artistas) de otros municipios. A lo mejor si vienen de otro lado; ellos mismos traerían "turistas" de otras localidades, o delegaciones.	Las técnicas que los publicitarios emplean son muy variada y refinadas. (González, A. p.57) por lo cual la idea de ALE, podría aplicarse.	*Las técnicas que los publicitarios emplean son muy variada y refinadas. (González, A. p.57)
	Visitante: Víctor A. Díaz Mateo (edad 12 años)		¿Qué otros comentarios tienes respecto al MALM?	*Nat- Antes también estaban otras ofrendas colectivas del Mercado, La Normal y de alguna escuela. Esto da unión municipal. *Ale- Antes se hacían festivales de estudiantinas y ya no. Duraban seis, siete horas y venía mucha gente. Es lamentable que haya habido una presentación de piano y violín y sólo asistieron tres o cuatro personas.	Ahora no se difundieron las estudiantinas ni la presentación del piano.	La falta de difusión afecta la asistencia al MALM.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>¿Vives en Atizapán? ¿Por qué?</p>	<p>*Ale: Sí, toda mi familia. Mis abuelos son nativos de aquí . Mi papá estudió aquí (apunta al MALM) y también a un amigo le tocó estar en los separos. *EU- Me trajeron desde chiquita a vivir con mi abuelita, que vivía aquí adelante. *S.- (Nota: La mayoría de su familia vive aquí).</p>	<p>El ecomuseo expresa las relaciones entre el hombre y el espacio (a través del tiempo). Como ejemplo el edificio ha sido lugar de reunión de la comunidad por sus diferentes funciones a través del tiempo: escuela, cárcel, palacio municipal, cine.</p>	<p>*El MALM como ecomuseo.</p>
			<p>¿Algo más que quieras comentar? ¿Por qué no hay apoyo para la publicidad?</p>	<p>*Ale- pedimos al Municipio , junto con la Orquesta Filarmónica Branshala y el Consejo de Participación Ciudadana que hubiera luminarias, porque las que había pocas y fundidas.</p>	<p>Al compartir un proyecto - el unirse para pedir luminarias- se creó una identidad colectiva de gente que vive alrededor del museo.</p>	<p>"Las identidades colectivas se definen por un proyecto compartido (Giménez, p. 12)</p>
			<p>¿Quién es tu clientela?</p>	<p>*Ale- De la orquesta y la mitad de los que pasan por aquí.</p>	<p>La plazuela enfrente del MALM es un paso concurrente.</p>	<p>Confirmar si pasa gente por el MALM y que hay mucho público potencial.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			<p>¿Cuál fue tu altar?</p>	<p>*Sa- Esta es la Isla de las Muñecas- como la de Xochimilco. (Nos llevó como seis días prepararlo). {foto} *Eug- El altar es de las fotos de los esposos de las viudas de Atizapán; centro. Yo invité a mis amigas viudas a que participaran. [foto] *Nat- La ofrenda a López Mateos y la Llorona. [foto] *Ale- Primero iba hacer una tradicional y después propuse hacerla más gráfica. Es en honor a los poetas muertos. Estarán Sabines, Benedetti, Saramago , Neruda, Borges, Julio Cortázar, con sus libros y su poesía o con algún texto sobre la muerte. (Dibujo en gris blanco caricatura de escritores en fondo negro). [foto]</p>	<p>*Especialmente durante el as festividades del Día de Muertos, 5 de mayo, días antes de navidad, Día de San Francisco, - el MALM tomo un rol de ecomuseo porque utiliza el patrimonio cultural de la comunidad y el patrimonio inmueble del edificio. Se usa este patrimonio en favor del desarrollo local. Los capitales sociales como forma de prestigio y de relacionarse o identificarse con las demás viudas.</p>	<p>Ecomuseos- los museos de sociedad, la mayor parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009,p.59) capital social referente a las relaciones, contactos, y prestigio; .(Bourdieu citado por Flashland,p.50)</p>
			<p>PREGUNTAS A LOS VISITANTES.</p>			

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿A qué se debió que viniera a la exposición/celebración del Día de Muertos?	<p>*Pat- A que me gustan los eventos culturales.</p> <p>*Alb- Siempre nos juntamos en esta fecha y siento bonito de volver a ver a mis vecinos. Y la Sra. Eugenia nos llamó a participar o a visitar las ofrendas.</p> <p>*Gpe- Estos eventos le dan identidad a los que nacimos en este municipio. Es una tradición que de mucho tiempo. Siento que los jóvenes deberíamos involucrarnos .</p> <p>*Vic- Vine con mis tías y a ver la presentación de mi prima.</p>	El que vecinas se junten para hacer altares de muertos y hacer la procesión define las identidades colectivas. También comparten una memoria a través de rituales celebraciones conmemorativas.	<p>*El capital social referente a las relaciones, contactos, y prestigio; .(Bourdieu citado por Flashland,p.50)</p> <p>*Proyectos compartidos como arte de la identidad colectiva (Giménez p12)</p>
			¿Que te gusta del MALM?	<p>*Vic- me gustan las exposiciones de pintura.</p> <p>*Patricia: Me gustan los eventos culturales. Casi todos pero cuando son variados. (Su hija comentó que los de música eran los mismos [refiriéndose que siempre son del Grupo Bransala]).</p>	Se comentó la necesidad de que haya más variedad. Nota: Los eventos de música son de Branshala mayoritariamente.	*El MALM como centro cultural.
			¿Cómo es que tu hija es la única joven que expuso? A qué crees que se deba?	Pat: Desde chicos traigo a mis hijos y les he infundido a que vengan. En general, les gusta visitar museos. Desde que hubo un evento para el verano de visitar museos, en tweeter tengo agregados "museos" y ahí vienen los eventos.	El capital cultural y el habitus familiar ha hecho a SA una participante.	* Capital cultural y el habitus (Bourdieu) influye en la participación de eventos.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Qué sugieres para atraer más gente?	<p>Pat- Como maestra mando a mis alumnos a los museos y los niños van porque es tarea. Pero lo hago interesante porque pongo pistas; con adivinanzas. Si van con dinámicas se les hace entretenido. Aquí (en el MALM) deberían hacer lo mismo.</p> <p>Gpe- Podrían hacer convocatorias, para que hubiera altares como el de Las Muñecas. Las convocatorias se podrían poner en las universidades y de esas la mejor traerla al MALM.</p> <p>También el contar la historia de Atizapán a través de medios electrónicos.</p> <p>*Vic- Que hubiera computadoras para investigar.</p>	<p>* Aunque PAT no es la educadora del museo aportó un elemento importante para que a los niños se les haga entretenido el ir al museo.</p>	<p>* El trabajo de los educadores en el museo puede aportar y construir formas lúdicas para propiciar este encuentro de manera constructiva y coherente, desarrollando para ello dinámicas placenteras. El conocimiento significativo se estructura en relación con el placer de descubrir lo distinto y lo propio (Silva, p.29)</p> <p>* La investigación de los visitantes tan importante como lo métodos de comunicación. De hecho una no puede existir sin la otra. (Hooper-Greenhill, 1998, p.60)</p>
			¿Algún otro comentario?	<p>*Pat- Se deben unir con el Municipio para la difusión y que ver lo mismo de música es cansado.</p> <p>*Vic- A mi casa no llega la publicidad y estamos a dos cuadras. Me gustaría venir a pintar máscaras o a jugar.</p>	<p>la retroalimentación para conocer a los diferentes públicos y hacerlos regresar.</p>	<p>Retroalimentación para complementar el proceso de la comunicación "La ausencia de feedback desde el público [...] hace poco probable que se produzca el acto comunicativo". (Hooper, 1998, p.73) importante la retroalimentación.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Conoce al museo?	Alb: Fue mi kinder, y en el costado derecho era el Palacio Municipal. Entrando a la izquierda era la cárcel. Además soy de las familias más antiguas. Mi mamá fue secretaria del Presidente (municipal) Herrera.	El recinto del MALM como lugar de identidad.	El recinto del MALM como lugar de identidad. Cabe afirmar lo mismo de las identidades colectivas. En efecto, si éstas se definen prospectivamente por un proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria también compartida, resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria (Giménez, 2009, p.12)
			¿Vives en Atizapán? ¿Por qué?	*Pat- Sí, mi familia tiene años aquí * Gpe - Sí *Alberto- Sí, mi familia es de las más antiguas de aquí. *Vic- Sí, a dos cuadras.		El sentido de comunidad es mejor percibido entre la gente que vive cerca.
			EL COMIENZO	Para muchos es una tradición poner las ofrendas y altares de muertos en el edificio que ocupa el MALM		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>EL DÍA ANTERIOR AL FESTEJO; LOS PREPARATIVOS (oct.30)</p>	<p>Se tomaron fotos de los bocetos que estaba haciendo el Sr. Alejandro sobre mamparas y se le entrevistó. *Se tomaron fotos de la preparación del altar para ALM, por parte de la Sra. Naty y se le entrevistó. También llevaba los artefactos o material para el otro altar de la Llorona. *El altar de las viudas se encontraba en preparación. *Estaba puesto el altar del Col. Robert F. Kennedy. *En la tarde, ya estaba puesto el altar a los músicos incluyendo el menú "Al Restaurant de Músicos" y también estaba listo el de las "Viudas de Atizapán". *El Sr. Alejandro, su esposa e hijo estaban montando el altar de la Literatura y la Muerte. *La Srita. Sandra y su mamá estaban montando la "Isla de las Muñecas.</p>	<p>*Con la celebración del Día de Muertos el MALM se vio vinculado en forma más directa con el grupo social y cultural -como lo hace un ecomuseo. *Hubo dos tipos de difusión: personal por parte de los vecinos y por parte del MALM quien pidió a la supervisora de la SEP, que invitara escuelas. Todos los altares implicaron una preparación lo cual nos habla de un tiempo que aunque pudiera ser el recuerdo de los muertitos puede estar llena de creatividad o de humor *La nueva museología dice que el museólogo (bueno los empleados del MALM) se convierten en catalizadores al servicio de las necesidades de la comunidad. Esto debido a que cada participante fue su propio museógrafo.</p>	<p>*El MALM como ecomuseo por cómo fue dirigida la celebración. Con rasgos de la nueva museología por la museografía de los altares. *Difusión- habla de una manera de difusión entre vecinos, de boca en boca o de una tradición. *Identificación-el rol del museo como instrumento y expresión de un proceso de identificación (Mauré citado por Fdez. p.29) Todos los altares implicaron una preparación lo cual nos habla de un tiempo que aunque pudiera ser el recuerdo de los muertitos puede estar llena de creatividad o de humor Ecomuseo-.vinculado en forma más directa con el grupo social y cultural -ICOM, P. 80)a nueva museología dice que el museólogo (bueno los empleados del MALM) se convierten en catalizadores al servicio de las necesidades de la comunidad (Mauré citado por Fernández, p.83).</p>
			<p>El día del festejo Oct. 31, cita a las 10:00 en el MALM.</p>	<p>Desde un poco antes de las diez empezó a llegar el público y ya estaban los expositores.</p>		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			Recorrido 1a parte.	La Sra. EU y con ayuda de otros vecino pidió que todos salieran del museo para poder hacer el recorrido en grupo por cada altar. Se proveyó de velitas a los asistentes.		El evento fue dirigido por alguien de la comunidad. Ecomuseo
			Recorrido 2a parte.	La Sra. Eugenia entro al museo primero cargando un inciensario.	Se hizo un ritual para llamar a los muertos.	*Las celebraciones y rituales como la memoria e identidad comunitaria (Giménez, p.12)
			Recorrido 3a parte	*Todo el público iba siguiendo a la Sra. *Eugenia en bastante orden y parándose en frente de cada altar para observar cada uno. Procuraron mantener la vela prendida. La Srita. Sandra se vistió de "La Muerta" moderna con un vestido de crinolina rosa y se puso un antifaz.	*Para SA que desde niña ha encabezado el recorrido este día fue la continuación de una tradición familiar y comunitaria. Pero con vistas a atraer a la juventud -amigos, primos y otros a que se identificaran con su vestimenta excéntrica y su altar rayando en lo grotesco -"La Isla de las Muñecas"- Mostrando lo que la juventud le gusta en esta era neobarroca: "lo espectacular, la misteriosidad , lo raro y maravilloso por la génesis de su naturaleza"(Calabrese, p. 72, 107). Con esto SA está confiriendo "sentido " para los jóvenes de una práctica antigua que a lo mejor para ellos ha perdido sentido.	*El MALM como vertedero de la identidad colectiva. Se continúan tradiciones dentro de un marco de creatividad y participación de la juventud para agregar la posibilidad de un nexos con ella. El Museo es simplemente un medio para transmitir mensajes de la comunidad. "El museo no es meta, sino el medio"(Stransky, citado por Fernández, p.33) Era neobarroca: "lo espectacular, la misteriosidad , lo raro y maravilloso por la génesis de su naturaleza"(Calabrese,1987, p. 72),
			4a parte-	El museo se fue llenando del aroma de copal.		El uso de copal como una tradición.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			5a parte después del recorrido. Se acercaron sillas para que todos los asistentes tomaran asiento y escucharan al canta-autor y poeta de náhuatl: El Mtro. Jorge Álvarez.	Se pusieron sillas para que los visitantes estuvieran sentados para escuchar al Mtro. Jorge Álvarez tocado y cantando la canción de la "Llorona".		Se escoge una canción para completar un evento de la comunidad.
			6a parte-La Sra. Naty y la Sra. Eugenia llevaron comida y refrescos para los visitantes y la sirvieron.	Tanto los visitantes como los expositores y los directivos del museo convivieron y comieron.	Había niños, gente grande, monjas, alumnos, maestras, directoras, vecinos, y jóvenes. como un Frente Cultural. *El MALM creó una fuerte relación con sus públicos integrándolos en esta festividad.	los Frentes Culturales donde efectivamente se tocan, se juntan y se interpenetran culturas de grupos y clases sumamente diferentes. (González, p. 19 Ecomuseo-Establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos integrándolos[...] dirigido menudo de manera profesional, pide también descansar sobre la lógica d l donación, [...] atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. (ICOM,P.80)

Tabla: Entrevista de Profundidad con Gloria Miranda (Mies) (Escritora).
(Enero 27, 2012)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Conocer el punto de vista de una creadora acerca de la difusión en el museo, pues ese aspecto afecta directamente a las presentaciones.</p>	<p>Gloria Miranda, escritora, 53 años, vive en Atizapán.</p>	<p>*grabadora, *programa CrackSound Forge9, *cuaderno, *lápiz, *computadora.</p>	<p>1. Estamos con Gloria Miranda Espinoza, poeta y escritora de Atizapán de Zaragoza, ¿me podría decir en cuales eventos ha participado en el MALM?/¿Ha participado como creadora?/en qué área?</p>	<p>1.... Pues ha sido en muchos eventos pasados, cafés literarios, primero los dirigía la 'Profra. Lucía que estaba en la Casa de Cultura y después se cambió al museo y después tomo las riendas Zerón (Fernando) y después unos compañeros tomaron la iniciativa de continuar con esa rienda./ En Poesía, me encanta la poesía y he escrito cuento y estoy trabajando una novela pero prácticamente lo que más me gusta y lo que más se me da o lo que más hago es la poesía y he estado en Cafés literarios y en otros eventos.</p>	<p>Aquí se explica como la poeta estuvo en varios eventos en el MALM, entre ellos; cafés literarios. De cómo ciertos compañeros (Fernando Zerón) y otros tomaron la rienda para hacer eventos en el museo. Aquí se demuestra una fase del MALM que entra en las nuevas corrientes de la museología . Se despertó a una conciencia colectiva sobre la realidad del propio patrimonio, en esta comunidad atizapense sensible a su realidad e identidad cultural. Entonces se hizo una metodología de trabajo abierto e interactivo, con diálogo con los componentes de la comunidad, visitantes y/o participantes.</p>	<p>Nueva Museología -(Marc Mauré citado por Fdez. 1999, p.106, 107). El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad. Según Mauré esta clase de trabajo museístico está basado en el diálogo entre el museólogo- y los miembros de la comunidad. "Estos no serán ya más considerados como objetos de estudio, ni como receptores pasivos del mensaje del museólogo, sino como sujetos que son expertos en las cuestiones concernientes a su propia historia y entorno.</p> <p>Dialogo con la comunidad- Entonces se hizo una metodología de trabajo abierto e interactivo, con diálogo con los componentes de la comunidad, visitantes y/o participantes. Marc Mauré citado por Fernández define esta situación como "Un sistema abierto e interactivo - supone la utilización de un nuevo modelo de trabajo museístico" (Fdez. p.106, 107) Ya no es un proceso donde las operaciones de recolección, preservación y difusión son realizadas en el museo muy aparte de la sociedad, sino que están integradas en un proceso circular y abierto que tiene por meta el</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						patrimonio de la comunidad determinada.
			2.¿Cómo surgió esta participación o quién la invitó?	2. Fue la maestra Lucía quien nos contactó prácticamente por medio de la Casa de Cultura. ya de ahí conocí a personas de la literatura compañeras como ... (Teresa) Esparza Oteo, como Zerón, Rosario G. Towns- fui conociendo varias. También a dos grandes escritores cubanos Feliz Vieira y Rafael Carralero y de ahí se van dando los enlaces las conexiones y las invitaciones a otros foros. Bueno He conocido a compañeros que hemos participado últimamente con María Elena Guzmán Urbán.	Aquí habla de cómo había nexos con la Casa de Cultura, de como el MALM, sirvió para conocer a otras personas dedicadas a la literatura.	El museo como intermediario para la identificación , producción y reproducción cultural, y al relacionarse con otros se aprendió a ser intercultural. (Canclini, Dif, .34 y
			3..¿Cuándo fue la última vez que se presentó en el museo?	3.En el museo hablando de la propuesta que tenemos de tiempo atrás, que surgió precisamente en el taller literario que se llama "Tres mujeres; tres estilos", estábamos buscando la manera; como llegarle a la gente; del lado de la poesía precisamente que es muy complicado para que la gente se	El concepto de concienciación aplica aquí porque Miranda, habla de haber creado una propuesta para presentar en el museo y atraer "llegarle" a la gente. Esto se relaciona con el concepto de concienciación de Freire porque Miranda y los demás participantes	Paulo Freire y el concepto de concienciación explica la transformación del hombre-objeto de la sociedad de consumo, objeto de mundo actual, objeto del mundo técnico, en hombre-sujeto (Fdez citando a Varine-Bohan,1999,p.109)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

				<p>interese. Y entre todos hubo una lluvia de ideas y se concretó finalmente que fuese de esta manera: yo le dije a mi maestra porque no lo hacemos que cada una represente a una escritora; esto se dio porque iba a ser el Día Internacional de la mujer; pensábamos resaltar a la mujer mexicana que había tenido una trayectoria importante en las letras en la literatura; de ahí surge Elena Garro, surge Rosario Castellanos e indudablemente y no podía faltar Sor Juana Inés de la Cruz, y así metimos a Pita Amor. También metimos no solo a gente que escribía sino; también siempre la cultura y el arte van juntas; en este caso fue Frida Kahlo, pintora, fuimos metiendo, mezclando diferentes mujeres importantes. También vamos incluyendo a mujeres comprometidas con su tiempo.</p>	<p>cambiaron de ser objetos de la sociedad de consumo a mujeres/hombres sujetos, al ser protagonistas en esa ocasión, de la comunidad en el MALM.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>4. ¿Es decir que los que asisten a verla han sido otros poetas u otros escritores?</p>	<p>4. Sí generalmente. Lamentablemente es un círculo muy pequeño no hay difusión; lamentablemente no la hay, es bueno es como una fraternidad; como una cofraternidad que si se va a presentar una compañera ... u otro compañero por ejemplo Francisco Bobadilla que es cantautor y poeta pues nos avisamos y vamos; y si está la familia la llevamos, o a más amigos y así hacemos como un público se puede pero como... muy cautivo porque no hay tanta apertura como quisiéramos todos; está muy cerrado es un círculo muy cerrado.</p>	<p>Los artistas reencuentran algo común que es el arte que comparten o exponen a la comunidad, uniéndolos como dice en una especie de fraternidad. Para ese ser en común tuvieron que pensarlo, hacerlo y decirlo.</p>	<p>El museo como lugar de encuentro de la comunidad y como el espacio de uso social del lenguaje. Los artistas reencuentran algo común dentro de la comunidad atizapense que es el arte y el público que forman al museo y les da una razón de ser". (LópezVeneroni, p.110 "Recobran el sentido y la posibilidad material de la comunicación -los espacios del uso social del lenguaje y de la proyección colectiva de formas simbólicas y esto los une en una estructura que vincula a la comunidad y le da sentido. (López Veneroni, p.110) La gran experiencia de lo humano radica en ese ser -en -común, que es un hacer-en-común y, también , un pensar y un decir-en- común. (López-Veneroni, p. 109)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			5. Es decir, ¿el museo no difunde que van a presentarse uds.?	5. Pues si lo hace, pienso yo; que lo hace de una manera muy pobre, muy débil porque en realidad siempre van los mismos. Siempre los amigos del museo. Se debería notar gente diferente, nuevo público. Nos gusta mucho exponer lo que escribimos y nos gusta compartirlo y nos ha tocado con otros poetas amigos, (bueno yo no soy poeta yo soy artesana de la poesía), estamos ahí dos o tres gentes y está la chica del museo, el que cuida el museo y los dos empleados del museo. Es triste, pero bueno triste no por nosotros; sino que no hay más gente a la que podamos invitarla y decirle ven y descubre este otro mundo porque no todo es estrés; no todo es obligación.	Si hubiera difusión iría más gente, habría más público. Porque una de los problemas	Difusión- "Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas". (Lomas,p.132) -
			6.¿A qué crees que no haya público?	6. En primera a la educación; necesitamos educarnos necesitamos una cultura enfocada a ser más abiertos. Primero es la tele, y yo no es que dude pero se me hace muy extraño que realmente si el museo tiene difusión que la gente no vaya. De hecho hay vecinas o gente conocidas que viven en el área y les digo que va haber un evento -ah es que no se ve ningún cartel, no está anunciado en ningún lado tal vez porque esté en unos panfletitos	Las preferencias en cuanto a qué hacer con el tiempo libre indican que la TV es la preferida en la Encuesta Nacional de Consumo cultural. Porque vivimos en una era neobarroca (Calabrese) donde lo que atrae al público es la espectacularidad, las imágenes visuales, la fragmentación, y las nuevas maneras de contar historias, de la cual la TV está llena.	Preferencias del consumo cultural (Encuesta Nal. De consumo cultural)Las preferencias en cuanto a qué hacer con el tiempo libre indican que la TV es la preferida. La estética de la era neobarroca- el gusto por la espectacularidad, los laberintos (Calabrese La difusión- falta de conocimiento de sus beneficios

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>en la entrada, pues ok. No hay una pancarta viendo un público cautivo que los manden de la escuela o en otros establecimientos alrededor del área o simplemente un chico que le guste o que esté comprometido con la cultura cuando cualquiera se vaya a presentar. pues volantée en las casas o algo o que lo deje ahí.</p>	<p>Quizá por esto, Gloria menciona el por qué cree que gente que vive alrededor del museo no vaya. Por otra parte, la creadora ve que los panfletitos están en la entrada del museo en vez de haber sido volanteados, lo cual demuestra que no se hace difusión ni de la manera más sencilla que podría ser así, volanteando. Hay dos posibles razones, porque no hay estrategias de difusión, porque no hay gente especializada para eso, por falta de presupuesto y/o también porque el que los empleados estén sindicalizados hace que tengan funciones muy específicas (como fue comentado por el Dir. de patrimonio cultural del IMC) y por eso no hagan otras tareas.</p>	
			<p>7. Este chico tendría que ser del museo o sólo un voluntario?</p>	<p>7. Digo el museo tiene muchos amigos tendría que ser voluntarios porque no hay presupuesto.</p>	<p>La poeta se puede explicar este problema por falta de presupuesto y...</p>	<p>Falta de claridad en las finanzas del IMC. Aunque salen las cifras del Gasto Corriente del IMC (transparencia.edo.mex.gob.mx) no sale cómo se distribuye ni los porcentajes.</p>
			<p>8. ¿No hay empleados que se encarguen de</p>	<p>8. Que yo sepa no. (2 veces)</p>	<p>La artista asume que no hay gente dedicada a la difusión porque no ha visto empleados dedicados a esta área.</p>	<p>Difusión- "Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas". (Lomas ,p.32)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			la difusión?			
			9.¿Cree que su participación hace al museo más un centro cultural o es otra forma en que puede trabajar un museo?	9.Bueno yo pienso que el sitio está desde mi punto de vista está mal aprovechado. Se podrían hacer muchas cosas, pienso. La persona que está al mando la desconozco. Quien es parece que estuvo en algo de reclusorios; ya no está el profesor Martin Mendoza que bueno con él hicimos cosas muy bonitas, muy productivas. Ayudaba a los poetas a hacer publicaciones; era otra cosa. Esta mal aprovechado pero simplemente antes había más gente; un grupito; no quisiera decir intelectuales, ... creadores. Hicimos varias cosas; fuimos a Toluca, quiero decir que se pueden hacer cosas lo que hace falta es dirección. Hay un grupo de jóvenes pero como son una orquesta a esa agrégale estamos muy escualidos.	La escritora menciona que para ella el museo está mal aprovechado porque actualmente el grupo de creadores que se juntaba cuando estaba el Prof. Martín Mendoza(anterior director), ya no es convocado para hacer más actividades o publicaciones o visitas a otras partes del Estado. Por lo cual se ve que el museo a través del tiempo ha tenido poder de convocatoria para atraer artistas dependiendo de quién esté en la dirección. El que el director actual no haya sido contratado por sus conocimientos sobre museos o comunicación hace pensar en la posibilidad de un "dedazo" para colocarlo y por lo cual no se esté aprovechando el museo como antes. También existe la posibilidad que como dijo el director de patrimonio cultural, se le haya contratado para poner orden con los empleados sindicalizados que estaban causando problemas.	Un fenómeno de México es el famoso " dedazo " que sería una posibilidad por la cual el actual director no se escogió por habilidades de museógrafo o museología o comunicación o difusión sino por una cuestión política. Nombramientos de funcionarios- "Sigue siendo una práctica común la toma de decisiones imprevistas y coyunturales; por ejemplo, respecto a los nombramientos y renuncias de los funcionarios encargados de implementarlas (Ejea, p.5. en línea)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					Sacrificando el contar con un director que supiera más de museos por uno que sabe más de cómo resolver problemas laborales aparentemente.	

Tabla: Entrevista de Profundidad con Ignacio Bravo (pintor/escultor)
(Enero 21, 2012)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
Conocer desde el punto de vista de un creador la museografía y difusión del MALM.	Ignacio Bravo - Creador (pintor, escritor, publicista, escritor, empresario, escultor) y expositor en el Museo Lic. Adolfo López Mateos.	grabadora, computadora, lápiz, papel	1. ¿Has participado con tu obra en el MALM?	1. Muchísimas veces.	Esta pregunta fue para constatar que ha expuesto en el MALM.	
			2. ¿Con qué tipo de obra?	2. Cada vez que me presento en el museo presento obra diferente. Yo soy un pintor que muta constantemente, lo mismo como escritor.	Estas preguntas son para saber a qué se dedica.	
			3. ¿Cuándo tú has presentado ahí, ¿cuál es tu opinión de la manera en que acomodan, con respecto a la luz, los paneles...	3. Desafortunadamente no existe un museógrafo en el museo; entonces cuando he montado mi obra la he montado personalmente.	Ante todo el MALM así como su órgano directriz el IMC debiera actuar con más profesionalismo en cuanto a la museografía, pues es la forma en que se expone, lo que va a ayudar que se comunique mejor el mensaje de la exposición o la que va a exponer sin objetivos. Confirma el que no hay un museógrafo en el museo y que como dice la secretaria del museo (Trejo, entrevista), muchas veces se les permite a los artistas hagan su propia museografía. Sin embargo, debe de haber alguien en el museo que lo revise porque a veces el artista o creador no tiene el conocimiento para la	el museógrafo se encarga de la Museografía que es lo siguiente: (ICOM, p.56, 2009). * el acondicionamiento, conservación, restauración, y seguridad, el arte o técnicas de la exposición; es decir, el museógrafo se encarga de todo lo que es la museografía que es - los contenidos, los vínculos funcionales entre los espacios de exposición y los restantes espacios del museo, la mediación complementaria que ayuda a la comprensión o a aumentar el interés del público por la exposición Este punto se puede ver si los

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					<p>museografía como fue el caso de la expositora de danza. Además es la responsabilidad del museo que se presenten las obras con calidad.</p>	<p>objetos expuestos contienen la información del lugar de donde fueron conseguidos, si se aclara su originalidad, fecha, origen, contextualización (parte del programa científico), etc. Falta de museógrafo en el MALM- Entrevista a Trejo, secretaria- el IMC está encargado de la museografía permanente y nosotros - entre todos- hacemos la museografía de las exposiciones temporales. Falta museógrafo en el IMC- entrevista a Fernando Muñoz- No hay museógrafo en el IMC- sale muy caro</p>
			<p>4. ¿Sí te lo permiten?</p>	<p>4. Normalmente lo permiten. Al contrario, les quitas trabajo.</p>	<p>El que sea un pintor no quiere decir que sepa de museografía y además es responsabilidad del museo porque la museografía es uno de los lenguajes con los que comunica el museo. Sin una buena museografía no hay comunicación. Es además la responsabilidad del museo pues es el llevar a cabo las funciones museales. Sin ella no hay museo.</p>	<p>Responsabilidad del museo en la museografía. La museografía se define como la figura práctica o aplicada de la museología, es decir el conjunto de técnicas desarrolladas para llevar a cabo las funciones museales (ICOM, 2009, p.55) La exposición constituye una posibilidad de diálogo y de concienciación. Es una puesta en escena de los objetos, y constituye un lenguaje (Mauré citado por Fernández, 1999, p.158)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
----------	---	--------------	-----------------------	-----------------------	----------------	--------------------------

			5. ¿Consideras que tu participación hace al museo más un centro cultural?	5. Lo hizo en un momento; hace cuatro o cinco años atrás. Inclusive cuando el museo no tenía luces, fuimos los artistas plásticos, en especial Jorge Villicaña y yo los que pusimos las luces, compramos todo el alumbrado, dimos la primera computadora y la primera cámara fotográfica. Entonces tenía una gran efervescencia el museo.	Aunque no contestó exactamente la pregunta si nos habla de que el museo necesita más recursos económicos y que ante esta falta es positivo que los artistas u otros grupos apoyen al museo con donaciones. Porque por un lado en la del Portal de Transparencia del Estado de México, sale el monto del "Gasto corriente"; dinero dedicado al IMC con 812,883,271.14 pesos. No dice como se divide entre cada uno de los museos, bibliotecas, etc. que dirige este organismo. Pero de que no llegan los suficientes al MAM es evidente. También habla de una efervescencia en aquel entonces. ¿Por qué ahora no?	Políticas culturales (Instituto Mexiquense de Cultura) promueven Transparencia en los recursos del gobierno en especial para nuestro caso, en la cultura dinero dedicado al IMC con 812,883,271.14 pesos. (portal de transparencia del Edo. De Mex)
--	--	--	---	--	--	--

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>6. Cuando presentas ahí tu obra, ¿cómo consideras la difusión para que asistan?</p>	<p>6. Nula. Nula. Había que hacerla por sí mismo. Pero que no es extraño, eh? Sucede en todos los museos. Todos los centros culturales carecen de una logística publicitaria. En primer lugar porque los que llegan a dirigir un centro de esta naturaleza no tienen la menor idea. Tenemos un ejemplo, en el pasado (el MALM) fue dirigido por un bailarín de folklórico, que obviamente fue aprendiendo y, que hay que reconocer, pero en el caso actual es un señor que viene, que ha estado en reclusorios, y que no tiene idea de lo que es cultura.....</p>	<p>En el código del IMC no habla de profesionales sino de "impulsar la formación de recursos humanos". No se especifica que quiere decir con impulsar. Este pintor que ha presentado obra en varios lugares, al parecer se le hace "normal" que no haya difusión porque pasa en todos los museos y recalca que es porque no hay gente especializada en publicidad o difusión. Si pasa en varios museos y centros culturales quiere decir que desde la dirección hay una ignorancia de la importancia de esta área para que la gente asista a estos lugares, porque los que ocupan puestos en el área de la cultura son por cuestiones de relaciones, y que por lo tanto no se respeta a la ciudadanía en su derecho a la cultura (refiriéndose a los museos, exposiciones, música, etc. Probablemente se debería de concursar para estos puestos.</p>	<p>Política Cultural- [...] impulsar la difusión cultural (edomex Cod. E Sector III Código Administrativo). Profesionalismo en los puestos de cultura- no existe tal . En el Código Administrativo del IMC - XII- "Impulsar la formación de Recursos Humanos para el desarrollo, promoción y administración de actividades culturales y recreativas".</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>7. ¿Por cuáles medios crees que sería conveniente difundir el arte específicamente el del MALM?</p>	<p>7. Es una problemática difícil de superar. Lo primero que se necesita es un presupuesto dedicado a la promoción y difusión de ese centro cultural. No existe, como no existe la capacidad para curar lo que se presenta. Lo mismo se presentan una señora que se acordó que tenía pinceles... o quieren presentar a un artista plástico de cierto renombre o con trayectoria. No tienen idea de lo que es poesía o qué es un pensamiento. Dan conferencias que están llenas de mentiras; sobre todo de Adolfo López Mateos; siempre la parte bella y la parte hermosa. Pero nunca se habla del hombre y de sus errores. Eso es negativo e impide que la gente vaya al museo. Si de entrada te encuentras a una señora con cara adusta que te dice por dónde subir y por donde bajar pues la gente se cansa. La cultura debe ser lúdica. Y un museo es lugar para ser lúdico. Se aprende y se divierte uno. Pero hay tantas exigencias ahí que la gente se aleja. Es más, hay pocas gentes en Atizapán que sepan que ahí hay un museo.</p>	<p>Bravo critica los artistas nuevos que se presentan en el museo, cuando parte de su misión es apoyar a nuevos talentos. Lo que sí debe hacerse es vigilar la museografía de lo presentado (este comentario se origina de la observación participante, porque una exposición de fotografías estaban expuestas como si estuvieran en un salón de clases y no en un museo). El pintor marca la importancia de un presupuesto dedicado a la promoción y difusión. (Ya se mencionó en la pregunta anterior la cantidad dada al IMC. Este presupuesto tendría que incluir presupuesto para tener gente especialista en museografía, educación y comunicación. Incluiría a los expertos en museografía, y educación. Bravo también recalca la necesidad de saber más acerca del personaje al cual este museo está dedicado, para llevarse una impresión más realista de él. También influye el trato de los empleados para los visitantes. Por eso es importante, que haya atención para los empleados.</p>	<p>Parámetros de la nueva museología: Cinco: El diálogo entre sujetos. El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad. El museólogo deja de contemplarse como el experto encargado de dirimir la verdad, para convertirse en un "catalizador" al servicio de las necesidades de la comunidad (Mauré citado por Fernández p. 83).</p> <p>El museo como espacio lúdico- *Zavala</p> <p>Empleados en sintonía con el lugar donde trabajan- Empleados y RRHH- Por lo general, la política de Recursos Humanos (RRHH) se centra en lograr, que los empleados estén en la misma sintonía con la empresa, haciendo coincidir anhelos y aspiraciones de los trabajadores con la estrategia de la compañía. (Bateman & Snell</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			8. ¿A qué crees que se deba esto?	8. A que no hay difusión.	Como pintor, expositor ha experimentado la falta de audiencia.	La difusión hace del conocimiento público los hechos culturales para que sean disfrutados apreciados y valorados (Programa Nal. De Cultura 07-12)
			9. Otros que han venido no regresan, ¿a qué crees que se deba esto? ¿Es un empleado?	9. Tiene que ver con quien se presenta. Normalmente va el amigo del quien se presenta y regresará el día que se vuelva a presentar. La problemática es grave. Primero, el museo debe ser dirigido por alguien que sea de Atizapán; por un creador de Atizapán para tener el sentido de pertenencia. Una vez teniendo esto después puedes tener la comunicación con el pueblo de Atizapán; va a ser más sencillo. Después viene un señor que nadie conoce; que viene de dedazo, de dedazo. La gente que trabaja en el museo no viven en Atizapán, ese es el problema; se carece del sentido de pertenencia. Si solamente se viene a cumplir con un empleo... Hay un señor que viene de.....[es un empleado?] y que es taxista, es una persona muy amable, eso	Bravo habla aquí del problema de los empleados y director en el museo que para él no tienen sentido de pertenencia con Atizapán, creyendo que este es el problema fundamental de los Sujetos del museo. Según el ICOM es un problema de conocimientos sobre comunicación. Quizá a lo que se refiere el pintor con "sentido de pertenencia" es al sentido de identidad, el que a ellos les signifique algo el estar preparándose para comunicar lo que hay en el museo el de verse en el otro. Pero cómo se va a lograr esto si no han estudiado.	Identificación o sentido de identidad? - Hegemonía -pero precisamente debido a las desigualdades de poder y de clase, con dificultad nuestras distintas interpretaciones de la realidad pueden existir armoniosa y amablemente con las de otros agentes de posiciones distintas y desniveladas respecto a la nuestra (González, Frentes, 1994).

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>sí, el señor, pero no tiene la menor idea de lo que es cultura.</p>		
			<p>10. Es decir, que los empleados que tú has visto ahí tienen la profesión de lo que está ahí en el museo?</p>	<p>10. Puedes irles a preguntar cuántos cursos han tomado. No tienen idea de lo que es museo; bueno, no saben ni lo que es cultura. El pasado director se molestó por mandar a sus muchacho a tomar el curso de museografía.....total nunca aprendieron lo que es la museografía. Y no tienen la menor idea. Primero no existe la</p>	<p>El factor humano es fundamental para entender el funcionamiento museal: el personal que trabaja en el museo, sus profesiones y su relación con la ética (ICOM)</p>	<p>-El factor humano es fundamental para entender el funcionamiento museal: el personal que trabaja en el museo, sus profesiones y su relación con la ética (ICOM)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>carrera de curador en México; eso también es importante. Pero quien está en un museo de esta naturaleza que es un museo histórico, cuando menos debería saber la historia; la historia, no de Adolfo López Mateos, sino del propio inmueble donde está, del propio municipio al que están sirviendo. El argumento: " es que no nos paga el municipio." Precisamente es un presupuesto estatal; sale una parte del municipio hacia las arcas del Estado y después regresan para pagarles. Sabemos que hay una partida pero que debería exigir el municipio para sostener el museo.</p>		

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			11. ¿A toda esta problemática, ¿cómo crees que la comunidad atizapense pueda intervenir para que este museo, como está dicho en el ICOM, el museo es parte de la comunidad, que se podría hacer al respecto?	11. Pues, cuando la comunidad muestre interés, en ese momento, cuando tenga interés de recobrar los suyos entonces la situación una vez que la gente participe podrá decir: "ahora quiero a fulano; sea director; no quiero que me mandes a un director; quiero que me mandes a este que conoce el municipio y conoce la problemática de los artistas de este municipio. Y mientras no exista un presupuesto, no se va a poder hacer nada. Seguiremos la misma política de mandar al compadre, al amigo.	El pintor habla de la necesidad de una mayor participación por parte de la comunidad para solicitar a un director que tenga las habilidades para conducir al museo óptimamente.-La posición de que cada uno de los elementos que conforman la concepción y estructura del museo tradicional... han sido superados y enriquecidos por los del nuevo museo.... En el que la concienciación de la comunidad, un sistema abierto e interactivo y el diálogo entre sujetos constituyen los goznes de ese nuevo paradigma de museo (Mauré citado por Fernández).	- Nuevo museo vs. Tradicional La posición de que cada uno de los elementos que conforman la concepción y estructura del museo tradicional... han sido superados y enriquecidos por los del nuevo museo.... En el que la concienciación de la comunidad, un sistema abierto e interactivo y el diálogo entre sujetos constituyen los goznes de ese nuevo paradigma de museo (Mauré citado por Fernández). - Democratización de los museos (Chagas, 2008)
			12. ¿Tú sabes quien dirige al museo, no me refiero al director, sino si es el municipio, o el Instituto Mexicano de Cultura o el gobierno del Estado?	12. El Instituto Mexiquense de Cultura, es quien hace los programas culturales del Estado todo. Lleva una política. Se supone que cada cierto tiempo los directores reportan lo que están haciendo. En el caso del Museo Adolfo López Mateos todo ese trabajo lo está cubriendo el Grupo Brenshala y los artistas que ahí están porque no puedo ser un promotor cultural cuando llego y me siento y espero a que lleguen. La promoción; entendiendo en el sentido estricto; sería que yo estaría publicitando lo que hay,	Ésta es una evidencia de que cuando se presentan los grupos de música de la Escuela Branshala, que está al lado del museo y que usan las salas del museo para practicar, sí llega a haber más audiencia en el museo, pues simplemente con el número de integrantes de la Filarmónica o de cualquier otro de sus grupos de música, se llena la sala del museo que vayan a ocupar. Por lo general acuden los familiares de los estudiantes de esta filarmónica, buscando ver o escuchar cómo van sus adelantos en el dominio de su instrumento	Difusión -Se define como el conjunto de técnicas y medios de comunicación que se utilizan para atraer la atención del público hacia el consumo de este servicio. (González,A.,2003, p.57)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>lo que estoy haciendo y lo que voy a hacer. Por ejemplo, no hay una publicación del museo. No es un museo activo en el que haya cursos... se presentan de repente poetas, músicos siempre, porque Branshala ahí ensaya y cubre el programa; estos jóvenes ya tienen su público cautivo. Lo que no resulta con los creadores plásticos o poetas que llegas a presentarte y tienes cinco o seis gentes. Ese es el problema: difusión y profesionalismo que no existe.</p>	<p>musical. Aquí no interviene tanto la difusión hecha por el MALM sino por la misma escuela Branshala.</p> <p>Por otra parte, como dice el pintor Bravo, en las presentaciones de los artistas plásticos o poetas van pocas personas (cinco o seis). Lo sustenta, a su vez, la poeta Gloria Miranda en su entrevista. Esto reitera que la difusión que se hace MALM no es efectiva. Pone como ejemplos de difusión el hacer una publicación del museo (se muestran fotos de ejemplos de publicaciones de otros museos).</p>	

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			13. ¿Profesionalismo en quién?	13. En la dirección, claro. En cualquier empresa privada te exigen que seas profesional. No puede llegar un hombre de reclusorios a dirigir Coca Cola. Ha sucedido lo contrario. Ha sucedido antes en el país y ya vez... Debe ser un creador que conozca la problemática de los creadores y cuando que por lo menos intuya qué es la cultura, y cómo debe difundirse. Que sea un creador y del lugar. Como un presidente municipal que tiene que ser del municipio donde es electo. Mientras no se tenga el sentido de pertenencia; no vamos a poder recobrar la cultura que la hay en el Estado de México; inclusive hay en Atizapán, hay mucho talento; talento desperdiciado.	El pintor aboga por la profesionalización de los empleados incluyendo al director. Es como el pedir que los maestros sean profesionales para poder ejercer; pues igualmente la cultura que ya es parte del desarrollo sustentable y de los derechos, tiene que ser dirigida por gente profesional. Al mismo tiempo, Bravo, recalca el papel de la identidad "sentido de pertenencia". El fracaso de una comunicación no es imputable sólo a los llamados ruidos en el canal, sino sobre todo a diferencias y disimetrías culturales (Giménez p.10).	<p>Políticas culturales- no hablan de la profesionalización en los puestos relacionados con la cultura.</p> <p>Dirección- Quien dirige un museo es el responsable del museo en todos los aspectos (Fernández, 1999, p.179).</p> <p>El fracaso de una comunicación no es imputable sólo a los llamados ruidos en el canal, sino sobre todo a diferencias y disimetrías culturales (Giménez p.10).</p>
			14. Los jóvenes me decían que no había algo interesante para ellos. T, ¿cómo crees que podíamos atraer al MALM a los jóvenes?	14. Crear una política cultural; haciendo entender a los jóvenes que quien no conoce su historia va a cometer los mismos errores. Desafortunadamente Atizapán no tiene una gran historia en el mundo prehispánico no era conocido. Traduce mal: ponen el lugar de las aguas zarcas; cuando quiere decir sobre las piedras blancas, y no es sólo la cabecera municipal. Cuando hablan de Calacoaya como la puerta por	Si el museo es una institución al servicio de la sociedad y de su desarrollo, es y será muy importante que logre un diálogo con los jóvenes, para que su visita a al museo se llene de sentido. se agregaría que en especial ojalá La política cultural indica que se deben promocionar los museos sobre todo con la niñez y las clases populares(programa de desarrollo del Estado de México),	<p>Políticas culturales (Instituto Mexiquense de Cultura)-Es necesario, por no decir urgente, diseñar nuevas estrategias y mecanismos de atracción y generación de nuevos públicos, en particular entre niños y jóvenes, lo que requiere un amplio análisis de los caminos seguidos hasta ahora, la evaluación de técnicas, métodos y resultados y la búsqueda de nuevos visordes de difusión y</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>donde se viene entrando, es un vocablo náhuatl; que viene de cal- casa, coa- serpiente; donde habita la serpiente. Y lo mismo sucede con el pueblo de realmente prehispánico que era San Mateo Tecoloapan; ahí está totalmente náhuatl porque eran tributarios de Tenayuca. A su vez la gente de Tenayuca fue tributaria de Azcapotzalco. Tenían toda la región de los lagos, después los Mexicas, pero antes quienes regían todo ese lugar y eran de habla náhuatl eran los teponecas. Han traducido mal. Todo López Mateos es maravilla. A mí me invitaron en una ocasión y hablé de los crímenes de López Mateos como el de Jaramillo o como el haber encarcelado a Siqueiros.</p>		<p>motivación. (Prog. Nal. de Cult, 07-12, p.75) Transparencia en los recursos del gobierno (portal de transparencia del Edo. De Mex) El museo como posibilidad de diálogo con los jóvenes" y así crear una visita de producción de sentido(Zavala, 2008, p. 30) El museo como institución al servicio de la sociedad y su desarrollo" (ICOM,2009, p.19) Comunicar "Ir al museo podría ser una visita formativa"(Zavala, 2008, p.30).</p>
			<p>15. ¿Crees que el museo deba hablar de su otra parte?</p>	<p>15. ¡Claro! ¡Son seres humanos!</p>	<p>El conocer al "otro" sirve para conocernos." El que el MALM con su falta de investigación y museografía adecuada no platique (comunique) sobre las partes negativas o más íntimas de ALM nos deja un discurso incompleto. A los jóvenes los deja con otra institución en quien no creer si recordamos lo que dijo Cabral, que hay un rechazo consciente a las instituciones del país, porque el</p>	<p>El discurso para la identidad- "El discurso tiene una cualidad reveladora en tanto que entiende que gracias a él los hombres muestran quienes son, aparecen como una identidad única y con ello se insertan al mundo humano [...] Para Ricoeur, el sujeto alcanza su identidad mediante la función narrativa y entiende que el conocerse y comprenderse consiste en interpretarse a uno</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
					otro es siempre el ladrón, el adversario, el que crea miedo , inseguridad e incredulidad".(2008)	mismo a partir del régimen de relato histórico y del relato de ficción. Si enfatizo este carácter narrativo de toda identidad personal es porque conlleva el dejar de ver al otro como un antónimo- esto es, un no yo, un bárbaro o un animal- para convertirlo en un alter. Esto permite un encuentro a nuestro auto-reconocimiento" (Díaz, p. 38, 40)
			16. Los jóvenes no creían en las calificaciones de él.	16. Primero que nada se debe disponer del título de licenciado que no existe. Yo di una conferencia de él en la semana cultural y el final lo dediqué a Adolfo López Mateos, no el gran orador. Gabriel Figueroa era su primo, que fue el que lo llevó a una diputación que le costó 1200 pesos. Por eso, cuando se trata de hablar de ALM, al Consejo Regional de Creadores no nos invitan por eso; porque decimos la verdad. Para eso enseñamos a través de conferencias o a través de la radio lo que no les enseñan en la escuela; ese es el fin.	La hegemonía del partido en el poder seguramente no quiere que se sepa como su partido trabajaba/trabaja. Porque quieren convertir su manera de interpretar la vida como la correcta. De cualquier otra manera una recopilación de fotos o de objetos de su época, con base a un objetivo y tomando en cuenta a los públicos, y con una museografía profesional permitiría más credibilidad y una comunicación más completa acerca de ALM y su contexto.	la hegemonía es el concepto clave que nos permite entender la capacidad de un bloque de clases más o menos solidamente aliado, para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia y valoración común. (Glez,1994, p.9)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			17. ¿ A qué te refieres con sentido de pertenencia? (se dio implícitamente)	17. Una cosa es recobrar los espacios y otra es hacer públicos para esos espacios. Nada se va a lograr si al MALM no lo dirige un creador de Atizapán o si no se crea el público para ese foro; y eso es lo que llamo sentido de pertenencia. Primero irán a verte tus primos y amigos. Posteriormente irá gente diferente.	El Mtro. Bravo considera que se tiene que hacer públicos para esos espacios.	<p>Público potencial- Desde este punto de vista, el museo necesita atraer a este público potencial a través de la difusión, mediante instrumentos publicitarios, señalización en las ciudades, folletos, etc. (Hernández, Francisca, ed. Síntesis, Madrid, 1994, p.210).</p> <p>Museo como medio de comunicación- Hoy se considera el museo como un medio de comunicación de masas que tiene que llegar a un público, cada vez más amplio. Para ello, tendremos que diferenciar el público real que va al museo, del público potencial (Hernández, F., 1994, p.210)</p>

Anexo # 2

FECHA	TÉCNICA	OBJETIVO
Oct. 30, 2012.	Participación- observación: Día de Muertos Se tomaran fotos, y notas de las observaciones y de las preguntas y respuestas.	Observar a los participantes que van a poner altares del Día de Muertos, en sus casas, museo, o lugar de trabajo, para saber quién los invitó, por qué les interesa participar, de dónde vienen, si conocen el museo. Observar quién los ayuda, qué materiales usan, qué actitud demuestran.
Oct. 31, 2012.	2º día de la Observación participación- Observación de la inauguración de Ofrendas del Día de Muertos el día 31. Realizar entrevistas a realizadores y al público. Tomar fotos.	Saber de qué manera los vecinos participan de esta tradición del museo y averiguar qué tanta injerencia tuvo la dirección y los empleados del MALM, en la difusión, y “museografía” o puesta de altares. Realizar cuadro de investigación después del evento. Nota: Finalmente la observadora participó en el ritual de la

		procesión y en la comida que se sirvió después.
Nov. 26-30, 2012.	1) Buscar eventos a realizarse en el MALM .en diciembre para llevar a los grupos de enfoque 2) Buscar sujetos para los Grupos de Enfoque. 3)Realizar los cuestionarios y preguntas para los Grupos de Enfoque. 4) Conseguir cámaras y camarógrafos. 5) Comprar comida y regalos.	Capturar opiniones y percepciones más profundas acerca de la museografía así como de la difusión.
Dic. 1-8, 2012.	Realizar el estudio a través de los Grupos de Enfoque. Filmar y tomar fotos cuando están recorriendo el museo.	Organizar los grupos de enfoque para que lleguen antes del evento y coman algo y se conozcan. Ir al museo, recorrerlo, presenciar el evento y regresar al lugar donde se realizará la grabación. Concierto de Navidad a las 17:hrs. (evento para Grupo de Enfoque - jóvenes) Citar a las 3:15. Pizzas, refrescos, dulces, galletas, y

		<p>remuneración.</p> <p>El 8 Visita a los Nacimientos evento para adultos) 11:00. Citar a las 9:00. Desayuno, café y regalito.</p> <p>El día 8 Final de Coro Infantil (evento para hacer Grupo Enfoque de niños). Cita a las 3:00. Pizza, dulces y regalito.</p> <p>Llamar y hacer invitaciones, confirmarlas, hacer compras de comida y de gratificaciones</p> <p>Mandar con anticipación permiso a padres para que firmen de conformidad para menores de edad. Hoja de conformidad para ser filmados a todos los demás.</p>
<p>Dic. 10-15, 2012.</p>	<p>Revisar videos y redactar los comentarios.</p>	<p>Agrupar opiniones parecidas y ver aportaciones nuevas tanto en lo que respecta a la museografía como a la difusión. Interpretar y triangular.</p>

Enero 3-15, 2013.	Transcripción de Grupos de Enfoque	Para codificar, triangular e interpretar.
Enero 14 y 21, 2013.	Pedir cita y realizar entrevista con el pintor- escultor Ignacio Bravo.	Para conocer la comunicación, museografía y difusión del MALM, desde el punto de vista de un creador.
Enero 22- 26, 2013.	Transcripción de la entrevista con Bravo.	Para triangular e interpretar.
Enero 27, 2013.	Citar y grabar la entrevista de la poeta Gloria Miranda (Mies).	Para conocer la museografía y difusión del MALM desde el punto de vista de otra creadora.
Enero 28-31, 2013.	Instalar programa Crack Sound Forge para escuchar la grabación de la poeta Mies despacio, y transcribirla.	Para bajar los datos al cuadro de metodológico, y así triangular e interpretar.
Enero 27, 29, 2013.	Citar, y realizar entrevista grabada con la vecina oriunda de Atizapán, creadora de Altares de muertos y de Nacimientos.	Para conocer la comunicación; difusión y museografía del MALM desde el punto de vista de una creadora, en especial de eventos tradicionales.
Febrero 11-15, 2013.	Observación participativa. Hacer apuntes sobre observación	Conocer a los visitantes del museo, como interactúan con sus

	y tomar fotografías.	acompañantes, cómo recorren el museo, si preguntan, razón por la que fueron, cómo se comportan los empleados con los visitantes, qué objetos se detienen a ver., qué tipo de visitante son (según Zavala).
Feb. 15-19, 2013.	Hacer cita vía telefónica y por correo electrónico con el directivo del IMC encargado de los museos.	Pedir carta de permiso a la Coordinación para hacer el trabajo en el MALM y para la entrevista de profundidad a quién se encargue de la museografía del MALM en el IMC. (Ya se había entregado una carta en el MALM pero pidieron otra porque “está empezando el año”) y para una formalización de la investigación con el personal del museo y con el directivo del IMC.
Febrero 19, 2013.	Entrevista a profundidad con micrófono de celular. Previamente se hicieron las	Entrevista con el Dir. De Museos. Me mando con una asistente de Bibliotecas que no pudo contestar

	preguntas.	a mis preguntas pero que me llevó con el Dir. Patrimonio, encargado de dirigir los museos y que si las contestó.
--	------------	--

Tabla: Entrevista de Profundidad con Eugenia Valencia (creadora/organizadora)
(Enero 29 de 2012)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Conocer las razones de la Sra. Eugenia Valencia para participar en los eventos del Día de Muertos, y en los Nacimientos, tanto como creadora, como aportando comida para los visitantes a esos eventos. Asimismo, saber cómo el MALM, difunde estos eventos y si le ayudan en la puesta (museografía) de los altares y nacimientos.</p>	<p>La entrevistada es la Sra. Eugenia Valencia, vecina de Atizapán de Zaragoza; específicamente de la Cabecera municipal. Edad entre 60 y 70 años, nivel socio-económico medio-alto.</p>	<p>grabadora, cuaderno y lápiz, computadora.</p>	<p>¿Por qué dejó de ir la gente de la Cabecera (municipal) al museo?</p>	<p>Fue cuando entró el PAN. Porque la mayoría era Priísta; estaban resentidos. Entonces los del PRI dijeron "les vamos hacer el paro (se refiere a no asistir) " y no fueron (regresaron) al museo.</p>	<p>Al parecer hay grupos vecinales asociados con la política que toman al museo como área para la lucha por la hegemonía del partido político en el gobierno del Estado de México.</p>	<p>Políticas culturales-Se deben promover las actividades culturales (Reglamento IMC Art. 4-V) Los Frentes Culturales se constituyen como espacios sociales, entre cruces y haces de relaciones sociales no especializadas en los que se lucha o se ha luchado por el monopolio legítimo de la construcción y reinterpretación semiótica de determinados elementos culturales transclasistas, es decir, por la resemantización o definición que históricamente un bloque de clase/grupos elaboran sobre las necesidades', las identidades' y los valores' legítimos que pueblan los vericuetos de la vida cotidiana y que interesan a una densa área en la están imbricadas todas las clases y grupos.(González,1994,p13)</p>
			<p>¿También existe una asociación del museo?</p>	<p>Sí, ahí están Jacobo Zabłudovsky, Felipe Puente (ex presidente municipal), incluso la hija de López Mateos... es como apoyo y sólo se para en el aniversario de nacimiento o luctuoso de Adolfo López Mateos. Se hizo un grupo de "Amigos del museo", éramos como doce, sólo</p>	<p>Al parecer esta asociación es el grupo Si concuerda el municipio con el PRI entonces sí hay presupuesto dice la entrevistada, sin embargo el Dir. De patrimonio, que la cultura no tiene que ver con la política. El poder político puede que si esté afectando el presupuesto para la</p>	<p>Políticas culturales-Se deben promover las actividades culturales (Reglamento IMC Art. 4-V) Los Frentes Culturales se constituyen como espacios sociales, entre cruces y haces de relaciones sociales no especializadas en los que se</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
				<p>se hizo una junta y no nos volvieron a llamar. Ahí opiné que le hacía falta difusión. El Profesor Martín pidió que le pusieran un letrero y nunca lo apoyaron en los diez años que estuvo aquí...porque estaba el PAN en el municipio. Con este presidente (municipal) que salió, del PRI, sí vinieron a arreglar el techo. Se hizo otro grupo de "Amigos del museo" que ayudaron a arreglar el reloj: Trueba (Arturo Trueba Urbán, periodista, director general ahora del periódico "Metrópolis"), Enrique Bringas (cronista municipal), y Bobadilla (Francisco Bobadilla, canta-autor). Quedaron como Asociación amigos del museo. Nota: contestó no a la pregunta ¿ya no los han llamado?</p>	<p>cultura en ciertos espacios como el MALM, que ha estado con un municipio panista, cuando el Gob. del Estado de México ha sido priísta.</p>	<p>lucha o se ha luchado por el monopolio legítimo de la construcción y reinterpretación semiótica de determinados elementos culturales transclasistas, es decir, por la resemantización' o definición que históricamente un bloque de clase/grupos elaboran sobre las necesidades', las identidades' y los valores' legítimos que pueblan los vericuetos de la vida cotidiana y que interesan a una densa área en la están imbricadas todas las clases y grupos.(González,1994,p13)</p>
			<p>¿Qué opina de la difusión del museo?</p>	<p>He dicho que falta difusión.</p>	<p>Hasta la Sra. E ha repartido los volantes alrededor del museo y siempre ha difundido los eventos de boca en boca.</p>	<p>Difusión- repartir los volantes con la programación alrededor del museo es una forma de difundir.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Quién tenía que aportar dinero el municipio o quién?	El Prof. se quejaba que invitaban a un grupo y él tenía que poner para los refrescos.	según el director de patrimonio, que es el jefe de los directores de los museos, no hay suficiente presupuesto.	Transparencia en los recursos para la cultura - sale la cantidad de 812,883,271.14 pesos. No dice como se divide entre cada uno de los museos, bibliotecas, etc. que dirige este organismo. (Portal de Transparencia del Estado de México), sale el monto del "Gasto corriente"; dinero dedicado al IMC con 812,883,271.14 pesos.
			Pero cuando ud. Participa lleva comida y refrescos?	Sí. Y antes cuando vivía mi esposo, y que trabajaba para el municipio panista, cuando era el Día de Muertos encargábamos pan artesanal y la Sra. Naty ponía el atole.	La Sra. E junto con otras señoras forman un grupo social, cultural, profesional que se logra juntar gracias a la iniciativa local y a que hay donaciones de artefactos y comida. Ciertas personas altruistas de la comunidad alrededor del museo al participar con sus conocimientos, idiosincrasia y recursos en eventos tradicionales han ido haciendo del museo un museo que se podría llamar ecomuseo (Riviere citado por Hernández)p.75	Los museos comunitarios , se llaman así a fin de subrayar el lazo específico que ejercen sobre su público. Estos museos, reemplazando tradicionalmente a los museos de etnografía, se presentan como establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos integrándolos al centro de sus preocupaciones. Se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial que representa y que se supone es el encargado de animar. Dirigido a menudo de manera profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debaten atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						principalmente el caso de los museos del vecindario o los ecomuseos (ICOM, 2009, p.80).
			¿Por que lo hacía?	Lo hacía porque sentía que la gente se merecía un aliciente; que no sintieran que ignorábamos a la gente o que no nos importaba. Que fueran a gusto - que dijeran ay, nos regalaron esto!	A pesar de su comunicación incompleta a través de la museografía y difusión -el MALM, a través de cuatro eventos: El Día de Muertos, el 5 de mayo (fiesta del pueblo, que tiene por segundo nombre Zaragoza, nombre del general que le ganó a los franceses un cinco de mayo), los nacimientos y el Día de San Francisco, podrían causar que el MALM, se considerare un eco museo porque la población según sus formas de ser explotan sus instalaciones para sus festividades volviendo al museo participativo.	Identidad- ... a la vez se tiene la memoria de lo perdido y reconquistado, se celebran y guardan los signos que lo evocan. La identidad tiene su santuario en los monumentos y museos. La plaza o el museo se vuelve ceremonial por el hecho de contener los símbolos de la identidad, objetos y recuerdos de los mejores héroes ... Allí se conserva el modelo de la identidad, la versión auténtica (Canclini, 2009, 178)El museo como lugar de educación y deleite(ICOM) "un ecomuseo es un instrumento que el poder político y la población consiguen, fabrican y explotan conjuntamente. El poder, con los expertos, las instalaciones y los recursos que pone a disposición: la población, según sus aspiraciones, sus conocimientos y su idiosincrasia. ...se ha intentado desarrollar un museo vivo, participativo, que se define por el contacto directo entre el

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						público y los objetos mantenidos en su contexto (Riviére citado por Hernández,F., p.74)
			¿Qué la motiva a poner los altares?	Me motiva que mi abuela me dejó muchas tradiciones. Aunque era pobre el Día de Muertos invitaba a toda su familia a comer. Después entendí no era un día triste era un día para reunirse con la familia que venía desde el DF.	El capital cultural le dio a esta persona estas habilidades, y la tradición de compartir en el Día de Muertos. Definitivamente los habitus de un grupo familiar crean el que se vuelvan a repetir tradiciones y que E lo vea de un día para reunirse. El museo transmite el patrimonio pero en el caso del MALM, la conducción de éstas prácticas tradicionales han recaído en vecinos altruistas.	Capital cultural , relativo a los conocimientos y las habilidades que se adquieren a través de la familia y las instituciones escolares. (Bourdieu citado por Flashland, p. 50)
			¿Y usted cuándo empieza los altares en el museo?	Desde que abrió. Cuando ya era museo formamos un grupo llamado "Uno" , cuando ganó por primera vez el PAN hicimos un grupo para entrar al Consejo de Participación Ciudadana".	Probablemente este lazo que se viene dando desde hace casi 19 años en el que el museo desarrolla una fuerte relación con sus públicos como en el caso de la festividad del Día de Muertos parece al Ecomuseo.	Ecomuseo-Los museos comunitarios , se llaman así a fin de subrayar el lazo específico que ejercen sobre su público. Estos museos, reemplazando tradicionalmente a los museos de etnografía, se presentan como establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos integrándolos al centro de sus preocupaciones. Se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social,

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						<p>cultural, profesional o territorial que representa y que se supone es el encargado de animar. Dirigido a menudo de manera profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debaten atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es principalmente el caso de los museos del vecindario o los ecomuseos (ICOM, 2009, p.80).</p>
			¿Cuál era el propósito del grupo?	Participar para ayudar a la comunidad, para la unión, para que la gente sepa que unidos podemos hacer muchas cosas.	La Sra. Eugenia vive su ocio en el placer de realizar trabajos voluntarios participando así en la vida social de la comunidad (conf.Espejel, 2012)	<p>Identidad colectiva-Cabe afirmar lo mismo de las identidades colectivas. En efecto, si éstas se definen prospectivamente por un proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria también compartida, resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria(Giménez,2009,p.12)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿Ayudaban al museo?	Sí una amiga llevó una maestra para enseñar ortografía.	Por lo recabado parece ser que los vecinos de Atizapán logran crear más actividades en el museo que los propios trabajadores de ahí.	Ecomuseos - parte de las nuevas propuestas que tienden a utilizar el patrimonio en favor del desarrollo local. (ICOM, 2009,p.59) Funciones del Museo (ICOM)
			¿Y estando su esposo en el Ayuntamiento no pudo ayudar a que se pusiera la marquesina?	No pudimos porque tenía que pasar por el Cabildo y aparte le dijo que esto no era municipal sino estatal.	La hegemonía del partido en el poder del gobierno del Edo. de México, así como el del municipio luchan al parecer por el Poder cultural y por eso no colaboran entre sí.	hegemonía -la hegemonía es el concepto clave que nos permite entender la capacidad de un bloque de clases más o menos sólidamente aliado, para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia y valoración común. (González,1994, p.9).
			¿Usted también participa en los Nacimientos?	En el 99' y ahora hago unas memechas que están hechas de maíz tierno, se hacen en forma de triángulo porque sus dioses están enterrados en las pirámides.	La entrevistada puede compartir sus memechas pues está en un proceso regular de comunicación con la colectividad en las celebraciones conmemorativas.	identidades colectivas. resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria(Giménez,2009,p.12)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿La gente se identifica con ellas?	Cuando las hago volar.	Dentro de la celebración del Día de muertos. La Sra. E prepara unas memechas con las cuales la comunidad se ha identificado y por eso "vuelan".	<p>identidades colectivas. En efecto, si éstas se definen prospectivamente por un proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria también compartida, resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria (Giménez, 2009, p.12)</p> <p>El cuarto modelo de consumo cultural se refiere al consumo como sistema de integración y comunicación. (Canclini, 1993, p.26)</p>
			Los empleados le ayudan a acomodar el Nacimiento?	No, sólo vienen a cargar la olla del ponche.		<p>Ecomuseo-Los museos comunitarios, se llaman así a fin de subrayar el lazo específico que ejercen sobre su público. Estos museos, reemplazando tradicionalmente a los museos de etnografía, se presentan como establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos integrándolos al centro de sus preocupaciones. Se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
						<p>que representa y que se supone es el encargado de animar. Dirigido a menudo de manera profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debaten atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es principalmente el caso de los museos del vecindario o los Ecomuseos (ICOM, 2009, p.80).</p>
			<p>Ud "Jala "gente al museo?"</p>	<p>Sí, inclusive invito gente a que participe. Esta vez hasta bajé de peso por ir caminando a buscar a todas las viudas para que pusieran su altar. Les gustó mucho participar. También invité a mis hermanas y vecinas a escuchar a una fabulosa soprano pero había poca gente.</p>	<p>Eugenia junto con todas "las viudas", vecinas y hermanas buscan recobrar en el espacio del uso social del lenguaje que son las festividades (formas simbólicas) en el museo como lo que vincula a la comunidad y le da sentido.El tener que ir caminando para avisar a sus vecinas o hermanas, tanto de los Nacimientos como del evento del museo es prueba de que la difusión es ineficiente por parte del museo. Se ha visto que se han presentado artistas y mencionan el que sea una pena que no haya público.</p>	<p>Las festividades realizadas en el museo como espacio del uso social del lenguaje-"Se trata, también de recobrar el sentido y la posibilidad material de la comunicación -lo espacios del uso social del lenguaje y de la proyección colectiva de formas simbólicas- como la argamasa misma que une la estructura social, vincula a la comunidad y le da sentido(López Veneroni, en Lince & Amador, 2013, p.110) difusión de voz en voz- otro tipo de difusión</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			¿A qué cree que se deba que no vayan?	Casi no se dan tiempo, sólo al puro quehacer. No van a los eventos por varios factores: primero la Difusión, después la gente debe salir contenta, también la gente está acostumbrada a estar en la casa y no se dan un gusto ni el de aprender cosas que no sabemos.	Falta una campaña cultural acompañada de una política cultural vigilada por los ciudadanos. Y sigue sin prosperar el que se considere al ocio como una forma positiva para tener una vida feliz y plena como lo consideraban los griegos según contó Espejel.	<p>Difusión- "Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas". (Lomas ,p.32) -</p> <p>El ocio como gozo y aprendizaje- el ocio como forma positiva para el aprendizaje(Conf.Espejel, 2012)</p>

Tabla: Entrevista Profunda con Dir. de Patrimonio IMC Fernando Muñoz
(Febrero 19 de 2012)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Investigar a través de una entrevista de profundidad con el Director de Patrimonio Cultural del Instituto Mexiquense de Cultura Fernando Muñoz Samanoa, acerca de la museografía y comunicación del Museo Lic. Adolfo López Mateos (MALM).</p>	<p>Lic.Fernando Muñoz Samanoa, director de Patrimonio Cultural es quien dirige y está encargado de coordinar los museos.</p>	<p>Grabadora, cuaderno, pluma, computadora, programa excel, cámara, carta de la Coordinación de Comunicación de la FES Acatlán para solicitar el permiso con</p>	<p>1-Mi pregunta es por qué hay pocos visitantes en el MALM?</p>	<p>Considero que es un problema no nada mas del MALM es un problema de todos los museos tanto del Estado de México como de la República. Falta gente que vaya, falta gente que tenga necesidad de visitar los museos. El problema es ¿por qué? ¿Quién nos ha enseñado a ir al museo? En primaria es un problema general ¿quién nos ha enseñado a visitar los museos? Nos llevan con el fin de cumplir una materia curricular pero nadie se ha tomado la molestia de decirles a los niños qué es un museo, para qué es un museo, cuál es la importancia de un museo. Porque un museo nos da la identidad de quienes somos sea la temática que sea. En el caso del MALM pues todo lo relacionado con AIM, que fue presidente, ...Y es la parte que hablamos de él y es toda una trayectoria del señor. Pero ¿quién se lo ha dicho a los niños? - los maestros los traen, los dejan en la entrada, y al salir de ahí, salen igual.</p>	<p>El ir a un museo es una forma de consumo cultural donde es más importante su valor simbólico que el de uso. Es algo que se debe promover a través de las políticas culturales y como una forma de utilizar el tiempo libre y como parte del desarrollo del país. Si el museo -que es un medio de comunicación- logra comunicar, entonces ayudará a que los niños construyan su identidad social. ¿Debe prepararse a los niños para visitar al museo? Casi todos dejan la responsabilidad del museo dentro del mismo museo. Lo cual es lo que los teóricos dicen en cuanto a los planes museísticos. Puede depender de los Es parte de la responsabilidad de las instituciones. De por sí es difícil que la gente vaya a un museo, más trabajo sería prepararse para ir a él. Además parte del encanto de un museo son las sorpresas de lo que te vas a encontrar y el cómo te lo van a "narrar" comunicar.</p>	<p>*consumo cultural-el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (Canclini,p.34) *Políticas culturales- Integración de la cultura en el desarrollo sostenible (Prog. Nal. de Cultura 07-12) Identidad-La comunicación constituye la condición de posibilidad y a la vez el factor determinante en la construcción de la identidad social.(Giménez,2009, p.12)</p>
<p>Se fue al IMC, porque el MALM, como museo depende del IMC. El</p>			<p>2.He observado que los niños van con sus mamás y ellas son las que</p>	<p>Pero, ¿de qué toman las notas? Copian las fichas y es todo. Yo creo que hay que hacer programas para que los niños, que son el futuro, sepan lo que</p>	<p>Si el consumo cultural que es el ir al museo para obtener una dimensión simbólica no es acompañada de una museografía que tenga mediaciones de</p>	<p>Consumo Cultural el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
Gobierno del Estado de México lo gobierna a través de este instituto que se encarga de la cultura.			toman las notas y los niños andan por otro lado.	es el museo. Hemos estado invitando escuelas; pero es una inversión a largo plazo. Porque si a un niño le explicas y lo motivas, sale motivado, le dice al papá y el fin de semana quiere ir y va toda la familia.	acuerdo al público infantil, no se logrará el conocimiento por medio del descubrimiento que es base de todo aprendizaje.	donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (Canclini,p.34) Pedagogía - los avances pedagógicos proponen una relación con el objeto del conocimiento en la que medie el descubrimiento del Sujeto a partir de sus acciones. [...] Esto transferido al mundo del museo, se expresa en el interés de los servicios educativos por generar propuestas participativas, que acerquen al público a otras formas de diálogo con el museo y su gente. (Silva, 2002, p. 21) Museografía -propone un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión y preocuparse por las exigencias de los públicos cuando moviliza técnicas de comunicación adaptadas a la correcta recepción de los mensajes. (ICOM, 2009, p.56)
Por lo tanto, a raíz de que la secretaria del MALM, dijo que los encargados de la museografía del museo eran los			3. Muchas de las cédulas están muy arriba de su estatura y en general esta generación no les gusta leer y	Aquí Caben dos aspectos: hasta dónde queremos llegar de información y qué contamos de información. Qué contamos del acervo de López Mateos ; que no es mucho y la mayoría son fotografías y esto es gracias a la familia que quiso dar este acervo	La museografía que tomara en cuenta que vienen niños al museo propondría que las cédulas estuvieran al alcance de cualquier niño o que existieran otro tipo de mediaciones para comunicar. El director habla de que falta información para enriquecer el	Museografía -propone un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión y preocuparse por las exigencias de los públicos cuando moviliza técnicas de comunicación adaptadas a la

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>del IMC, se concertó una cita con el Coordinador de los museos del Estado de México, el Lic. Neyra Garcíarivas, comunicólogo.</p>			<p>todo en el museo es de leer.</p>	<p>y para que se creara este museo . Ya que tenemos el hilo conductor y no tenemos mucha tela de donde cortar a diferencia de cualquier otros museos porque tienes tengo una que otra pieza que se colocan. Sí, las cedula efectivamente quedan un poco altas pero también no hay mucha información sobre ALM sobre la fotografía ahí necesitamos una investigación sobre las fotografías y tenemos al guión museológico y al museográfico.</p>	<p>acervo de ALM. Si se contara con un departamento de investigación o si se solicitara a la comunidad información o fotos de ALM, podrían conseguirse. En la nueva museología es muy importante conocer al público de los museos y saber, indagar que es lo quieren y cómo</p>	<p>correcta recepción de los mensajes. (ICOM, 2009, p.56)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Se le explicó por teléfono de qué se trataba la entrevista la cual iba a versar sobre la museografía Y difusión del MALM. Me pidió le mandara un correo electrónico explicándole nuevamente. Me respondió diciéndome que me atendería la persona llamada Gabriela Galicia. Asumí que sería la museóloga del IMC.</p>			<p>4L-En Grupos de enfoque con niños, ellos pidieron que hubiera juegos como en otros museos (se dio ejemplo de búsqueda), y con respecto a los jóvenes no estuvieron nada interesados en él. Ellos buscan lo tecnológico ¿hay alguien que esté estudiando las posibles maneras de re-alimentar al museo?</p>	<p>4F-Lo malo es que ojalá fuera uno, tengo 30 y todos necesitan igual. Vamos dándole atención a todos poco a poco, uno a uno. Hace dos años se intervino el edificio; se arregló el techo y el piso. Se puso otra vez a tono. Y se levantó otra vez. Vamos dándole tiempos. Estoy de acuerdo que a los jóvenes les gusta la tecnología. Hay que hacer mucha investigación a fondo. Se necesita mucha investigación hay que trabajar. De donde saco información para hacer un video o interactivos o pero partamos del problema que es de donde sacamos información de ALM. La tecnología va cambiando hay que hacer una investigación; ver que sacamos en interactivos o en video</p>	<p>El titular de CONACULTA dijo que "Primero habría que hacer una evaluación sobre qué necesidades tienen las instalaciones artísticas. Lo cual implica una investigación y usar gente especializada para ello. Habla de darle prioridad para que los museos estén lo mejor dotados posible, [...] más que tener oficinas diferentes (cultura,df milenio/jesus alejo Santiago/feb.14. 2013).La investigación como pilar fundamental para re-crear los museos y el usar a gente especializada también son cosas muy importantes para poder analizar cuáles son las necesidades de cada museo y pedirlo a Conaculta.</p>	<p>la investigación moviliza entre otras investigaciones las de encuestas de público y métodos de gestión (ICOM, 2009, p. 45) El titular de CONACULTA dijo que "Primero habría que hacer una evaluación sobre qué necesidades tienen las instalaciones artísticas. La prioridad es que los museos estén lo mejor dotados posible, [...] más que tener oficinas diferentes (cultura,df milenio/jesus alejo Santiago/feb.14. 2013.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
<p>Sorpresa fue cuando me enteré que aunque lleva muchos años en el IMC, ella es guía de turistas y actualmente es encargada de la biblioteca. Esta situación hizo que aunque trato ella no pudo contestar las preguntas que traía preparadas.</p>			<p>5L-Los jóvenes sugirieron que jóvenes de diseño podían hacer su servicio diseñando...</p>	<p>5L-Los jóvenes sugirieron que jóvenes de diseño podían hacer su servicio diseñando...</p>	<p>El programa Nacional de Cultura dice buscar acciones con recursos humanos, [...] para ampliar su influencia, pero no menciona cómo específicamente. El IPN le da un ejemplo.</p>	<p>Políticas culturales-El gobierno federal busca ampliar y fortalecer las acciones correspondientes a los estados y municipio, y a ampliar su influencia tanto con recursos financieros como humanos y materiales, como parte de una tarea común (Prog, Nal. de Cultura 07-12) El museo de Ciencia del IPN en el Parque Tezozómoc, emplea jóvenes estudiantes técnicos de la CONALEP para explicar cómo se manejan las máquinas que están ahí y explican la fenomenología de la química o física que se representa (Visita de carreras)</p>
<p>Fue entonces que la Srita. Galicia me llevó a la Dirección de Patrimonio y ahí se entrevistó al Director Muñoz Samanoa.</p>			<p>6L-¿Quién se encarga de la museografía del museo?</p>	<p>6F-Todo lo que es museografía y museología se hace aquí e intervención; se hace toda una estrategia y después lo vamos trabajando junto con el director y la gente de allá. Todo se va haciendo conjuntamente con el director.</p>	<p>El director menciona que toda la museografía se realiza en el IMC. El problema es que no hay ningún profesional de la museografía. Más adelante lo confiesa. ¿Entonces cómo se va a tener una adecuada museografía en el MALM sino está en manos expertas? Al parecer en ninguna parte de las políticas culturales habla de que para cada puesto haya un profesional.</p>	<p>Museógrafo- profesional especializado en la aplicación de los conocimientos museológicos en el museo, por lo que realiza técnicamente cuantas operaciones son necesarias para la presentación, instalación y montaje de los objetos o colecciones en el contenedor físico del museo. También aquellas que exigen el resto de las funciones museísticas que requieren infraestructuras para la conservación, almacenaje y demás servicios del museo (Fernández, 1999, p.186)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			7L-Ellos me dicen que si es una exposición temporal ellos se encargan de la museografía.	7F-No es lo mismo una exposición permanente que una temporal. La temporal eso lo trabajan ellos y les digo hagan la curaduría uds. o que lo trabajen junto con el artista.	Aunque el director menciona posteriormente que las exposiciones temporales son muy importantes porque traen más gente, siguen encargándose de ellas gente no profesional, lo cual trae ciertas consecuencias.	museografía -Hay mucho de escenografía y de arquitectura en la museografía hecho que acerca a el museo a otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público (ICOM, 2009, p.56)
			8L- ¿Aunque ellos no estén preparados? ¿o si tienen estudios?	8F- Esto va mucho con el criterio del expositor...-Yo les propongo les sugiero (como exponer) y finalmente llegamos a un acuerdo.-Que te diré no son espacios muy grandes para poder jugar con la museografía. Los espacios son muy pequeños. Y los temporales son muy importantes, porque sino hay temporales menos te van la gente.	Aunque el director menciona posteriormente que las exposiciones temporales son muy importantes porque traen más gente, siguen encargándose de ellas gente no profesional, lo cual trae ciertas consecuencias.	museografía -Hay mucho de escenografía y de arquitectura en la museografía hecho que acerca a el museo a otros métodos de visualización y a otros elementos vinculados a su relación con el público (ICOM, 2009, p.56)
			9L- Entonces ¿Cómo es que están abarcando mucho del espacio, los músicos?	9F-Los espacios.... depende... los museos tienen que ser más vivos y deben servir a grupos de músicos y si se pueden manejar grupos artísticos que bueno, hay espacio. Son espacios alternativos que sirven y que beneficia al museo como difusión cultural y para que lo visiten.	En la pregunta anterior dice que no hay mucho espacio para trabajar con la museografía y ahora dice que sí hay espacio para los músicos que están practicando.	Las clases de música dentro del recinto pueden afectar la museografía.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			10L-¿Como le va a ayudar, el que tengan músicos en las salas, a la museografía?	10F-No le ayuda a la museografía pero le da viveza al museo y vienen los papás. De alguna u otra forma lo está haciendo públicos. Van con otra actividad al museo y a lo mejor vienen y les interesa visitarlo todo.	Si la misión del MALM es ser museo, entonces como parte inherente es la aplicación de la museografía en su colección. Al tener clases en las salas de exhibición la afecta y por consecuencia también al proceso de comunicación.	La misión del MALM (entrevista con A. Trejo en 2012) es difundir la imagen de ALM y ser ejemplo para que surjan más espacios para brindarlos a los que buscan expresar su talento. Visión - Hacer no solamente que sea vivo sino que se abran sus puertas a los artistas.(entrevista con A. Trejo en 2012)
			11L-Regresando a la museografía de la colección permanente, ¿de qué manera hay una mediación para que los niños y los jóvenes comprendan lo que están viendo? Porque los objetos están detrás de una vitrina, que es una comunicación de una sola ida. ¿De qué manera se logra entonces una	11F- La vitrina es una forma de proteger los objetos y la forma de comunicar en qué contexto estamos poniendo los elementos. Por ejemplo, para ubicarlos en la sala del Chamizal, por un lado; es el hilo museológico que te viene dando cómo lo quieres mostrar. El museográfico viene a dar en cuántas salas, en cuantos espacios, tengo eso; que es teoría de los elementos. Como lo quieres presentar tengo lo conceptual y es en teoría el cómo lo voy a decir para mandarte el mensaje que te quiero mandar. Sólo tengo fotografías o los automóviles, o los objetos.	Si el consumo cultural que es el ir al museo para obtener una dimensión simbólica no es acompañada de una museografía que tenga mediaciones de acuerdo al público infantil, no se logrará el conocimiento por medio del descubrimiento que es base de todo aprendizaje	Pedagogía - los avances pedagógicos proponen una relación con el objeto del conocimiento en la que medie el descubrimiento del Sujeto a partir de sus acciones. [...] Esto transferido al mundo del museo, se expresa en el interés de los servicios educativos por generar propuestas participativas, que acerquen al público a otras formas de diálogo con el museo y su gente. (Silva, 2002, p. 21) Museografía -propone un discurso que incluya mediaciones complementarias susceptibles de ayudar a la comprensión y preocuparse por las exigencias de los públicos cuando moviliza técnicas de comunicación adaptadas a la correcta recepción de los mensajes. (ICOM, 2009, p.56)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			comunicación completa?			
			12L- A los jóvenes no les llegó esta comunicación, hablaron de las calificaciones que no parecen ser las originales...	12F- Ahí fue mucha asesoría de la familia y la familia son parte de la fundación, donde está su esposa, hija... Yo tuve contacto con la nieta que es la que maneja todo.	Contradicción en quien maneja el museo.	La museografía debe trabajar como mediador de los objetos con el sujeto para que haya una mayor comprensión (ICOM, 2009, p.56) El IMC maneja al museo" - entrevista con Angélica Trejo.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>13L-Los jóvenes decían "No lo vemos como de carne y hueso solo lo vemos en su parte de político. ¿Qué tanto se está viendo para reinventarlo?"</p>	<p>13F-Vuelvo a lo mismo ¿qué tanta información tienes y ¿si tocas fibras sensibles de la familia?</p>	<p>El titular de CONACULTA, al decir que es muy importante la afirmación de identidades y recuperación de la autoestima colectiva, seguramente apoyaría que se conociera profundamente la vida de ALM. Para los jóvenes es importante creer que alguien les hable con la verdad.</p>	<p>El discurso para la identidad- "El discurso tiene una cualidad reveladora en tanto que entiende que gracias a él los hombres muestran quienes son, aparecen como una identidad única y con ello se insertan al mundo humano [...] Para Ricoeur, el sujeto alcanza su identidad mediante la función narrativa y entiende que el conocerse y comprenderse consiste en interpretarse a uno mismo a partir del régimen de relato histórico y del relato de ficción. Si enfatizo este carácter narrativo de toda identidad personal es porque conlleva el dejar de ver al otro como un antónimo- esto es, un no yo, un bárbaro o un animal- para convertirlo en un alter. Esto permite un encuentro a nuestro auto-reconocimiento" (Díaz,2013, p. 38, 40)</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			14L-Como se montó ¿fue con criterio de ellos (los familiares)? ¿Se ha mantenido y no se ha modificado? ¿Se dan la vuelta y verifican cómo está la exposición?	14F- Sí	Según lo que dice el director Muñoz, la familia de López Mateos está por arriba del IMC, el gobierno de Edo, etc. y ellos deciden si se cambia o no.	Hay contradicción en cuanto a quien verdaderamente decide sobre el patrimonio de las colecciones de ALM y su museografía. la hegemonía es el concepto clave que nos permite entender la capacidad de un bloque de clases más o menos sólidamente aliado, para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia y valoración común. (Glez,1994, p.9)
			15L-Pero si vemos lo del ICOM que dice que el museo es un lugar de investigación y aprendizaje qué tanto se hace en este aspecto?	15F-Hay que ver qué tipo de museo es; y es de un personaje, a diferencia de uno de antropología o de historia diferencia del de antropología que si se tiene que hacer investigación.	En la actual definición de museo ya no está la de investigar, sólo lo está en el ecomuseo.	la definición del museo -dice que entre sus funciones está: "...adquiere conserva, estudia , expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad ... "el ecomuseo: "[...] sus principales estructuras: recepción, investigación, conservación , presentación...(ICOM,2009, p.52,53)
			16L- Entonces ¿no se puede enriquecer?	16F-Si pero que tanto la familia lo va a permitir porque mucho del acervo es de ellas.		El acervo de un museo
			17L¿Pero el museo ya viene a ser de la comunidad, o no?	17F-En teoría...	Este es un museo cuya apropiación es compartida.	???

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			18L-¿Nos lo pueden quitar entonces?	18F-Por respeto a lo mejor, no.		El director de Patrimonio no es claro en su discurso.
			19L- Por respeto...? Pero, ahí se están yendo nuestros recursos? Es parte de la comunidad.	19F- Si queda como de Atizapán- Un museo te va a dar identidad de un personaje que es de Atizapán.		El director de Patrimonio no es claro en su discurso.
			20L- Pero los jóvenes no encuentran lo que buscan...	20F- Y yo te preguntaría: ¿Y en los otros museos encuentran todo lo que buscan?		No respondió la pregunta.
			21L -No sé. ¿Quién se está encargando de esta museografía?	21F La museografía no se puede estar cambiando a cada rato. Hay que estarlos cuidando para que no mueran. Hay que estar retroalimentándolos con eventos. Hay que ir perfeccionando. Lo retroalimentas con las exposiciones temporales para que no se vuelvan obsoletos.		No respondió la pregunta.
			22L ¿Qué hay de incorporar la tecnología en el museo?	22F-Desarrollar los proyectos tecnológicos... también son más cortos sus tiempos de vida de estos diseños, es vertiginoso y hay que mantenerlos al día. Algo que da viveza son las exposiciones temporales; y se encarga el mismo artista.		No respondió la pregunta.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			23L-El artista si es pintor no quiere decir que sepa cómo poner su obra.	23F- No creas a veces le aprendemos y a veces le enseñamos.	El pintor no es museógrafo y en el MALM no hay museógrafos, con qué criterio podrán saber si lo están haciendo bien.	Museógrafo- profesional especializado en la aplicación de los conocimientos museológicos en el museo, por lo que realiza técnicamente cuantas operaciones son necesarias para la presentación, instalación y montaje de los objetos o colecciones en el contenedor físico del museo. También aquellas que exigen el resto de las funciones museísticas que requieren infraestructuras para la conservación, almacenaje y demás servicios del museo (Fernández, 1999, p.186)
			24L-Es una atracción si te crea un ambiente si te significa algo pero cuando me dicen que entre todos idean la exposición, me preocupa porque ninguno es museógrafo.	24F-Como carrera no pero empíricamente se están haciendo y muchas veces saben más que los museógrafos. Y te puedo mostrar muchos ejemplos. Hay mucha gente que se ha hecho empíricamente.	No se valora la profesionalización del museógrafo.	No profesionalización.
			25L ¿Y cómo está la comunicación?	25F-A mí me preocupa más la comunicación que la museografía.		No se contestó la pregunta.
			26L- Cuando he estado ahí se	26F-Hay un personal muy extrovertido y con facilidad de	No se sabe realmente si hay una respuesta no adecuada de parte	Empleados y RRHH- Por lo general, la política de Recursos

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>observa que no ayudan a la comunicación...</p>	<p>palabra y hay gente introvertida y es difícil sacarle información. No puedo contratar tanto personal poco a poco se les dan cursos de capacitación. Hay personal de muchos años que se va envejeciendo, metiendo a los sindicatos enquistándose; entras a otra dimensión.</p>	<p>de los empleados porque están viciados por el sindicato o por la falta de una política de Recursos Humanos.</p>	<p>Humanos (RRHH) se centra en lograr, que los empleados estén en la misma sintonía con la empresa, haciendo coincidir anhelos y aspiraciones de los trabajadores con la estrategia de la compañía. (Bateman & Snell, 2005) Sindicatos- "Nada hay más desmotivante para un empleado capaz y talentoso que el sistema de salarios con base a escalafón. Le ponga empeño o no, sus percepciones van con base a la voluntad de su sindicato y al tiempo (Mendivil, Crónica period.</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			27L-Tengo la información que el director es licenciado en derecho, ¿de qué manera puede ayudar?	27F-Al contrario; me ha ayudado mucho con problemas laborales. Puso el orden con problemas del sindicato. Ahorita ya hay un orden. ¿Cuánto tiene el MALM? Va a cumplir 26 años; hay mucha gente que está desde el origen. Hay que romper esas inercias. Les dices ¿por qué no estás aquí? Y te contestan: "porque no me toca", y sácalos de ahí. "Que no, porque mi trabajo es otro". Son problemas que se van generando al cabo del tiempo. Hay que trabajar, sensibilizarlos para que se sientan como parte del museo y se sientan parte de Atizapán yo les digo que somos servidores públicos; nos pagan por atender. Son problemas de todos los días en todos los espacios.	El director Muñoz habla de la capacidad del director del MALM y de cómo ha sido una dificultad incorporar a los empleados a trabajar. Probablemente los vicios generados por el sindicalismo blanco causan estos problemas, pero a lo mejor también radican en la dirección que no logra inspirar a los empleados al logro de metas en equipo y como dice Muñoz ha realizar que son servidores públicos.	Función de La Dirección- consiste en estimular al personal a desempeñarse bien, inspirarlo al logro de metas del equipo y de la organización.(Bateman & Snell,2005, p.15) Sindicalismo y su afectación en el desempeño- "Nada hay más desmotivante para un empleado capaz y talentoso que el sistema de salarios con base a escalafón. Le ponga empeño o no , sus percepciones van con base a la voluntad de su sindicato y al tiempo (Mendivil,Crónica period.
			28L-Los "Amigos del museo" arreglaron el reloj, pero el director al parecer les dijo que ya no eran necesarios.	28F-Sí se permite que haya amigos del museo; pero en una estructura; conformados. Sino cualquiera se estaría metiendo. Los "Amigos del Museo" tienen que tener una estructura y deben estar protocolizada, notarialmente y tener cambio de mesa directiva. Toda ayuda es buena. No estaba protocolizada la otra. Toda ayuda es buena.	Si los amigos del museo pueden ayudar con diferentes tipos de recursos, no se entiende porque el Director del MALM no aceptó su ayuda.	Federación de Amigos del Museo- en entrevista con músico-compositor Francisco Bobadilla (2012), dijo que el actual director les dijo que no eran necesarios. Según la FEMAM (Federación mexicana de asociaciones de amigos de los museos) su objetivo- entre otros-coordinar, y apoyar a instituciones culturales como museos, fomenta capacitación de recursos humanos

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			<p>29L-En cuanto a la difusión. Según sé, el director anterior solicitaba un anuncio, y por el otro lado no hay la cartelera algo que muchos dicen que falta para difundirlo. No hay ningún anuncio, no tiene la cartelera. Por el otro lado los jóvenes dijeron que la difusión por internet no les llama la atención.</p>	<p>29F-Todos los eventos salen en el periódico Reforma. Sí hay difusión. Quizá falta pero si se difunde; se generan comentarios positivos y negativos a veces de los museos.</p>	<p>El director considera que el aparecer de repente en el periódico es suficiente difusión para el MALM y los artistas dicen que hay poca.</p>	<p>La difusión-- "Con sus mensajes, sugerencias; nos convence de que hagamos algunas cosas". (Lomas ,p.32) -</p>

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			30L-Sigue llegando poca gente.	30F-Esa es la pregunta que falta. Hay que difundir más en las escuelas, motivar más a los niños a qué vayan al museo. Que sepan a qué vas a un museo, que sepan cual es el objetivo. Pero llega y lo primero que le dicen es "no toques". Que venga y se enriquezca el alma. Que piensen: " voy aprender y a conocer".	Dentro de la Política Cultura que fue parte del Plan de desarrollo (07-12) y con base l proyecto Visión México 2030, se hizo el Plan de cultura que se liga con el de educación si se cumpliera habría al menos más estudiantes en los museos. Considera que habría que difundir la visita a museos más en las escuelas. Al parecer en el MALM según cuenta la secretaria Trejo, sí se está en comunicación con la Supervisora de la SEP para invitar a las escuelas a que visiten el MALM.	Transversalidad-Programa Nacional de Cultura- en correspondencia con el Programa Sectorial de Educación se establecieron ejes transversales a partir de los cuales se diseñan las estrategias de la política cultural... contribuyen a la conservación de nuestro rico patrimonio cultural, al fomento de las artes y a toda las expresiones de la cultura y a difundirlos con la mayor amplitud en México y el mundo. Desarrollo de la audiencia en el museo Plantear el desarrollo de la audiencia , no como una actividad opcional, sino como una forma de trabajo fundamental en el marco de la filosofía y funciones de sus respectivas organizaciones"(
			31L-Peró ellos aprenden jugando... y no hay nada lúdico para ellos(los niños).	31F-Qué tanto le puedes meter lúdico al personaje de ALM; hay que investigarlo.	En los Grupos de Enfoque los niños y los jóvenes dieron varias ideas de como con la información que ya existe se pueden hacer cosas lúdicas en el museo (rompecabezas, mapas, el ir en busca de pistas, etc.) Pero lo indispensable es el que una institución que se dedica a dirigir a más de 30 museos sí debe tener un museógrafo.	Museografía -figura práctica de la museología; conjunto de técnicas desarrolladas para llevar a cabo las funciones museales.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			32L-¿Hay algún departamento que se dedique a buscar de qué manera se puede hacer lúdico?	32F -Tenemos un espacio de diseño y educativo; pero tu genérame un proyecto.	Uno de los puntos más importantes es la educación no formal, no autoritaria, sino que viene a ser libre en los museos. Muy importante que esté ligada a todo tipo de museos.	Demostrar, a través de la adecuada difusión de una oferta educativa adaptada a las necesidades de los diversos públicos, la significación y validez del museo en la sociedad actual" (*
		o	33L-Hay algún departamento de investigación?	33F-No. Podemos apoyar si lo pide... el director.	Si el director no tiene conocimientos acerca de todas las funciones del museo no pedirá, y además se supone que el IMC es el que debiera contar con un museólogo, museógrafos, investigadores, y educadores para cumplir con todo su trabajo.	Antes en la definición de museo estaba la función de investigación, ahora no. Pero sí está en la de un Ecomuseo.
			34L- Y cómo va a hacerlo si no tiene conocimientos de museografía?	34F- Este director tiene más sensibilidad que otros que tengo.[...]pero cuánto te cuesta un museógrafo o un comunicólogo? ¿Y cuánta gente trabaja aquí desde hace 25 años y se han hecho empíricamente? Obvio que sí se necesita un museógrafo pero los costos son muy elevados.	Aunque si está el Portal de Transparencia con los datos del IMC, no se pone por rubros, por lo cual no se sabe si habría recursos financieros.	Transparencia de Recursos -Transparencia de Recursos-En el campo de la cultura, sobran ejemplos recientes de actos de gobierno verticales y dispendiosos en la rendición de cuentas que brillan por su ausencia (Ejea, p.6)
			35L-¿Qué tanto del erario se le da a la cultura en el Edo. de Mex?	35F- En el IFAI puedes consultarlo. Pero no alcanza lo que le des. Hablas de archivos históricos, de centros regionales, de la sinfónica, de bibliotecas de todos los museos, son muchos...	El director habla de que no hay suficientes recursos. Ni la comunidad podría solicitar más apoyo si no se sabe en que se van esos recursos.	Transparencia de Recursos -En el campo de la cultura, sobran ejemplos recientes de actos de gobierno verticales y dispendiosos en la rendición de cuentas que brillan por su ausencia (Ejea, p.6)

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			36L-En cuanto a la relación con el mpio, ¿puede ayudar?	36F-Sí ayuda,		No especificó.
			37L -...Se le pidió lonas.	37F- No, le corresponde al IMC.		Contradictoria respuesta
			38L - Se dice que si el municipio es panista el IMC no le va ayudar...	38F-Partamos que la cultura no tiene partido.		Hegemonía
			39L-¿De quién debe ser la responsabilidad, entonces de la difusión?	39F-Del Instituto Pero no me lo han pedido. ¿Quién genera esa necesidad? es del museo quien lo necesita o se genera de la gente de afuera? [...]verdaderamente necesita difusión? Quieren una vinilona?[...] Se las damos. Pero la solución es de más de fondo. ¿A a qué públicos queremos llegarle? Están llegando los jóvenes y sus papás. Buscamos a los de educación media.	El director admitió anteriormente que sí hay falta de públicos y cuestiona si verdaderamente se necesita difusión.	Contradictorio
			40L-Todos los museos tienen estacionamiento y al MALM no se le han dado espacios.	40F- ¿Y quién me los va a dar? [...] No necesariamente se les da lugar; porque es una plaza.	Los estacionamientos no hay porque asignarlos ni se sabe quién puede ayudar con la señalización de los lugares culturales del municipio.	Los estacionamientos y la señalización en el municipio, en Comunicación ni en Tránsito saben quién los asigna. El director Muñoz dice que no necesariamente se dan.

Objetivo	Informantes & Características Específicas	Herramientas	Preguntas Específicas	Descripción Detallada	Interpretación	Concepto & Apoyo Teórico
			41L-¿No entra dentro de la responsabilidad del museo que sea lúdico?	41F-Es cuestión del maestro desde antes de llegar al museo. [...]	el director está hablando de dejar la responsabilidad de hacer lúdico a los profesores cuando es labor del museo	En el museo tradicional la responsabilidad se le dejaba al público. Responsabilidad de la museografía actual-
			42L- ¿Cómo se recrea o se reinventa el museo?	42F-No tenemos más objetos.		No se reinventa el museo.
			43L-¿No reciben retroalimentación de la gente?	43F-Está el libro de comentarios.	El director asume que sí existe el libro de comentarios y si si hay uno no está a la vista. Por lo cual indica también falta de supervisión y que efectivamente no hay retroalimentación para ver que opina el público.	Retroalimentación
			44L-¿Hay publicaciones del museo? ¿Producidas por el museo?	44F-Si se reparten a todos, lo tiran.		No respondió la pregunta.

Atizapán de Zaragoza, a 27 de mayo de 2013.

Estimada Sra. Avecita López Mateos,

Soy Leonor Rodríguez Hickie. Como usted recordará la saludé anteayer frente a las hermanas Selvas, conocidas mías de hace años, el día del festejo del natalicio de su padre el Lic. Adolfo López Mateos.

Como le dije, estoy haciendo mi tesis en la UNAM, acerca de la comunicación – la museografía y difusión- del Museo Lic. Adolfo López Mateos, razón por la cual necesito su ayuda para una información.

Para muchos vecinos, amigos, creadores y para mi el museo se ha convertido en un centro de identidad, de reunión, de entretenimiento y de aprendizaje.

Se sabe que la principal función del museo es el conocimiento de la persona que fue su padre el Lic. López Mateos y que por eso guarda fotos, y musealia de él. Sin embargo, al estar observando el museo se da uno cuenta que hay poco público en general por la falta de difusión y por otra parte por la no adecuada museografía. Al hablar de museografía me refiero a la forma en la que están expuestos los objetos de su señor padre, la decoración, luz, ambientación, y a las explicaciones complementarias para el público visitante.

El propósito de mi tesis no es criticar sino observar y averiguar por qué hay poco público. Si la investigación le sirve al museo o al Instituto Mexiquense para mejorar, será un orgullo para mi porque de eso se trata el conocimiento; el beneficiar a la gente y/o instituciones.

A través de las técnicas aplicadas a la investigación como fueron los Grupos de Enfoque y de Observación Participante que son técnicas de investigación social aplicadas en mi tesis, se vio que la museografía no causó atracción para los jóvenes y para los niños de primaria fue difícil salir de ahí con un aprendizaje significativo – estoy sintetizando unas 200 páginas- por lo cual hay muchos más datos.

Me dijeron en el Instituto Mexicano de Cultura del Estado de México, a través del Director de Patrimonio Cultural, el Señor Fernando Muñoz Samanoa, que usted es la que daría permiso para cambiar la museografía o para agregar información a la que ya hay sobre nuestro ex presidente. En estos Grupos de Enfoque los niños de primaria dijeron que les gustaría ver fotos de él con su familia o de cuando era niño. Les llamó la atención un anillo, las llaves que le dieron en diferentes ciudades, el ver un libro de texto gratuito, parecido al de ellos y el modelo de un barco.

A los jóvenes, sólo les interesó su vida cuando fue alumno como ellos. También obtuvieron información acerca de lo que hizo en su administración. La gente alrededor de los 50's les encantó todo, admiraron mucho a Don Adolfo López Mateos como presidente y les trajo muchos recuerdos. Opinan, sin embargo que para ellos faltaban cédulas que explicaran mejor los objetos y fotografías.

Por la dinámica actual y por el ejemplo de otros museos se ve que los niños buscan actividades al entrar al museo y a los jóvenes les llama la atención lo relacionado con la tecnología. Los tres grupos de edades coincidieron en que les

gustaría conocer a Adolfo López Mateos como una persona más real y humana. Como ejemplo los chicos de preparatoria y de universidad se interesaron por las calificaciones del Sr. López Mateos de joven, pero dudaron si eran auténticas pues ninguna cédula decía que lo fueran.

Al comentarle esto al Sr. Muñoz, me dijo que la única con la autoridad para permitir cambios en la museografía (decoración e información) sería usted. Como mi hipótesis de la tesis dice que debido a la museografía del museo hay poco público, me ayudaría saber si es correcto lo que se me dijo en cuanto a que usted decide la museografía y la información que se da de su señor padre - nuestro ex presidente. En caso de que así sea acerca de la museografía; si usted quisiera le podría dar mi tesis al terminarla, para que usted supiera lo que el público pide, o le gusta. Se ha estudiado la importancia de saber lo que el público opina (marketing o estudio de opinión) para mejorar los museos. Esto se usa mucho también en referencia a los productos que se venden y a los servicios.

La otra pregunta que le agradeceré me conteste es ¿qué pasaría con el museo en caso de que usted ya no quisiera compartir los objetos y fotografías de su padre con la comunidad atizapense? ¿Desaparecería el museo?

Por último, la tercera pregunta es que si usted está de acuerdo en que la museografía del museo se vea alterada en beneficio a las clases de música que se dan ahí.

Mi único propósito es llegar a un mayor conocimiento sobre uno de los pilares culturales de una parte de Atizapán que es el Museo Lic. Adolfo López Mateos

(MALM), para mi tesis de licenciatura en la FES Acatlán UNAM.

Por la premura de su estancia en México no sé si necesitará un documento de parte de mi universidad para comprobar lo que le estoy diciendo, pero por el momento le puedo escanear la que di al museo.

De antemano le agradezco su contestación, así como el haber aceptado crear este museo hace diecinueve años.

Quedo de usted,

Leonor Isabel Rodríguez Hickie



Leonor Rodríguez <leohickie@gmail.com>

Para Sra. Ave López Mateos / Sra. Patricia Maillard

Colegio Garside <colegiogarside@prodigy.net.mx>
Para: leohickie@gmail.com

28 de mayo de 2013 13:56

Le paso las respuestas que me dió la Sra. Ave:

- 1.- Los objetos que se donaron al Museo son el patrimonio del museo y del pueblo de Atizapán.
- 2.- El museo desaparecerá cuando Atizapán y su población decidan que no les interesa.
- 3.- Yo no soy experta, son los expertos los que deben decidir qué hacer respecto a la museografía para que sea atractiva.
- 4.- Hay que recordar que es en el Siglo XXI donde la fotografía es común , en el siglo pasado una fotografía era algo muy especial y muy caro, por eso no existen más fotos de las que le doné al Museo. Las calificaciones son auténticas. La tecnología no existía.

Gracias

Patricia Maillard

De : "Leonor Rodríguez" leohickie@gmail.com

Para : colegiogarside@prodigy.net.mx

Cc :

Fecha : Tue, 28 May 2013 10:31:35 -0500

Asunto : Para Sra. Ave López Mateos / Sra. Patricia Maillard

>

Estimada Sra. Maillard,

>

> De la manera más atenta le pido le haga llegar la carta que adjunto a Doña Vecita López Mateos con las preguntas referentes al Museo Lic. Adolfo López Mateos. Asimismo, adjunto la copia de mi universidad (FES Acatlán, UNAM) donde se aclara mi trabajo. Estoy mandando la que le di al Instituto Mexiquense de Cultura, por la premura del tiempo. Pero si fuera necesario puedo mandarles una expresamente dirigida a Doña Vecita. Si ella prefiriera que la contestación fuera vía telefónica no hay problema tampoco. De igual manera la información que ella me diera puedo tomarla como anónima si así le pareciera mejor.

>

> De antemano les agradezco todas sus atenciones,

Leonor Rodríguez Hickie

