

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE ESTUDIOS LATINOAMERICANOS**

**LOS ESTUDIOS LATINOAMERICANOS
Y LA DIFUSIÓN CULTURAL
EXPERIENCIA PROFESIONAL EN EL
MUSEO DE BACALAR, QUINTANA ROO**

**INFORME ACADÉMICO POR
ACTIVIDAD PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS**

PRESENTA:

LETICIA CAROLINA ANAYA MERCHANT

ASESOR: LIC. ROBERTO MACHUCA BECERRA



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.

*A mis padres: Ramón Anaya y Rosa Irma Merchant,
quienes han llenado mi vida de múltiples bendiciones.
Aun cuando mi padre falleció lo recuerdo como un hombre
libertario, revolucionario, trabajador, con un maravilloso
sentido del humor y un infinito amor por la vida y mi madre
quien es para mí un ejemplo de ser humano y mujer, con su
amor incondicional ante cualquier ser vivo y ese entrañable
esfuerzo por hacer de cualquier cosa una maravilla.*

México, D.F. Febrero 2011

Agradecimientos

Quiero agradecer al universo y a la vida de los que formo parte. A mi padre que murió y que siempre ocupa un lugar especial en mi corazón y mi pensamiento y a quien extraño cada vez más. A mi madre que ha sido un verdadero ángel, amiga y compañera de vida.

A mi hermano Luis por quien en gran medida entrego este trabajo y que es una bendición en mi vida, así como mis hermanos Alberto, Jorge y Carlos con sus familias. A Mónica, a quien respeto y quiero. A mi gran maestro y amigo Roberto Machuca Becerra que ha tenido para conmigo una paciencia infinita y sin su apoyo y ayuda no hubiese sido posible este trabajo. A mis sinodales: Dr. Jesús María Serna Moreno, Lic. Hugo Alfonso Espinoza Rubio, Mtra. Gabriela Ugalde García y Mtro. Gilberto Jezreel Salazar Escalante quienes me han apoyado en la revisión de este trabajo haciéndome observaciones y sugerencias de inmensa valía. Por último a la Universidad Autónoma de México a la que considero mi casa y por la que siento un profundo respeto y orgullo.

Dedicatoria

Agradecimientos

Índice

Introducción XIII

Capítulo 1.

La remodelación del museo de Bacalar

1

1.1. Anteproyecto de restauración	2
<i>Mi aprendizaje en los museos</i>	2
<i>Bacalar y su museo</i>	4
<i>Tema y definición del eje central del proyecto</i>	6
<i>Esquema del proceso de realización de las exposiciones</i>	8
<i>Anteproyecto arquitectónico</i>	9
<i>Anteproyecto museográfico</i>	9
<i>Proyecto arquitectónico y calendario de trabajo</i>	10
<i>Proyecto museográfico y calendario de trabajo</i>	11
1.2. Investigación y selección de material	12
<i>Realización del guión museográfico</i>	12
<i>Guión museográfico</i>	13
<i>Investigación histórica</i>	15
<i>Investigación gráfica</i>	16
<i>Ubicación y adquisición del material</i>	16
<i>Registro y documentación</i>	17
1.3. Producción y montaje	18
<i>Producción y supervisión</i>	18
<i>Montaje museográfico</i>	18
<i>Entrega</i>	19
1.4. La remodelación	19
1.5. Una compañía en crisis	25

Capítulo 2.	
La actual irrelevancia del trabajo museístico y la difusión Cultural	28
2.1. Aspectos educativos en los museos	28
2.2. Los museos en México	31
2.3. El acervo cultural y difusión cultural	41
2.4. La difusión cultural: consideraciones generales y situación actual en México	43
2.5. La política de la difusión cultural en México	46
Capítulo 3.	
La difusión cultural: como campo de debate y el papel del Latinoamericanista	51
3.1. Difusión cultural e industria cultural	51
3.1.1. Difusión cultural	52
3.1.2. Industria cultural	53
3.2. Industria cultural y gestión cultural	57
3.3. El latinoamericanista entre la difusión y las industrias culturales	60
3.3.1. El latinoamericanista ¿gestor cultural?	63
3.4. Los estudios latinoamericanos y los museos	65
3.5. Los estudios latinoamericanos en el campo de los museos	67
3.6. Consideraciones finales	69
Fuentes	70
Electrónicas	73
Entrevista hecha a Jorge Agostoni	76
Tesis revisadas en la biblioteca “Samuel Ramos”	77

Introducción

Nuestra realidad como latinoamericanistas en lo que a campo de trabajo se refiere no es muy amplia, sobre todo si se piensa que los tradicionales ámbitos laborales: docencia e investigación, están muy competidos. Muchos egresados hemos tenido que picar piedra en ese sentido. Pero, también es un hecho que, durante este proceso, nos hemos percatado de nuestro potencial y, cuanto más avanzamos, encontramos oportunidades laborales que están a nuestro alcance y que, a lo mejor, ni siquiera las habíamos considerado, porque no encontrábamos la relación, o porque simplemente nos parecían imposibles. Algunas de estas oportunidades se encuentran en la difusión, que es tan importante como otros campos laborales.

En este sentido, mi experiencia en el marco de la difusión cultural, más específicamente en el campo de la museografía, como investigadora para museos, me ha demostrado que puedo desarrollarme en otros ámbitos, además de la docencia e investigación formal. El mercado de trabajo puede hacer pensar en la necesidad de un número mayor de profesionistas que desarrollen difusión cultural. Nuestras

particularidades como la interdisciplinariedad potencialmente nos abren espacios en lo que a difusión cultural e investigación de museos concierne, pero también es necesario indicar que, además, existen carencias en nuestra formación como la falta de orientación hacia objetivos claros y de profesionalización que nos retrasan.

Durante nueve años, de 1994 a 2003, participé en Museográfica, S.C., una empresa dedicada a la planeación, diseño y realización de museos, y puedo decir que me encantó la creatividad, la variedad de temas, el tipo de investigación que se requiere y la relación constante con un equipo interdisciplinario, que hizo de esta experiencia una labor sumamente atractiva y enriquecedora en más de un sentido. Para continuar este trabajo de difusión, necesito concluir y completar mi formación profesional, obteniendo mi título de licenciatura.

En este trabajo fungí como investigadora para museos en el marco de la difusión cultural, actividad sobre la que deseo informar a través de este escrito. Aprendí que es una alternativa más de trabajo para los estudiantes de Estudios Latinoamericanos. Así, este informe se enfoca a mostrar mi experiencia y mis reflexiones sobre este campo laboral.

Para ubicar académicamente el informe que presento, exploré el interés universitario sobre esta actividad. Comencé una búsqueda de las tesis que se han trabajado sobre museografía, museología y divulgación cultural o difusión del conocimiento dentro de la Facultad de Filosofía y Letras, específicamente en la Biblioteca “Samuel Ramos”.

Con esta información me pude dar cuenta de que la mayor parte de los trabajos sobre estos temas provienen del área de Pedagogía, se enfocan al desarrollo educativo de los niños en los museos de ciencias; por ejemplo, “Papalote Museo del Niño”; algunos se hallan orientados a otro tipo de públicos y hacen referencia a museos como el Nacional de Antropología e Historia.

Son aproximadamente 40 tesis elaboradas sobre estos temas. En menor medida se han hecho trabajos que tienen que ver con la difusión cultural. Encontré muy pocos trabajos que tienen relación con disciplinas como historia del arte, historia, etnografía y antropología y las demás tesis se encuentran en directa relación con las carreras de los egresados que las realizaron. Las tesis de la carrera de Bibliotecología, por ejemplo, tocan temas incluidos en títulos como los siguientes: “Las bibliotecas en los Museos de la Ciudad de México” y las de Letras Hispánicas, “La creación literaria en los museos”.¹

¹ Revisar en la sección de fuentes de este trabajo, una lista de tesis realizadas en la FFyL.

En el caso específico de Estudios Latinoamericanos apenas encontré un Informe de Servicio Social con el tema: “Experiencia como anfitrión en el Museo de Ciencias, Universum”, de Carlos Miranda Montoya, trabajo que difiere de éste, ya que está orientado básicamente a un museo de ciencias, y el mío está enfocado a la labor que realiza un investigador de museos desde una compañía privada que realiza cualquier tipo de museo dedicados a la historia, al arte, a la ciencia. Podemos tomar como referencia el trabajo de Carlos Miranda para indicar que, en la actualidad, hay al menos un egresado que está incursionando en esta área de los museos y la difusión cultural, cuento además con información de otros compañeros que trabajan en museos.

Por otra parte, me parece importante señalar que recientemente se editó un libro de Beatriz Berndt León Mariscal: *La investigación y la profesión del investigador en un museo de arte mexicano. Algunas consideraciones*, por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia y la Universidad Iberoamericana que, en alguna medida, es cercano a este informe. A diferencia del libro de Beatriz Berndt quien presentó el trabajo que realiza un investigador de museos en una compañía privada y en ello hay diferencias: por ejemplo, nuestro trabajo tampoco requirió del contacto permanente con colecciones de objetos para estudiar, clasificar, registrar, etcétera.

En este contexto académico, mi informe presenta la labor que desarrolla un investigador para museos, y toma como caso concreto el Museo Fuerte de San Felipe, Bacalar, Chetumal, Quintana Roo. Decidí hacerlo sobre dicho museo porque fue un proyecto que yo dirigí y porque, además, sus dimensiones son pequeñas y me pareció el indicado para señalar los requerimientos de información, diseño, construcción y producción de museos y exposiciones.

La difusión cultural en el área de los museos no es solamente un tema académico, sino que tiene una repercusión social, de hecho una de las tareas sustantivas en nuestra universidad es la difusión. Lo que investigamos y aprendemos tiene que ser volcado a la sociedad como una de nuestras tareas fundamentales. Podemos hacer consciente a nuestra población de la importancia que posee el aprender cosas nuevas como la física cuántica y el arte conceptual, por decir algo, conocimientos que podemos adoptar a través de esta educación informal, razón por la cual es necesaria la tarea de un especialista en estas áreas en el campo de los museos.

En ese campo laboral, creo que los Estudios Latinoamericanos pueden jugar un papel importante, pero hasta estos momentos, la difusión cultural en nuestra formación no ha sido totalmente entendida ni lo suficientemente considerada. Mi invitación es que profundicemos en ésta, como opción laboral.

Si buscamos desarrollarnos como investigadores para museos debemos prepararnos, reconocer nuestras fortalezas y superar nuestras debilidades, ya que, desde la difusión, podemos ayudar a mejorar la calidad de la educación en el país. En este sentido, mi informe, también es una invitación a los estudiantes de Estudios Latinoamericanos a participar en la difusión cultural y en la museología como un campo de desarrollo laboral.

Este informe tiene como objetivo presentar la importancia que el latinoamericanista tiene en la difusión cultural y, especialmente, mostrar el vínculo entre el investigador de museos, la difusión cultural y los estudios latinoamericanos, en tanto que, estos dos últimos, son ámbitos educativos convergentes, donde hay un potencial campo de trabajo para nosotros y, por ello, podemos reflexionar y proponer algunos apoyos que debemos buscar en estas áreas.

Para cumplir con estos objetivos, he organizado este informe en tres capítulos. En el primero, me interesa mostrar las dimensiones y complejidad del trabajo de investigador para museos, tomando como ejemplo mi experiencia en el Museo Fuerte de San Felipe, Bacalar, que en adelante voy a llamar Museo de Bacalar. De igual forma, describo los problemas a los que se enfrenta una empresa privada dedicada a la museografía, en este caso Museográfica, S.C., empresa donde laboré de 1994 a 2003.

El segundo capítulo, tiene por objetivo explicar las limitaciones y reflexionar sobre el ámbito de los museos, en especial, teniendo como marco temporal la actualidad y encuadrarla como parte de la difusión cultural a nivel nacional. Para esto, me sirve la descripción y análisis de la Compañía para la que trabajé, Museográfica, S.C.

El tercer capítulo, tiene como objetivo vincular los Estudios Latinoamericanos a un espacio más general, es decir, a la difusión cultural y a los museos. Interesa aquí, explicar y reflexionar sobre la importancia que cada uno posee y la manera en que se relacionan. Para ello reviso los requerimientos en ambas labores y los contrasto con los contenidos académicos de la formación en Estudios Latinoamericanos.

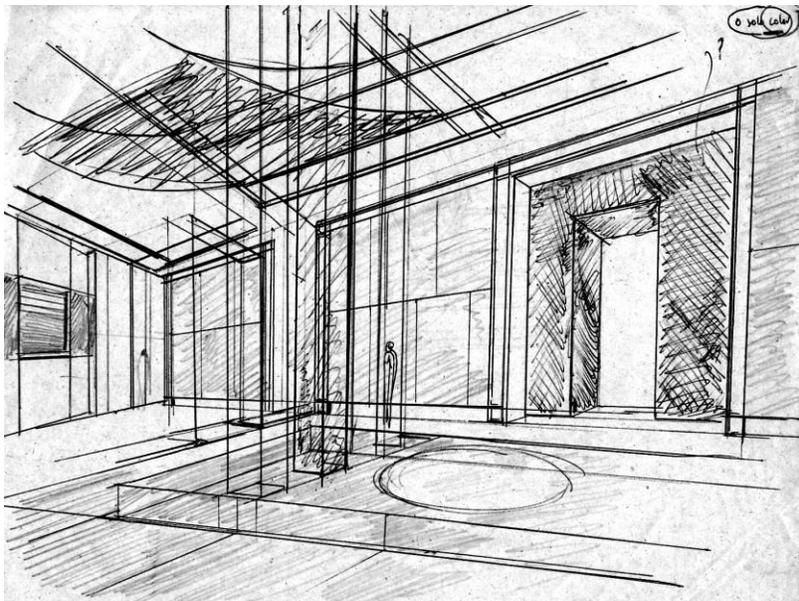
Capítulo 1

La remodelación del museo de Bacalar

Para cada hombre guarda un rayo nuevo de luz el sol.

(León Felipe, 1920)

Este capítulo está enfocado a describir cuál fue el trabajo que desarrollé como investigadora para museos, con la perspectiva de ubicar las limitaciones y potencialidades que tuve en este trabajo con la formación en Estudios Latinoamericanos. La remodelación del “Museo del Fuerte de San Felipe, Bacalar, Chetumal, Quintana Roo”, me sirve de medio para este fin. La descripción intenta ser lo más exacta posible para que el lector interesado tenga una idea muy definida de lo que este trabajo representa.



Bosquejo del Museo de Bacalar (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

1.1. Anteproyecto de restauración

Mi aprendizaje en los museos

Llegué a los museos por casualidad; no me hubiese imaginado trabajando en este campo de no ser por la invitación que me extendieron; mi conocimiento en esta área era escaso, así que puedo decir que comencé de cero. Los museos siempre fueron un tanto ajenos a mí y desde mi punto de vista eran bastante aburridos; las cédulas me parecían interminables cada vez que los visitaba; y siempre consideré que si no las leía aunque pudiese observar el objeto no me sería de mucha utilidad, ya que no sabría a qué cultura pertenecía; ni su función. Entonces me ponía a leer, sin disfrutar aquello que me pudiese interesar.

Mi primera experiencia en un museo interactivo fue la visita que realicé al de la Comisión Federal de Electricidad; recuerdo que había mucha gente y todos estaban muy entusiasmados porque tenía muchos aparatos y botones y ¡todos podíamos participar!, aunque no aprendí nada, visto a la distancia la idea de un museo interactivo constituía todo un avance en la museografía. Ya para cuando entré a trabajar a Museográfica había cambiado un poco mi apreciación en torno a las exposiciones y los museos.

Mi labor dentro de la compañía siguió una trayectoria progresiva, participando inicialmente como investigadora asistente y, poco a poco, asumiendo mayores responsabilidades, hasta llegar a ser la investigadora titular del Museo de Bacalar. Los primeros museos en los que participé me fueron proporcionando experiencia en este campo.

Durante mi labor en Museográfica participé en proyectos como el Museo de Historia Mexicana, Monterrey, Nuevo León, 1994; la exposición de “La Conquista del Reino de la Nueva España”, exposición temporal en el Museo Nacional de Arte, primera del ciclo “Los Pinceles de la Historia”, México, D.F., 1999; la exposición Mario Pani (1911 – 1993) “La Visión Urbana de la Arquitectura”, México, D.F., 2000; en el Proyecto del Museo de Difusión de la Ciencia y Tecnología, Zacatenco, México, D.F., 1998 que intentó realizar el Instituto Politécnico Nacional y que por falta de presupuesto no se llevó a cabo y el Museo del Fuerte de San Felipe en Bacalar, Chetumal, Quintana Roo, 2003. Además de prestar mis servicios en la elaboración de ofertas de servicios, guiones, concursos para

la obtención de proyectos y premios, además de realizar muchas otras labores de apoyo en otros proyectos.

Comencé mi trabajo como investigadora para museos durante la creación del Museo de Historia Mexicana de Monterrey; mi primera tarea consistió en preparar un listado de los objetos que se requerían para cada uno de los temas que se iban a exponer; yo, por supuesto, eché a volar mi imaginación y hasta pedí las llaves de San Pedro, no sé si en el Vaticano las tengan, pero pude constatar que aquí no las tenemos. Poco a poco fui participando en otras actividades. Para mí, este museo ha sido una de las experiencias más ricas; cuenta con 4,000 m² de área de exhibición; se planeó por iniciativa del Gobierno del Estado de Nuevo León, bajo el mandato presidencial de Carlos Salinas de Gortari.

Como el proyecto era muy grande, representaba todo un reto por el tiempo y las dimensiones; se contrataron especialistas en temas prehispánicos, de la colonia, del siglo XIX, XX y en biología. Otro de mis trabajos consistió en ofrecer información y apoyo a los especialistas. Aunque el tema era la historia, se dio mucha importancia al tema del agua en todas las épocas y a los principales ecosistemas del país y la necesidad de conservarlos.

Museográficamente fue un proyecto con mucho movimiento visual generado por espacios abiertos, vitrinas circulares, réplicas monumentales y una gama de elementos que consiguieron dar un efecto espectacular. Desde cualquier punto de la exhibición se podía mantener una perspectiva visual de toda la exposición; los espacios abiertos permitían a los visitantes hacer recorridos a su gusto sin la imposición de caminos preestablecidos. El museo se inauguró a marchas forzadas el 30 de noviembre de 1994, justo el día en que finalizó el sexenio Salinista, si bien algunos detalles quedaron inconclusos, se preparó una bitácora con los trabajos pendientes y se terminaron posteriormente.

Es importante señalar que la creación de un museo siempre implica un presupuesto considerable, difícilmente un particular o un grupo de inversionistas podrían mandar a proyectar un Museo, no por esto digo que sea imposible. Jorge Agostoni, director de Museográficas, S.C., se refiere a “la falta de recursos y de voluntad política”² como las principales causas que restringen el quehacer museográfico, por lo que la labor ha quedado supeditada a necesidades, gustos y preferencias de pequeños sectores de inversionistas privados y del gobierno; en considerables ocasiones, la continuidad y proyección de los museos se ha interrumpido total o temporalmente por la falta de recursos.

² Leticia Anaya Merchant, Entrevista con Jorge Agostoni (inédita). México, 5-27 de abril de 2007.

Bacalar y su museo

“Bacalar” es una pequeña población ubicada al sur de Quintana Roo aproximadamente a 40 km de la capital, Chetumal. Su nombre proviene del *maya Bakhhalal* que significa “*Cerca o rodeado de carrizos*”. Pertenece al Municipio de Othón P. Blanco, es popular por la laguna que lleva su nombre, ésta lo comunica con las poblaciones de Xul – ha, Buenavista, laguna Milagros, el río Hondo y la bahía de Chetumal a través del afluente del río Chac. Considerada fuente de riqueza natural para la zona, posee una maravillosa laguna, el “Cenote Azul” y un manglar exuberante. Su atracción principal es el Fuerte de San Felipe. Los turistas pueden hacer recorridos a lo largo de la laguna, en lancha o rentar *cayacs* para hacer su viaje más divertido, nadar en el cenote o visitar el museo.

En síntesis, la población tiene unos orígenes que se remontan a la época precolombina, cuando un grupo maya emigró de Tabasco, los “mayas chontales o putunes”, se establecieron en la región. La navegación y el intercambio de mercancías caracterizó este período. Durante la conquista, Gonzalo Guerrero, náufrago de una expedición comandada por Pedro de Valdivia se une a los mayas para luchar contra los españoles, actualmente es considerado el padre del mestizaje por desposar y tener descendencia con la hija de un indio maya. Melchor Pacheco funda la actual población con el nombre de Salamanca de Bacalar.

La lejanía entre la población y la capital, así como la falta de comunicación constituyó un obstáculo para el crecimiento de su población. Un grupo de piratas ingleses, cortadores de palo de tinte se estableció al sur de Chetumal, Wallace, el pirata que los comandaba dio nombre al actual Belice. El acecho constante de piratas y mayas rebeldes provocaron la construcción del Fuerte de San Felipe de Bacalar en 1729. Para 1848 Bacalar poseía una población de cinco mil personas. En ese mismo año estalló la guerra de castas en la Península de Yucatán, producto de todos los abusos a los que fueron sometidos los indios. Entre ellos: la encomienda, el robo de tierras y el incremento de impuestos. Uno de sus principales objetivos fue Bacalar atacada y conquistada. Los habitantes que pudieron sobrevivir huyeron a Honduras Británica, dejando despoblada a Bacalar hasta que fue reconquistada por una columna militar, al mando del Contralmirante Ángel Ortiz Monasterio en 1902. Por acuerdo del Cabildo Otón P. Blanco, Bacalar fue

elevada a categoría de ciudad el 26 de junio de 2007. Actualmente, Bacalar es una población dedicada básicamente al turismo.³

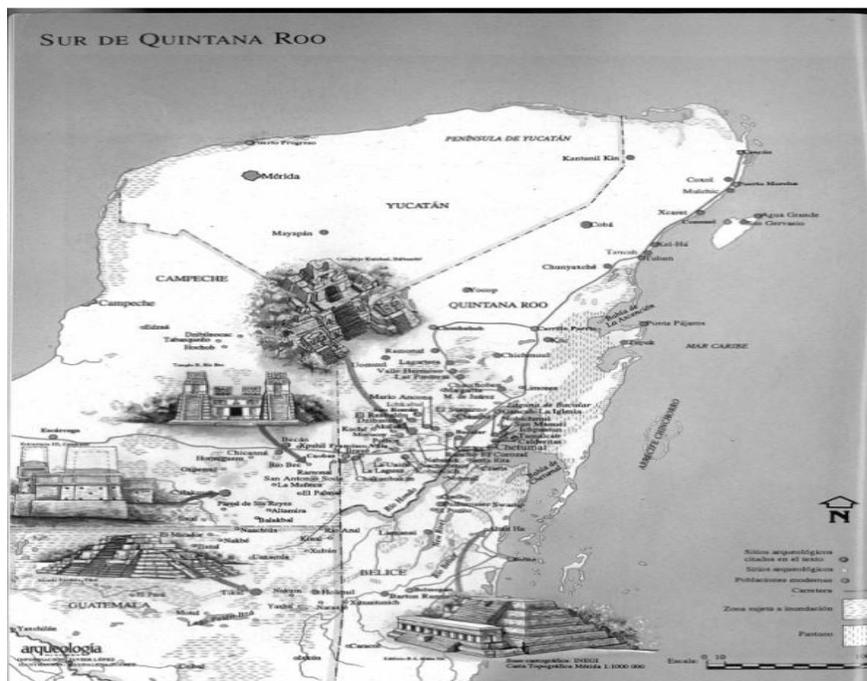


Imagen tomada de Arqueología Mexicana, México: INAH, 1995, pág. 16

El acceso al Fuerte se realiza mediante un angosto puente que cruza el foso; originalmente, el puente era levadizo y el foso, a diferencia de los demás, en lugar de contener agua, estaba sembrado de estacas puntiagudas. Inmediatamente, una ancha explanada se extiende para conducir a los visitantes tanto a la construcción principal: “Caballero Alto”, espacio que alberga la exposición, como a la torre de vigía de dos pisos, y a los cuatro baluartes, “Santa Ana”, “San Joaquín”, “San Antonio” y “San José”.

El Museo de Bacalar se fundó en 1965 y se modificó en 1983, aunque con una museografía elemental y escasos objetos históricos, por lo que tenía poco interés y atractivo. Además, los elementos museográficos impedían apreciar el mural que cubre todo lo largo de uno de los muros del recinto, obra del artista quintanarroense Elio Carmichel. Por si fuera poco, el paso del tiempo había dejado al museo y el Fuerte en malas condiciones de conservación.

³ Francisco Sosa Aguilar, “El Estado de Quintana Roo, Bacalar”, en *Wikipedia*, disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Bacalar> (consulta realizada el 20 de enero de 2008).

Los servicios del museo consistían sólo de una pequeña tienda donde se vendían artesanías de la región y un cuarto que funcionaba como oficina. Un grupo de niños y jóvenes de la localidad colaboraban con la directora en la realización de boletines sobre la historia del lugar y sobre las actividades que se organizaban en el Fuerte. El museo carecía de otros servicios elementales como taquilla y sanitarios. En resumen, las condiciones del museo eran deplorables, y la museografía, totalmente obsoleta.

Ante tales condiciones, en el 2002, el gobernador del Estado, Joaquín Hendricks Díaz, a través de la Sra. Norma Jiménez de León, directora del Instituto Quintanarroense de la Cultura, decidió realizar la puesta en valor del Fuerte de San Felipe y la renovación del Museo, como parte de la iniciativa para desarrollar el potencial turístico del sur de Quintana Roo, que se llevó a cabo de manera simultánea al proyecto de mejoramiento de la imagen urbana de Bacalar y a la construcción de un muelle para cruceros en Majahual.

Tema y definición del eje central del proyecto

Para los interesados en esta área laboral a continuación expongo de manera puntual algunas de las etapas que implica dicho trabajo. En el caso que presento, se trataba de exponer la historia de Bacalar, desde la época prehispánica hasta nuestros días, y el papel del Fuerte en la misma, enmarcada en los sucesos históricos de la península de Yucatán.

La definición del tema y sus alcances corresponden a la primera parte del proyecto, del cual se derivan los subtemas; éste es el eje conductor que determina todas las acciones sucesivas. En torno al tema, se definirán los límites y posibilidades de la exposición museográfica y del peso que se le quiera dar a los aspectos políticos, sociales, económicos, religiosos, del mismo, o que se reivindique tal o cual posición ideológica; que se le dé prioridad a algún aspecto poco difundido o que se valoren nuestros recursos naturales, como el agua, la fauna, la vegetación. Por ejemplo, Museografía en el caso del Museo de la Memoria Tlaxcalteca

trató de introducir al visitante al complejo y rico mundo novohispano de Tlaxcala en el período decisivo de su historia: de la época fundacional de la Nueva España en el siglo XVI, a los prodigios y portentos devocionales de la etapa barroca y de cómo, a partir de las constantes guerras con los Mexicas y la alianza establecida por los señores tlaxcaltecas con Hernán Cortés, en Tlaxcala se abre un proceso único en el continente, caracterizado por la originalidad de sus mecanismos de sobrevivencia histórica que le

permitieron preservar sus antiguas formas de cohesión y organización social para hacer frente a la nueva realidad colonial.⁴

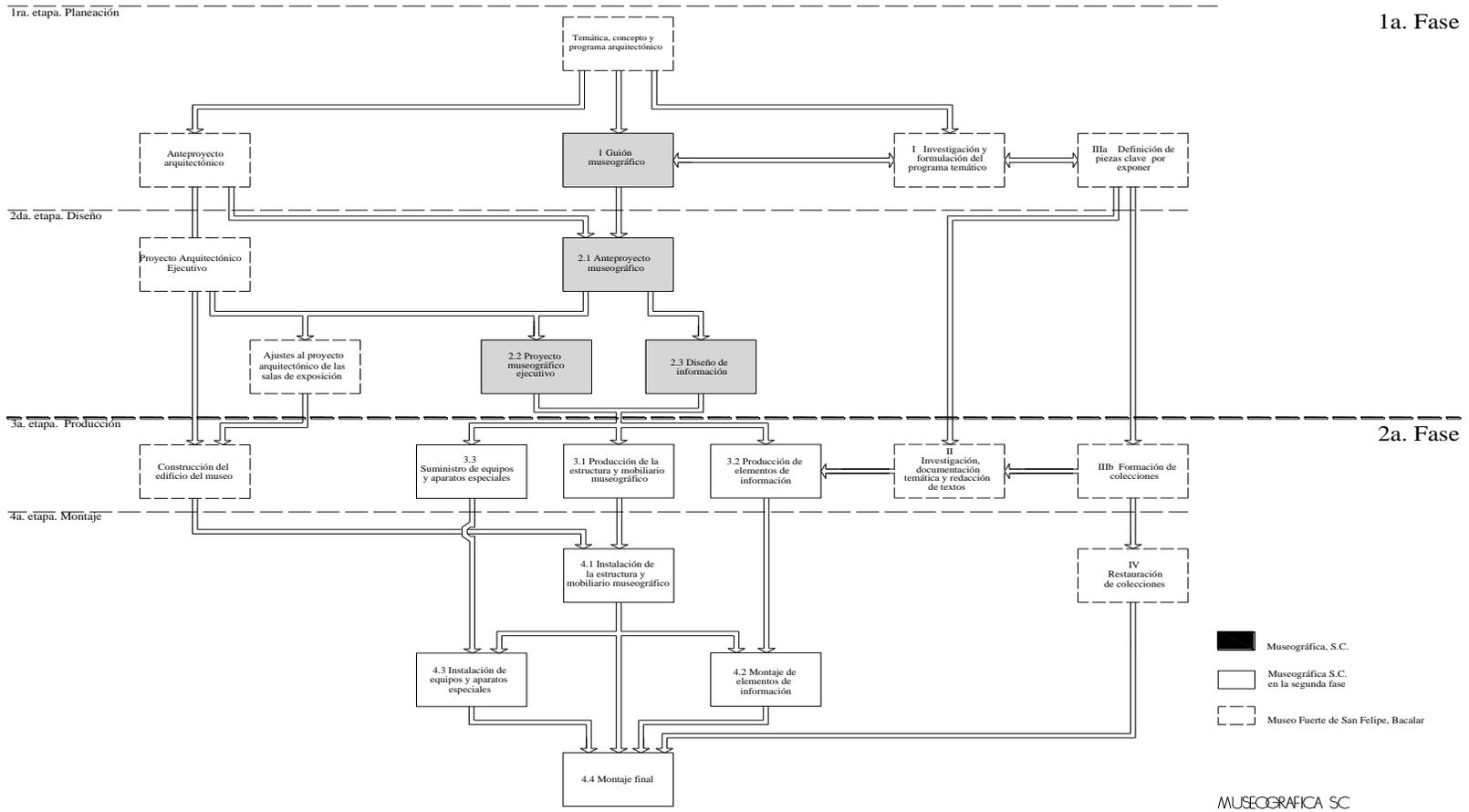
En el caso del Museo de Historia Mexicana, en Monterrey, Nuevo León, su objetivo fue presentar la visión oficial de la historia de México. Su innovación consistió en la utilización de múltiples y novedosos medios de comunicación museográfica y de participación activa de los visitantes, que hoy en día encontramos en todo tipo de museos. El equipo de Museográfica, S.C. determinó la importancia de enfatizar los ecosistemas como agentes que determinan el desarrollo en cada región de nuestro país. En el centro de la exhibición se presentaron recreaciones de los principales medios naturales del país, acompañados de programas interactivos, alrededor de ello se desplegó la exposición histórica que abarca desde los primeros pobladores en el continente hasta fines del siglo XX.

En síntesis, el tema es la base de la exposición. Posteriormente y junto al guión museográfico, se señalan las pautas y objetivos en el desarrollo de la exposición. Para la ejecución de cualquier proyecto museográfico se presenta un esquema del proceso de realización de las exposiciones como el que se muestra a continuación:

⁴ Oferta de Servicios del Museo de la Memoria, Tlaxcala, Tlax., 1997, en Museográfica, S.C., Archivo particular de Jorge Agostoni.

MUSEO FUERTE DE SAN FELIPE, BACALAR.
Chetumal, Quintana Roo.

Esquema del proceso de realización de las exposiciones



Esquema del proceso de realización de las exposiciones (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

Anteproyecto arquitectónico

A pesar de que yo no participé en esta fase, porque es un trabajo que compete a los arquitectos, no puedo dejar de señalarlo. Este trabajo consiste en elaborar una evaluación preliminar, con el fin de determinar si es necesaria una modificación total o parcial del recinto, de las instalaciones o de los equipos, verificando las condiciones físicas de éstos y del espacio.

Al igual que la definición del tema, la elaboración de un anteproyecto arquitectónico es indispensable. Ya sea que se construya el edificio que albergue la museografía o que se adapte un edificio existente para llevarla a cabo. Esta etapa requiere de un estudio arquitectónico menos profundo del que se necesita para la elaboración del proyecto; no obstante, es necesario para hacer la primera evaluación de obra y de costos aproximados, de manera que el cliente se pueda dar una idea respecto al trabajo que se va a mostrar y su costo. De su elaboración dependerá que el proyecto sea contratado.

Una vez terminado se exponer el anteproyecto, con los planos y la cotización tentativa, acompañada de una explicación verbal. El anteproyecto sirve de puente entre el contratante y el contratado para conocerse mutuamente y para definir los gustos y las necesidades de quienes solicitan el servicio. Una vez que se establece este contacto, a través de pláticas se comienzan a establecer acuerdos que faciliten el contacto y las negociaciones subsiguientes. La elaboración de este trabajo tiene un costo que dependerá del proyecto.

En esta fase el contratante plantea sus necesidades y se estudian las posibilidades de llevarlas a cabo; de no ser posible por el tipo de edificio o porque impliquen un costo excesivamente alto, se ofrecen posibles alternativas a sus necesidades.

Anteproyecto museográfico

Para la cotización del proyecto museográfico se estudian tanto las áreas como las temáticas. Ambas propuestas pueden ser presentadas al mismo tiempo y se pueden estudiar en conjunto; generalmente es lo más recomendable. Es importante que mientras se realiza el trabajo ambas partes mantengan contacto permanente, por lo que se vuelve

indispensable establecer reuniones de trabajo con cierta regularidad, ya sean semanales o quincenales, para que en ellas se planteen dudas, problemas y soluciones.

Uno de los factores concluyentes para su elaboración es el tema o temas sobre los que girará la museografía, ya que sin este eje conductor la exposición podría perderse en un sinfín de temas. En este caso, se trataba de una remodelación museográfica, y como ya lo mencioné, los temas ya estaban definidos, además de que el espacio no daba cabida para muchas alternativas.

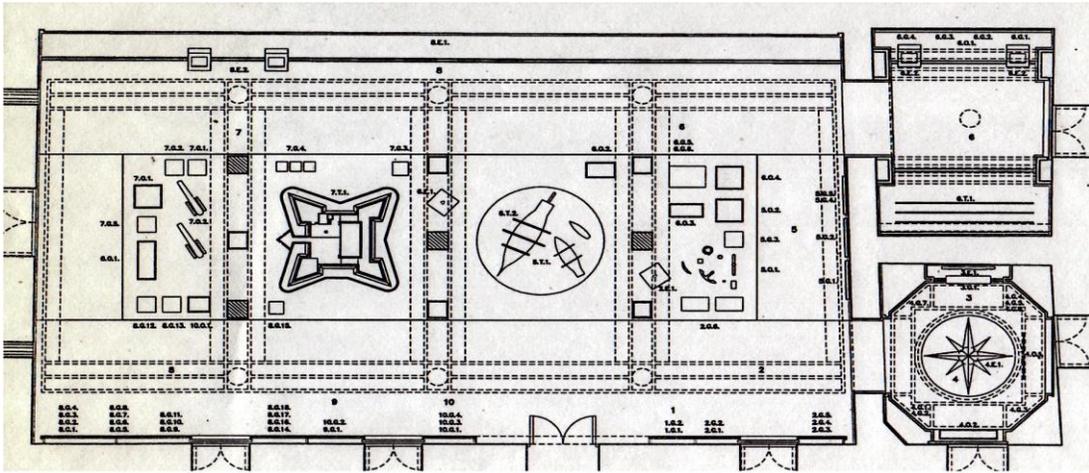
Entre el equipo y el contratante se plantean diferentes ideas que poco a poco, y a través de observaciones argumentadas, llevan a conclusiones para determinar la factibilidad de la mejor propuesta. Para los casos de remodelación, se vuelve indispensable la evaluación de las colecciones y equipos que se entregan para verificar su reutilización. Aun cuando parece ser una tarea sencilla, implica tanto o más trabajo que el que se requirió la primera vez, y es que se debe actualizar y estudiar los daños e inclemencias del tiempo, adaptando la información al anterior guión.

Proyecto arquitectónico y calendario de trabajo

Aprobado el anteproyecto, se realiza un estudio arquitectónico detallado, junto con la cotización real de los costos de producción. Se determinan claramente los lineamientos del proyecto, se hace un presupuesto exacto de su costo y se estudian las diferentes posibilidades para ofrecer la mejor propuesta. Esto, implicó los espacios de exhibición, así como los dedicados a servicios públicos: dirección, oficinas, salones de usos múltiples, taquilla, guardarropa, estacionamiento, bodegas, baños, caseta de policía, etcétera. Se definen los tipos de pisos, muebles, cortinas, equipos, los trabajos de carpintería, herrería, drenaje, sistemas eléctricos, de alarmas, etcétera., en ocasiones es necesaria la realización de concursos para que los contratistas presenten sus ofertas de servicios y presupuestos.

Se hace entrega de planos y maquetas, además de un texto explicativo del proyecto y el calendario de trabajo que establece los tiempos de entrega; esta información va acompañada de una réplica verbal que tiene el objeto de explicar lo que se planea hacer y aclarar dudas. Si dicho proyecto es aceptado, se continúa con las siguientes fases; de manera contraria, se puede llegar a acuerdos mediante pláticas o la anulación del mismo contrato.

Hago esta observación sin detenerme en ella, porque no es el objeto de este trabajo.



Planta del Museo de Bacalar (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

Proyecto museográfico y calendario de trabajo

Se efectúa exclusivamente en relación con la museografía y lo que ésta implica. Se estudian los espacios de exhibición, así como la colección; se define su ubicación exacta, las bases y todos los elementos que la acompañarán.

La creatividad e imaginación para exponer ofertas didácticas, novedosas e interesantes que sean capaces de captar el interés del público es una de las premisas básicas para su desarrollo. El equipo tiene como obligación el estudio y la actualización de los temas.

Se definen y determinan los elementos que acompañen a la exposición, así como sus costos y su posibilidad de compra: pantallas gigantes, modelos a escala, globos aerostáticos, interactivos, realidad virtual, maquetas, programas de computación. Paralelamente, se determinan la producción y los tiempos de trabajo y entrega para asegurar la eficacia. Se prepara un calendario de trabajo en el que a través de un esquema o gráfica se indican los avances, entregas y pagos.

1.2. Investigación y selección del material

Realización del guión museográfico

El guión museográfico es la base que establece la acción de trabajo, en él se selecciona la información que se pretende transmitir, y/o discrimina la que no es útil o apropiada. Su realización adecua claves para el mejor manejo de la misma, establece temas, subtemas, objetos y tipos de presentaciones: tridimensionales, dioramas, interactivos, realidad virtual, etcétera. Es la dirección que lleva al investigador a obtener el máximo rendimiento sin perder sus objetivos. Hasta ese momento nunca había trabajado con guiones ni con algunos de los términos usados en ellos, por lo que poco a poco tuve que irme familiarizando con los mismos.

Una vez que se ha hecho la selección de los temas y subtemas y que además ya se han estudiado, prosigue la búsqueda de la información gráfica que debe acompañarlos; así, se comienzan a definir los lineamientos. Se empieza por hacer una lista de los elementos que se han considerado para la exposición: objetos, interactivos, tridimensionales, dioramas, cuadros cronológicos, videos, pantallas gigantes, ambientaciones, etcétera., y se prepara el “guión museográfico”, en el que se enlistan cada uno de ellos, comenzando con los temas, subtemas, etcétera., de manera, que la información que se obtenga sea vaciada en el cuadro dentro de la columna correspondiente. Se presenta a continuación un fragmento del documento guión museográfico:

Tema	Subtema	Gráficos	Objetos	Tridimensionales	Especiales
1 Introducción		1.G.1. Etimología del nombre de la ciudad. Bacalar, del maya Bakh'alal, lugar "rodeado de carrizos o junquillos". 1.G.2. Escudo de la Ciudad.			
2 La Epoca Prehispánica	Ubicación temporal y espacial de Bacalar en el ámbito de la cultura maya.	2.G.1. Mapa del área maya con ubicación de las principales ciudades. En un recuadro la localización del área maya en el territorio mesoamericano. 2.G.2. Cuadro cronológico: El desarrollo cultural maya a través del tiempo			2.E.1. Vídeo que mostrará el esplendor de la cultura maya, a través de imágenes de su arte, sus avanzados conocimientos y sus grandes centros ceremoniales, destacando los de la zona sur del actual Estado de Quintana Roo.

Es importante indicar que en la medida en que se va trabajando con el guión museográfico, también se están realizando otros trabajos, como la adaptación de los espacios arquitectónicos, y muchas veces modificaciones a los contenidos de la información, de manera que los objetos, videos, tridimensionales, cuadros cronológicos son susceptibles de modificaciones y de reemplazos. En cada proyecto de principio a fin, nuestros equipos se mantuvieron trabajando largos periodos de tiempo en una actitud de compromiso y apoyo ante las necesidades que iban surgiendo.

Este proceso de trabajo ha sido muy estudiado por museólogos y museógrafos y se ha llegado a la conclusión de que es la manera más simple para lograr la mejor conclusión de los resultados. Una vez que el guión está listo, los integrantes del equipo orientan sus esfuerzos a las actividades que les corresponden, y la información que se va obteniendo se va registrando y palomeando, de manera que a simple vista el equipo pueda enfocarse en las necesidades inmediatas, dándoles la prioridad necesaria.

El ingenio en las propuestas, el uso de la imaginación para presentar ofertas didácticas, novedosas e interesantes que sean capaces de captar el interés del público es una de las premisas básicas para el desarrollo de este trabajo; por lo tanto el equipo tiene como obligación el estudio y la actualización de estos temas, durante la realización del guión. Todas estas características se tienen que contemplar para hacer la exposición más dinámica.

Una de las actividades en las que yo participé consistió en la colaboración de los guiones museográficos; preciso indicar que ésta es una labor que se realiza en equipo, pero para su exposición se requiere de una investigación a fondo sobre el tema, e ideas claras de lo que se pretende mostrar, pero también hay que garantizar que se cuente con los medios necesarios para llevarlas a cabo, por ejemplo en el Museo de Historia Mexicana ¿cómo se iba a representar la revolución mexicana?, se pensó en un grupo de adelitas y revolucionarios con armas de la época junto con una máquina de ferrocarril, en este caso se pudo conseguir todo, a veces no es posible y se tienen que buscar propuestas alternas. Una vez que se aprueba una propuesta, en este caso la máquina y los revolucionarios, se vuelca en el guión. Detalles que fui aprendiendo a lo largo del proceso, poco a poco me fui profesionalizando y pude sortear bien los problemas que se iban presentando en cada caso.

Investigación histórica

Como ya lo mencioné en el museo de Bacalar, el área destinada para la museografía era muy pequeña, por lo que la investigación histórica estuvo básicamente a mi cargo en asociación y supervisión de mi jefe directo.

La investigación histórica comprende: la investigación y formulación del programa temático, la documentación de la información museográfica y redacción de textos, así como la formación, integración y restauración de colecciones. Por supuesto el conocimiento que me proporcionó mi carrera fue una base sólida en ésta etapa, no obstante también fue aquí donde encontré uno de los mayores desafíos: la síntesis de textos explicativos de manera clara y sencilla con el discernimiento adecuado para excluir y agregar temas convenientes.

En este sentido hablaré particularmente de lo que a investigación, documentación y redacción de textos se refiere. En relación a la investigación y documentación de textos, encontré que una manera sencilla de trabajara consistía en reunir todo el material para su revisión y estudio hasta dominar la información, para así derivarla hacia temas particulares, en este caso la historia de Chetumal, la época prehispánica y la conquista de la zona.

Una vez que comenzamos a manejar la información de manera más fluida, nuestra tarea fue redactar textos que trabajamos de manera conjunta, siempre leyéndolos y releýéndolos para evitar errores de tipo histórico, de redacción, sintaxis y ortografía. Concluido el trabajo, hicimos un análisis de la información que contenía, verificamos que no excediera los espacios asignados a su presentación y revisamos que la información que ahí presentábamos fuese fidedigna. Lo hicimos con especial cuidado, tema por tema, y de la misma manera se prepararon las cédulas y los pies de página.

Es importante señalar que los museos exigen una cantidad específica de palabras en la elaboración de sus cédulas, Rodrigo Witker las distingue en tres tipos: las introductorias, con una extensión aproximada de 50 a 150 palabras, explica los objetivos de la exposición: las temáticas, que contienen entre 100 y 250 palabras, refieren los contenidos y especifican las exhibiciones; por último las de objeto, de entre 40 y 50 palabras, que detallan y explican las características de las piezas.⁵ Concluidos los textos,

⁵ Rodrigo Witker, *Los museos*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2001, pág.15.

contratamos a un corrector de estilo para la revisión final y también a un traductor de español a inglés para efectuar su redacción. Preciso indicar que aún para las personas que manejan un inglés nativo, este trabajo contiene un cierto grado de dificultad por el sentido de los textos, especialmente cuando no se maneja esa información, y en menor medida, por la puntuación.

Investigación gráfica

Una vez que el guión se ha concluido, se inicia la recopilación de la documentación gráfica; este material se adquiere de diversas fuentes: fotografías, libros, revistas, etcétera. La mayor parte de las fuentes reservan sus derechos de autor en relación con las imágenes que manejan; en estos casos, el investigador de museos, respaldado por la Compañía, tiene a su cargo la tarea de solicitar los permisos correspondientes, y si es necesario pagar por su uso, en los casos en que es difícil acceder a este material, ya sea por los costos o por cuestiones de otra índole, se hace una evaluación de la necesidad que se tiene al respecto y, si es factible, se sustituyen por otros. En dado caso, también se pueden obtener mediante préstamos, compras o donaciones. Y como soporte para verificar la pertinencia de lo que se presentó.

Destaco, desde mi experiencia, que cuanto más sencilla y clara sea la información gráfica que se maneje, es mejor. Los libros que se convierten en una verdadera ayuda para la ejecución de los trabajos suelen ser los de arte y divulgación popular, así como los diseñados para niños, ya que la mayoría de estos ejemplares muestran los fenómenos, animales u objetos, sus funciones y los nombres de cada una de sus partes; hago hincapié en este punto porque muchas veces pensamos que debemos recurrir a fuentes especializadas en los temas, lo cual es necesario en algunos casos y como soporte para verificar la pertinencia de los que se expone.

Ubicación y adquisición del material

Determinado el material que se va a usar, es indispensable que se ubique y, de ser posible, es conveniente que se comience a adquirir, o que se inicien los trámites para su obtención, ya que suelen retrasarse un poco por los requisitos que solicitan las instituciones o porque

se tiene que realizar una réplica, y esto nos lleva a la espera de algunos meses para su realización.

La información gráfica que usamos para este proyecto se obtuvo, en su mayor parte, de libros, revistas, archivos documentales y archivos fotográficos, por ejemplo: planos del área, aéreos y terrestres fueron solicitados al INEGI. Para la obtención de fotografías de la Guerra de Castas, haciendas de Yucatán, vida indígena, etcétera., se recurrió al archivo fotográfico de la Universidad Maya, donde se mandaron sacar duplicados de dichas fotografías.

Una vez localizados, se procedió a su adquisición mediante compras y préstamos, tanto para los contenidos como para la información gráfica.

Para la reproducción de los modelos a escala del galeón, bergantín y balandra, se contrató a un especialista en esta materia, el Sr. Manuel Acuña, residente de Tijuana. Durante este periodo mantuvimos con él estrecha comunicación: dudas y preguntas se resolvieron mediante vía telefónica o fax. La supervisión y realización de dichas embarcaciones fue todo un éxito.

Para la adquisición de armas e instrumentos de navegación, se estudiaron posibles lugares de compra. En primera instancia, se ubicaron y después se procedió a su compra.

Registro y documentación

Entre las labores que debe desarrollar un investigador de museos se encuentra el registro y documentación del material gráfico que se adquiere; es una tarea básica que simplifica el trabajo. Cada fotografía o elemento que se consigue se guarda en la carpeta correspondiente con su clasificación: nombre, clave, tema y subtema que les han sido conferidos. Con estos datos, se archiva en cajas para su futuro manejo.

Durante la fase de producción, se hace uso de todo el material gráfico. A través de él, se determinan las dimensiones de los elementos dentro de la exhibición. Los objetos en préstamo o donación requieren especial atención, y para estos casos es importante indicar si es necesaria su restauración.

Una vez que se inicia la etapa de producción, es importante que los objetos que se van a presentar lo hagan en espacios, bases y vitrinas adecuados a su tamaño y necesidad de luz natural, etcétera., por esta razón es necesario el apoyo que ofrece el equipo de

arquitectos a cargo, quienes desde un principio, determinaron las dimensiones de las bases y las estructuras.

El investigador se apoyará en la información gráfica para guiar a los especialistas en la realización de su trabajo: serigrafía, maquetas, dioramas, haciendo las indicaciones precisas de dimensión material y color, concernientes a su realización.

De manera similar pero con la uniformidad de todo el material, se lleva a cabo el diseño gráfico de la exhibición; se deciden los márgenes, las dimensiones de los textos, las separaciones entre cada uno de ellos, el tipo de letra, su tamaño, los colores y todos los detalles concernientes a su ejecución.

1.3. Producción y montaje

Producción y supervisión

Básicamente, la tarea en esta fase consiste en supervisar y asesorar a los especialistas en la realización de las cédulas, tableros, serigrafías, modelos a escala para que se efectúen con eficacia y seriedad en el tiempo que se ha determinado. Su labor es muy importante, ya que depende de ésta la realización y entrega de un trabajo limpio y carente de errores.

Las reuniones periódicas para la supervisión de los trabajos se vuelven indispensables. En casos excepcionales en que los trabajos no se puedan realizar con las especificaciones establecidas, se convoca a juntas para estudiar las posibles soluciones y se toma la más indicada. Sin una adecuada guía, el trabajo de producción podría contener errores que retrasarían el proyecto y que aumentarían los costos de realización; de presentarse una situación así, los gastos corren por cuenta de la empresa.

Montaje museográfico

Durante este proceso, una vez más el investigador de museos supervisará la transportación y entrega de los trabajos realizados en el recinto donde se exhibirán, y se encarga de que el material llegue en óptimas condiciones.

Reunido el material, supervisará toda la producción cerciorándose de que esté completa y en buen estado; comprobará que los textos no tengan errores de ortografía o

redacción. Verificados estos detalles, se dispondrá a ubicarlos en los espacios que les fueron conferidos, junto con los arquitectos encargados.

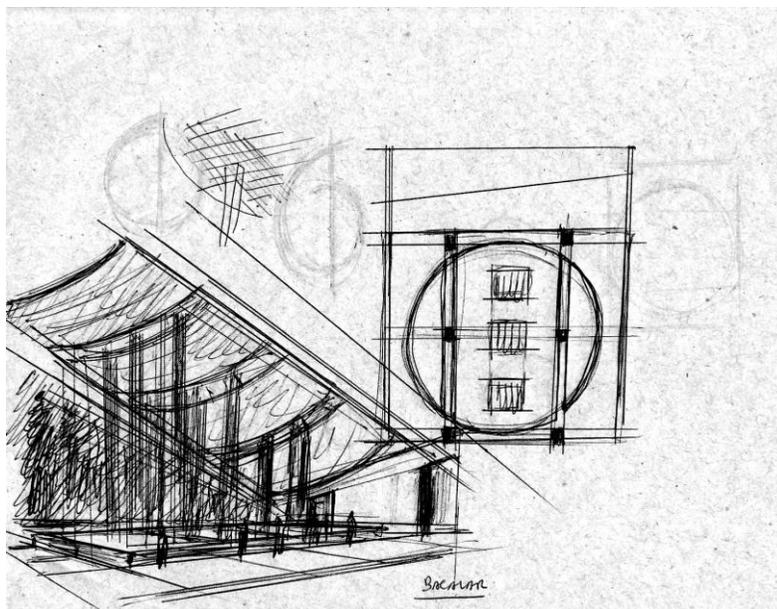
Conforme se va realizando esta labor, revisará que dentro de la sala no falte nada, que los señalamientos sean los correctos y que se encuentren bien ubicados, que los servicios sean los adecuados; hará innumerables recorridos a lo largo de toda la exhibición, comprobando que todo esté en orden, que no falten piezas, que las vitrinas se encuentren en la mejor de las condiciones, que se cierren adecuadamente, que la luz se ajuste a las necesidades de las piezas y que éstas no sean expuestas al sol, etcétera.; hará una última revisión de todos los textos montados, asegurándose de que se encuentren en buen estado. En resumen, se encargará de repasar todos y cada uno de los elementos de exhibición, evaluando los problemas que se puedan presentar, a los que ofrecerá soluciones adecuadas.

Entrega

Concluidos los trabajos, se hace entrega personal del recinto al contratante. Se le indica con precisión el mantenimiento que debe proporcionar tanto a los espacios de exhibición, como a los equipos que fueron instalados; si hay piezas en préstamo, se le hace entrega de los documentos que especifiquen el tipo de préstamo y la fecha en la que deben ser devueltas a sus dueños. Se presenta una bitácora de los trabajos entregados, y si hay algún faltante, se acuerda el lapso de su entrega.

1.4. La remodelación

Una vez que se firmó el contrato para realizar la remodelación del Museo del Fuerte de Bacalar, el equipo de “Museográfica, S.C.”, estudió el espacio para la exposición, tomando en cuenta que la Sra. Norma Jiménez nos pidió que se respetara el mural del pintor Elio Carmichel, originario de la región y muy querido por su población. Es un mural que se encuentra en el muro del fondo de la sala de exhibición de “El caballero alto”, y relata la historia de Bacalar desde la conquista hasta la Guerra de Castas.



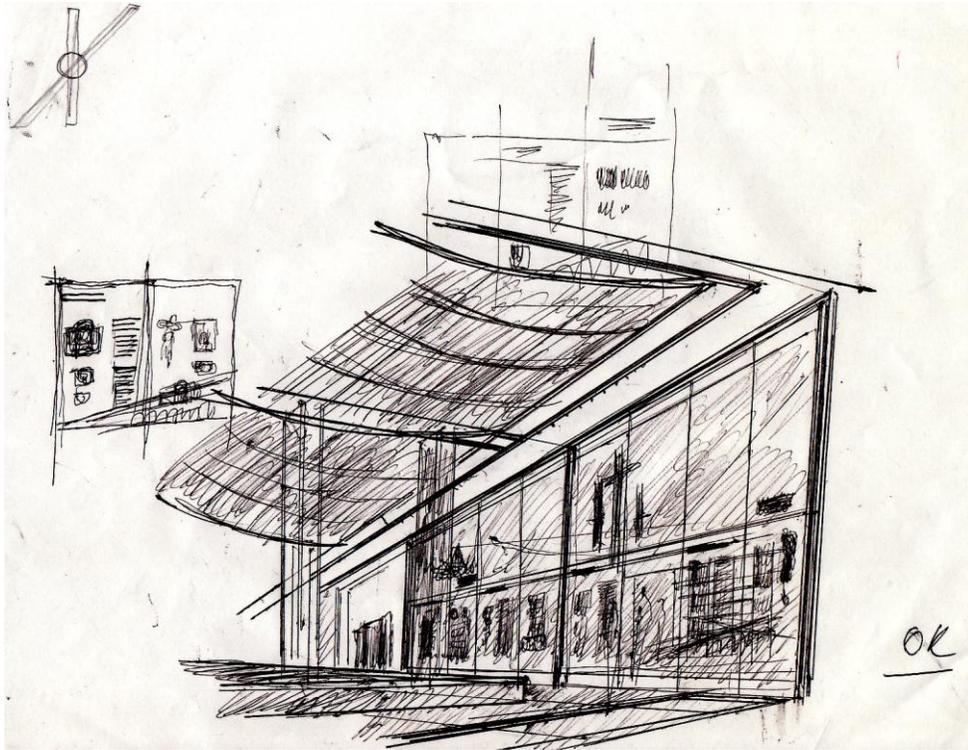
Bosquejo del mural de fondo en el Museo de Bacalar (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

Conforme a lo estipulado, la exhibición respetó los criterios de la temática anterior. Para enriquecerla, se introdujeron: la época prehispánica, la fundación de Payo Obispo, la historia de la Península de Yucatán en general y de Quintana Roo en particular; y por último, se presentó la industria que surgía en los albores del siglo XX: el chicle y la industria turística.

Para llevar a cabo la remodelación, Museográfica se encargó de limpiar y vaciar los espacios; asimismo se acondicionó y selló con vidrio de acrílico una excavación que mostraba los cimientos del Fuerte, para que los visitantes pudiesen caminar sobre ella y observar las modificaciones que había sufrido a lo largo de la historia. Se llevaron a cabo los trabajos de instalación eléctrica, hidráulicas, de ventilación, al igual que los de herrería y pintura; el piso se sustituyó por uno de concreto martelinado color gris claro, casi blanco; se mandaron a ampliar los vanos que comunicaban el salón principal con los dos pequeños salones laterales.

Conforme avanzaban estos trabajos, se mandaron a hacer los tableros que contendrían la información gráfica e histórica de la exposición. El espacio era muy reducido, y para hacer lucir el mural y no robar espacio visual a la exposición, se planeó, desde un primer momento, que la ubicación de los tableros se realizara alrededor del recinto; solamente en un área que lo permitió fueron colocados tableros que formaron una

especie de pequeño pasillo. En lugares acordes a la exposición, y estratégicos para el flujo de visitantes, fueron colocados unos “interactivos”.

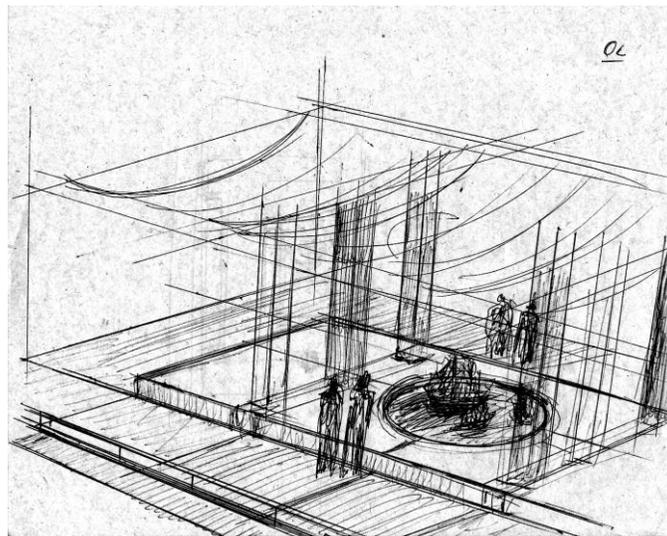


Bosquejo de los tableros del Museo de Bacalar (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

Entre los muros y los tableros que explican la historia se dejó un margen, los muros se tiñeron de color ocre, lo que dio a la sala un efecto muy particular. Durante la tarde, una vez que se pone el sol, y con el efecto de la luz eléctrica, este intenso color acentúa los tableros y el mural, al tiempo que los enmarca como si se tratara de *marialuisas*; el efecto que da es de magia y misterio.

Los tableros de color blanco se diseñaron con una línea que separa los títulos en español de los de inglés. Algunas imágenes representativas fueron seleccionadas para simbolizar los temas; éstas se presentaron como sellos de agua, es decir, en un color apenas perceptible. Entre los que usamos se encontraban: la representación prehispánica de la planta del maíz, los mayas putunes navegando en las costas, un galeón de siglo XVI, etcétera.

Al centro de la sala, que se puede observar como un galerón rectangular, se cavó un pequeño foso de 50 cm de profundidad, con un diámetro de 2.20 m para situar en él tres modelos de embarcaciones de la época; el más grande, al centro, un galeón español, de menor tamaño, y del lado izquierdo, un bergantín, y la menor, en el lado derecho, una pequeña balandra. El espacio fue circundado por herrería para que los visitantes pudiesen observar los modelos desde cada uno de sus ángulos; en este espacio se colocó una pantalla de video que presenta la vida en el mar, con una breve explicación acompañada de sonidos.



Bosquejo de las embarcaciones que se mandaron realizar para el Museo de Bacalar (préstamo del archivo particular de Museográfica, S.C.)

Puesto que el museo carecía absolutamente de colección, fue necesario formarla. Entre los objetos que se consideraron indispensables, se encontraban los instrumentos de navegación y las armas; para su exhibición, se mandaron diseñar dos vitrinas de 1.40 x 1.40 m de base x .35 m de altura, colocadas sobre una plataforma central de 50 cm de altura, que se situaron a unos metros de distancia de donde se exhiben los modelos de embarcaciones. Finalmente, se adquirieron: astrolabio, sextante, octante, reloj de arena, compás marino, brújula, además de arcabuces, pistolas y sables de los siglos XVI a XVIII, así como rifles del siglo XIX, de los usados durante la Guerra de Castas. La compra de réplicas se realizó a través de internet y de originales en galerías.

Durante el proceso de remodelación se dio mantenimiento al foso: se limpió, se desyerbó y se hizo crecer pasto; además se instalaron potentes lámparas eléctricas que

durante algún momento de la noche iluminan el Fuerte, haciéndolo de esta manera mucho más atractivo.

La información presentada se realizó tanto en español como en inglés, considerando que, además de los muchos turistas mexicanos y latinos, también llegan visitantes de todas partes del mundo.

La exhibición luce original, en un espacio de pequeña amplitud; sugiere al visitante un recorrido cronológico sin oponerse a que siga el de su preferencia. Desde el inicio, el visitante obtiene una perspectiva visual del conjunto casi total.

Por sus características en dimensión y tratamiento de los temas, la exposición se torna digerible, amena y entretenida, lo que la hace muy atractiva. La época prehispánica, la conquista, la conformación del Estado de Chetumal como entidad federativa, el palo de tinte y la nueva industria del chicle y la turística se manejaron básicamente mediante gráficos, no porque tuviesen menor importancia, sino por las características reducidas del espacio.

La piratería y la Guerra de Castas fueron temas a los que se les confirió mayor peso por su importancia. De hecho, el Fuerte fue construido como protección contra los ataques piratas, y en torno a éstos continuamente se tejen leyendas y aventuras que despiertan la curiosidad e imaginación de la gente. La Guerra de Castas fue un movimiento que duró medio siglo y que tuvo fuertes repercusiones en la entidad. En este caso, se buscó apoyar este tema, además de con los gráficos, con otra clase de elementos, como fotografías aéreas, de haciendas, indígenas, de militares, etcétera., y mapas.

Para explicar la piratería, hicimos uso de modelos de embarcaciones, instrumentos de navegación, armas de la época. Por las características de este tema en particular, que es un tanto mágico y bastante seductor, pensamos en diferentes maneras de sorprender y despertar el interés de nuestros visitantes. Una de ellas fue a través de la simulación de un ataque pirata al público, para lo cual mandamos a hacer serigrafías al tamaño casi natural del público con las imágenes más amenazantes de algunos de ellos; las serigrafías fueron colocadas en tableros de acrílico que colgamos de techo a piso, para que al momento en que el visitante entrara a la sala, se sorprendiera al verse acechado por semejantes bandidos empuñando cada uno un arma, con rostros enfurecidos. Además, se mandaron colocar a lo largo y ancho del techo de la exhibición mantas blancas que simularan la vela de un enorme barco, y mediante una grabación, se extendía el sonido del mar por la sala.

Se realizaron dos interactivos: el primero, un *software* llamado “La Piratería”. Se basó en una investigación formal sobre ésta, enfocada particularmente a los visitantes adultos, quienes pueden acceder a distintas informaciones sobre el tema que se despliega en pantalla mediante un menú. Para los niños, se diseñó otro en el que pudiesen jugar y desarrollar su creatividad. “Crea tu pirata” es un juego en el que, a través de preguntas y respuestas: escribe tu nombre, ¿eres niño o niña?, ¿Cómo quieres que sea tu pirata?, ¿Tuerto o manco?, ¿Con perico o sin perico?, ¿Usa sombrero o paliacate?, El niño o niña elige la personalidad de su pirata; finalmente, aparece en pantalla el pirata con el nombre del niño y las características que él o ella seleccionó.

Para la Guerra de Castas se diseñó otro *software* que explica las causas del conflicto y su desarrollo; se ubicaron las zonas donde se libraron las batallas entre el ejército militar y los cruzoobs.⁶ Se explica también el culto a la cruz parlante, fenómeno que cohesionó el movimiento rebelde dándole gran fuerza para manifestarse contra el gobierno militar.

Un antiguo adagio chino dice: *Oigo y olvido, veo y recuerdo, hago y comprendo.*⁷ Desde mi punto de vista, este interesante adagio sintetiza la experiencia y los estudios de los especialistas en museos para determinar la mejor estrategia de enseñanza: introducir el conocimiento a través de los sentidos. Por esto, los museos, cada vez se interesan más por adecuar sus exposiciones para que los visitantes interactúen. El museo de Bacalar no es la excepción, ya que pretende llevar al visitante a vivir experiencias similares y a participar más para sellar ese conocimiento.

La realización de un museo es un trabajo enriquecedor; cada museo aporta aprendizaje de culturas, espacios y relaciones diferentes, si bien pareciera que los museos son similares entre sí, cada uno enfrenta procesos y retos diferentes que los torna únicos e inigualables. La satisfacción de su conclusión también lo es. Su realización puede tomar algún tiempo por la magnitud del trabajo que implica, pero los resultados son muy reconfortantes. Así fue en este caso.

⁶ Nombre con que se designó a los mayas rebeldes que se sublevaron durante la guerra de castas.

⁷ B.J. Poole, “La educación multimedia”, disponible en <<http://hera.fed.uva.es/materiales/Lectura%204B.pdf>> (consulta realizada el 11 de junio de 2007).

1.5. Una compañía en crisis

Definitivamente la remodelación del museo fue todo un éxito: cubrió todas las expectativas que se esperaban de él y las rebasó. Lamentablemente, debido a la falta de presupuesto se pospuso la construcción de un edificio anexo que alojaría un restaurante, sala de exposiciones temporales y talleres educativos. Después de este proyecto y debido a la ausencia de interés cultural del gobierno en turno, el trabajo en Museográfica, S.C. se redujo drásticamente, por lo que se vio en la necesidad de prescindir de la mayor parte de su personal, y en ese momento yo quedé fuera.

Para entender esta crisis sería bueno revisar en rasgos generales la historia de la compañía. Sobre ella uno de sus directores dice:

Museográfica, S.C., firma especializada en la planeación, diseño e instalación de museos y exposiciones, fue creada el 7 de julio de 1977, por Jorge Agostoni Colombo e Iker Larrauri Prado, ambos pioneros en este campo; participaron en la creación del Museo de Antropología e Historia, Agostoni de profesión arquitecto, con postgrado en restauración de monumentos y museología; Larrauri escultor, artista y autodidacta en este ámbito, junto a un destacado equipo han desarrollado su trabajo durante diferentes períodos de la museografía en México, tanto en el sector público como el privado, durante su trayectoria han cubierto prácticamente todos los aspectos de organización, promoción y operación de museos. 8

Entre los servicios profesionales que Museográfica, S.C. ofrece se encuentran: la Planeación, Diseño, Supervisión y Dirección de las Obras de Adecuación y de la Producción Museográfica y la Dirección del Montaje Museográfico. Esta es una compañía privada que desde su fundación ha atravesado por periodos muy favorables y otros muy críticos, vinculados con las políticas económicas del país y con los presupuestos asignados a la cultura.

El equipo consistía aproximadamente de dieciséis personas, entre ellas ocho arquitectos y cinco investigadores de planta, además del director, la secretaria y el contador. Por proyecto se contrataban diseñadores, serigrafistas, maquetistas y de ser necesarios más investigadores, entre otros.

Su conocimiento los llevó a participar en museos a gran escala y de fuerte peso social tanto en México como en el extranjero. Entre los que se han realizado, se encuentran: el Museo de Nubia, Egipto; el Museo Olímpico de Laussane, Suiza; El Museo

8 Leticia Anaya Merchant, *op. cit.*

de Antropología de Xalapa, Veracruz; el Museo de la Cultura Maya; el Museo de Historia Mexicana en Monterrey, Nuevo León; el Museo de las Culturas del Norte en Paquimé, Chihuahua; el Museo Nacional de Arte; el Museo del Fuerte de San Felipe, Bacalar, Chetumal, Quintana Roo.

La aparición de nuevas compañías comprometidas en este ámbito ha ido en aumento; entre ellas, se encuentran: Margen Rojo, Museotec, etcétera., “Sin hacer una valoración específica o sin calificar tal o cual empresa, su proliferación lleva a Agostoni a advertir que: la falta de una crítica seria a la museografía se ha vuelto un verdadero problema, ya que deriva en la aparición de un creciente número de charlatanes pseudo museógrafos y curadores que hacen pésimos montajes”.⁹

Si bien, como afirma Jorge Agostoni “la finalidad de los museos es responder a nuestras necesidades”.¹⁰ La experiencia nos ha demostrado que los sectores de cultura y educación en México son los últimos en recibir presupuesto federal; la mayor parte de los museos que se hacen en nuestro país responden más a una mera formalidad que a las necesidades de nuestra población. Los temas, por supuesto, reivindicán las políticas en curso, sin salirse demasiado de los patrones que se han establecido. Aun cuando los historiadores y especialistas busquen dar un sesgo más real, generalmente someterán sus intereses, a menos que obtengan cierta flexibilidad en ese sentido. En resumen, los museos responden más a los intereses políticos y de pequeños grupos, que a las necesidades de nuestra población.

Es a finales de un periodo presidencial o de uno de Gobierno que se contrata este tipo de servicio; también es de sobra sabido que al inicio de un sexenio es muy probable que los museógrafos se encuentren sin trabajo. Si bien Museográfica redujo su funcionamiento a medio sexenio que es cuando deberían de mejorar las ofertas de trabajo en este campo, el de Vicente Fox fue justamente uno de los gobiernos que se caracterizaron por la falta de apoyo a la educación y la cultura.

Como en este ámbito no es fácil predecir la cantidad de trabajo que se puede llegar a obtener; la organización que se desprende de la descripción de actividades representa un trabajo altamente especializado e interdisciplinario. Se conformó por esta razón de manera que pudiese sobrevivir sin desintegrarse cada vez que hubiese una crisis. Puedo indicar que en más de una ocasión a todos en el equipo nos redujeron el horario de trabajo como

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

medida para no desemplearnos por la falta de trabajo y de posibles proyectos en puerta.
Pero en un momento dado, algunos quedamos fuera.

Capítulo 2

La actual irrelevancia del trabajo museístico y la difusión cultural

Este capítulo tiene por objetivo explicar la situación que actualmente existe en el ámbito de los museos privados en especial y, cómo parte de la difusión cultural en el ámbito nacional.

Para ello ponderamos el valor de los museos, la importancia de la difusión cultural y analizamos los cambios en curso que actualmente operan en estos ámbitos y que están modificando su existencia.

2.1. Aspectos educativos en los museos

La situación en la que salí de Museográfica, me hizo retomar el asunto en dos niveles: laboral e intelectual, éste último me llevó a desarrollar el presente informe con una conciencia mucho más clara y analítica del papel que ejerció mi carrera en mi desarrollo profesional. En consecuencia, este capítulo se enfoca a presentar las funciones que desempeñan los museos y cómo encajamos nosotros en este ámbito.

Para encontrar sentido social a los museos tenemos que hacer algunas consideraciones más generales. La museografía, como producto cultural, ha adquirido importancia hace más o menos medio siglo. A lo largo de mi investigación he encontrado diferentes definiciones de museo, la mayoría parten del significado de la palabra *museion*, templo dedicado a las musas, patronas de las artes y las letras, hijas de Zeus. En esta búsqueda encontré un breve texto de Daniela Osorio Olave, “El museo como espacio sagrado” en él establece la relación entre museo, mito y rito, idea ya trabajada por otros autores, entre ellos Canclini, Carlos Córdova, etcétera.

Desde su significado dice Osorio:

la palabra museo está vinculada al mito griego, retoma a Cassirer en su libro *el mito del Estado*, para plantear su teoría, indica que a lo largo de su historia el hombre en su afán de ordenar y entender su universo se ha dado a la tarea de dividir, ordenar y clasificar los objetos naturales y materiales de su entorno. Afirma que la función del museo no difiere en absoluto la ya

mencionada, señala entonces que los ritos que practicaba el hombre primitivo no eran ajenos a un experimento científico.

Pero para cerrar el círculo entre mito, rito y museo es necesario entender la función ritual que cumple la conservación del patrimonio y la difusión del mismo, el patrimonio –indica– es el portador de la memoria colectiva, la explicación del hombre a través de los tiempos, entonces lo que se pudiese considerar un acto pasivo de estancamiento como es la conservación de objetos no es sino una actividad transformadora que actúa sobre nuestro presente para modificar el futuro teniendo como referencia nuestro pasado. Pero para que sea un rito debe existir un público que dé testimonio de los acontecimientos, de igual forma la existencia del museo sólo se justifica si éste es visitado por un público al cual se le transmitirá este conocimiento.¹¹

Esta primera etapa de la museología se distinguió por contemplación y veneración de los objetos en su belleza, pero frente a este contexto se mantuvo la pasividad, falta de diálogo y la ausencia de carácter crítico.

Un aspecto importante en este sentido es el educativo, que combina un conjunto de valores, patrones y conocimientos adquiridos a lo largo de nuestro desarrollo, preparándonos para ejercer la completa libertad y autonomía en nuestras vidas, pero como no estamos solos, sino con otros, se vuelve un derecho fundamental de todo individuo para favorecer la convivencia y el crecimiento económico, político, cultural en nuestras sociedades.

Educar es formar personalidades propiciar el desarrollo de los sujetos éticos que habrán de asimilar y digerir todo un orden cultural y moral en el que los conocimientos adquiridos tengan pertinencia y sentido. Educar es forjar seres humanos líderes, sensibles, autónomos, críticos y creativos, aptos para el ejercicio consciente de la democracia y para enriquecer la tradición en la que están inmersos.¹²

Desde este punto de vista, cuando hablamos de educación, pensamos generalmente en la escuela y los conocimientos que adquirimos ahí, pero éstos no solamente provienen de la institución, de manera que podemos hablar de diferentes tipos de educación en los que nos vemos inmersos durante casi toda nuestra vida, de ahí que podamos indicar que

11 Daniela Osorio Olave, "El Museo como espacio sagrado", disponible en <http://www.architectum.edu.mx/Architectumtemp/ensayos/dosorio1/dosorio1.htm> (consulta realizada el 27 de junio de 2008).

12 Juan Ramón de la Fuente, "Mensaje del rector en la ceremonia de investidura de profesores e investigadores eméritos, 15 de septiembre de 2000", citado por Juliana González, "La Universidad Autónoma de México y su magisterio", en *Los Universitarios*, Nueva Época, núm. 33. México: UNAM, Coordinación de la Difusión Cultural, junio de 2003, pág. 9.

existe la educación no formal, la educación formal y la informal. Los museos se inscriben en esta última. Al respecto:

Judithe D. Speidel y Sue E. Sturtevant indican que en el sentido más amplio, todos los museos son educativos. La existencia de una colección de artefactos fomenta por sí misma, el aprendizaje. No obstante como sucede con otros enfoques, la educación museográfica puede ser formal, o no formal en su implementación. Muchos museos ofrecen programas de tipo escolar para los niños. Por otro lado, algunos se concentran en la exposición de sus colecciones sin proporcionar prácticamente ninguna interpretación. Tal como se procede, esta educación se encuentra casi completamente a cargo del observador. Además, existen muchos programas no formales en los cuales el museo interpreta intencionalmente la colección para el visitante, utilizando una amplia gama de técnicas de educación no formal [...] Lo que constituye la educación museográfica varía en su clase y calidad según el tipo y ubicación del museo, los recursos financieros disponibles, el tamaño de la colección, las actitudes de los administradores, el director y los encargados. Por ello cualquier generalización debe ser hecha con ciertas reservas.¹³

Como parte de la educación informal, sea para la ciencia, el arte o la historia, los museos ocupan un lugar determinante, ya que en la actualidad han sido pensados para promover e inducir el conocimiento tanto a niños como a adultos de todas las clases sociales y de todas las preferencias sexuales, culturales y políticas.

Uno de los trabajos que yo desempeñé como difusora del conocimiento, en el museo de Bacalar, fue adaptar los conocimientos a todo tipo de público para que fuese comprensible tanto para los niños como para los adultos de diferentes niveles culturales.

No obstante, durante mucho tiempo y todavía a la fecha, para mucha gente la institución museo es sinónimo de aburrimiento, la falta de recursos en las exposiciones las tornan inadecuadas, obsoletas, carentes de atracción, creatividad e interés. Sólo un pequeño número de museos se salvan gracias al fuerte apoyo económico que los respalda, como las grandes corporaciones, las sociedades de amigos de los museos, los patronatos, etcétera., y si a eso se le agrega un costo alto, el público preferirá gastar su tiempo y dinero en pasear por la feria, el zoológico o un centro comercial; en este sentido, los museos siguen siendo visitados por pequeñas élites.

Los museos, preocupados porque se difunda la cultura y el conocimiento, se han esforzado por manejar las cosas de manera distinta; para atraer más público, haciendo que

¹³ Horacio B. Reed y Elizabeth Lee Loughran, *Más allá de las escuelas. Educación para el desarrollo económico social y personal*. México: Gernika, 1992, págs. 271-272.

las exposiciones sean atractivas, amenas, lúdicas, entretenidas, etcétera., sin embargo, tanta atracción, los está transformando en verdaderos centros de diversiones, casi, como Disneylandia. Al respecto, Agostoni indica “que la museografía se dirige hacia el espectáculo y la interactividad total”,¹⁴ pero creo que ésa no es la finalidad, que éstas son herramientas de las que nos podemos valer porque son fuentes potenciales para que el público las aproveche en su desarrollo cultural e intelectual. Pero también es cierto que continuamente se estudian nuevas posibilidades para dar mayor consistencia a los contenidos.

2.2. Los museos en México

La dinámica que el Estado había seguido durante generaciones ha cambiado debido al reacomodo de la economía mundial. Su participación ha sido paulatinamente desplazada en los ámbitos educativo y cultural. Frente a esta circunstancia, la iniciativa privada cada vez tiene mayor participación, pero hasta el momento nada muy consistente. Gerardo Estrada, director del Departamento de Difusión Cultural de la UNAM, en la apertura de la 2ª conferencia que dio Blas Fernández Gallego, “Gestión cultural y políticas culturales” en la sala Carlos Chávez del Centro Cultural Universitario el 19 de septiembre de 2007, afirmó que la cultura no se está privatizando, que “¡ojalá los particulares se interesaran en ella!”, pero que no es así, porque es un producto que “¡no se vende!”, lamentablemente y frente a esta afirmación, viniendo de una figura pública tan docta en el tema, no creo que la realidad sea muy ajena a su comentario. Lo que no queda claro es hasta qué punto la iniciativa privada va a participar y hasta dónde el Estado lo va a dejar de hacer. Este aspecto nos lleva a una consideración de carácter histórico.

En el caso mexicano, diferentes autores, en términos generales, refieren dos etapas en la museografía. Algunos parten del siglo XIX hasta mediados del XX, otros indican el inicio del siglo XX hasta mediados del mismo, entre ellos puedo mencionar a Néstor García Canclini y Rodrigo Witker. Ambos coinciden en que el museo surge como una necesidad del Estado para crear una historia común y restablecer la identidad nacional.

La primera etapa muestra un carácter fuertemente eurocentrista, y a ésta “corresponde la creación del Museo Nacional en 1825 y más tarde, para 1870, conforme

¹⁴ Leticia Anaya Merchant, *op. cit.*,

progresan los estudios científicos, se va haciendo una distinción de objetos arqueológicos, históricos y los objetos que corresponden al área de historia natural. Entonces, el museo se divide en tres secciones: historia natural, arqueología e historia”.¹⁵ El estudio y clasificación de las colecciones marcó una evolución importante para su desarrollo, ya que todavía para estas fechas muchos objetos carecían de este tipo de información, se encontraban mezclados, sin una clara distinción, sus exposiciones se abrían esporádicamente y se dirigían a un público selecto.

Para la segunda etapa que se perfila desde los años cuarenta, los autores coinciden en que se refuerza y mantiene el objetivo pronunciado en la primera, cohesionar y dar sentido al origen de un pueblo: la antropología, etnografía e historia sirven de marco conceptual en la relación del hombre y su entorno, pero ahora con un rasgo marcadamente nacionalista.

A partir de los años cincuenta cuando se institucionalizó la revolución y las corrientes modernizadoras se impusieron en las políticas gubernamentales, se ordena el patrimonio en museos diferenciados. El desarrollo industrial y turístico, la mayor profesionalización de artistas y científicos sociales contribuyeron a separar lo histórico de lo artístico, lo tradicional de lo moderno, lo culto de lo popular.¹⁶

Pero es hasta los sesenta cuando alcanza su esplendor con la creación del Museo Nacional de Antropología, el Museo Nacional de las Culturas, y el Nacional del Virreinato, entre otros. Desde hacía ya varios años, tanto los artistas plásticos como los arquitectos buscaban plasmar una nueva concepción de exposición, pero la falta de presupuesto había frenado sus proyectos.

En la realización del Museo Nacional de Antropología, artistas y arquitectos como Pedro Ramírez Vázquez, Ignacio Marquina, Luis Avelleyra, Ignacio Bernal, Iker Larrauri, Jorge Agostoni, Isabel Marín, Mathías Goeritz, Rufino Tamayo, Carlos Mérida, entre muchos otros, aportaron ideas muy originales e innovadoras que pasarían a revolucionar el mundo de los museos. El museo termina por ser un éxito absoluto, a nivel nacional e internacional. Arquitectos y artistas de todo el mundo vienen para presenciar este fenómeno y lo toman de ejemplo. México se antepone como vanguardia de la museografía en ese momento.

15 Rodrigo Witker, *Los museos, op. cit.* pág. 63.

16 Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* México: Grijalbo, 1995, págs. 161-162.

Así, el museo rompe de tajo con las viejas exposiciones, emerge con objetivos claros y concretos: promover la cultura entre el mayor número de personas posibles. Esto es lo que le da un carácter revolucionario, deja de ser un centro para la élite y pasa a formar parte del pueblo, el carácter de las exhibiciones también cambia, ya no son los objetos bellos y decorativos los que se exhibirán, sino los que muestren las estructuras de una comunidad y las relaciones con su entorno.

Este esfuerzo es un claro ejemplo del trabajo que se realizó para romper con los viejos cánones establecidos. A la fecha, no se tiene registro de otro museo que haya hecho un trabajo tan profundo y extenso de nuestras culturas.

Uno de los comentarios más frecuentes que escuchamos de quienes salen, luego de su primera visita es que “no se puede ver todo en una sola vez” la “infinitud” simulada del Museo es una metáfora del patrimonio nacional [...] la virtud de la institución es ofrecer a la vez la totalidad de las culturas de México y la imposibilidad de conocerlas, la vastedad de la nación y la dificultad de cada individuo por separado de apropiársela.¹⁷

Finalmente, eso es lo que resume el museo; nos encontramos representados en un sinnúmero de fragmentos, como si de un espejo roto se tratara, y pudiésemos ver en cada pequeño pedazo una de la infinidad de formas que nos representan, de las que formamos parte; aún cuando quisiéramos conocer todo nuestro bagaje cultural se torna casi imposible, y una de las vías para descubrir, conocer y apropiarnos de nuestra riqueza es a través de los museos. En este contexto, México tiene una importante infraestructura en museos, lo que puede ser un potencial laboral.

Sobre esta etapa, Jorge Agostoni puntualiza otros aspectos: “México ha estado a la vanguardia de la museografía en tres ocasiones, la primera entre los años cuarenta y cincuenta, donde las exposiciones resaltaron por el contraste entre forma y color tomado de los mismos objetos, la presentación de objetos en su entorno social durante los setenta, nos llevó a ser el centro de atención nuevamente y a inicios de los noventa el uso museográfico de múltiples recursos: ambientaciones, audio, video, informática, etcétera., para preparar el discurso museográfico apelando a todos los sentidos”.¹⁸

¹⁷ *Ibid.*, p.172 y 173.

¹⁸ Leticia Anaya Merchant, *op. cit.*

Desde el punto de vista educativo, la nueva museografía se distingue, en primer lugar, porque las exposiciones dejan de tener exclusivamente ese carácter estético y pasan a preocuparse por sus contenidos y por la interacción que se crea entre el público y los objetos, Canclini y Larrauri manifiestan que: éstos ya no tienen que ser bellos, sino el reflejo de su relación con el hombre dentro del contexto existente.¹⁹ Los objetos buscan ser expuestos, lo que permite establecer una relación dialógica con los visitantes. Las presentaciones van acompañadas de elementos que apoyen la información: videos, interactivos, tridimensionales que amplíen la información.

Entonces, desde el punto de vista educativo, la primera visión pretendía no difundir el conocimiento; mientras que la segunda, por el contrario, busca difundirlo, profundizando en estudios cognitivos, con una visión mucho más crítica y digerible a una mayor cantidad de público, exigiendo además la confrontación y el diálogo para hacerla más efectiva.

Adicionalmente, se plantea la participación de un público cada vez más extenso, en principio exento de elitismos; se establecen nuevos criterios de exhibición que proporcionan al visitante elementos para que razone y discuta las exhibiciones que le son presentadas desde una perspectiva más crítica, con el objeto de enseñar y difundir el conocimiento y la cultura. Hay esfuerzos para que las exhibiciones se tornen atractivas, dinámicas y entretenidas. Se va tomando al visitante como alguien importante: con el tiempo se profundiza en los estudios de público, educación y pedagogía, se busca mejorar las propuestas museográficas, con expectativas didácticas, lúdicas y activas, que promuevan el interés por el conocimiento.

Una de las características de Museográfica, S.C. es que se ha mantenido a la vanguardia en sus propuestas mediante la participación en concursos, innovación de materiales, además de la implementación de tecnologías avanzadas, lo que le confiere como empresa una amplia experiencia en este ámbito, motivo por el cual tanto instituciones privadas como públicas le siguen demandando sus servicios.

En la actualidad, aún cuando el Estado pareciera que se esfuerza por mantener la postura que a lo largo de estos dos siglos ha sostenido de salvaguardar la identidad nacional apoyándose en instituciones culturales como los museos, a mí no me queda claro que sea en realidad este su objetivo; ya que cada vez son más los factores y actores

19 Néstor García Canclini, *op. cit.*, pág. 163, y Graciela Schmilchuck, *Museos, comunicación y educación*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes, 1987, pág. 353.

externos que interfieren en sus determinaciones y cada vez éste se aleja más y más de dichas instituciones. Lo que es cierto es que sus políticas se están reconfigurando y no se sabe hacia dónde van.

Dentro de la innumerable cantidad de museos que existen en México,²⁰ distingo en el siguiente cuadro la clasificación que propone el Instituto Latinoamericano de los Museos para las Instituciones, según su estatuto administrativo.²¹

Tipología de los museos:

ESTATALES	PRIVADOS	MIXTOS
Museos estatales: “Que pertenecen, son financiados o administrados por instituciones de carácter estatal. Entre ellas podemos mencionar ministerios o secretarías, institutos nacionales, entidades autónomas y semiautónomas del Estado, gobiernos, provisionales, municipalidades, alcaldías y entidades educativas del Estado (escuelas, colegios, universidades, entre otros)”.	Museos privados: Son aquellas instituciones que no reciben subsidio estatal, pertenecen a sociedades, fundaciones, asociaciones, instituciones educativas (escuelas, universidades), instituciones religiosas, cooperativas y personas naturales”.	Museos mixtos: Instituciones en cuya administración y financiamiento se da la coparticipación del Estado y entidades privadas en sus diferentes firmas.

Los museos estatales que son parte de un proyecto de gobierno han sido respaldados en general por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, dichas instituciones han mantenido un fuerte compromiso en la conservación del patrimonio cultural; no obstante, como es muy amplio su campo y muy estrecho su presupuesto, se han transformado en instituciones “hacedoras de milagros”. Entre los problemas que enfrentan, se encuentran los fondos insuficientes para realizar el mantenimiento de zonas arqueológicas, excavaciones y estudios de zonas recién descubiertas, que en muchas ocasiones prefieren dejar sepultadas por los costos que implican y la contratación de más personal. En las áreas de museografía se mantienen tantos museos que lamentablemente algunos no logran cumplir con los objetivos que plantean. Su participación en proyectos y actividades culturales es muy amplia.

²⁰ En la actualidad se encuentran registrados por el Sistema de Información Cultural (SIC) 1,128 museos en 32 entidades del país.

²¹ Revista digital *Nueva Museología*, “Propuesta clasificatoria de las Instituciones Custodias del Patrimonio”, en *Nueva museología*, revista digital disponible en <http://www.nuevamuseologia.com.ar.clasificacion.htm> (consulta realizada el 07 de noviembre de 2007).

A escala nacional no sólo no se ha creado una Secretaría de la Cultura, pese a iniciativas en ese sentido, sino que el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes no ha logrado establecer un marco legal de competencia en relación con los viejos organismos (Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes, Imcine) [...] hace que muchas decisiones económicas sobre la cultura se tomen en la Secretaría de Hacienda o como parte de las políticas presupuestarias generales del país, sin que Conaculta pueda hacer valer aspectos específicamente culturales en la distribución de fondos.²²

Respecto de los museos privados, García Canclini los distingue de los públicos mediante conceptos, como los incluidos en este ejemplo que él utiliza:

Espiritualización esteticista del patrimonio y Ritualización histórica y antropológica, ejemplifica el primero con el Museo Rufino Tamayo de Oaxaca [...] Sigue, en parte, las pautas de exhibición de los museos clásicos europeos [...] Los objetos antiguos son separados de las relaciones sociales para las que fueron producidos.²³

La particularidad que muestra Canclini sobre los museos privados es uno de los rasgos que ha caracterizado a los viejos museos, indica “que en América Latina muchos de ellos muestran sus colecciones casi amontonadas”,²⁴ con una intención meramente estética.

Las tardías acciones a favor del patrimonio suelen ser obra de la sociedad civil, de empresas privadas o grupos comunitarios [...] gran parte de ellos pertenece a bancos, fundaciones y asociaciones no estatales. Se concentran en las grandes ciudades, actúan desconectados entre sí y con el sistema educativo, en parte porque dependen de organismos particulares, y también por la falta de una política cultural orgánica a nivel nacional. Sirven más como conservadores de una pequeña porción del patrimonio, recursos de promoción turística y publicidad de empresas privadas, que como formadores de una cultura visual colectiva.²⁵

Si bien es cierto lo que Néstor García Canclini refiere sobre los museos particulares, también es evidente que dichas instituciones cumplen la función de investigar, preservar y educar a nuestra población y que cubren algunos de los espacios que el estado no ha podido abarcar. Creo que el mayor problema que Canclini enfatiza estriba en la ausencia de una política cultural seria, que dé estructura y cohesión a todos los proyectos, tanto públicos como privados.

²² Néstor García Canclini *Industrias culturales y el desarrollo de México*, México: FCE, 2006, pág. 10.

²³ Néstor García Canclini, *Culturas híbridas.*, *op. cit.*, págs. 162-164.

²⁴ *Ibid.*, pág. 160.

²⁵ *Ibid.*, pág. 161.

En ambos espacios de acción –público y privado- se han generado empresas que, como Museográfica, se enfocan a prestar servicios de diversa índole a estas instituciones, la situación de una está relacionada con lo que pasa a nivel general en el sector.

En México predominan los museos públicos; los privados son una minoría, estos últimos se crean de diferentes maneras, entre otras, a través de los fideicomisos de grandes colecciones privadas y por lo mismo tienden más a hacer la presentación de objetos bellos, ya que responden a intereses particulares, por supuesto no es un absoluto. El Museo Dolores Olmedo, el Soumaya, el Franz Mayer, entre otros, son ejemplos de museos privados.

En la actualidad, los museos se valen del apoyo de patronatos, asociaciones de amigos de los museos y patrocinios de grandes empresas, para la obtención de recursos económicos y financieros, es el caso de “Papalote Museo del Niño” entre otros; por supuesto, el museo tiene como obligación agradecer públicamente dichos patrocinios.

En cuanto a las asociaciones amigos de los museos, señaladas y criticadas por muchos por alentar intereses no muy “confiables”, se han distinguido por prestar un fuerte respaldo a los museos, si bien tienen miras y objetivos particulares, no dejen de reconocer que dentro de estos grupos hay profesionistas que durante décadas se han interesado en actualizar y solucionar problemas que día a día enfrentan dichos recintos. Es decir problemas generados en los proyectos de educación, exhibición, restauración etcétera., y que son, algunos de ellos, pioneros de esta profesión, por lo que pienso que su interés no puede ser tan exclusivista ni tan elitista en este sentido.

Desde mi perspectiva y en la mayoría de los casos dichas asociaciones, formadas por el público y gente que ha trabajado en los museos, no buscan beneficios propios, sino para los mismos, además sus actividades están encaminadas a promover y difundirlos mediante donaciones.

Jorge Agostoni señala: “Estas asociaciones son muy efectivas y representan un apoyo importante, no solamente económico; pero es necesario establecer los límites y alcances de su funcionamiento, ya que ha habido casos en que dichas asociaciones han llegado a apropiarse de las instituciones”.²⁶

²⁶ Leticia Anaya Merchant, *op. cit.*

Durante la creación de un museo es esencial la difusión y una campaña de comunicación que se encargue de informar al público sobre el tipo de museo, los atractivos que presenta y la calidad de sus servicios.

La difusión, la promoción y la publicidad serán piedras angulares en estos proyectos, ya que sobre ellas recaerá el trabajo de atraer a los visitantes y de esto dependerá la cantidad de visitantes que reciba. Pilar Contreras indica que la promoción y la publicidad manejan el mismo mensaje y que su diferencia estriba en la cantidad de dinero invertido, en la manera de exponer el anuncio y el control y transmisión del mismo. La promoción dice: suele ser más eficaz ya que una tercera persona habla del producto, factor que incrementa el impacto y credibilidad del aviso. También señala que frente a la publicidad el público mantiene cierta desconfianza, lo que aventaja a la promoción al reorientar ideas, opiniones y creencias.²⁷

Ahora bien, entre los problemas que más afectan a los museos y a las empresas subsidiarias como en la que laboré, se encuentran: la falta de presupuestos para mantenimiento, renovación de equipos, contrataciones, así como para la creación de nuevos museos. La falta de difusión es otro de los problemas que aquejan este ámbito, ya que de no ser los grandes museos patrocinados por fuertes compañías, que reciben un flujo constante de visitantes, los demás se encuentran olvidados en todo el sentido de la palabra, porque de los 1,128 museos que tiene registrado el SIC en México, un gran porcentaje se encuentra en muy malas condiciones, carentes de todo apoyo y servicios.

En un artículo de internet, Ana Rosas Mantecón señala que: desde la década de los setentas se comenzaron a hacer estudios de consumo cultural en respuesta a programas de raiting y atendiendo más a las necesidades de la creciente industria cultural, sin ningún seguimiento posterior. Hacia fines de la década de los noventa, frente a una serie de demandas sociales y políticas por una mayor democratización cultural y debido también a una mayor mercantilización de la industria cultural es que se comenzaron a hacer estudios de público y consumo cultural, instituciones gubernamentales, espacios académicos y la misma industria cultural profundizan en dichos estudios. En el caso de los museos por ejemplo sólo algunos de ellos son muy demandados, en tanto que otros son menos considerados, los estudios entonces se realizan por la baja afluencia de visitantes en

²⁷ Pilar Contreras Irigoyen, "La promoción de un museo" en Jorge Flores Valdés (Compilador), *Cómo hacer un museo de ciencias*, México: FCE, 1998, págs. 163 - 164.

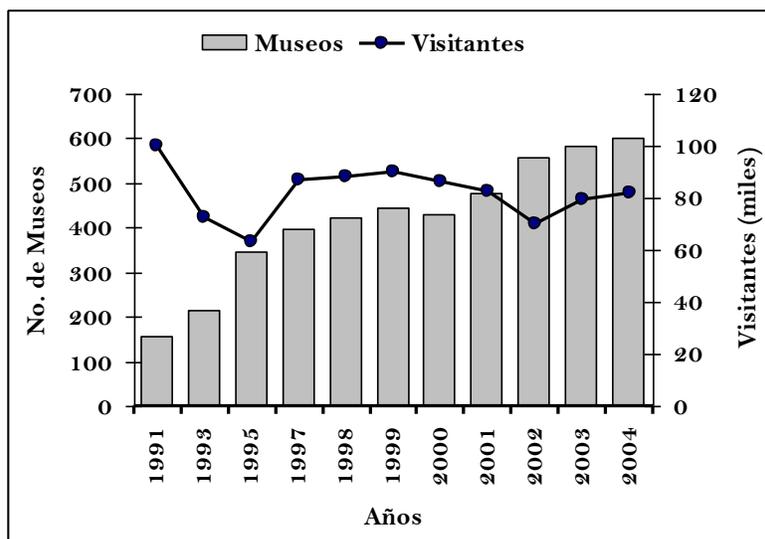
relación con la amplia oferta de algunos de ellos, no obstante, aún es difícil encontrar estudios sobre consumo cultural que muestren continuidad.²⁸

Si bien hay un considerable aumento de museos entre 1991 y 2004, lo cual es un dato muy positivo, en contraparte, hay un decreciente número de visitantes que reciben. La gráfica siguiente muestra que entre estos años casi se cuadruplicó el número de museos, en oposición al flujo de espectadores que recibieron. Durante 1991 el número de visitantes alcanzó casi 100 mil, cifra que fue decreciendo y en 2004 había bajado a 80 mil. En este lapso, una de las crisis en cuanto a visitantes fue la de 1995, cuando cayó hasta 60 mil. Hay cierta recuperación cuyo vértice es 1999 con poco más de 80 mil visitantes, pero vuelve a caer drásticamente en 2002.

Así, mientras la oferta de museos se multiplicó por cuatro, los visitantes disminuyeron en 20 mil; en otras palabras, mientras en 1991, 100 mil visitantes solicitaban servicios en alrededor de 150 museos; en el 2004, 80 mil visitantes se distribuyeron entre poco más de 600 museos. Tomando como base 100 en 1991 la cantidad de visitantes era de 666 y para 2004 había disminuido a 133. Lo que me lleva a destacar que no se crea concurrencia para asistir a los museos o que es insuficiente la difusión de los museos para invitar a una audiencia mucho mayor.

28 Ana Rosas Mantecón, *Los estudios sobre consumo cultural en México*, disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/mantecon.doc> (consulta realizada el 8 de mayo de 2009).

Museos y visitantes por museo en México de 1991 – 2004.²⁹



“Hasta el 2010 se sigue reflejando una falta de interés por la cultura en el mexicano promedio”³⁰ y esto se debe a varios factores entre ellos el que un gran porcentaje de la población percibe el salario mínimo que apenas alcanza para cubrir los gastos básicos para alimentación y transporte, ya no se hable de otros servicios.

¿Quiénes logran llegar a los museos? [...] los que pueden pagar el precio de entrada, que en el caso de los museos de la ciudad oscila entre 30 y 50 pesos (aproximadamente 3 dólares que equivalen a un día de salario mínimo de una población que ha visto disminuir agudamente su poder adquisitivo desde la crisis económica de los años ochenta)³¹.

Del 1º de diciembre del 2006 al 15 de Agosto de 2010 el precio de la Canasta Alimenticia Recomendable (CAR) ha pasado de \$ 80.83 a \$165.15, acumulado un incremento de 104.32%. El salario mínimo, para el mismo periodo de tiempo, pasó de \$48.67 a \$57.46 pesos acumulando un incremento de sólo 17%, resultando una pérdida acumulada del poder adquisitivo del salario tan sólo en el rubro de alimentos de 42.22%, sin

29 Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, disponible en http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Indices/Indicadores/Nacionales/Indn_cultura07.htm (consulta realizada el 6 de noviembre de 2007).

30 Consuelo Saizar, “Refleja encuesta desinterés cultural”, en Instituto Mexicano de Cinematografía, disponible en <http://www.imcine.gob.mx/refleja-encuesta-desinteres-cultural.html> (consulta realizada el 20 de enero de 2011).

31 Ana Rosas Mantecón, “Usos y desusos del patrimonio cultural: retos para la inclusión social en la ciudad de México”, en Anais do Museu Paulista, núm. 002, julho-dezembro, 2005, disponible en http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve_27313207 (consulta realizada el 20 de enero de 2011)

tomar en cuenta el incremento en otros rubros como servicios, gas domestico, renta, aseo personal y del hogar, en los tres primeros años del gobierno de Felipe Calderón, lo que es notorio en los bolsillos de los mexicanos.³²

En suma, al considerar lo anterior, vemos que las posibilidades de permanencia de una empresa como Museográfica enfrentó el aumento de la competencia, que estuvo acorde con el aumento de museos. Pero, al mismo tiempo, el declive en los visitantes a éstos.

2.3. El acervo cultural y difusión cultural

Considerando la distribución y variedad de infraestructura museística, podemos ubicar a los museos como depositarios pero, al mismo tiempo, difusores de una parte de la cultura nacional. Podemos afirmar que los museos forman parte de un engranaje mucho más grande y complejo, que integra la infraestructura cultural junto con otros medios: teatros, auditorios, cines, etcétera. En todos éstos se expresa nuestra cultura. Cuando hablamos de nuestra cultura, estamos hablando de nuestra identidad, nuestras raíces, la forma de pensar, filosofía, literatura, música, arte, belleza, lenguaje, comida, y de todo lo que existe a nuestro alrededor: nuestros ecosistemas, fauna, vegetación, y ahí pueden aparecer los museos. Efectivamente, México posee un acervo cultural muy rico y a la vez muy complejo, integrado por una amplia gama de expresiones que rebasan el ámbito del museo.

No obstante, y frente a esta basta oferta cultural, Sabina Berman y Lucina Jiménez plantean: existe un considerable desconocimiento de nuestra población sobre la misma, ni siquiera nos damos cuenta que somos nosotros con nuestros impuestos los que la pagamos, esta falta de información o difusión cultural deviene de una normatividad en las políticas culturales y del hecho que Conaculta dependa de la SHCP, que es en última instancia la dependencia que determina el modo de operar la cultura.³³

³² Centro de Análisis Multidisciplinario, “Empleo y Desempleo Durante el Desgobierno de Felipe Calderón 2006-2010”, (PRIMERA PARTE), Reporte de Investigación núm. 87 disponible en <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/2010/10/14/empleo-desempleo-situacion-del-campo-los-trabajadores-la-explotacion-laboral-canasta-alimenticia-recomendable-y-deuda-2006-2010/> (consulta realizada en internet el 20 de enero de 2011).

³³ Héctor González, “Conaculta, gestión sin proyecto”, disponible en <http://lapluma.blogia.com/2006/072401--conaculta-gestion-sin-proyecto-php> (consulta realizada el 30 de mayo de 2009).

Otros estudios efectuados en relación a este tema señalan que factores como el dinero, la posición geográfica junto con el crecimiento desordenado de la ciudad han favorecido el acceso, a las nuevas tecnologías y por ende a la industria cultural. La escolaridad es considerada un factor clave, ya que a mayor escolaridad, mayor consumo, como ya con anterioridad dije el público busca lo que entiende, en este caso, la población puede tener acceso a tres o más opciones culturales dentro de su localidad sin siquiera verlas.

La danza, que debería ser promovida entre nuestros niños, adolescentes y jóvenes para evitar el sedentarismo, el sobrepeso y la enajenación que se hace cada vez más fuerte a través de la televisión y los video juegos, debería tener un papel más consistente; sin embargo, su difusión y producción son escasas: apenas es considerada y desarrollada dentro de un pequeño sector de nuestra población. Es promovida por algunas instituciones gubernamentales, casas de cultura, compañías privadas, muchas veces acorde con modas e inclinaciones del momento.

En lo que respecta al teatro, las obras comerciales son contadas, y ya no se diga las que no lo son y las que producen los *aficionados*; nuestra población prácticamente las desconoce; su participación en este ámbito cultural es muy reducida, pese a que, en la década de los sesenta, el ISSSTE apoyara esta actividad, creando un número considerable de salas para su desarrollo.

A pesar de que poseemos un gran acervo musical en nuestro país: regional, popular, rock, clásica, grupera, etcétera, todavía no se ha desarrollado una educación en este sentido; sería importante que nuestra población tuviese acceso a una cultura general para elegir con libertad y conocimiento entre los Cumbia Kings y Natalia Lafourcade o Mozart y Miles Davies. Estudios realizados sobre música clásica indican que al escucharla, la gente puede liberar su estrés, además de asimilar mejor el conocimiento; lamentablemente, ésta es valorada por un sector bastante elitista dentro de nuestra población, y también bastante pequeño. En el caso del jazz, género que comienza a desempeñar un papel significativo a nivel nacional e internacional, no tiene patrocinadores, porque ¡no se vende!

El cine es un sector de la cultura muy concurrido por el grueso de nuestra población, por ser “accesible” a nuestros bolsillos; tiene demanda en la medida en que es comercial y entretenido, “sangriento, obscuro, cruel”, muchas veces no ofrece ninguna alternativa o propuesta, ya no digamos educativa, al menos saludable; por supuesto no lo

juzgo ni rechazo, mucho menos lo desacredito, pero considero que en este arte hay muchas posibilidades que pueden ofrecer conciencia, conocimiento y aprendizaje.

En el caso de la pintura, con tanto arraigo dentro de nuestra sociedad y realizada por calificados artistas y artesanos, es una de las artes con mayores recursos, amparada por diversos tipos de patrocinios, tanto privados como públicos. No obstante, la escultura, tan poco propagada y trabajada, es una actividad que apenas se considera de relleno; no se fomenta su aprendizaje ni el amor por conocerla o apreciarla; en los museos y exposiciones se integra a la de pintura como secundaria.

En suma, existe un amplio y variado espectro cultural que, sin embargo, no es conocido ni apreciado por toda la población, y en todo caso, la ausencia de demanda y la falta de educación son dos de los problemas que, de entrada, se consideran los principales obstáculos que enfrenta la cultura; ambas tienen que ver directamente con las industrias culturales: la primera porque no tiene la aceptación del cine o la televisión o la música popular; la segunda se genera porque es más fácil y entretenido entender un programa de televisión que visitar un museo o entender un cuadro. En último término, nos enfrenta a un problema no sólo de educación escolarizada, sino también de aparente ausencia de opciones didácticas. Se asumen los consumos culturales de cierto tipo porque los medios han reducido la oferta a la comunidad. Es un problema de difusión cultural y de concepción de lo educativo y su importancia, ya que deja a la “democrática” ley de mercado sesgar los consumos formativos. En este punto se debe reconsiderar el papel de la difusión cultural y el de la existencia, ubicación y responsabilidad de empresas dedicadas al desarrollo museístico, y en ese ámbito, a los profesionistas de Estudios Latinoamericanos.

2.4. La difusión cultural: consideraciones generales y situación actual en México

En una perspectiva más general, deberíamos ir más allá del ámbito de los museos, y hacer la siguiente pregunta ¿qué es la difusión cultural? y, ¿finalmente, cuál es el papel del latinoamericanista frente a ésta, incluyendo el trabajo que éste puede desempeñar dentro de las empresas no regidas simplistamente por la ley del mercado? La difusión cultural concierne a la transmisión de conocimientos y expresiones culturales, dirigidos al mayor número de personas posibles. Se ha comprobado que son el turismo y las industrias

culturales las que han favorecido este proceso “de transformación de la cultura en mercancía”, pero su aceptación está sujeta a la claridad de los mensajes que emite, también se ha comprobado que “el público apoya lo que comprende y aprecia”.³⁴

Promover el desarrollo personal y profesional entre nuestra población es, por tanto, el objetivo de la difusión y entre más se perfeccione, mayor será la posibilidad de interesar a un público más extenso y mejorar su calidad de vida.

Diferentes autores hablan de la importancia que tiene la ciencia y su divulgación, en este sentido, me parece que sería necesario incluir la cultura: es bien sabido que los gobiernos que se preocupan por desarrollar y establecer la ciencia, tecnología y cultura dentro de sus sociedades mejoran a pasos agigantados las condiciones de vida tan elementales como la salud, las medicinas, la alimentación, los desperdicios, la contaminación, así como el conocimiento, la creatividad, la autoestima, etcétera. Todas éstas son cuestiones que participan de culturas desarrolladas; inversamente, los gobiernos que no se preocupan por desarrollarla, viven en la dependencia absoluta, importando alimentos, medicinas, tecnología que ellos mismos no han podido producir”.³⁵

En este listado se encuentra la preocupante ausencia de preparación y cultura que poseen nuestros políticos: presidente, senadores, diputados, subsecretarios, etcétera., quienes nos colman hasta la saciedad con su falta de proyectos y compromisos, con su ignorancia, y ponen de manifiesto todos los días su falta de respeto, seriedad y eficiencia, haciéndola además ¡pública!; nos ridiculizan nacional e internacionalmente y, por desgracia, nosotros no hacemos nada. Por último, y para no extenderme tanto en este aspecto, se encuentra el problema base de nuestra sociedad, que es la corrupción, y que se encuentra enquistada en nuestra tradición.

Por ello, considero que la difusión cultural funge como piedra angular en nuestro desarrollo, ya que a través de ésta se pueden encontrar opciones culturales o alternativas artísticas. Recibimos apoyo y actualización constante en la educación formal que obtenemos de nuestras escuelas, en ediciones periódicas, libros, revistas, programas de televisión, información mediante internet o exposiciones museísticas, etcétera.

Es necesario indicar que sólo algunos medios cumplen con este fin; otros lo cumplen a medias o definitivamente lo hacen obedeciendo a intereses particulares para la

34 Manuel Calvo Hernando y otros, *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*, México: Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 2003, pág. 97.

35 Enrique Ganem Corvera, “Divulgación de la Ciencia y progreso social”, en *Ciencia y Desarrollo*, núm. 171. México, julio-agosto de 2003, págs. 23-24.

apropiación del máximo beneficio; la televisión es uno de los medios más sencillos que se presta para ejemplificar este punto, ya que los dos grandes monopolios televisivos de México son empresas privadas que, en primera, no están interesadas en la promoción y desarrollo de una cultura educativa y, en segundo lugar, sí están interesadas en vender única y exclusivamente entretenimiento, sin interesarse por aportar algún tipo de conocimiento o crear conciencia en la población respecto a temas tan importantes como la educación, la basura, la ecología, el agua, la economía, las artes, la alfabetización, la lectura.

Preciso indicar que no estoy peleada con la televisión y que dentro de la infinidad de información que transmite hay información muy valiosa, lamentablemente no toda la población tiene acceso ni en todos los canales la presentan. En todo caso, sería importante cuidar más sus contenidos, debido al carácter universal que tiene.

Frente a esta situación, se vuelve indispensable la toma de medidas que frenen el deterioro que actualmente enfrentamos; que se comience por generar una nueva conciencia: sin cultura y educación, seguiremos siendo víctimas de nosotros mismos por permitir que nos traten como lo han hecho hasta ahora. La difusión cultural, junto con los medios de comunicación, son herramientas necesarias e indispensables para lograr nuestros objetivos. No obstante, es necesario saber exactamente qué es lo que queremos, señalar objetivos claros y líneas de acción para alcanzarlos.

Pero para obtener resultados tangibles en la protección del patrimonio, es necesario profundizar en los movimientos que se están llevando a cabo en relación con la comunicación e informática, estableciendo leyes que regulen nuestras políticas culturales, comenzando por las que se refieren a la difusión, la cultura, la educación, etcétera., crear proyectos a corto y largo plazo: “La divulgación nos enseña a ser intelectualmente independientes, a confiar en nuestra propia capacidad para explorar y analizar los hechos de nuestro entorno, a ser rebeldes intelectuales. Una sociedad integrada con gente así forzosamente progresará en todos los aspectos”.³⁶

36 Juan Tonda, *et al* (coords.), *Antología de la divulgación de la ciencia en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, 2002, pág. 176.

2.5. La política de la difusión cultural en México

Se establece una política pública usando el poder (el Estado, por ejemplo), se identifica y reconoce una carencia, un problema y se asume su solución.

Defino como política cultural la movilización de la cultura llevada a cabo por diferentes tipos de agentes –el Estado, los movimientos sociales, las industrias culturales, instituciones tales como museos u organizaciones turísticas, asociaciones de artistas y otros- con fines de transformación estética, organizacional, política, económica o social [...] Las políticas culturales, por tanto, se refieren a los procesos organizativos que canalizan tanto la creatividad estética como los modos de vida colectivos”.³⁷

Así, frente al analfabetismo y la ignorancia de una mayoría a fines del siglo XIX, los gobiernos revolucionarios asumen una tarea de educación y difusión cultural e instrumentan una serie de acciones discursos, instituciones, entre otras.

La dirección cultural en nuestro país fue acaparada más de medio siglo por nuestra Nación:

El sentido predominante del desarrollo cultural había sido la expansión del Estado en la cultura, el cual estaba asociado a una filosofía de corte nacionalista o desarrollista basado en la sustitución de las importaciones, el crecimiento del mercado interno, la expansión de la educación y de las clases medias y la expansión –bajo control estatal- de las industrias culturales.³⁸

“Pero soporta su peor catástrofe durante la década de los ochenta con la pérdida del control económico que sufrió el Estado, situación que no fue más que el producto de una crisis interna que abarcó todos los ámbitos: económico, ideológico, político”.³⁹ Eduardo

37 Miller, citado en Ana María Ochoa Gautier, *Entre los deseos y los derechos. Un ensayo crítico sobre políticas culturales*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2003, pág. 20.

38 Eduardo Nivón Bolán, “Cultura e integración económica. México a siete años del Tratado de Libre Comercio”, en *Pensar Iberoamerica, Revista de Cultura*. México: Organización de Estados Iberoamericanos, núm. 2, octubre, 2002–enero 2003, s/p, disponible en <http://www.oei.es.pensariberoamerica/ric02a02.htm> (consulta realizada el 20 de junio de 2010).

39 Néstor García Canclini, *Culturas en globalización. América Latina – Europa – E.U.: Libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad, 1996, págs. 79-80. George Yúdice indica: que no fue el impacto cultural del tratado de libre comercio norteamericano lo que provocó la crisis, que ya desde la década de los sesenta, se venían registrando hechos que señalaban la urgente necesidad de una reforma, el movimiento del 68, el deterioro de los símbolos nacionales producto de la tras nacionalización de los medios de comunicación, la fuerte emigración a los Estados Unidos las demandas campesinas por una distribución de la riqueza más equitativa, el levantamiento del EZLN y la pérdida de hegemonía del PRI exigían a gritos una re configuración del Estado Nacional, la globalización solo agudizó la crisis que ya se perfilaba.

Nivón, a su vez ubica, junto con García Canclini, a la transformación cultural mexicana como una:

“privatización neoconservadora” en los años 80: [...] una transformación del hacer cultural de los Estados en América Latina de acuerdo con la reorganización monetarista de las sociedades latinoamericanas [...]

El freno del crecimiento de la industria cultural en la República Mexicana fue consecuencia de la reducción de los presupuestos estatales para educación y cultura [...] el efecto más notable [...] se observó en la caída de los salarios de los trabajadores de estos campos culturales, la pobreza de las instituciones alcanzó niveles de máxima depresión [...] la consecuencia más grave de este proceso es [...] que la población enajene su confianza a favor del sector privado [...].

El resultado de estas políticas fue doble [...]: el Estado redujo su presencia en el campo de la cultura de manera significativa [...] se fomentaron modos de gestión empresariales y la participación de empresas privadas en el campo de la cultura [...] La iniciativa privada comenzó a competir con el Estado en la producción de bienes culturales y, con ello, a ser un actor importante en la organización de las relaciones culturales y políticas entre los diversos grupos [...] Esto, a su vez, puso en tela de juicio la legitimidad del Estado en la producción de la cultura y propició nuevos modelos de desarrollo de la creatividad y de la difusión de la cultura.⁴⁰

Como lo indica Ana María Ochoa, las industrias culturales el cine: la televisión, la radio, etcétera, son una pequeña porción de este gran sector que es la cultura. No obstante, frente a su incapacidad por enfrentar la crisis de fines del siglo pasado, el estado les ha autorizado mayor participación. Lo alarmante es que progresivamente les ha delegado sus responsabilidades. Así, bajo una ideología antiestatal, globalizadora y miope, los gobiernos parecen asumir autocomplacientes que no hay problemas culturales, educativos y que por tanto pueden dejar de atender las políticas públicas de difusión cultural. Con esa ideología mercantil reducen el problema a una situación de mercado.

Pasamos de la expansión a un crecimiento nulo; nos vimos obligados a transitar de una economía protegida por el Estado a otra más abierta e integrada al mercado. Nuestras políticas económicas, que se habían mantenido muy cercanas a las de América Latina, sufren un drástico alejamiento para acercarse a la norteamericana y canadiense.

Entonces, desde una perspectiva general, se pensaría que la globalización y los tratados comerciales fueron los agentes que provocaron la crisis del 82, pero ésta fue más bien el resultado de una crisis interna, ignorada y que, con el tiempo, sólo se ha

40 Eduardo Nivón Bolán, *op. cit.*

complejizado cada vez más, con la multiplicidad de factores y actores que en ella intervienen, como la integración económica internacional, las industrias culturales, la informática, el multiculturalismo, etcétera., elementos que van planteando nuevos desafíos.

A este respecto, Gerardo Estrada, coordinador de difusión cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México asevera que: “la globalización ha servido para afirmar las identidades, ya que en la diversidad está la riqueza y que México es un país muy privilegiado por la riqueza cultural que posee”.⁴¹

No podemos ignorar que pasamos a ser parte de un proyecto neoliberal, queramos o no, y aunque a este respecto la cultura pasó de ser objeto de aprendizaje, conocimiento y creatividad, a mero objeto comercial de compra venta, aún conserva sus fundamentos que es necesario recuperar, es inminente la participación de un Estado organizado en la ejecución de sus políticas, que regule la participación de todos los actores.

En el caso de los museos que durante mucho tiempo fueron sufragados por el Estado y que cada vez requieren mayor apoyo económico por los gastos que generan, actualmente buscan financiamiento a través de otros medios como la iniciativa privada, los medios de comunicación o la publicación y venta de artículos que ellos mismos producen con la finalidad de mejorar la calidad de las exposiciones, dar marcha a nuevos proyectos, incluir técnicas museográficas mucho más modernas, así como tecnología de punta, contratar personal capacitado, mejorar los servicios, todo esto para adaptarse a la nueva realidad.

En este sentido, la labor que yo realicé en Museografía S.C., compañía privada encargada de responder tanto a la iniciativa pública como a la privada en la ejecución de sus museos ha manejado a lo largo de su desarrollo dos discursos, el de la difusión cultural enfocada al Estado y el de industria cultural dirigido a la iniciativa privada. Por lo tanto, los museos que han realizado si se circunscriben en el ámbito de la industria cultural.

Lamentablemente, la elección que se tomó hace casi tres décadas para entrar de lleno a la globalización se llevó a cabo de una manera muy superficial; nuestro papel sigue siendo ambivalente, por ignorancia, miedo y desconfianza. En lugar de encarar la situación preparándonos para nuestro nuevo ingreso y ser más competitivos, abrimos nuestras puertas al mercado sin crear bases reales que sostuviesen nuestra industria, economía y cultura; se nos olvidó elevar el nivel escolar, producir alimentos y materias primas. La

41 2ª. Conferencia impartida por Blas Fernández Gallego en la Sala Carlos Chávez del Centro Cultural Universitario, 19 de septiembre de 2007.

falta de actualización en nuestras leyes ha permitido abusos de potencias extranjeras sobre nuestros intereses.

Difusión cultural e industria cultural son conceptos similares, pero se distinguen por los alcances y objetivos de cada uno, el primero se enfoca a desarrollar el conocimiento y el aprendizaje de los individuos es general, no tiene un sentido de lucro, aunque sí considera las necesidades socioeconómicas de los participantes. Las industrias, por su parte, asumen la cultura o la ubican dentro del sistema productivo vigente, se orientan al entretenimiento para la obtención del máximo beneficio individual. Ambas buscan acceder a un público cada vez mayor; por supuesto sus estrategias difieren y se ha comprobado que a mayor difusión mayor demanda, siempre y cuando la difusión sea lo suficientemente seductora, llamativa y entretenida para llamar la atención de la gente.

Producto de un nuevo sistema de desarrollo y de la avanzada tecnología, las industrias culturales modifican nuestras estructuras, Canclini señala: “un adelgazamiento del aparato estatal, el aumento de empresas privadas y en plena apertura al TLCAN una retracción de lo producido en el país, perdiendo intercambios científicos y culturales, las fronteras se vuelven permeables sin ninguna política que frene su avance”.⁴²

La pregunta, entonces, sería ¿cómo aprovechar e incorporar las industrias culturales a nuestra formación y desarrollo cultural? en este sentido, el latinoamericanista puede desarrollar un tipo de difusión socialmente relevante tanto en el ámbito público como en el privado. Pero para ello, es indispensable definir y perfilar lo que el egresado de nuestra carrera ofrece y considerar las propuestas que puede hacer y que son objeto del último apartado de este informe.

En conclusión, la falta de visión, objetivos y estrategias frente a nuestra actual posición, nos colocan en una situación de franca inestabilidad. Para potenciar la extraordinaria riqueza cultural que poseemos es indispensable que enfoquemos nuestros objetivos hacia una reestructuración en nuestras políticas culturales, de manera que todos los medios de comunicación a nuestro alcance promuevan dicho legado no a un pequeño sector de nuestra población, sino a la totalidad de ésta. Mi posición no es de rechazo a estos tratados ni a la globalización, es simplemente un llamado a la conciencia; para trazar una estructura de desarrollo, definiendo con claridad los objetivos, contenidos y límites,

⁴² Néstor García Canclini, *Industrias culturales y el desarrollo de México*. México: FCE, 2006, pág.11.

con la legislación de todas las políticas necesarias para nuestra salvaguarda económica, comercial, cultural y educativa.

Capítulo 3.

La difusión cultural como campo de debate y el papel del latinoamericanista

La región de Quintana Roo ha sido considerada una fuente de riqueza inagotable en cuanto a sus recursos naturales y culturales, por lo que la política cultural del Gobierno de ese Estado ha hecho uso de todos sus recursos para favorecerla y beneficiarse, como fue el caso de la remodelación del museo de Bacalar que nos ha servido como hilo conductor en este trabajo. Desde la perspectiva de los gobernantes del Estado sin duda toda la región es vista, desde el momento en que me desempeñé en la restauración del Museo de Bacalar y actualmente, como una gran industria cultural. Pero hoy por hoy, tomando en cuenta que las condiciones han cambiado radicalmente con escenarios donde participan actores que quizá nunca se consideraron antes y que ahora tienen mucha fuerza, se evidencia la necesidad de recrear una política pública cultural que no sólo se ajuste o tenga en cuenta la existencia y las exigencias de la época manifestadas en las industrias culturales sino que, al mismo tiempo, desarrolle nuestra identidad, patrimonio y educación, mediante la difusión cultural.

Si, como lo percibimos en nuestra experiencia profesional, en el fondo, de alguna manera, coexisten ambas perspectivas, es necesario preguntarnos: qué es lo que sucede entre ambas maneras de ver-trabajar sobre la cultura. ¿Es lo mismo difusión cultural e industrias culturales? ¿Cuál es y cuál debería ser la nueva característica de la difusión cultural como parte o en coexistencia con la perspectiva privada dominante? ¿Cuál sería el papel del latinoamericanista en este contexto? Estas son algunas preguntas que orientan las reflexiones de este capítulo final.

3.1. Difusión cultural e industria cultural

Al ingresar a *Museográfica* los temas de la difusión cultural y de la industria cultural no formaban parte de mis consideraciones laborales, analíticas, ni mucho menos teóricas. A la distancia y en el transcurso de la elaboración de este informe, ambas se volvieron objeto de atención y reflexión porque aún cuando mi trabajo fue acotado y específico, se puede

entender mejor –junto con el aporte latinoamericanista- si es mirado desde un punto más alto, amplio y reflexivo, a partir de la consideración de ambas cuestiones.

Si bien la difusión y las industrias culturales ubican y trabajan con objetos de la misma naturaleza, hay diferencias sustanciales que quizá tienen su fundamento en la concepción de la cultura como bien general abierto o bien general comercializable respectivamente. En un extremo, en la primera estaría la idea de la apertura “democrática” de todos los bienes culturales a los distintos sectores de la sociedad: “museos gratuitos” podríamos decir a partir de esta línea de trabajo. Del otro lado y *ad hoc* con el sistema vigente, está la perspectiva, que se ha acentuado en los últimos tiempos, de “mercantilización” y “globalización” cultural, en otras palabras: es Plácido Domingo en Chichen Itzá a precios inalcanzables para la mayoría de la población. Ya no es el bien cultural en sí mismo, el sitio arqueológico ya no es el referente y productor de historia, arte y cultura; ahora se minimiza a escenario, telón o mural de adorno para un artista cuyo espectáculo genera y drena al exterior millonarios ingresos en regalías.

3.1.1. Difusión cultural

Cuando hablamos de difusión en general, hablamos de transmisión de ideas, prácticas de trabajo, preferencias políticas, ciencia, tecnología, arte, gastronomía, etcétera. La difusión cultural, por su parte se refiere a un ámbito más acotado; es usada para comunicar cierto tipo de información, en este caso cultural, con carácter educativo y ha sido a lo largo de nuestra historia un elemento clave para nuestro desarrollo e identidad; mediante la difusión cultural como patrimonio abierto nos reconocemos comunidad.

A lo largo de la historia, la difusión recayó en artistas que buscaban apoyar alguna labor de tipo cultural, por ende, se dieron a la tarea de difundir sus obras. Si hubo retribución, la escala de magnitud era baja. Poco a poco se fueron incorporando profesionistas de otras áreas; arqueólogos, antropólogos, arquitectos, historiadores, científicos, filósofos, comunicólogos y fue siendo objeto del poder estatal primordialmente. Al reconocer el potencial generado el Estado asumió la tarea de difusión como propia (claro, de acuerdo a sus particulares lineamientos y elitismos).

Durante el siglo XX, aunque cada vez se volvía más necesaria la formación de profesionistas en el área de la difusión cultural y el conocimiento, todavía no se hacía

indispensable su profesionalización, el viejo modelo de desarrollo aún no lo exigía y se dependía del genio de unos cuantos, así como de las miras y estrategias de los detentadores del poder. Las instituciones se han ido estructurando poco a poco para coordinar sus departamentos de difusión. Generalmente, con profesionistas de otras áreas con conocimientos adquiridos de su experiencia laboral.

Desde esta perspectiva y a contracorriente de cierto elitismo en sus inicios, la difusión toma a la cultura como un bien público, como un patrimonio general en el que todos deben participar y desde ahí asume su accionar. Ya no es solamente el arte, sino otras manifestaciones que son reconocidas como cultura, además ya no es exclusivamente para una élite, es para una población más grande; la difusión cultural, desde esta perspectiva, tiene un sentido democratizador e incluyente por lo menos en el inicio del nacionalismo revolucionario. Se ejemplifica con los museos de los muchos que están bajo el amparo de instituciones como el INAH, cuyo “costo” de ingreso es realmente simbólico. Para el caso mexicano, la importancia de la difusión cultural, con todas sus limitaciones, dependió de la fuerza y claridad del proyecto nacional y cultural. La difusión cultural cobró fuerza en la segunda mitad del siglo y poco a poco se integró como mecanismo para la adquisición y difusión de conocimiento, convirtiéndose en un elemento importante en nuestra cultura. El nacionalismo revolucionario orquestó recursos, instituciones, personajes para darle sentido y presencia al país; cuando éste fue perdiendo vigencia la difusión también. La difusión cultural fue, entonces, un mecanismo de política pública para dar cuerpo, contenido y sentido a la riqueza nacional dentro de un proyecto.

3.1.2. Industria cultural

En la actualidad, en el marco del neoliberalismo y la globalización, se presenta otra perspectiva en torno a la cultura que igualmente toma a ésta como su objeto, pero bajo otros lineamientos y metas: son las llamadas industrias culturales que abarcan muchos ámbitos; con soporte institucional e ideológico mayor, con una apertura mucho más amplia y con mucho mayor injerencia a todos los niveles son, al parecer, el nuevo signo que presenta, sanciona y difunde objetos culturales.

Frente al progreso de las industrias culturales sin límite de derecho, cualquier proyecto de identidad nacional ha sido suprimido. Lo que nos lleva a replantearnos la renovación de nuestra política cultural o la creación de una nueva que dé respuesta a las nuevas formas de dominio.

Si bien la cultura ha servido para dar de comer a sus productores, hay un cambio cuantitativo que derivó en cualitativo prácticamente desde los años 80. La cultura fue reconocida como un negocio muy rentable y por lo tanto fue asediado el control de todos los bienes culturales introduciendo una racionalidad mercantil.

Desde esta perspectiva la cultura contribuye en una parte importante en el ingreso *per cápita* de las naciones; al respecto Canclini dice que es:

un recurso para atraer inversiones, generar crecimiento económico y empleos [...] en los Estados Unidos la industria audiovisual ocupa el primer lugar en los ingresos por exportaciones con más de 60.000 millones de dólares, o que en varios países latinoamericanos abarca del 4 al 7 por ciento del PIB, más que el café pergamino en Colombia, más que la industria de la construcción, la automotriz y el sector agropecuario en México [...] podemos verlos como fábricas de regalías.⁴³

Es el mismo objeto cultural pero atravesado por la lógica del rendimiento económico. Con sus matices, la oferta abierta desde estas industrias para acceder a un bien cultural puede parecer democratizadora ya que se “ofertan” más y más diversos bienes y se utilizan de manera distinta los ya existentes, pero en realidad el acceso y la calidad con que son “consumidos” está sobre determinada por los costos de ingreso en un país fundamentalmente desigual, de millones de miserables y pobres, una clase media que se pauperiza y un pequeño círculo de altísimos ingresos. La exclusión por cuestiones económicas es simultáneamente una exclusión cultural real. Al mismo tiempo, hay una diferenciación en las ofertas, y el caso más ejemplar estaría en los medios de comunicación masiva. Al respecto, en un artículo publicado en internet, Pedro Rojo dice:

La gran importancia geopolítica de los medios de comunicación no reside en su omnipresencia o en la magnitud de su oferta, sino, fundamentalmente, en su papel de conformadores de los sistemas de opinión y de valores. Y esto es así, hasta el punto de que ha llegado a decirse que, en este mundo hipermediático, nada es verdad hasta que no aparece en la prensa o mucho más aún, en la televisión. Este nuevo mundo no lo definen los gobiernos o

43 Néstor García Canclini, *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, disponible en <http://www.jadb.org/biz/ppt/0202405canclini.pdf> (consulta realizada el 27 de abril de 2010).

las alianzas de gobiernos sino los mercados, el comercio y la comunicación transnacionales.⁴⁴

Al mismo tiempo las industrias culturales han sido muy criticadas dentro de algunos círculos porque consideran que banalizan el sentido de la cultura enajenante al servicio del capitalismo. Ya no es el valor cultural del sitio, es quién cantó ahí y qué ingresos produjo por ejemplo:

fueron 9 mil 800 los asistentes al concierto de Elton John, unas 3 mil 350 personas más que el cupo máximo autorizado por la dependencia”; para dar una idea de la ganancia habría que contar que el sobrecupo fue más notable “en el área VIP Platino, con un costo de 15 mil pesos por localidad. [...] En esta área estuvo la gobernadora Ivonne Ortega Pacheco, junto con artistas como Diego Verdaguer y Amanda Miguel, Marta Sánchez, Christian Bach y su hijo Sebastián Zurita, así como embajadores, políticos locales y nacionales, además de numerosos funcionarios estatales.⁴⁵

La de las industrias culturales es una línea de acción que ha permeado a muchas de las esferas de gobierno en sus distintos niveles: municipal, estatal y federal.

Pero no sólo en Yucatán, para este lugar que nos ocupa también existe una política de este tipo; aunque en menor escala y con ciertos matices. La guía de Museos de Conaculta refiere que Bacalar “Cuenta con tienda de artesanías. Organiza visitas guiadas, conciertos, conferencias y talleres de escultura, música y pintura dirigidos a niños y jóvenes.”⁴⁶

En este sentido, ubicando mi experiencia profesional en un contexto más amplio y significativo, Bacalar y su región son un claro ejemplo de la simbiosis no exenta de conflicto entre ambas lógicas frente a la cultura, ya que participan de la política cultural que genera el Estado para mejorar su economía, dando entrada a diversos intereses económicos a veces muy grandes que explotan la región. Al interior de las estructuras institucionales de cultura se presentan ambas posturas y por ello vemos conflictos por

44 Pedro Rojo, “Diversidad cultural e industrias culturales y el tratado de libre comercio de las Américas”, en *Razón y palabra*, núm. 42, disponible en <http://www.foromexicanodelacultura.org/node/213> (consulta realizada el 18 de septiembre de 2008).

45 *La Jornada*, lunes 5 de abril de 2010, p. 16, disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2010/04/05/index.php?section=espectaculos&article=a16n1esp> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

46 “Museo del Fuerte de San Felipe Bacalar”, SIC-CONACULTA, disponible en http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=429 (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

ejemplo con el uso de sitios arqueológicos o históricos o naturales para la realización de eventos privados.

Es decir, hay una intersección entre el propio valor del patrimonio mostrado en el museo y otras actividades complementarias. Así, dentro de esta lógica simbiótica, el grupo Manglares, grupo local de jazz “dio (una) gira gracias al apoyo de la Secretaría de Cultura; su director dice: "estamos terminando el proyecto que es esta serie de conciertos que dimos gracias a la beca que de la Secretaría de Cultura del Estado en apoyo al arte; el apoyo consiste en dar ocho conciertos por el estado ya dimos siete y este domingo lo cerramos con broche de oro en Bacalar".⁴⁷

En el mismo sentido y, “Como parte de las actividades del IMJUVE, el RockOthón poco a poco ha ido trascendiendo y prueba de ello es que pudo llevarse a cabo una edición en Bacalar, donde confluyeron grupos locales con bandas pertenecientes a Chetumal”.⁴⁸

En todo caso a veces paralelamente, a veces chocando, las más de las veces en una relación tensa, coexisten actualmente industrias culturales y difusión cultural; en esa intersección o contradicción se encuentra el papel de los Estudios Latinoamericanos.

Este es uno de los rasgos generales que atraviesan el posible campo laboral de la difusión al que pueden aspirar los latinoamericanistas. Mi experiencia laboral es la que me obliga a tener una postura matizada entre ambas perspectivas: son una realidad y en esa realidad se encuentra la posibilidad de insertarnos laboralmente. En este sentido es que los estudiantes de Estudios Latinoamericanos podemos participar, según sean las oportunidades laborales concretas, tanto del lado de la industria como en el de la difusión. La necesidad de ingresos impone matices a una u otra postura. Pero, en cualquier caso, habría que distinguir su especificidad frente a otras opciones profesionales que hacen suya la transmisión de cultura y no perder de vista la actitud que como egresados de una universidad pública representamos para la sociedad mexicana.

47 Cierra Manglares, en Bacalar, gira de conciertos, SIPSE.COM, Viernes, 26 de Marzo de 2010, disponible en <http://www.sipse.com/noticias/38627-cierra-manglares-bacalar-gira-conciertos.html> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010)

48 Publicado por gabotv's Blog, el 19 de Mayo de 2009, en <http://gabotv.wordpress.com/category/actividades-primer-ano-de-labores/> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010). “Sobre el concierto”, cf. “Grupo Manglares”, en *Zona Auditiva*, no disponible en <http://zonaauditiva.com/galeria.php> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

Asumiendo la diferencia enunciada, y para efecto de no confundir al lector en lo que sigue, valga el uso operacional del término “difusión cultural” para aquella actividad que en cualquiera de las dos lógicas, se enfoque al manejo de la cultura para una población.

3.2. Industria cultural y gestión cultural

En la actualidad, el nuevo orden internacional neoliberal-globalizado trastocó mercantilizando la cultura en sus diferentes manifestaciones concretas y en los agentes productores y distribuidores de bienes culturales; al amparo del modelo vigente la industria cultural se forjó poderosa, y forjó igualmente la exigencia cada vez más puntual en la formación de instituciones, discursos y especialistas en esta área.

Las exigencias al personal capacitado para áreas de difusión cultural indudablemente tienen que ver con la diversidad, la interdisciplinariedad y la multiculturalidad y paralelamente se redefine bajo esta dinámica que avanza a pasos agigantados, tanto a nivel nacional como internacional.

Aunque la difusión cultural es un término que se ha empleado a lo largo de este siglo con relación a todo lo que tiene que ver con propagación y promoción de la cultura y conocimiento y como implica además tantos temas a la vez, no había surgido carrera que se enfocara a enseñarla como tal, sin embargo en la actualidad, ha sido tanta la necesidad que aparecieron estudios dedicados a este tema. No es gratuito que en el marco actual se adoptará el término *gestión* ya que empata con la idea de negocio. Si uno revisa el diccionario la definición de “Gestionar” es “Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera”. La segunda acepción de “Gestionar” es “Acción y efecto de administrar”.⁴⁹ Y la acepción de gestión de negocios es “Cuasicontrato que se origina por el cuidado de intereses ajenos sin mandato de su dueño”.⁵⁰

Por su parte Arturo Navarro Ceardi reflexiona sobre este punto y argumenta en favor de esta visión sosteniendo que la gestión tiene que ser un ejercicio de “libertad” y en este sentido si el Estado subsidia y controla a la cultura, la gestión queda fuera; según el

49 “Gestionar”, en *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, on-line*, disponible en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=gestion (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

50 *Ibid*

argumento porque ésta sólo se concibe como una derivación de la existencia de la libertad de creación y de la diversidad de financiamiento de la actividad artística y cultural.

Si partimos de estos conceptos, podemos determinar que la gestión cultural consiste en orientar nuestros esfuerzos al logro de un negocio o interés propio o ajeno mediante su administración, por supuesto económico. Y desde una postura liberal o neoliberal que el libre ejercicio de la creatividad por si sola “liberará” y vinculará al productor cultural y con su público, en este sentido el gestor cultural “rescatará” la cultura en el libre juego del mercado.

Desde esta perspectiva, se organiza un conjunto de elementos institucionales, teóricos y académicos, se habla de conciertos masivos, marketing, centros de investigación, escuelas y programas de formación en gestión.

En el caso mexicano uno de los primeros esfuerzos en este sentido es una carrera que tiene el nombre de “Gestión cultural” en el plan de estudios del Conaculta a partir del 2006; la carrera sólo está disponible a través de la red; también la Universidad del Claustro de Sor Juana integró la temática dentro de su plan de estudios; enfocada más directamente a la legislación cultural, al turismo y la administración. Entre sus objetivos se encuentra la obtención de patrocinios de grandes firmas comerciales encausadas a proyectos culturales.

En la actualidad, universidades estatales y privadas en México ya cuentan con programas de licenciatura y maestrías en “Gestión cultural”, entre las cuales están: la Universidad Autónoma de Aguascalientes, Coahuila, Guadalajara, Nayarit, Oaxaca, San Luis Potosí, Sonora y Zacatecas. Por ejemplo,

El programa de Gestión cultural (de la Universidad Jesuita de Guadalajara) contribuye a la formación de quienes están interesados en la promoción y el desarrollo cultural y desean intervenir activamente desde alguno o varios de los otros programas del Centro de Promoción Cultural.⁵¹

Dentro de esta universidad particular la gestión cultural es definida de la siguiente manera:

La gestión cultural es el conjunto de modelos y herramientas que ayudan a dar forma a las iniciativas que surgen de uno o más individuos con el

⁵¹ Universidad Jesuita de Guadalajara “Gestión cultural”, disponible en http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Dependencias/Rectoria/Dependencias/Direccion_de_Integracion_Comunitaria/Dependencias/Centro_de_promocion_cultural/gestion (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

objetivo de crear proyectos culturales viables. Un proyecto cultural se entiende como el diseño de acciones a realizar en el futuro, es un instrumento de trabajo que organiza y da forma a estas acciones, y que permite disponer de una información detallada de lo que hay que hacer.⁵²

Por otra parte, en América Latina también se han incorporado estudios de licenciatura y profesionales en esta área. Una página en internet muestra algunos cursos que se imparten en Latinoamérica. Argentina cuenta con una especialización en gestión cultural, así como un postgrado virtual para Latinoamérica y España de gestión cultural y comunicación, a través de la Flacso Bolivia ofrece una maestría, Colombia tiene un curso en gestión estratégica de proyectos culturales, Cuba posee un Centro Nacional de Superación para la Cultura y Perú maneja un diplomado de formación y actualización en gestión cultural.⁵³

En suma, surgen lecturas y enfoques diferentes en lo que a gestión cultural se refiere, si bien está la premisa del mercado con el propósito de transformar objetos culturales en empresas económicamente viables vinculados a sectores de la población que por estudios de mercado se sabe serán bien acogidos por sus especificidades: edad, preferencia, etcétera, también está la de la difusión y el desarrollo social, ambas válidas y complementarias, pero con la premisa de una buena normatividad, regulación, conciencia y su buen manejo, ambas son reflejo del desarrollo que nos tocó vivir.

Desde la época de los setenta se ha venido estudiando el perfil de quien labora en los sectores culturales. Puedo indicar que, en general, los estudios que hasta el momento han evaluado el perfil del gestor cultural plantean características muy similares:

perfiles que comprenden los agentes que actúan en la administración cultural, el gerenciamiento, y la cooperación, la integración sociocultural, la promoción artística, la facilitación (animación sociocultural), el manejo del patrimonio y el turismo cultural, las relaciones interculturales, las industrias culturales y las artesanías, la producción y la distribución de bienes y servicios culturales [...].

El análisis de las trayectorias laborales [...] indica que todos tienen una formación universitaria previa y, de alguna manera, también una formación especializada ya sea en arte o en ciencias [...] “interés por el arte” o una “cultura general” [...] De acuerdo a su pertenencia a diversas

⁵² *Ibid*

⁵³ Cf. Conaculta, e-cultura, México, 2006, disponible en http://www.ecultura.gob.mx/gestion_cultural/oferta/america_latina/?lan= (consulta realizada el 06 de septiembre de 2007).

generaciones, los informantes efectuaron un proceso de fuerte profesionalización en la gestión cultural, separándose en algunos casos, de la profesión de origen pero siempre adaptándose a los requerimientos del campo cultural.

Los informantes señalaron como centrales las siguientes actitudes y valores: 1- Dedicación, responsabilidad y entrega al trabajo; 2- Presencia institucional permanente; 3- Predisposición para el trabajo en equipo; 4- Interés y compromiso real con la cultura, 5- Predisposición para el trabajo con libertad de creación estética; 6- Creatividad, 7- Predisposición para la aceptación de la diversidad cultural y la libertad de creación estética; 8- Sensibilidad social; 9- Autoestima, entre otras.⁵⁴

En una conferencia realizada a instancia del Departamento de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México, el día 19 de septiembre de 2007 en la sala Carlos Chávez del CCU, el español Sr. Blas Fernández Gallego presentó una semblanza del gestor cultural, en la que señaló las principales características que debía poseer: “amor a la cultura, trasgresión, flexibilidad, conquistar, encantar, y enamorar hasta ejercer la mentira, además de ser un buen relator y la búsqueda de nuevos caminos”.⁵⁵ También señaló la fuerte demanda de estudiantes en este campo, y el aumento de costos en la educación, en oposición a la oferta de trabajo que es muy baja.

¿Qué es lo que todos estos elementos nos plantearían desde Estudios Latinoamericanos? ¿Es importante que nosotros como latinoamericanistas ubiquemos el marco del gestor cultural, me refiero a que conozcamos sus funciones y actividades? ¿Los podemos asumir íntegros? Nuestras reflexiones siguientes y finales girarán en torno a estas preguntas.

3.3. El latinoamericanista entre la difusión y las industrias culturales

Si bien como hemos visto hay un andamiaje alrededor de la gestión cultural definida en los términos de Navarro Ceardi, quedan las preguntas sobre la libertad que efectivamente se puede lograr bajo las fuerzas del mercado.

⁵⁴ IBERFORMAT, OEI Y UNESCO, *Directorio iberoamericano de centros de información en gestión cultural y políticas culturales*, disponible en: <http://www.iberformat.org>, www.unesco.org/culture y en www.oei.es/cultura (consulta realizada el 20 de junio de 2010).

⁵⁵ 2ª. Conferencia impartida por Blas Fernández Gallego en la Sala Carlos Chávez del Centro Cultural Universitario, 19 de septiembre de 2007.

Esa libertad está moldeada al menos en parte precisamente por los intereses comerciales, funciona en el marco de intereses creados y avalados por estudios de audiencias, “rating”, publicidad en los medios de comunicación masiva, internet, etcétera, tanto más si se trata de educación, cultura o difusión, temas que directamente nos atañen. Nosotros que estamos enfocados a difundir la cultura y a estudiar los problemas sociales tenemos por tanto que entender los procesos de producción, distribución cultural, estaríamos en posibilidad de ser interlocutores críticos para ambas vertientes.

Lo que con naturalidad se hacía para difundir la cultura hace algunos años, se ha complejizado a tal grado que se requiere de la profesionalización para entrar de lleno en este ámbito, los gestores se han transformado en intermediarios entre los intereses de artistas frente a las grandes empresas que los financian ambas partes se ven beneficiadas si cumplen con los requisitos de mercado y finanzas para los accionistas. Es un proceso de toma de decisiones que demanda información adecuada.⁵⁶

Entonces ¿deberíamos convertirnos en gestores culturales?, no por supuesto que no, pero si nosotros latinoamericanistas quisiéramos profesionalizarnos en el área de los museos y de la difusión, que es una alternativa en nuestro campo de trabajo, nos sería de utilidad ahondar en algunos temas que el gestor cultural maneja, como las políticas culturales, los estudios de público, y el papel que juega la cultura en la actualidad, pero la finalidad sería diferente, nuestra participación consistiría en mostrar los efectos que éstas producen en nuestra población, podría afirmar que nuestro papel sería el de interlocutores críticos. Como humanistas enfocados a los problemas de Latinoamérica también nos conciernen los fenómenos que la cultura de masas ha provocado, aún en el caso de un trabajo tan acotado como fue la remodelación del Museo de Bacalar.

Aún cuando el panorama no es muy alentador y predomina la idea de la gestión cultural y las empresas culturales, la difusión cultural y científica se despliega como una alternativa viable en nuestra población.

El libro *Antología de la divulgación de la ciencia en México* presenta una lista de cualidades que debe tener un texto de divulgación realizada por estudiantes de periodismo científico:

un buen texto de divulgación debe tener las siguientes características: ser claro y preciso, estar bien estructurado, presentar datos cuantificables,

⁵⁶ Arturo Navarro Ceardi , “¿Es la gestión cultural una profesión?”, en *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*, disponible en <http://www.gestioncultural.org/gc/es/pdf/BGC-AsocGC-Anavarro.pdf> (consulta realizada el 27 de abril de 2010).

sorprender, sensibilizar, tratar problemas reales, ser ameno, ofrecer retos al intelecto; ser completo, de tal manera que uno se sienta satisfecho al concluir la lectura; ser imaginativo, actual, divertido, innovador, propositivo, objetivo, dinámico, didáctico, interesante; ofrecer aplicaciones y analogías, dar otra visión del mundo, crear conciencia sobre un problema, ofrecer explicaciones y proporcionar placer.⁵⁷

Si bien esta lista está enfocada a divulgar la cultura científica a través de un texto, para mí estas son las características que debe desarrollar tanto el difusor cultural como el mismo gestor. De hecho, empatan muy bien con las que he venido enumerando a lo largo del trabajo y de los recientes estudios que se han realizado al respecto.

Precisamente es en este campo donde el latinoamericanista puede desplegar su trabajo y diferenciarse del gestor aún dentro de alguna industria cultural. No estoy proponiendo que el latinoamericanista se transforme en un gestor cultural, ni mucho menos, mi interés se orienta a que si nosotros latinoamericanistas no tenemos la capacidad de dar respuesta a las necesidades que surgen, de antemano quedamos fuera, entendamos que existe una disyuntiva de carácter ético y social, son dos perspectivas que se encuentran directamente entrelazadas, la del gestor cultural con las industrias culturales y la de la difusión cultural con el latinoamericanista o difusor y que ambos pueden desempeñar su labor en cualquiera de los dos sectores. Tanto el público como en el privado, también tenemos que reconocer que el patrocinio de la cultura es altamente redituable.

En la historia general y del arte existen muchos discursos, el *statu quo* emite y reproduce la misma arenga, establece los mismos héroes, el capital por su parte genera otros mitos, en suma no hay coherencia, nuestras identidades están rotas, es en los museos, estos espacios que están abiertos a grandes públicos, que los estudiantes de latinoamericanos podríamos ofrecer nuevas formas de apreciar la política, la cultura, generar nuevas lecturas desde otra naturaleza, presentar otras historias, menos maniqueístas y desmitificadas, más cercanas a nuestra realidad.

⁵⁷ Juan Tonda, *et al*, coords. *Antología de la divulgación de la ciencia en México*, op.cit., pág. 164.

3.3.1. El latinoamericanista: ¿gestor cultural?

Desde mi experiencia, aseguro que los egresados de la carrera de Estudios Latinoamericanos pueden acceder a este campo, siempre y cuando se profesionalicen adecuadamente y muestren especial interés en el arte y en estas actividades. La informática, los medios audiovisuales, el conocimiento a fondo de nuestras políticas culturales y los estatutos que se ciernen en torno a éstas, además de la aptitud para las relaciones públicas, son elementos que apoyan esta actividad.

El plan de estudios de 1975 se estructuró de manera que el estudiante adquiriese durante la primera etapa de su desarrollo una formación histórico–filosófica, necesaria para comprender el peculiar progreso del área, y a partir del quinto semestre se le autorizaba a escoger las materias que considerara, le servirían para una futura especialización.

A partir de mi experiencia laboral, puedo afirmar que las materias que más apoyan a un estudiante para desarrollar una investigación seria son las vinculadas a las técnicas y métodos de investigación. En mi caso, solamente tomé materialismo histórico y a lo largo de mi vida he tenido que llenar vacíos sobre el proceso de investigación.

Por supuesto, agregaría en beneficio del difusor todas las que tienen que ver con la historia de México en sus diferentes etapas, que para la realización de una investigación histórica de México en el campo de los museos es indispensable.

En el mismo sentido habría un tercer grupo que integraría las vinculadas a la historia del arte y teoría de la cultura en el plan 2003, que por supuesto en una investigación de museos, requiere indispensablemente del manejo y conocimiento de conceptos culturales, así como la relación pedagógica que deben manejar dichas instituciones, por lo que las materias relacionadas con la educación también serían importantes.

Todas las materias mencionadas se encuentran dentro de nuestro plan de estudios y lo único que requiere el estudiante de Estudios Latinoamericanos es visualizar el posible campo laboral en la cultura y los museos para realizar la selección de las asignaturas que respondan a sus intereses y objetivos. Pienso que poseer un plan de estudios con estas características nos ayuda a los estudiantes de latinoamericanos de manera significativa.

Habría que ponderar los temas sobre el conocimiento y el aprendizaje, ya que a través de éstos se puede reflexionar sobre la manera de comunicar en los museos. Integrar la materia de ciencia y tecnología en América Latina me parece esencial en nuestro desarrollo y considero que no se le ha otorgado la importancia que merece. Como afirma Marcelino Cerejido en su artículo “La divulgación que nos falta” “mientras todos los países del primer mundo se apoyan en la ciencia, los del tercer mundo (prometen) apoyar a la ciencia.”⁵⁸ Una de las principales carencias que han marcado al subdesarrollo a lo largo y ancho de Latinoamérica es la falta de apoyo al desarrollo científico y tecnológico, es menester difundir para que nos sea útil y el cómo y el por qué sufrimos esa carencia. Y si entre tus objetivos está el trabajar en un museo de ciencias, está por demás indicar su importancia.

Desde mi punto de vista, el plan de estudios vigente tiene una secuencia lógica mucho mejor estructurada para un mejor apoyo en las actividades de difusión cultural y para la carrera misma, elementos que proporcionan una visión más crítica de los problemas actuales. En este sentido creo que es necesario reconocer la importancia que tienen estas materias dentro de nuestro plan de estudios y que representan una modernización de los saberes. Sin duda hay algunos temas que quienes desearan entrar al campo de la difusión cultural tendrían que al menos conocer. Pero, hasta aquí, las formaciones académicas ofrecerían variantes que funcionarían más o menos bien en tanto gestión y en tanto difusión, pero ¿qué es lo que distinguiría al latinoamericanista?

“La carrera de Estudios Latinoamericanos surgió con la intención de formar humanistas que resuelvan problemas socio culturales en América Latina, partiendo de una base histórica y apoyándose principalmente en áreas de filosofía, ciencias sociales y literatura.”⁵⁹ Por lo que podemos catalogarla más como una carrera interdisciplinaria enfocada a un área muy vasta que es Latinoamérica, pero, además, con una inherente vocación social.

¿Es entonces la cultura privatizable? Desde mi punto de vista, creo que la cultura la hacemos todos, nuestra sociedad, nuestras creencias y formas de pensar por lo tanto no debería ser objeto de venta o alienación, ni siquiera se debería plantear la pregunta.

58 Marcelino Cerejido, “La divulgación que nos falta”, en *Ciencia y Desarrollo*, núm. 171: Divulgación de la Ciencia. México, julio-agosto de 2003, p. 30.

59 Plan de estudios de la Licenciatura en Estudios Latinoamericanos. México, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM.

Paradójicamente y no obstante las circunstancias, creo que ni siquiera tenemos la capacidad de no privatizar nuestra cultura o al menos un gran porcentaje de ella: porque ya lo está. Como es el caso de las editoriales, la música, el cine, la televisión, los multimedia, etcétera. Sin embargo, sí podemos hablar de regulación y políticas culturales que la protejan.

En cuanto a los llamados “bienes patrimoniales” para mí la privatización no sería una opción viable. En un artículo de internet, José Crasborn Chavarría enumera algunas de las ventajas y desventajas a las que se enfrentarían estos espacios: limpieza, mantenimiento, vigilancia y seguridad, así como publicidad nacional e internacional. Servicios: museos, tiendas, baños, infraestructura turística para lugares poco accesibles, puesta en valor de los sitios arqueológicos no explorados, serían algunas de las ventajas. En su contra, una parte de los sitios arqueológicos quedarían expuestos a las condiciones del capital privado que pudiese implicar descuidos en relación al medio ambiente, al ecosistema y a los mismos monumentos históricos si de infraestructura turística se tratara: o la falta de investigación científica en la restauración de piezas y monumentos. La fuga de patrimonio histórico y capital, además del elitismo que se pudiera generar en torno a estos sitios, reduciendo el acceso a un exclusivo sector de la población.⁶⁰

Desde mi perspectiva considero que es un tema muy delicado porque se habla además de medio ambiente, fauna, vegetación, infraestructura, todas cuestiones que pueden modificar en detrimento nuestra forma de vida. Y si de generar una economía sólida se trata, la fuga de capitales no es un buen augurio. Lo que sí considero viable es una buena política cultural que rija la intervención del Estado y del capital privado y en este sentido nos veríamos beneficiados todos.

3.4. Los Estudios Latinoamericanos y los museos

Dentro de la perspectiva de difusión cultural antes esbozada, frente al nuevo dominio de las industrias culturales, el área de museos es muy importante. Son espacios significativos que valoro mucho después de haber trabajado en la creación y remodelación de algunos de ellos. El trabajo del museólogo y del museógrafo ha consistido, por una parte, en adaptar

60 José Crasborn Chavarría, “La privatización de los sitios arqueológicos: ventajas y desventajas, el caso de Guatemala”, disponible en http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/jose_crasborn.htm (consulta realizada el 26 de abril de 2010).

la historia de las culturas a nuestra actualidad; haciéndola llegar al espectador con el principal objetivo de enseñar. Pero, además, en sus manos está integrar estos espacios a la sociedad y a su entorno, conciliando y negociando las diferentes necesidades e intereses del Estado, de la iniciativa privada y del público. Podemos entonces afirmar que el fin último es el público y nuestra sociedad.

Como observamos, la museografía es una profesión reciente, su enseñanza se encuentra en vías de profesionalizarse, y es aquí donde los latinoamericanistas podemos desplegar nuestro campo laboral desarrollando difusión cultural dentro de los museos. Son pocos los egresados de las diferentes carreras de arquitectura, diseño gráfico, humanidades y hasta científicos, quienes se han orientado hacia esta particular rama de la difusión, por lo que no es extraño que sólo algunos egresados de nuestra carrera se hayan interesado en incursionar en este ámbito laboral.

No obstante, cada vez hay más estudiantes que han participado en este tipo de proyectos, algunos de ellos, para cumplir con las exigencias del servicio social; otros, ya se atreven a apostar su fuerza de trabajo en esta área, como guías, investigadores, documentalistas gráficos, difusores de la ciencia, curadores, en la obtención de financiamientos, etc.

Pero considero necesario comunicar a nuestros estudiantes que existe mercado de trabajo en esta área y que, con una buena orientación, pueden acceder a estos espacios, siempre y cuando tengan el interés por las actividades artísticas o científicas. Asimismo, que busquen la manera de especializarse en éstas o en actividades de gestión cultural, aspectos todos que les darían otras alternativas de desarrollo.

Como egresada de Estudios Latinoamericanos, me parece importante orientar a nuestros estudiantes interesados en museos, para que se empapen de la investigación que concierne a ésta área, vinculada a actividades científicas, culturales, técnicas, artísticas, de investigación y guías museísticas, así como de gestión cultural, y publicaciones. De esta manera, tendrán la oportunidad de conocer el campo de trabajo tan vasto que implica la creación de un museo y sus necesidades. Esta sugerencia no está encaminada a que los latinoamericanistas nos convirtamos en gestores culturales sino a que comprendamos y analicemos lo que hace un gestor, para no quedar al margen de este entramado que surge como vía alterna de la difusión. Al tiempo este conocimiento nos abre posibilidades de participación en nuestros análisis económicos, socioeconómicos y ¿porqué no? laborales.

Entendamos que nosotros, egresados de la carrera de Estudios Latinoamericanos poseemos herramientas que otros estudiantes no tienen, y me refiero a la interdisciplinariedad que nos confieren nuestros estudios. Se reconfigura nuestra estructura política, el Estado no es el único en detentar el poder, los cambios se generan desde un sin número de posibilidades, la cultura es una de ellas, en este sentido nuestra capacidad crítica frente a la emergencia de nuevos movimientos sociales que están generando nuevas formas de hacer política mediante una conciencia ciudadana nos da la posibilidad de hacer ese análisis a través de nuestras propuestas.

En los museos, la labor que efectúa un difusor cultural o gestor cultural está condicionada a las características y posibilidades de la comunicación museográfica. Esto por una parte y, por la otra, tendrá que tomar en cuenta que las exposiciones están destinadas a todo tipo de público, con diferentes edades y niveles educativos, para quienes habrá que adecuar la información haciéndola lo más accesible, comprensible, sencilla, divertida, dinámica y entretenida.

El trabajo que desarrollé fue el de investigadora para museos. Destaco este trabajo, ya que la investigación y comprensión que se requiere para llevarlo a cabo es diferente a la de una investigación pura, pero no por eso requiere menos conocimiento.

Para resumir, en nuestras manos se encuentra la tarea de discernir, valorar y hasta discriminar los temas que serán expuestos para poder establecer una jerarquización de lo esencial y lo secundario en una exposición, excluyendo lo que no tiene relevancia para ser expuesto.

3.5. Los estudios latinoamericanos en el campo de los museos

Los estímulos beneficiarían a los egresados, quienes podrían incursionar en este campo, comprobando o no su interés por los museos o por cualquier actividad que se relacione con ellos, y contribuirían con labores necesarias dentro de la misma institución. Por su parte, los museos recibirían una renovación constante de personal en beneficio a la cantidad de trabajo que requieren los espacios y, en proyectos a largo plazo, asumirían la formación de futuros profesionistas comprometidos en esa área, que mejorarían a pasos agigantados la institución en cuestión. En el caso de los egresados en Estudios Latinoamericanos que cumplan con el perfil necesario para realizar investigación de museos, sería mucho más

accesible esta actividad. Pero esto dependerá de sus capacidades, el interés, amor y devoción que sientan por esta actividad.

De nosotros depende que utilicemos esos espacios, que son fuente de creación, renovación, apertura, conocimiento, encuentro y oportunidad con un espíritu menos elitista y más innovador, que nos beneficie a la mayoría y no a unos cuantos. Siempre hemos vivido para las minorías, las engrandecemos, las engalanamos, las ponemos en un altar y de nada nos sirve. El desarrollo del arte, la cultura y el conocimiento es para todos, y en esa medida todos debemos participar.

Si bien nuestros egresados han encontrado un nuevo campo de trabajo dentro de dichas instituciones, es necesario señalar que la oferta va más allá, ya que aparecen nuevas oportunidades, entre ellas: los trabajos orientados a estudios de público y consumo cultural de las mismas comunidades que acceden o no a estos recintos

Es menester señalar que frente a la demanda de profesionistas en difusión cultural se creó durante el 2007 la Licenciatura en desarrollo y gestión intercultural dentro de la Facultad de Filosofía y Letras, su plan de estudios contempla materias como cultura y sociedad, diversidad cultural, representaciones y construcciones, construcción de identidades, patrimonio cultural, sociopolíticas y diversidad cultural, expresiones y registro de la diversidad cultural, Estado y diversidad cultural en México, historia y geografía del patrimonio cultural mexicano, entre otras.

Si bien es una carrera totalmente nueva dentro de la facultad, quiero pensar que se orientará a resolver algunos de los problemas que se han tratado en este capítulo, no obstante la misma carrera se ha desarrollado en otras universidades, mucho más enfocada hacia el área administrativa o al de la gestión legal de la cultura, de nueva cuenta proyectos muy viables que son diferentes en sus objetivos, al de los estudiantes de latinoamericanos o los proyectos que lleva a cabo en general la Universidad Autónoma de México y que están mucho más enfocados a la difusión del conocimiento a demandar estudios formales y crítico de lo que sucede actualmente con nuestra cultura, para entender y dar solución a los fenómenos que acontecen.

3.6. Consideraciones finales

En la activación de la iluminación del Fuerte y la inauguración del Museo de San Felipe Bacalar, el entonces gobernador del Estado de Quintana Roo, Félix González Canto, acompañado del presidente municipal de Otón P. Blanco, Andrés Ruíz Morcillo y el secretario de cultura, Manuel Valencia Cardín, enfatizó con gran júbilo sus expectativas en el desarrollo turístico de la región mediante la remodelación de estos espacios. Reconoció que el norte de Quintana Roo además de ser un ejemplo mundial de desarrollo turístico es el único lugar del mundo que goza de un desarrollo económico en medio de la profunda crisis que se vive actualmente a nivel mundial. Frente a la población de Bacalar González Canto subrayó los atractivos naturales de Bacalar declarado “Pueblo Mágico” y los alentó a cuidar de esta fuente de riqueza natural. La obra de nombre Resplandor Nocturno que a su vez forma parte del programa Caminos de Luz, tuvo un costo de 3.4 millones de pesos e intervinieron en su desarrollo el Gobierno de Quintana Roo junto con el Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes.⁶¹

Bacalar y su museo son un claro ejemplo del fenómeno cultural que se ha generado a nivel mundial y en este caso particular el tema de nuestro museo Fuerte de San Felipe, así como la dirección que siguen nuestros gobiernos e Instituciones Culturales que es la promoción del turismo cultural a través de este entramado de industrias culturales, difusión cultural, estudios de público, etcétera, los beneficios se ven reflejados en nuestro Producto Interno Bruto. ¿Pero a costa de qué? De perjuicios en nuestro medio ambiente y nuestro patrimonio cultural, valdría la pena hacer un balance de nuestras perspectivas, alcances y limitaciones que tenemos como sociedad y como estudiantes de Latinoamericanos para presentar una buena propuesta de desarrollo cultural.

Si bien este informe parece que se circunscribe dentro de un marco muy estrecho que es la remodelación del museo del Fuerte de San Felipe en Bacalar, hemos podido constatar que su campo de acción es mucho más amplio y que de estos proyectos dependen, entre otras cosas: el producto interno bruto de nuestra economía, el medio ambiente, las políticas culturales, nuestro patrimonio cultural, la difusión e industrias culturales y el amplio campo de la tecnología digital entre otros temas.

61 Gobierno del Estado de Quintana Roo, “San Felipe Bacalar, detonante turístico del sur de Quintana Roo”, disponible en <http://www.web.qroo.gob.mx/EIA/Fpdf/NotaPDF.php?IdNota=5239&IdUbicacion =2> (consulta realizada el 8 de mayo de 2010).

Entrevista

Anaya Merchant, Leticia, Entrevista con Jorge Agostoni (inédita). México, 5-27 de abril de 2007.

Fuentes

Alegría, Margarita (Coord.), *Cómo leer la ciencia para todos*, La ciencia para todos 207. México: Secretaría de Educación Pública-Fondo de Cultura Económica, 2005.

Berndt León Mariscal, Beatriz, *La investigación y la profesión del investigador en un museo de arte mexicano. Algunas consideraciones*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Universidad Iberoamericana, 2005.

Calvo Hernando, Manuel, *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*. México: Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.

Cerejido, Marcelino, “La divulgación que nos falta”, en *Ciencia y desarrollo*, CONACYT, núm. 171, Divulgación de la Ciencia. México, julio-agosto de 2003.

Contreras Irigoyen, Pilar, “La promoción de un museo” en Jorge Flores Valdés (Comp.), *Cómo hacer un museo de ciencias*. México: Fondo de Cultura Económica, 1998.

Dujvone, Marta, *Entre musas y musarañas, una visita al museo*. Uruguay: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 1995.

Esteva Fabregat, Claudio, *El etnólogo como conservador del museo*. Barcelona: Instituto de Arqueología y Prehistoria, Universidad de Barcelona, 1969.

García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1995, c 1990.

García Canclini, Néstor (Coord.), *Culturas en globalización: América Latina – Europa – Estados Unidos: Libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad, 1996.

García Canclini, Néstor, Piedras Fera, Ernesto, *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2006.

García Canclini, Néstor, Moneta, Carlos Juan (Coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Grijalbo, Sistema Económico Latinoamericano, 1999.

García Ferrero, Valeria, *Las ciencias sociales en la divulgación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de la Ciencia, 2003.

González, Juliana, "La Universidad Autónoma de México y su magisterio", en *Los Universitarios*, Nueva Época, núm. 33. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de la Difusión Cultural, junio de 2003.

Hernández Hernández, Francisca, *El museo como espacio de comunicación*. Gijón, España: Trea, 1998.

Hernández Hernández, Francisca, *Manual de museología*. Madrid: Síntesis, 2001.

Mabire, Bernardo, *Políticas culturales y educativas del estado mexicano de 1970 a 1997*. Jornadas 139. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 2003.

Morales Moreno, Luis Gerardo, *Orígenes de la museología mexicana: fuentes para el estudio histórico del museo nacional 1780 – 1940*. México: Departamento de historia, Universidad Iberoamericana, 1994.

Museográfica, S.C., Archivo particular de Jorge Agostoni.

Nalda, Enrique, López Camacho, Javier, "Investigaciones arqueológicas en el sur de Quintana Roo" en *Arqueología Mexicana*, INAH, núm. 14, Quintana Roo, México, julio-agosto de 1995.

Ochoa Gautier, Ana María, *Entre los deseos y los derechos. Un ensayo crítico sobre políticas culturales*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2003.

Oferta de Servicios del Museo de la Memoria, Tlaxcala, Tlax., 1997, en *Museográfica, S.C.*, Archivo particular de Jorge Agostoni

Reed, Horacio B. y Lee Loughran, Elizabeth, *Más allá de las escuelas. Educación para el desarrollo económico social y personal*. México: Gernika, 1992.

Riviere Georges Henri, *La museología, curso de museología. Textos y testimonio. Museo y sociedad a través del tiempo y del espacio*. Madrid: Akal, 1993.

Santos, Milton, *Por otra globalización. Del pensamiento único a la conciencia universal*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004.

Salvat Manuel y otros, *Los museos en el mundo*. Barcelona: Biblioteca Salvat de Grandes Temas, núm. 26, 1979.

Schmilchuk, Graciela, *Museos: comunicación y educación. Antología comentada*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes, 1987.

Tonda, Juan, Sánchez, Ana María y Chávez, Nemesio (Coords.), *Antología de la divulgación de la ciencia en México*. México: Dirección General de Divulgación de la Ciencia, Universidad Nacional Autónoma de México, 2002.

Vázquez Olvera, Carlos, *Felipe Lacouture Fornelli: museólogo mexicano*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2004.

Witker, Rodrigo, *Los museos*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2001.

Zavala, Lauro, *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1993.

Electrónicas

Cassino, Pablo, “Propuesta clasificatoria de las Instituciones Custodias del Patrimonio”, en *Nueva museología*, (*Revista Digital*), disponible en <http://www.nuevamuseologia.com.ar.clasificacion.htm> (consulta realizada el 07 de noviembre de 2007).

Centro de Análisis Multidisciplinario, “Empleo y Desempleo Durante el Desgobierno de Felipe Calderón 2006-2010”, (PRIMERA PARTE), en *Enlace Zapatista*, Reporte de Investigación no. 87, disponible en <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/2010/10/14/empleo-desempleo-situacion-del-campo-los-trabajadores-la-explotacion-laboral-canasta-alimenticia-recomendable-y-deuda-2006-2010/> (consulta realizada en internet el 20 de enero de 2011).

Cierra Manglares, en Bacalar, gira de conciertos, SIPSE.COM, viernes, 26 de marzo de 2010, disponible en <http://www.sipse.com/noticias/38627-cierra-manglares-bacalar-gira-conciertos.html> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

Conaculta, e-cultura, México, 2006, disponible en [http://www.ecultura.gob.mx/gestion_cultural/oferta/america_latina/?lan =](http://www.ecultura.gob.mx/gestion_cultural/oferta/america_latina/?lan=) (consulta realizada el 06 de septiembre de 2007).

Crasborn Chavaría, José, “La privatización de los sitios arqueológicos: ventajas y desventajas, el caso de Guatemala” en *Noticias de Antropología y Arqueología*, Especial Perspectivas del Turismo Cultural, 2002, disponible en http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/jose_crasborn.htm (consulta realizada el 26 de abril de 2010).

Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, on-line, disponible en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=gestion (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

García Canclini, Néstor, “Todos tienen cultura ¿quiénes pueden desarrollarla?”, en *Inter-American Development Bank*, 2005, disponible en <http://www.iadb.org/biz/ppt/0202405canclini.pdf> (consulta realizada el 26 de abril de 2010).

Gobierno del Estado de Quintana Roo, “San Felipe Bacalar, detonante turístico del sur de Quintana Roo”, en *Portal del Gobierno del Estado de Quintana Roo*, disponible en <http://www.web.qroo.gob.mx/EIA/Fpdf/NotaPDF.php?IdNota=5239&IdUbicacion=2> (consulta realizada el 8 de mayo de 2010).

González, Héctor, “Conaculta, gestión sin proyecto”, en *La cábula*, julio, 2006, disponible en <http://lapluma.blogia.com/2006/072401--conaculta-gestion-sin-proyecto-.php> (consulta realizada el 30 de mayo de 2009).

IBERFORMAT, OEI Y UNESCO, *Directorio iberoamericano de centros de información en gestión cultural y políticas culturales*, disponible en <http://www.iberformat.org>, www.unesco.org/culture y en www.oei.es/cultura (consulta realizada el 20 de junio de 2010).

Mantecón, Ana Rosas, “Los estudios sobre consumo cultural en México”, en Mato, Daniel (comp.) “Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas” en *cultura y poder*, Caracas, Venezuela, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2002, disponible en la World Wide Web:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/mantecon.doc>

Mantecón, Ana Rosa, “Usos y desusos del patrimonio cultural: retos para la inclusión social en la ciudad de México” en *Anais do Museu Paulista*, Sao Paulo, Brasil, Universidad de Sao Paulo, núm. 002, volumen 13, julho-dezembro, 2005, disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27313207> (consulta realizada el 20 de enero de 2011)

Navarro Ceardi, Arturo “¿Es la gestión cultural una profesión?”, en *Luis Bonet* (Dir.), *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*, Universidad de Barcelona, disponible en <http://www.gestioncultural.org/gc/es/pdf/BGC-AsocGC-Anavarro.pdf> (consulta realizada el 27 de abril de 2010).

Nivón Bolán, Eduardo “Cultura e integración económica. México a siete años del Tratado de Libre Comercio”, en Organización de Estados Iberoamericanos, *Pensar Iberoamérica, (Revista de Cultura.)*, Organización de Estados Iberoamericanos, núm. 2, octubre 2002–enero 2003, disponible en <http://www.oei.es.pensariberoamerica/ric02a02.htm> (consulta realizada el 20 de junio de 2010)

Osorio Olave, Daniela, “El Museo como espacio sagrado”, en *Arquitectura y Humanidades*, México, UNAM, 2010, disponible en <http://www.architecthum.edu.mx/Architecthumtemp/ensayos/dosorio1/dosorio1.htm> (consulta realizada el 27 de junio de 2008).

Poole, B.J. “La educación multimedia”, en *Educación, Medios, Informática y Cultura*, Universidad de Valladolid, Facultad de Educación y Trabajo Social, disponible en <http://hera.fed.uva.es/materiales/Lectura%204B.pdf> (consulta realizada el 11 de junio de 2007).

Real Academia Española de la lengua, disponible en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=gestion (consulta realizada el 18 de mayo de 2010).

Rojo, Pedro, “La nueva riqueza inmaterial y el Auge de las Industrias Culturales en la Sociedad de la Información” en *Razón y Palabra*, (Revista Electrónica), México: ITESM, núm. 42, diciembre 2004 - enero 2005, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/mundo/2004/diciembre.html> (consulta realizada el 18 de septiembre de 2008).

Sáizar, Consuelo “Refleja encuesta desinterés cultural”, en *Instituto Mexicano de Cinematografía*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2010, disponible en <http://www.imcine.gob.mx/refleja-encuesta-desinter-cultural.html> (consulta realizada el 20 de enero de 2011).

Sosa Aguilar, Francisco, “El Estado de Quintana Roo, Bacalar”, en *Wikipedia*, disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Bacalar> (consulta realizada el 20 de enero de 2008).

Tamay Valdez, Gabriel, “RockOthón en Bacalar” en *Gavotv's Blog*, 19 de mayo de 2009, disponible en <http://gabotv.wordpress.com/category/actividades-primer-ano-de-labores/> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

Universidad Jesuita de Guadalajara “Gestión cultural”, disponible en http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Dependencias/Rectoria/Dependencias/Direccion_de_Integracion_Comunitaria/Dependencias/Centro_de_promocion_cultural/gestion (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

Zona Auditiva, “Sobre el concierto”, “Grupo Manglares”, en *Zona Auditiva*, disponible en <http://zonaauditiva.com/galeria.php> (consulta realizada el 21 de mayo de 2010).

Tesis revisadas en la biblioteca “Samuel Ramos”

Abraham Jalil, Berta Teresa, *El Museo Universitario de Ciencias y Arte de la Universidad Autónoma de México (1959 – 1979) crónica de una institución de vanguardia*, Tesis de Maestría, Maestría en Historia del Arte, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2002.

Anda Salas, Edith de, *Propuesta pedagógica para la enseñanza y el aprendizaje de la física a nivel divulgativo para alumnos de secundaria en un museo interactivo Univesum*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Barrientos Bernabé, Ofelia, *Las bibliotecas en los museos de la Ciudad de México*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Bibliotecología, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1994.

Bernal Returera, Ana Luz, *La visita guiada como instrumento educativo en el Museo Universitario de Ciencias y Artes*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2005.

Damy Tortolero, Lylian Guadalupe, *Los servicios educativos en el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1998.

Flores Valdes, Elsa, *Curso de capacitación para docentes de nivel básico y medio en el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1984.

García Sahagún, Ma. Concepción, *Análisis pedagógico de la función educativa de los museos en la sociedad: Espacio museopedagógico*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1987.

García Parrodi Navarro, Carla, *La Ciudad de México a través de sus museos: una propuesta de difusión cultural*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2004.

García Rivero, Claudia Elizabeth, *Estudio exploratorio sobre los aspectos de la educación no formal en los museos de ciencias en México: el caso de 10 museos de ciencias interactivos*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía,

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2001.

Herrera García, Emma Leticia, *Taller de iniciación plástica infantil: una alternativa educativa cultural para niños de 3 a 5 años en el Museo Nacional de las Culturas*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Lujan Aristegui, Jorge Elias, *La creación literaria en los museos: de la imagen a la palabra*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Lenguas y Letras Hispánicas, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1998.

Martínez López, Alma Patricia, *El Museo del Carmen como espacio pedagógico a través de la visita guiada*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2001.

Martínez Reyes, Jannet, *Proyectos educativos del Museo Antiguo Palacio del Arzobispado*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Martínez Zulueta, Adriana, *Manual de capacitación para guías de papalote Museo del niño atención de niños con necesidades educativas especiales con discapacidad*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2004.

Mendoza Sanlucar, Luisa Evelyn, *La evaluación en el museo de las ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México, Universum: un análisis crítico propositivo*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2004.

Miranda Montoya, Carlos, *Experiencia como anfitrión en el Museo de Ciencias Universum*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Estudios Latinoamericanos, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2004.

Montes de Oca Sein, Daniel Emilio, *Materiales y servicios en bibliotecas pertenecientes a museos de arte*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Bibliotecología, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1967.

Morales Reyes, Maribel, *Museo de la Ciencias: Universum como una alternativa pedagógica para la enseñanza de la ciencia a nivel primaria*, Tesis de

Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1998.

Orellana Villers, Ernesto, *Reflexiones sobre la tarea pedagógica del Museo Nacional de Antropología*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1988.

Perdigón Castaneda, Ruth, *Una propuesta pedagógica a la museología infantil con edades de 7 a 11 años*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1993.

Pérez de Celis Herrero, Ma. Teresa Josefina, *La investigación evaluativa del proceso de educación-comunicación en los museos*, Tesis de Maestría, Maestría en Enseñanza Superior, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Ravelo Carrasco, Nadia Paola, *La visita escolar al museo de arte, una experiencia más allá del plan de estudios*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Reding Borjas, Gabriela, *La enseñanza de la historia a través del museo*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2004.

Reyes Salinas, Ma. Dolores, *Las funciones educativas en el Museo de Arte Contemporáneo Internacional, Rufino Tamayo*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2003.

Reynoso Haynes, Elaine, *El Museo de las Ciencias: un apoyo a la Enseñanza formal*, Tesis de Maestría, Maestría en Enseñanza Superior. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2000.

Rico Mansard, Luisa Fernanda Francisca, *Los Museos de la Ciudad de México: su organización y función educativa 1790-1910*, Tesis de Doctorado, Doctorado en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 2000.

Romero Amaya, Ma. De Lourdes, *Una experiencia Pedagógica a través de la constitución de un museo comunitario*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Pedagogía, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1990.

Romero Escobar, Hajasya Maraay, *La Cultura Prehispánica de los Tuxtlas, catálogo de los museos de Santiago Tuxtla y de Tres Zapotes*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1997.

Sánchez Valadez, Adriana, *El Museo de Historia de la Geografía mexicana: una propuesta*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Geografía. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1996.

Vela Campo Martha Dionisia, *Guión para un Museo de Sitio: Casa de Carranza*, Tesis de Licenciatura, Licenciatura en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras. México: El autor, 1999.