

# Introducción

Coordinadora: Leticia Pérez Castellanos

Esta introducción lleva al lector por la lógica detrás de la estructura de este volumen, el segundo en la serie titulada Estudios sobre públicos y museos. Dicha serie fue concebida para llenar un vacío en el ámbito de las publicaciones académicas en el campo de los estudios sobre públicos, ya sean artículos monográficos acerca del estado del conocimiento en diversos temas afines, investigaciones de largo aliento, ejercicios académicos o evaluaciones de exposiciones y otras estrategias que utilizan los museos en la comunicación e interacción con sus públicos.

La relevancia de una serie de este tipo es especialmente importante en el ámbito mexicano e incluso latinoamericano, en donde encontramos muy pocas referencias a los estudios sobre los públicos de los museos. Para nuestra sorpresa, cada vez ubicamos más literatura del tema, ya en los archivos de los museos, en las bases de datos de los catálogos de las universidades, en los repositorios digitales y en la charla cotidiana con los colegas del campo que develan conocer, o haber realizado estudios y/o evaluaciones en sus instituciones.

Sin embargo, no somos una comunidad académica o de práctica consolidada. Quizá porque quienes hemos incursionado en este ámbito provenimos de campos distintos del conocimiento y del trabajo en diferentes tipos de museos: de antropología e historia, de arte o de ciencias. Quizá por la escasez de foros en los cuales compartir el trabajo que se realiza y los resultados alcanzados. También, por los pocos espacios de formación específicos en la materia. Y, por último, por la falta de canales de difusión del conocimiento que se genera.

La serie a la que pertenece este volumen precisamente busca aportar en estos aspectos. Se constituyó como un medio de expresión y canalización del espacio de formación creado en la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRyM) del INAH, por medio de una materia optativa de estudios sobre públicos de museos en el seno del Posgrado en Museología desde el 2014.

Así, el volumen I titulado *Públicos y museos: ¿qué hemos aprendido?* se publicó como resultado del trabajo de estudiantes que cursaron esta materia en el semestre 2014-2, y se conformó con artículos que muestran el estado del conocimiento sobre diversos temas de la comunicación con los públicos (Pérez Castellanos, 2016). Esta idea se fundamenta en pensar que los espacios de formación son espacios de producción del conocimiento, el cual no se aprovecha al máximo pues queda disociado en distintos ámbitos: las presentaciones de los docentes, lo que se dijo en clase, las participaciones, las notas de los y las alumnas, las prácticas de campo e incluso los trabajos escolares. Todas estas tareas pueden ser la base de documentos analíticos y reflexivos para compilaciones que potencien el conocimiento hacia otras personas además de los asistentes a los cursos.

Al no contar con libros de texto acerca del tema o bien con un corpus de referencias mexicanas que sean la base de lo que se enseña en clase, se requiere su construcción, la cual se piensa colectiva y no solo desde lo que, en este caso, las expertas en el tema tienen que compartir, también desde lo que los participantes logran aportar y construir. Los estudiantes asisten al curso con sus propias experiencias y conocimientos y no hacen sino enriquecerlo. Desde esta perspectiva es que el presente volumen pretende mostrar al lector, el proceso “alquímico” que se vive entre lo que se enseña y lo que se aprende, entre la teoría y su aplicación.

El volumen II, *Apuntes para pasar de la teoría a la práctica*, también es el resultado de un curso impartido en la ENCRyM: el Curso Internacional de Estudios de Públicos realizado entre agosto y diciembre del 2015. Fue posible gracias al financiamiento

que el Posgrado en Museología otorga para la serie de cursos internacionales que se han realizado; de esta manera contamos con la participación de seis profesoras invitadas reconocidas por sus aportaciones en el campo. Tres procedentes del extranjero: Estados Unidos, España y Nueva Zelanda, y tres mexicanas, procedentes de la UAM-Iztapalapa, el Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas del INBA y la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM. Por parte de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía del INAH, la que esto suscribe y la profesora adjunta del curso.

En la primera parte, Apuntes para la formación de profesionales en estudios de públicos, cada autora —docente del curso— nos ofrece un artículo relativo a los contenidos que impartió. Lo hacen desde la academia o la práctica a partir de la experiencia que han acumulado en años de trabajo sobre el tema. Se dialoga desde aportaciones más teóricas, hacia aspectos muy prácticos tipo taller.

En “Públicos: historia y contemporaneidad”, Ana Rosas Mantecón, profesora investigadora de la Universidad Autónoma de México (UAM-I), se refiere al desarrollo del término público, las distintas nociones que han existido al respecto, “sus cambios en el tiempo y cómo se ha modificado su entendimiento”. Se trata de un artículo de primera importancia en un volumen que aborda esta temática.

Debemos admitir que la falta de reflexiones rigurosas sobre el término públicos ha llevado a su uso indistinto como sinónimo de visitantes, o incluso de otros términos como audiencia, consumidores y en algunos casos hasta clientes. El artículo de Ana Rosas Mantecón ayuda a mostrar la importancia de las definiciones y a clarificarlas.

En este volumen no aspiramos todavía a unificar el término y es por ello que en los diferentes artículos el lector encontrará el uso indistinto de públicos y visitantes. No obstante, a fin de determinar mi postura, retomaré las ideas ofrecidas por Warner (2002) para clarificar que los visitantes constituyen un subconjunto de los públicos de

los museos. Para este autor, es útil distinguir entre *el público* —como totalidad social—, las personas en general y *un público*, como aquellas específicamente interesadas en una determinada manifestación —en este caso los museos—. Este segundo grupo es concreto, es una multitud testigo en un espacio visible, autoorganizada y constituida por extraños, es a quien se convoca y de quien captamos la atención (Warner, 2002, pp. 413-418). La caracterización singular de este conjunto en la idea de *un público* no ha dejado de ser criticada,<sup>1</sup> y por ello otros autores, incluyéndome, nos apegamos al plural *los públicos*.

Siguiendo a Warren y también con mi propio aporte, en esta primera distinción podemos hablar de *el público* como esa totalidad social a la que pueden estar dirigidos los museos, y en la que también se encuentran los públicos potenciales y los llamados no públicos, y a *los públicos de un espacio* como aquellos que en efecto se interesan por este, están pendientes de lo que ocurre en ellos, e incluso los siguen en redes sociales y consumen sus diversas propuestas —página web, publicaciones, exhibiciones, etc.—. Dentro de este conjunto se encuentran los visitantes, quienes en efecto, corpórea o virtualmente, asisten al museo, quienes cruzan la taquilla, “el destinatario de la oferta cultural y educativa que hace el museo, y, especialmente, del mensaje que se emite a través de la exposición” (García Blanco, 2002, p. 171). En este último grupo están incluidos los visitantes frecuentes, pero también aquellos que por azar, quizá solo momentáneamente son atrapados y atraídos, por ejemplo quienes por primera vez asisten a una muestra espectacular y quizá nunca vuelvan. De igual forma se distingue actualmente entre los visitantes en sitio y visitantes web, porque este último espacio virtual también es, hoy en día, un polo de atracción y motivo de visitas en el ciberespacio. Otras discusiones sobre términos afines como el de consumidores y ciudadanos se pueden consultar en Pinochet y Güell (2014) y en Schmilchuk (2004).

<sup>1</sup> Véase, por ejemplo: <<http://nodocultura.com/2016/01/no-existe-tal-cosa-como-un-visitante-de-museo/>>.

Es precisamente Graciela Schmilchuk, pionera en los estudios de públicos en México, quien presenta el artículo “Dos caras de una moneda. Evaluar exposiciones y museos / conocer los públicos”, que propone una serie de aspectos a considerar cuando se inician este tipo de estudios, entre otros, no solo tomar en cuenta las opiniones de los públicos sino también del personal del museo. La prosa de esta autora refleja el sentido dinámico de su pensamiento, nos ilustra los estudios que se han enfocado al museo en sí mismo, como herramientas evaluativas y también las que se derivan del ámbito académico, no sin dejar de lado aquellas originadas por la política cultural.

“Conociendo a los visitantes. El Laboratorio Permanente de Públicos de Museos, un proyecto integral”, es un recorrido de la creación de esta área en el seno del Ministerio de Cultura y Deporte de España. Ángela García Blanco nos conduce por las primeras ideas que dieron cabida a la formación de dicha entidad, el trabajo que se ha realizado y, en especial, la aplicación que ha tenido para generar líneas de actuación muy específicas. Se trata de un ejemplo concreto de la aplicación y seguimiento que pueden tener los resultados de los estudios sobre los públicos de museos cuando se considera que el conocimiento es acumulable y se toman como parte de una política pública.

Si bien en México se han impulsado este tipo de estudios desde una administración central como lo es el Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura (antes Conaculta) y se ha avanzado mucho en ello, desde mi punto de vista hace falta una mayor sistematización, estrategias de corto, mediano y largo plazo, así como derivar acciones concretas. Durante el 2016 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en colaboración con la propia Secretaría de Cultura, aplicó por primera vez un estudio a nivel nacional. Esperamos que los resultados sean publicados próximamente y sujetos a análisis.

Lee Davidson, profesora del programa de Estudios sobre Museos y Patrimonio de la Universidad de Victoria en Wellington, Nueva Zelanda, nos brinda un panorama general de gran utilidad sobre la aplicación de los enfoques cualitativos en su artículo “Comprendiendo la experiencia del visitante a través de la investigación cualitativa”. En él proporciona las herramientas para comprender la experiencia de los visitantes, así como guías prácticas para las tareas implicadas en el uso de esta técnica; también ofrece algunos ejemplos específicos de su aplicación.

Kathleen McLean, directora de la firma Independent Exhibitions y exdirectora del Centro para las exposiciones y programas públicos del Exploratorium en San Francisco, escribe “Prototipos en museos: creación de exposiciones interesantes con un proceso de evaluación distinto”. Para McLean, un prototipo es “una maqueta, una versión rápida y burda de una idea, flexible y modificable; una herramienta para entender algunos de los posibles efectos de una idea u objeto sobre el usuario final” (página 97 en este volumen). Su aportación es un estudio del uso de los prototipos en museos como una forma de crear exposiciones interesantes con un proceso de evaluación distinto. El artículo muestra su peculiar forma de abordar los problemas desde la creatividad, el ensayo y el error, proponiendo soluciones rápidas y económicas.

Por su parte, María del Carmen Sánchez Mora, experta en evaluación de públicos en museos de ciencia en México, nos ilustra el uso de “Algunas técnicas de evaluación utilizadas en estudios de visitantes”. Cuando se busca evaluar las exposiciones de acuerdo con sus objetivos, los mapas de significado personal, los grupos de enfoque y el diferencial semántico, son técnicas de utilidad.

Como cierre de la primera parte del volumen, Leticia Pérez Castellanos reflexiona sobre la formación de profesionales en el campo de los estudios sobre públicos. Realiza un breve recuento histórico, muestra cómo el cambio hacia un pensamiento centrado en los visitantes dio lugar al surgimiento de nuevas áreas y profesiones en los museos, como la del investigador de públicos, pero también a nuevos retos.

La segunda parte del volumen, “Apuntes desde la práctica en estudios sobre públicos de museos”, se propone reflejar cómo es que se construye el conocimiento desde el que aprende y cómo es que en este campo es imprescindible llevar sus conocimientos a la práctica. Desde el primer volumen de esta serie se buscaba fomentar en los jóvenes la competencia de la escritura. Estoy convencida de que los estudios y evaluaciones se deben compartir —así sean meros ejercicios preliminares—, por lo cual se instó a los participantes del curso a escribir artículos que reflejaran sus procesos de aprendizaje, la puesta en práctica y las reflexiones que estos ejercicios les dejaron.

En “Conociendo a los públicos de La Galería de la Cineteca Nacional. Aproximaciones desde un curso de formación”, Rosa Elba Camacho, quien fue profesora adjunta del curso, reflexiona sobre la experiencia de las sesiones prácticas que buscaron llevar a un escenario real lo que se aprendió en el módulo de Ángela García Blanco. Su aportación es doble, pues ella condujo estas sesiones y a la vez compiló los reportes de los equipos de trabajo para integrar un acercamiento preliminar a los públicos de este nuevo espacio expositivo de Ciudad de México.

Los ejercicios realizados se efectuaron en colaboración con la Cineteca Nacional. Las observaciones derivadas fueron recibidas con un espíritu abierto por el personal a cargo de La Galería, espacio expositivo que para la fecha de las prácticas estaba recién inaugurado; incluso varias de las sugerencias, por ejemplo las relacionadas con los problemas de señalización, fueron puntualmente atendidas y corregidas en su momento.

En el artículo “Museo del Templo Mayor: preguntas para descubrir el significado del sacrificio humano para los visitantes mexicanos de hoy”, Sara Aguilera Ríos, Francisco Javier Maldonado Méndez y Mariana Pascual Cáceres, muestran el proceso de aplicación de entrevistas cualitativas. Como resultado del aprendizaje derivado del módulo de Lee Davidson, los autores hablan de los retos que impone esta técnica y de la forma de procesar la información.

Mónica Leal Badillo y Mariana Pascual Cáceres nos presentan en “¡Inténtalo!... ¡Inténtalo!.. Y vuelve a empezar. Taller de creación de prototipos con Kathleen McLean”, el proceso de diseño de prototipos, las ideas que subyacen y los retos que se derivan. Una breve crónica muestra los prototipos que se generaron en el grupo con los distintos equipos que se formaron, además hacen una parada en el diseño propio y también relatan cómo llevaron esta experiencia fuera del aula a un escenario real en su actual centro de trabajo.

“El *focus group* en el contexto de los estudios de público. Un ejercicio académico”, cuenta de forma general las técnicas aprendidas en el marco de la clase de Carmen Sánchez Mora. En este artículo Ximena Agudo Guevara detalla la mecánica de trabajo y organización del taller, así como los procedimientos a seguir en particular para la técnica de grupos de enfoque. Una aportación adicional de este artículo es el haber documentado el desarrollo del mismo, ya que una virtud del taller de Sánchez Mora fue precisamente permitir a los participantes alternar el rol de investigador y el papel de los públicos; y de esta manera, integrarse a las tres técnicas propuestas.

La segunda parte del volumen termina con la aportación de María Liduvina Juárez Gómez y Francisco Javier Maldonado Méndez. En “El mapeo de significado personal. Metodología cualitativa para el estudio de públicos, primeros ensayos”, relatan su experiencia. La ejercitación de dicha técnica también formó parte del módulo arriba señalado. Los autores ofrecen un relato de cómo se llevó a cabo, la califican de “fácil aplicación”, pero con retos en el análisis.

Para concluir el volumen, ofrecemos una memoria gráfica del Curso Internacional. Como señalé en un inicio, no es fácil atrapar esa magia de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Por ello, a manera de complemento, la memoria gráfica deja ver otros procesos que escaparon a la síntesis académica de los artículos presentados.

¿Cómo transitar de la teoría a la práctica? Una alternativa es la experimentación, tanto en cursos que permitan la interacción de ambas esferas, como en publicaciones que desvelen los procesos “alquímicos” de la transformación del conocimiento en aplicaciones reales, así como su divulgación a una audiencia más amplia.

## Referencias

- García Blanco, Á. (2002), “¿Usuarios o visitantes de museos?”, mesa redonda, *Museo: Revista de La Asociación Profesional de Museólogos de España* (6), pp. 171-188.
- Pérez Castellanos, L. (Coord.) (2016), *Públicos y museos. ¿Qué hemos aprendido?*, vol. 1, México, ENCRyM-INAH. Disponible en:  
<<https://www.revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/issue/view/693>>.
- Pinochet, C. y P. Güell (2014), “De los visitantes a los públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales”. Inédito.
- Schmilchuk, G. (2004), “El público: ¿clientes o ciudadanos con derechos?”, *M: Museos de México y del Mundo*, 1(1), pp. 58-59.
- Warner, M. (2002), “Publics and Counterpublics”, (versión abreviada), *Quarterly Journal of Speech*, 88 (4), pp. 413-425.