

10. Los adolescentes en los museos

Melissa Lara Flores

Resumen

Un segmento poco explorado en el ámbito de los museos mexicanos es el de los jóvenes en general y los adolescentes en particular; en la brevísima revisión que sigue se recopilan los trabajos realizados sobre él desde la década de 1980 y aun hasta la fecha en el área de estudios de públicos, y se establecen algunas líneas y ejemplos sobre la importancia de atenderlo.

Introducción

El presente trabajo corresponde a una revisión general acerca de estudios de públicos en museos llevados a cabo con adolescentes, sector que en México asiste a ellos con regularidad, principalmente por motivos escolares, y que merece especial atención por ser un tipo de visitante potencial que se encuentra en pleno desarrollo y, por lo tanto, está ávido de opciones de aprendizaje y recreación. Las preguntas centrales que aquí se plantean son hasta qué punto los museos son conscientes de la relevancia y particularidad de este público, y si están respondiendo a sus necesidades e intereses.

Cuando comencé a investigar sobre el estado del arte, surgió de inmediato el término *adolescencia* como delimitación temática; sin embargo, parece indispensable hacer algunos comentarios al respecto, pues muchos de los estudios y trabajos hablan, en general, de la *población juvenil*.

El término *adolescencia* resulta mucho más específico y se refiere tanto a la pubertad como estado orgánico de cambio entre los caracteres sexuales primarios y secundarios como a la construcción que la sociedad occidental ha hecho de la etapa transitoria entre la infancia y la adultez, con implicaciones educativas, psicológicas y culturales. El de *juventud*, por su parte, se puede referir, en general, a un ser humano con energía, vigor y frescura; existen adultos jóvenes, por ejemplo.

El concepto *adolescencia* debe analizarse sin dejar de lado la complejidad de los seres humanos como sujetos insertos en una sociedad y contexto. Abordaré esta etapa de la vida, puesto que este artículo trata de una revisión en estudios de públicos en museos desde una perspectiva social y educativa.

Así pues, la adolescencia es un proceso de modificación en el desarrollo de la personalidad y de búsqueda identitaria que se lleva a cabo por medio de la práctica y puesta a prueba de experiencias nuevas; en este momento, se acentúan las capacidades intelectuales, como el pensamiento abstracto y el poder de simbolización: ambas posibilitan una visión más amplia y compleja de las situaciones. Los adolescentes distinguen la fantasía de la realidad y tienen conciencia de sí mismos en relación con otros. A decir del filósofo y pedagogo José Antonio Marina (2015), recientes estudios desde la neurociencia han descubierto que a los 13 años de edad se realiza un nuevo y completo rediseño del cerebro.

Respecto de la parte psicológica y social, vale destacar la crisis de identidad que caracteriza a los adolescentes, así como las repercusiones conductuales que conlleva esta transición, pues constantemente ponen a prueba las reglas, los límites y los parámetros sociales que les trasladaron sus padres en la niñez. Esta circunstancia, como también el contexto histórico, local y social que enmarca a las distintas juventudes, ha generado sentimientos de pertenencia y cohesión en donde los adolescentes se acompañan en el rito de paso a la adultez.

Cabe resaltar las particularidades tanto históricas como sectoriales que enmarcan a los distintos adolescentes, pues no es lo mismo referirse a un joven de ciudad que del campo, de clase acomodada o trabajadora, así como a adolescentes que crecieron durante la posguerra o en la actual época de la información. En relación con lo anterior, el doctor Carles Feixa, antropólogo dedicado al estudio de las juventudes, precisa:

Vivir la juventud ya no era —como en el complejo de Tarzán— transitar de la naturaleza a la cultura, ni tampoco —como en el complejo de Peter Pan—, resistirse a la adultez, sino experimentar la errancia del destino incierto —como en el complejo replicante, tomado del humanoide de Blade Runner que se rebela porque no tiene memoria del pasado—. Se trata quizá de una de las manifestaciones exteriores de eso a lo que se le ha llamado el “fin de las ideologías” y el “fin de la historia” (Feixa, 2006, p. 12).

Es preciso tomar en cuenta esta diversidad, pues el tema de la adolescencia es vasto y complejo. Para esclarecer las líneas con las que se diseñó este artículo es suficiente, no obstante, el panorama que se ha brindado sobre esta etapa de la vida que en México se da principalmente en la educación secundaria y media superior, es decir, de los 13 a los 18 años aproximadamente.

Al aterrizar en el tema que corresponde, durante el proceso de revisión fue difícil encontrar estudios de públicos en museos de México que hablaran específicamente sobre los adolescentes, pues si bien existen programas de atención claramente dirigidos a ellos, no se han considerado para la realización de investigaciones de públicos. Se decidió, entonces, ampliar la búsqueda utilizando la palabra *jóvenes*, término que permitió encontrar algunas referencias adicionales, por ejemplo, proyectos con público universitario.

Por el contrario, al dirigir la búsqueda hacia museos de países que están a la vanguardia en el trabajo con públicos, el universo se amplió de manera considerable,

principalmente en la oferta de actividades orientadas concretamente para los adolescentes, algunas de las cuales se han revisado y se tratarán más adelante.

En México los trabajos que tocan específicamente a este público tuvieron el acierto de compartir sus experiencias precisamente con la consigna de que es un tipo de visitante difícil, al que se le ha descuidado por la complejidad que implica adentrarse en sus terrenos. Por ello, pues son parte de este esfuerzo por conocer las particularidades de los jóvenes, se optó por incorporar en este trabajo las experiencias contadas por quienes han trabajado con ellos.

La información está organizada de la siguiente manera: primero se abordarán algunos casos de estudios de públicos de jóvenes en México, desde los pioneros hasta los más recientes, y, posteriormente, se rescatarán ejemplos estadounidenses, que vienen mucho al caso en tanto ejemplifican las ideas planteadas en el artículo y pueden ser de utilidad para los interesados en el tema. Por último, se examinarán algunos proyectos actuales en España, país que de manera heterogénea presenta una creciente preocupación por trabajar con las juventudes.

Un público ávido de novedades

Primeros acercamientos a este tipo de público

Estudiar la juventud ocupa mi tiempo desde hace ocho años aproximadamente. Al haber elegido este tema dentro del curso Estudios de públicos en museos correspondió, entonces, a un quehacer profesional que me lleva a profundizar sobre este sector de la población que tiene aún mucho de niño y poco de adulto, un hondo anhelo por ser, dudas, inquietudes, pero que también padece, en su mayoría, un rezago educativo y social, pues a los jóvenes se los rechaza con calificativos que van desde insoportable, hasta rebelde, desde problemáticos, hasta desubicados, a fin de cuentas... “adolescentes”, término que en muchas ocasiones ha adquirido una carga peyorativa.

En la busca de proyectos, no obstante que he encontrado trabajos mexicanos que exponen algunas intervenciones específicas con jóvenes en museos, han sido más bien aislados. Es probable que muchos de los que se hayan realizado no se dieron a conocer a través de publicaciones que nos permitan estar al tanto del abanico de esfuerzos y posibilidades que han explorado.

En primer lugar, hablaré de una referencia obligada para quienes se interesen por los estudios de públicos. Se trata de un trabajo pionero y pilar en México, publicado en 1987: *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, en el que la autora, Esther Cimet, se preocupó por volver la vista a los públicos de los museos (con el enfoque del sociólogo Pierre Bourdieu y sus investigaciones en Francia), centrándose en el público mexicano como una primera aproximación a su consumo cultural. Si bien no se enfocó directamente en jóvenes, lo importante de su trabajo es que concluyó que en las visitas a museos de arte “predominan los estudiantes universitarios y profesionales, es decir, quienes están pasando por la educación superior o pasaron por ella [...]. La información ocupacional confirma este perfil: un 40% del público declara ser estudiante” (Cimet, 1987, p. 209). No se olvide que es desde la escuela donde se incita a los niños y adolescentes a visitar los museos.

Posteriormente, en los años noventas, aparecieron dos breves artículos en la *Gaceta de Museos* del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que marcan un incipiente interés por concebir a los jóvenes como público potencial. El primero de estos corresponde a María Engracia Vallejo, pilar fundamental de la educación en museos del INAH e impulsora de los departamentos de servicios educativos en esas instituciones en México. En “Museos: adolescentes y sexualidad. ¿Cómo atraer a un público difícil?” refiere su experiencia en el campo por medio de un proyecto impulsado por el Museo Nacional de las Culturas en la Ciudad de México, que buscaba interesar a los jóvenes en temas de corte antropológico, lo que se logró con una selección de contenidos con la que se sintieran identificados (Vallejo, 1996, p. 8). Quienes participaron en aquel se ocuparon, pues, de atraer adolescentes de

entre 13 y 18 años de edad al mundo de la antropología, hablando de cómo diversas culturas del mundo viven la pubertad, la sexualidad, el noviazgo, el matrimonio, el embarazo y la familia.

En el segundo artículo, “Los jóvenes, ¿un público olvidado en los museos?”, escrito por Marcia Larios Morales, del Antiguo Colegio de San Ildefonso (ACSI), se rescatan diversos proyectos de distintos museos, subrayando la poca atención que se le ha dado a este sector de la población. Entre ellos destacan: el del Museo Nacional de Arte (Munal) para jóvenes en situación de calle; el del Museo Galería de Historia que vinculó específicamente temas del museo con los del programa de historia del Colegio de Bachilleres, y, por último, el del Museo Tamayo que, en el marco de la exposición *André Breton. Festival de lo imaginario*, acercó el surrealismo a los jóvenes (Larios, 1996, p. 13).

Marcia Larios refirió, asimismo, un proyecto que el ACSI desarrolló con este público, basándose en sus gustos, intereses y hábitos, en el cual combinó lo lúdico con los audiovisuales, es decir, juegos interactivos de cómputo elaborados con el apoyo del Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes (Cenart), con temas prehispánicos enfocados en los intereses de los muchachos. Es importante mencionar que este artículo data de 1996, siendo el ACSI pionero en la utilización de esta clase de recursos. Las expectativas del proyecto se superaron considerablemente, pues la meta inicial preveía 8 000 participantes, cuando se tuvo una asistencia real de 17 000 jóvenes de secundaria, preparatoria, vocacionales y de los Colegios de Ciencias y Humanidades (CCH).

Aunque no se hace mención a estudio de público alguno como tal, el artículo refiere que los visitantes disfrutaron los juegos interactivos afirmando, por citar dos ejemplos: “es una manera divertida de conocer la cultura”; “es maravilloso ver la fusión histórica y la tecnología”.

Cambios en la aproximación

Conforme pasan los años, es cada vez más frecuente constatar que en los museos se hace uso de las nuevas tecnologías como una forma de acercarse a los jóvenes. Tal es el caso de un proyecto desarrollado en la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRyM), de la Ciudad de México, que resulta relevante, además, por su amplitud y porque fue hecho por y para jóvenes universitarios.

Estudiantes de la especialidad en museografía llevaron a cabo en el 2004 el proyecto *Escuchando lo invisible del universo. El gran telescopio milimétrico, propuesta expográfica itinerante dirigida a estudiantes universitarios*, con el objeto de difundir tanto investigaciones de tecnología y ciencia como la oferta académica del Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica (INAOE), y de provocar, con base en una propuesta museológica, curatorial y expográfica, experiencias significativas en los estudiantes y su interés por cursar estudios de posgrado en esa institución. Llama la atención que uno de los propósitos generales de este proyecto fue “desarrollar un sistema expográfico itinerante dirigido a públicos universitarios”, así como, debido al poco interés y esfuerzo por crear proyectos expositivos orientados a jóvenes, “identificar audiencias y públicos”.

El trabajo estaba planteado para exhibirse en diversas universidades del país de forma temporal e itinerante, pues los autores consideraban que así revestía mayor atractivo, con el refuerzo de una campaña integral que se acompañaría de material de divulgación digital e impreso:

Debido a que la exposición estará dirigida a públicos universitarios, en cuanto a los contenidos textuales estos se trabajaron con un lenguaje acorde a las características de este perfil de público; en cuanto a los contenidos visuales se elaboró una propuesta gráfica que facilitará la lectura de la información textual y visual, tratando de evitar la saturación y reforzando ciertas áreas con otros recursos mediáticos tales como video, CD interactivo, página web y materiales impresos (Aguilar, 2004, p. 5).

Al revisar este proyecto, se observa, en todo momento, el interés por satisfacer las expectativas de su público meta:

Un principio que se trató de mantener en todo el proceso de creación de esta muestra fue el de tratar de respetar al visitante, por ello el principal estímulo para tratar de atraerlo ha sido el identificar sus necesidades y sus canales e información; en base a ello es como se ha estructurado el uso de todos los recursos de información (*ibid.*, p. 10).

La pregunta es ¿cómo?, pues si bien el proyecto cita fuentes bibliográficas de museos y educación, principalmente inglesas y norteamericanas de los años setentas y ochentas, no incluyó estrategias para conocer el impacto real que tuvo en sus públicos o para detectar sus intereses y necesidades previamente. Es decir, en ningún momento se previó realizar estudios de públicos formativos o sumativos.¹

Mucho más recientemente, en el 2008, en el Museo Nacional de las Culturas (MNC) se realizó un estudio de públicos con jóvenes de bachillerato por parte de alumnos de la Facultad de Estudios Superiores (FES) de Aragón. Este exhaustivo trabajo se divide en dos partes: el proyecto *Investigación de públicos potenciales en el Museo Nacional de las Culturas*, y la investigación *La escasa asistencia de estudiantes de primer año del nivel medio superior del Distrito Federal al Museo Nacional de las Culturas del Mundo*. El objeto consistió específicamente en solucionar la problemática señalada en el título de la investigación: la baja asistencia de estos jóvenes al museo; se buscaba conocer motivos, expectativas, opiniones, necesidades, demandas culturales, educativas y recreativas de este sector del estudiantado y, con base en los resultados, definir estrategias y políticas en materia de difusión y capacitación de públicos potenciales.

¹ Los estudios formativos son aquellos que se elaboran en la etapa de planificación, construcción o modificación de una exposición, y sirven para conocer las necesidades, inquietudes e ideas de los públicos sobre ciertos temas. Los sumativos se realizan cuando la exposición ya se ha instalado y sus resultados establecen la efectividad respecto de las metas iniciales.

El marco teórico de este proyecto se apega al estudio realizado 20 años antes, que ya cité arriba, *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, de Esther Cimet, en el que participó de manera muy importante Néstor García Canclini. En suma, la importancia de este vasto trabajo en el MNC es no solo el desarrollo del estudio de públicos —concretamente, los juveniles— y la exhaustiva justificación acerca de la necesidad de llevarlos a cabo sino también el planteamiento de propuestas claras para atender sus necesidades con base en los datos arrojados.

Experiencias recientes

Por último, durante los años 2009 a 2012 la asociación civil Lab Expresión Independiente (LEI) puso en marcha el programa *Los museos van a la correccional*, consistente en llevar contenidos de los museos de la Ciudad de México y estados cercanos a los adolescentes en conflicto con la ley penal, privados de su libertad, mediante visitas virtuales y materiales audiovisuales generados por el equipo de la asociación. Se intentó romper las barreras entre los jóvenes y los museos para que los consideraran como una opción de recreación y aprendizaje, así como generar espacios para la crítica y la reflexión a través de la resignificación plástica.

Desde el 2006, cuando la agrupación comenzó a trabajar con los entonces menores infractores,² sus miembros —entre los que me incluyo— nos percatamos de que se trataba de un público con particularidades muy precisas que teníamos que identificar para cumplir nuestros propósitos, enfocados en el aprendizaje desde la educación no formal. Echamos mano de la etnografía para el registro de las sesiones y el análisis de sus características, observando su entorno, relaciones interpersonales, códigos, dinámicas sociales, lenguaje, creencias, etc., y reflexionando acerca de todo

² Todavía hasta el 2008 el Consejo Tutelar de Menores dependía del gobierno federal y utilizaba el concepto de *menores infractores* para referirse a ellos. El 6 de octubre de 2008 la custodia de los jóvenes se trasladó al gobierno local, al crearse la Dirección General de Tratamiento para Adolescentes, y, con ella, la cosmovisión y metodología de tratamiento. A partir de entonces se los llama *adolescentes en conflicto con la ley penal*, y a los sitios en los que reciben dicho tratamiento integral, *comunidades para adolescentes*.

ello; este proceso se registró en diarios de campo y documentos internos de trabajo que se consultaron en el archivo particular de la asociación.

En el 2009 comenzamos el proyecto de los museos, pues los jóvenes se habían mostrado entusiastas y perceptivos hacia temas relacionados con ver la calle por medio del video; llevar los museos implicaba hablarles de la zona en que se ubicaban, mostrar imágenes de los exteriores e incluso grabar escenas de la ruta para llegar en transporte público, lo cual los estimulaba bastante (figura 1).

Dentro de la metodología de intervención consideramos en la primera fase la realización de estudios de públicos, que permitió saber qué tan familiarizados estaban con ellos y conocer su percepción, así como sus intereses e inquietudes. Para ejemplificar, se abordará solo el primer caso, que corresponde a un grupo de 20 internos de la Comunidad para Adolescentes de San Fernando, Tlalpan, que arrojó datos interesantes: jóvenes de 14 a 21 años que presentan un rezago educativo importante, pues la mayoría de ellos estaban estudiando la educación primaria o secundaria, dicen saber/conocer tres museos: Papalote, Antropología y Castillo de Chapultepec. Los que dijeron conocerlos indicaron que el motivo de su visita fue escolar, hace más de cuatro años, y que sí están interesados en regresar, pues los consideran lugares “bonitos” en los que se “aprende algo”. La totalidad del grupo expuso que le gustaría conocer algún museo, preferentemente el de Ripley y el de Cera.

Con base en los resultados, se generó un programa de trabajo especial para ellos con metas concretas, pues los jóvenes revelaron tener poco contacto con los museos; manifestaron la creencia de que son sitios donde se aprenden cosas del pasado y relacionados con los modelos típicos de enseñanza, es decir, como un refuerzo de la educación formal.

La línea de trabajo consistió, entonces, en cambiar su percepción sobre los museos, sustituyendo la idea de que son recintos del pasado por la de que son sitios creati-



► Figura 1. Proyección de los murales del Museo Palacio de Bellas Artes en la Comunidad para Adolescentes Dr. Alfonso Quiroz Cuarón, 2010

Fotografía: Melissa Lara Flores | © Lab Expresión Independiente LEI AC



► Figuras 2 y 3. Los servicios educativos del Museo de la Luz brindaron un taller sobre extracción de colores vegetales a jóvenes de la Comunidad para Adolescentes de San Fernando, Tlalpan, 2009

Fotografía: Melissa Lara Flores © Lab Expresión Independiente LEI AC

vos mediante el descubrimiento y la experimentación, es decir, planteando un modelo más activo de conocimiento y entretenimiento. Asimismo, se consideró incluir en el programa los museos que dijeron que querían conocer, así como los que los talleristas consideramos para ampliar su panorama (figuras 2 y 3).

Estos estudios aún no se publican; sin embargo, se prevé incorporarlos dentro de la sistematización de trabajo que realiza actualmente la asociación.

Esperando que este caso sea el de muchos otros trabajos con adolescentes que tienen pendiente compartir los resultados de este arduo y fascinante trabajo, cerraré este apartado con dos ejemplos que dan muestra de una creciente conciencia sobre la importancia de atender públicos jóvenes. Aunque tales investigaciones no han derivado en publicaciones que nos permitan conocer tanto las características de sus públicos como su metodología de trabajo y resultados, es importante saber acerca de su existencia, pues son experiencias recientes que, dada su constancia, se han convertido en programas de atención.

El Departamento de Enlace y Mediación del Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) muestra en su página web: <muac.unam.mx>, junto con la Escuela Nacional Preparatoria, el programa *El MUAC en tu casa*, que busca involucrar a los jóvenes con el arte contemporáneo, los procesos museales y el acercamiento con artistas y, a la vez, fortalecer la educación artística de los jóvenes, inmersos en un sistema educativo que no toma mucho en cuenta las artes para el desarrollo integral de las personas. Por tercer año consecutivo se convocó para que los interesados se organicen y participen en un proceso educativo que deriva en la instalación y exhibición de una obra de arte del museo en la casa de algún participante. Los preparatorianos se involucran en los procesos museográficos y comunicativos para recibir visitantes en su casa. Por el momento, podemos conocer esta experiencia en voz de los participantes por medio de videos que se han subido tanto a la página web del MUAC como a redes sociales.

Por su parte, la Fundación Jumex Arte Contemporáneo tiene desde hace seis años un programa comunitario para jóvenes: *Talleres con adolescentes de la colonia Lomas de San Carlos, Ecatepec*, municipio contiguo a la Ciudad de México, ubicado en la periferia, con características de rezago social y educativo. Según difunden los mediadores del museo en su página web: <fundacionjumex.org>, buscan instituciones culturales o agentes activos de la comunidad que se interesen en asociarse con la iniciativa, para acercarse a chicos interesados en participar.

Para concluir este apartado, se puede decir que la mayoría de los museos en México tiene programas de visitas guiadas escolares que se dividen, por cuestiones didácticas, en edades. Esto es: existen programas específicos con adolescentes y jóvenes, aunque a lo largo de esta revisión se ha observado de manera general que hay un mayor interés de los museos de arte, específicamente moderno y contemporáneo, por desarrollar proyectos especiales para y con jóvenes. Estos recintos han hecho notoria su novedosa manera de aproximarse a ellos y no solo en el caso mexicano, pues, como se leerá a continuación, sucede en museos de otros países.

Los adolescentes como un público consolidado

Aportaciones desde el contexto estadounidense

Los Estados Unidos son un caso ejemplar cuando se habla de adolescentes y museos, pues desde los años setentas del siglo XX instituciones culturales de ese país comenzaron a marcar camino hacia la formación de públicos específicos, entre ellos, los *teens*.

Los museos de ciencia fueron pioneros en el desarrollo de estas propuestas, por lo que, siguiendo esta lógica, destacaré primeramente el estudio *In their Own Words: Voices of Teens in Museums*, desarrollado en Boston, Massachusetts, durante las décadas de 1970 a 1990. El proyecto consistió en un programa de voluntariado titulado YouthALIVE en diversos museos de ciencias, en los que adolescentes —de

comunidades marginadas y de migrantes, en su mayoría— participaron en atención al público y como mediadores en talleres.

Los investigadores que desarrollaron este proyecto buscaron, al pasar los años, a los jóvenes para entrevistarlos y recabar sus experiencias. Se logró contactar a 27 voluntarios que habían participado, quienes relataron de manera autobiográfica los testimonios, sumamente valiosos e interesantes, pues externaron que los museos, al encontrar en ellos infinidad de posibilidades, cambiaron su forma de ver el mundo; también fortalecieron su autoestima y la confianza en sí mismos, al tener que desenvolverse con el público, particularmente con los niños, sobre los que también se modificó su percepción (Lynn, 2000).

Muchos de los entrevistados declararon que desenvolverse en el mundo de los museos los motivó en la escuela, contribuyó con sus procesos identitarios y a adquirir conciencia, pues desde entonces comprendieron mejor su relación con la sociedad, la política, etcétera.

En el mismo escrito (Lynn, 2000), los entrevistados se refirieron a la resistencia de muchos empleados de los museos, que criticaban su trabajo de mediación con el argumento de que les faltaba experiencia para realizar algunas tareas. Así pues, la parte conflictiva de este proyecto, a decir de sus protagonistas, fue la dificultad de forjar relaciones con los adultos.

Continuando con esta revisión, encuentro que, en este mismo contexto, los museos de arte comenzaron a interesarse por los adolescentes en los años noventas, según se expone en un estudio muy valioso, ampliamente recomendable, llamado *Youth Empowerment and Contemporary Art. Where are We Now*, escrito por Danielle Linzer (2014), directora de Programas de Acceso y de la Comunidad en el Whitney Museum of Art. En él habla sobre trabajos de exploración de diversos museos de arte respecto del público adolescente y cómo a lo largo de los años y mediante la experiencia se han consolidado programas y metodologías específicas.

Pioneros en iniciativas juveniles han sido museos de arte contemporáneo, como el Museum of Contemporary Art (MOCA), de Los Ángeles, California, que desde 1992 trabaja con docentes de arte y estudiantes de *highschool* en un proyecto que busca evitar en los jóvenes el riesgo de abandono escolar: en talleres murales, los adolescentes se volvieron mentores, al compartir con sus compañeros lo aprendido. Con el tiempo, el programa creció y evolucionó hasta convertirse en el MOCA Apprenticeship Program, que cada año opera con 15 escuelas, además de la ampliación de actividades para jóvenes que lleva a cabo dentro del museo (Linzer, 2014).

A la par, el museo Walker Art Center, en Minneapolis, Minnesota, aspiraba, también en los noventas, a formar público adolescente; después de varios programas pilotos, logró consolidar, en 1996, el Walking Art Center Teen Art Council (WACTAC), que consiste en una serie de proyectos y actividades para adolescentes que deriva en la creación de sus propias agenda en torno del arte: noches para jóvenes, talleres, conciertos, pláticas, intervenciones, creación de material didáctico impreso y digital, etc. Esta información se puede consultar en <blogs.walkerart.org/teens>.

El éxito de este proyecto ha hecho que otras instituciones interesadas se acerquen al Walking Art Center para solicitar asesoría y consejo, razón por la cual esta institución lanzó una publicación que orienta a todos los interesados en crear programas juveniles en museos: *A Teen Programs: How-to Kit*, disponible en línea, sumamente recomendable, pues comparte metodologías, historias, consejos y ejemplos, además de que es un documento que se adapta a las necesidades de los jóvenes hoy.

En 1997 el museo neoyorquino Whitney Museum of American Art, que ya he mencionado, arrancó con *Youth Insights* como parte de un largo proyecto de extensión educativa en el que los chicos, dirigidos por el personal del museo, pusieron en práctica sus propias ideas de actividades, tales como noches para jóvenes, programas con familias y comunidades, conversaciones con adultos mayores, etc., de tal suerte que, con el paso de los años, el proyecto creció y hoy es ejemplar para la formación de los chicos.

Por último, el Museo de Arte Contemporáneo de Houston, Texas, decidió unirse a estas acciones en 1999, dentro de un amplio programa de captación de públicos, para lo que buscó en WACTAC y MOCA consejos exitosos (Linzer, 2014).

Estos cuatro museos de arte contemporáneo, que llevan más o menos 20 años de trabajo sobre el tema, se sumaron en el 2013 a la iniciativa de la investigadora Mary Ellen Mulley (Linzer, 2014) de realizar un estudio longitudinal que reunió organizadores y participantes de proyectos juveniles de dichos museos para un *focus group* que ayudara tanto a medir los alcances de este arduo trabajo como a unificar criterios y consolidar su metodología de trabajo, que es la formación de “consejos juveniles”.

El texto de Danielle Linzer describe con claridad la metodología del *focus group*, los testimonios, así como las conclusiones a las que llegaron gracias al estudio, con particular énfasis en las coincidencias de conversaciones y puntos de vista de los participantes, en el mismo sentido del estudio hecho en Boston al que me referí anteriormente: *In their Own Words: Voices of Teens in Museums*. Es decir: tales programas en museos han contribuido, en lo inmediato, al fortalecimiento de procesos de búsqueda identitaria, logrando que los adolescentes se sientan útiles, importantes, integrados a la comunidad, y, a la larga, a la formación de personas abiertas a conocer gente y nuevas experiencias.

Esta publicación, además, aporta a los estudios de públicos con adolescentes una metodología para la realización de “consejos juveniles participativos”, en la que comparte los aspectos que se deben abarcar: el proceso de selección de participantes, las cualidades del personal del programa, la estructura y el formato, las condiciones de participación y otros aspectos que han alcanzado casos de éxito en beneficio de los jóvenes.

Para cerrar el caso estadounidense, vale la pena hablar de otro museo interesado en divulgar su programa juvenil: el Brooklyn Museum, en Nueva York. Lo interesante de

este es que no es un museo de arte contemporáneo, sino incluye arte desde el Egipto antiguo, africano, europeo, hasta el moderno y contemporáneo. Con la misma idea, ha creado un comité juvenil que diseña, coordina y promueve actividades de y para jóvenes. En su página web se encuentra la información sobre los proyectos actuales y pasados: <brooklynmuseum.org/education>.

Como se ha observado, son varios los museos que se suman a esta línea de trabajo, y no dudo de que haya muchos más recintos museísticos en los Estados Unidos que lo hagan.

El caso de España

En España, aunque no se localizaron publicaciones sobre estudios formales de sus públicos juveniles, sí se identificó que tienen para ellos una amplia oferta educativa que valdría la pena conocer a detalle.

En Madrid destacan tres museos que cuentan con programas juveniles. El primero es el del Museo Thyssen-Bornemiza, en cuya página: <educathyssen.org>, incluye programas similares a los desarrollados en los Estados Unidos: noches de jóvenes, programas de verano, un taller titulado *¿Y tú qué miras?*, descrito como laboratorio creado desde el 2003 a partir de inquietudes y vivencias de los jóvenes, y el Proyecto *Nubla Art Game*, que invita a jóvenes a colaborar con especialistas de tecnología educativa en la creación de un videojuego, ya sea en la gestión, el desarrollo de guiones, la ilustración, la animación, la programación, el *marketing* o la telecomunicación.

La segunda institución es el Centro de Arte Dos de Mayo (CA2M), que se ocupa de públicos escolares juveniles, para lo cual fomenta, en colaboración con profesores de las escuelas y por medio de diversos programas, prácticas educativas. Los resultados de estos proyectos —entre los que destaca *Video acción*— se encuentran en línea: <ca2m.org/es/secundaria-y-bachillerato>.

Un tercer ejemplo en España es el del Museo Nacional de Arte Reina Sofía, en cuya página: <museoreinasofia.es/actividades/equipo-0>, se observa un muy completo menú educativo para adolescentes. Destaca “Equipo”, actividad en la que se reúnen jóvenes de 16 a 20 años interesados en la cultura contemporánea, el arte y la educación para colaborar con los educadores, quienes proponen diversas actividades y temas de reflexión en torno del museo con la finalidad de que sean los jóvenes quienes diseñen y organicen actividades para sus coetáneos, convertidos, así, en educadores del museo que, además, colaboran con otros recintos.

En lo que a los estudios de públicos se refiere, es importante mencionar al Laboratorio Permanente de Estudios de Público de España, que, aunque no tiene investigaciones específicas sobre adolescentes y jóvenes, sí cuenta con una Guía básica de planificación: <mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/museos/mc/laboratorio-museos/inicio.html>, que permite estructurar proyectos para determinados públicos, la cual es muy aconsejable, pues con ello se concretan destinatarios, propósitos, contenidos, actividades y metodologías, e incluye un elemento indispensable que suele dejarse de lado: la integración, desde la planeación del proyecto hasta los modos de evaluarlo. Muestra diversos tipos de estudio, como los formativos y sumativos, así como *tips* para organizar y archivar los resultados. Esta es una gran aportación para fomentar las buenas prácticas en museos, que no se ha visto en ningún otro estudio.

Conclusiones y algunas recomendaciones

Es complicado concluir este artículo generalizando acerca de los distintos casos presentados, por lo que primero hablaré del caso mexicano y, posteriormente, de los extranjeros.

En la introducción se plantearon como preguntas guías el hecho de saber hasta qué punto los museos son conscientes de la relevancia y particularidad de sus públicos adolescentes y juveniles, así como saber si han respondido a sus necesidades e intereses. Decidí titular el primer apartado como “Un público ávido de novedades” precisamente por la necesidad que hay en México de reconocer que la juventud es un público clave y, por ende, que requiere propuestas atractivas y específicas.

Hay un largo camino por andar; sin embargo, se han podido ver algunas líneas que han marcado su inicio en los años noventas del siglo pasado, mediante ejemplos aislados, así como casos recientes que fortalecen este trabajo y que valdría la pena conocer más a fondo para llegar a una sistematización que nos permita registrar coincidencias, casos de éxito, errores y posibles caminos. Habrá que recurrir a todos estos trabajos, pues sus aportaciones son valiosas como experiencias.

El reto es difícil, pues hablar de proyectos juveniles es demasiado ambiguo, dada la heterogeneidad de este grupo social, así como por la rapidez con la que las juventudes se mueven en la actualidad: lo que hoy es vigente, mañana difícilmente lo será, por lo que la renovación es de vital importancia. Qué mejor, entonces, que aprender de la metodología de “consejos juveniles” generada por los museos de arte contemporáneo estadounidenses, en las que los propios jóvenes diseñan y llevan a cabo sus propios proyectos (figura 4).

En el segundo apartado, “Los adolescentes como un público consolidado”, las respuestas a las preguntas iniciales tienen una gama de posibilidades, pues se dio muestra, precisamente, de la conciencia de los museos estadounidenses, y algunos casos españoles, acerca de las particularidades e importancia de este público.



► Figura 4. Alumnos de educación secundaria descubren las características de las crasuláceas en una visita escolar al Jardín Botánico de la Universidad Nacional Autónoma de México, 2012

Fotografía: © Melissa Lara Flores

“Existen programas específicos con adolescentes y jóvenes, aunque a lo largo de esta revisión se ha observado de manera general que hay un mayor interés de los museos de arte, específicamente moderno y contemporáneo, por desarrollar proyectos especiales para y con jóvenes. Estos recintos han hecho notoria su novedosa manera de aproximarse a ellos y no solo en el caso mexicano.”

Es un largo camino el que se anda para *formar* públicos; destaco el término en cursivas, puesto que es de vital importancia concebirlos como agentes de formación; es decir, los públicos no se crean solos: deberán ser los profesionales de los museos los que se planteen una meta, y, a partir de ella, generar estrategias, actividades y ofertas específicas, acciones que alcanzan resultados en el tiempo por medio de procesos concretos. Es poco a poco como se van formando grupos de personas con las mismas características que pertenezcan a la comunidad y encuentren en el museo una oferta para ellos por medio de la cual se apropien del espacio.

Generar conciencia acerca de la relevancia y la particularidad de los públicos juveniles que abundan en los museos es la acción propositiva que me deja este trabajo que, lejos de concluir, deja muchas dudas e inquietudes.

Los tiempos cambian vertiginosamente y nos encontramos en una época crucial que hace necesario el estudio para establecer diagnósticos y líneas de acción actualizadas en beneficio de la sociedad y su desarrollo. Concretamente con adolescentes, los museos, tratándose de espacios libres para la manifestación y el progreso de su creatividad, deben contribuir en su proceso de desarrollo, aprendizaje y socialización. De ahí que debemos fomentar su capacidad inventiva, y buscar elementos adecuados que, más allá de las palabras, les permitan establecer en actos la exploración de sus propias emociones, posibilitándoles otros recursos de simbolización en la construcción de su individualidad.

Así pues, se hace la más extensa invitación a los museos para que compartan experiencias o estudios en aras de fortalecer la educación no formal que se desarrolla en ellos, así como propiciar la creación de metodologías propias, adaptadas a las necesidades de las muy distintas juventudes mexicanas, para disfrutar los beneficios del aprendizaje no formal desde el museo.

Bibliografía

- Aguilar, J. (2004), *Escuchando lo invisible del universo. El gran telescopio milimétrico, propuesta expográfica itinerante dirigida a públicos universitarios*, documento inédito.
- Cimet, E. (1987), *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, México, INBA-Cenidiap.
- Colín, A., Dávalos, J. y Delgado, Y. et al. (2008), *Investigación de públicos potenciales en el Museo Nacional de las Culturas*, México, INAH-MNC, documento electrónico disponible en <<http://www.estudiosdepublico.inah.gob.mx/estudios/2008-2010/museo-nacional-de-las-culturas-ciudad-de-mexico>>, consultado el 28 de noviembre de 2014.
- Feixa, C. (2006), “Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea”, *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4 (2).
- Fraille, C. (2014), “Adolescentes y museos, cinco pistas para acercar posturas”, en *ABC.es*, Madrid, documento disponible en <http://www.abc.es/cultura/arte/20140124/abci-adolescentes-museos-201401241040_1.html>, consultado el 15 de noviembre de 2015.
- Martín, J. (2002), “Jóvenes, comunicación e identidad”, *Pensar Iberoamérica. Revista de cultura*, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), documento electrónico disponible en <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>>, consultado el 10 de noviembre del 2015.
- Martínez, P. (2015), “Programa educativo 2015-2016”, Madrid, Centro de Arte Dos de Mayo, documento disponible en <<http://www.ca2m.org/es/educacion-5>>, consultado el 17 de noviembre de 2015.
- Larios, M. (1996), “Los jóvenes, ¿un público olvidado en museos?”, *Gaceta de Museos*, 4, México, INAH-CNME.
- Linzer, D. (2014), “Youth empowerment and contemporary art. Where are we now?”, *Journal of Museum Education*, 39.

- Lynn, B., George, E. y Heinand, M. S. (2000), "Adolescence, growing up in museums", *The Journal of Museum Education*, 25 (3), Maney Publishing, pp. 9-14, documento electrónico disponible en <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/40479184?uid=3738664&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21104744337671>>, consultado el 15 de noviembre de 2015.
- Marina, J. A. (2015), *La adolescencia es una etapa privilegiada: el cerebro se rediseña por completo*, documento electrónico disponible en <<http://www.abc.es/familia-padres-hijos/20150111/abci-adolescentes-marina-familia-201501091644.html>>, consultado el 10 de noviembre de 2014.
- MECD (2015), *Guía básica de planificación*, Laboratorio Permanente de Estudios de Público. Proyectos Educativos y Culturales en Museos, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Morales, C. (2012), "Échale un ojo a tus monumentos: un programa de difusión sobre el patrimonio cultural para niños y jóvenes de México", *Intervención. Revista Internacional de Conservación, Restauración y Museología* 5 (3), México, INAH-ENCRyM.
- Vallejo, M. (1996), "Museos: adolescentes y sexualidad. ¿Cómo atraer a un público difícil", *Gaceta de Museos*, 4, diciembre, México, INAH-CNME.
- WAC (1999), *A Teen Programs. How-to Kit*, Minnesota, Walker Art Center, documento electrónico disponible en <http://media.walkerart.org/pdf/wac_teen_kit_booklet.pdf>, consultado el 13 de noviembre de 2015.