

El patrimonio cultural y la experiencia educativa del visitante

El concepto de patrimonio cultural está ligado, necesariamente, al concepto de objeto cultural y sus respectivos acervos y estrategias de conservación. Con el fin de contribuir a la reflexión sobre este campo cultural, en las notas que siguen ofrezco algunas reflexiones acerca del lugar que ocupa el sujeto que visita los museos, y sobre las diversas opciones que se le ofrecen para incorporar los valores representados por estos acervos a su capital cultural.

Hoy en día, el visitante de los espacios museográficos tiene ante sí una gran diversidad de opciones, en el contexto de lo que podríamos llamar el sistema de la ecología cultural urbana. Para iniciar el debate sobre su valor social, creemos que puede ser útil pensar esta diversidad en términos de una polarización de las opciones. A cada una de ellas, antagónicas y sin embargo complementarias, podemos llamarlas, respectivamente, la opción ritual y la opción lúdica. Cada una presupone en los museos una determinada función en relación con el patrimonio cultural, y a cada una de ellas corresponden diferentes estrategias de comunicación museográfica.

El museo tradicional y la experiencia ritual

En gran parte de los museos contemporáneos se pretende llegar al mayor número posible de visitantes, sin por ello reconocer la existencia de una gran heterogeneidad en lo relativo a edad, educación, género y otras variables contingentes que determinan la especificidad de cada experiencia de visita. Desde esta perspectiva, se concibe la función principal del museo como educativa. Y sin embargo, no por ello el museo deja de ser un espacio privilegiado de legitimación social, a través del empleo de diversas estrategias discursivas. Esta es la naturaleza del discurso museográfico en el ámbito de la modernidad occidental, y las limitaciones de esta perspectiva se hacen evidentes al poner en el centro de las discusiones las condiciones de la experiencia de visita, como parte de la tendencia conocida, en el terreno de las disciplinas sociales, como el retorno del sujeto.

En este contexto, aunque se llegue a reconocer en algunos casos la necesidad de que el museo cuente con determinados acervos, se presupone que la función básica del museo es conservar los valores representados por un determinado patrimonio material. De esta manera se pretende mostrar lo excepcional o ejemplar, así como propiciar su estudio por los especialistas y explicar al público (selecto o indiferenciado) en qué radica el valor de estos acervos.

Desde esta perspectiva no se pretende cuestionar o relativizar tales valores, sino legitimarlos, extender su alcance y difundir aquellos objetos o espacios que mejor los representan.

En los espacios museográficos apoyados en la lógica ritual se enfatiza el valor que se asigna a los objetos y espacios.

La extensión de estos objetivos —donde el museo es el espacio de un patrimonio que sirve fines educativos— son los cedularios, los catálogos, la crítica museal, las visitas guiadas y los servicios de carácter educativo que se ofrecen en los museos.

Esta visión presupone la creencia institucional en criterios de selección valorativa de la producción cultural, de tal manera que se preservan aquellos objetos que representan lo valioso, siempre desde un criterio institucional, canónico y legitimado. Sin embargo, esta selección genera una violencia simbólica sobre los objetos (P. Bourdieu 1991), al ser expuestos fuera de su ámbito original, y como parte de un discurso específico que se los apropia para sus fines.

Esta perspectiva produce y reproduce el sentimiento de lo ritual y presupone que los objetos comunican por sí mismos, lo cual es parte de una metafísica del objeto y de las colecciones. Se apoya, a su vez, en el principio de autoridad. Desde esta visión patrimonial es posible sostener que sólo hay museo donde hay una colección de objetos valiosos, independientemente de la lógica que subyace a la estructura de estas colecciones, y a las condiciones históricas que hicieron posible su existencia (S. Pearce 1993; W. Muensterberg 1994).

En los espacios museográficos apoyados en la lógica ritual se enfatiza el valor que se asigna a los objetos y espacios, y a los discursos autorizados que los legitiman, bajo el pretexto de tener un carácter didáctico.

Las principales características de estos museos son la legitimación institucionalizada de los criterios de selección y su elevado costo social. La

preservación, seguridad y mantenimiento de los objetos, colecciones y sitios considerados como valiosos significa un promedio de casi el 90% de su presupuesto. Este hecho refleja la complejidad de la legislación respectiva para la preservación de toda clase de patrimonio material.

En estos museos se presupone que el visitante debe acceder al lenguaje y las estrategias de codificación y legitimación que este discurso ofrece. El museo funciona entonces como espacio indiferenciado, accesible en sus códigos únicamente para los afortunados visitantes que se reconocen en sus mecanismos de legitimación. En este contexto se presupone un determinado capital en el visitante, que así podrá acceder al discurso museográfico no con el fin de tener una experiencia de aprendizaje, sino de confirmación de los valores y conocimientos que aquél reproduce. En el mejor de los casos, el discurso didáctico termina por imponerse sobre el posible valor educativo de la experiencia de visita.

Los nuevos espacios museográficos y la experiencia lúdica

En contraste con los espacios descritos en el apartado anterior, se pone en el centro de las estrategias comunicativas la posibilidad que tiene el visitante de interactuar con los espacios, objetos y conceptos que constituyen el discurso museográfico, de tal manera que éste puede jugar con diversas opciones de conceptualización, y construir su propio discurso museográfico.

En este contexto también se pueden encontrar propuestas que propicien la posibilidad de que los visitantes interactúen entre sí, lo cual puede enriquecer la experiencia de visita. En estos espacios se disuelve el principio de autoridad, que es sustituido por el principio de experimentación, a su vez apoyado en la estrategia acierto y error.

En todos estos ejemplos el museo puede ser considerado como un espacio recreativo, y su patrimonio es de carácter interactivo

En todos los casos, se trata de participar en la construcción de un patrimonio cultural de naturaleza virtual, como un proceso experiencial. Esta experiencia de visita tiene como presupuesto el interés de la institución y de los visitantes por desarrollar un patrimonio intangible: el ejercicio de la imaginación, la curiosidad intelectual y la capacidad de asombro.

Este es el principio que subyace a algunas de las más recientes propuestas de los museos para niños (a los que también tienen acceso los adultos), así como

también es el caso de algunos espacios recreativos, de algunas recreaciones ambientales y de los centros de aprendizaje construidos a partir de módulos interactivos (J. Hanhardt 1994).

En todos estos ejemplos el museo puede ser considerado como un espacio recreativo, y su patrimonio es de carácter interactivo, independientemente de la presencia o ausencia de un determinado acervo material.

El patrimonio más valioso en estos espacios de interacción consiste en el hecho de que en su interior "en lugar de haber cosas, ocurren cosas" (J. Dewey). El riesgo de estas propuestas museográficas consiste en que el carácter lúdico de la experiencia no garantiza que los valores representados por los acervos o los módulos interactivos sean reconocidos por el visitante como resultado de su experiencia de visita. Por esta razón, la posibilidad de que el visitante integre a su capital cultural la significación de aquello con lo cual ha interactuado es una variable contextual y aleatoria. En este sentido se puede hablar de un patrimonio virtual, que puede o no tener significación para el visitante.

El patrimonio cultural y la experiencia educativa

En todas las reflexiones acerca del patrimonio cultural y el papel de los museos ante él se enfatiza la naturaleza educativa de esta relación. A partir de las estrategias ritual y lúdica de la museografía contemporánea, es posible formular la posibilidad de que el efecto educativo del discurso museográfico sobre el visitante sea el producto de un equilibrio entre estas tendencias (L. Zavala et al. 1993).

Proponemos la hipótesis de que el efecto educativo de la experiencia de visita consiste en la integración de elementos rituales y lúdicos.

En otras palabras, proponemos la hipótesis de que el efecto educativo de la experiencia de visita consiste en la integración de elementos

rituales y lúdicos, de acuerdo con el capital cultural, las expectativas, las competencias de lectura y el contexto de cada experiencia de visita. De hecho, la museografía contemporánea parece inclinarse, cada vez con mayor claridad, hacia la integración equilibrada, según las necesidades de los distintos tipos de públicos, de las estrategias lúdicas y rituales para la preservación y difusión del patrimonio cultural.

El surgimiento de esta modalidad de museo, con la subsecuente creación de un nuevo concepto de patrimonio —y de las posibles actitudes ante él— coincide con

la fusión de la nueva museografía y la industria de la información, así como también con la articulación entre las necesidades de supervivencia y adaptación de los espacios museográficos y las estrategias de la industria del turismo (K. Walsh 1992; R. Lumley 1995). Se puede hablar, simultáneamente, de un doble movimiento de integración de estas tendencias culturales, a las que se ha llamado, respectivamente, la "disneyficación" de los espacios museográficos, y la "museificación" de la vida cotidiana urbana. Es también en este contexto en el que se ha acuñado el concepto de "edutenimiento" (educación con entretenimiento) en los espacios museográficos (A.Mintz 1994).

La finalidad última hacia la que señalan estos espacios museográficos es hacia la posibilidad de percibir a la vida cotidiana — ámbito natural de los sujetos — desde una perspectiva museográfica. Esto significa la posibilidad de recrear la experiencia estética y ritual propias de los museos tradicionales y modernos, como parte de opciones cuya más valiosa producción es la percepción que las hace posibles, y no únicamente la experiencia misma.

Por otra parte, si tradicionalmente el estudio sistemático de los visitantes potenciales ha sido ignorado en el diseño de todo proyecto de conservación y difusión de los acervos materiales, el surgimiento de estas nuevas formas de museografía nos lleva a señalar que, como ocurre en otros campos del consumo cultural, el visitante — sus condiciones de visita, su experiencia museográfica y sus expectativas culturales — deberían ser la preocupación central de quienes son responsables de las políticas culturales que afectan la preservación y circulación de las distintas formas del patrimonio cultural.

Cabe señalar que el surgimiento de estas estrategias museográficas coincide con el surgimiento del museo como objeto de investigación sistemática en las universidades, a partir de los primeros años de la década de 1990.

Hemos visto las estrategias básicas de la comunicación museográfica, cada una de las cuales conlleva una determinada conceptualización del patrimonio. Ahora las podemos retomar desde la perspectiva de los métodos de apropiación que generan en sus visitantes idóneos. A cada una corresponde un tipo de museo:

a) el museo como espacio centrado en la conservación de un determinado acervo material, caracterizado por objetos, colecciones y sitios históricos, y propiciador ante éstos de una experiencia ritual en el visitante; en este contexto se enfatizan los objetos, y su preocupación se centra en el pasado;

b) el museo como espacio de interacción, a partir del cual se generan en el visitante diversas experiencias de naturaleza lúdica y participativa; en este contexto se enfatiza el lugar activo de los sujetos, y su preocupación parece estar centrada en el futuro.

Ambas estrategias de comunicación, a las que corresponden distintos tipos de museos y que atraen a muy distintos tipos de visitantes, pueden llegar a integrarse en una tercera opción:

c) el nuevo museo imaginario, como espacio virtual, en el que se ponen en

Es necesario, reconocer al visitante como el patrimonio más valioso con el que puede contar cualquier espacio museográfico.

práctica las estrategias de la nueva museografía, orientada al reconocimiento de la heterogeneidad de condiciones de los visitantes; este museo está orientado hacia el presente de la experiencia de visita, y es el producto de un equilibrio entre los objetos y los sujetos que recorren el espacio museográfico; una derivación de esta propuesta es el museo como espacio inmerso en una red de relaciones con las nuevas industrias del turismo y de la información.

El patrimonio ante su público y el público como patrimonio

Hoy en día, toda discusión sería sobre el lugar que ocupan las estrategias de conservación del patrimonio cultural como parte de una determinada política cultural lleva a pensar en la urgencia de iniciar estudios sistemáticos acerca de los públicos que visitan estos espacios. La preservación de estos patrimonios en los museos plantea un problema de comunicación social y, en esa medida, queda inscrito en la discusión sobre las redes de comunicación política de la sociedad contemporánea.

Es necesario, en otras palabras, reconocer al visitante como el patrimonio más valioso con el que puede contar cualquier espacio museográfico. Todo museo se debe a sus visitantes. O al menos ésta es la situación deseable, en términos de comunicación social, si se espera que el patrimonio cultural se integre a las experiencias de formación de las comunidades interpretativas a las que pertenece por derecho propio.

La tradición institucional en los museos, que consiste en considerar la mera preservación de los acervos materiales como una de las funciones prioritarias de los

espacios museográficos, por encima de las necesidades de los visitantes de tener una experiencia de carácter educativo, recreativo, estético o ritual durante su visita, ha determinado que los estudios sobre el público haya sido, desde sus inicios hasta nuestros días, casi exclusivamente de carácter cuantitativo.

Esta situación sería incomprensible en otros campos de la comunicación social. Sin embargo, persiste debido a que los museos — y sus respectivos patrimonios materiales — son utilizados con el fin de legitimar diversos discursos institucionales, los cuales son casi siempre ajenos a las condiciones, experiencias, expectativas y necesidades específicas de los visitantes. En este contexto las formas del diálogo que se establece entre los patrimonios y sus visitantes se ve reducida a su dimensión estadística.

De hecho, la mayor parte de los estudios sobre los visitantes siguen siendo realizados por iniciativa de los museos, y por lo tanto su objetivo último es la evaluación con fines administrativos. Sólo muy recientemente (con mayor intensidad a partir del inicio de la década de 1990) se ha empezado a plantear la necesidad de realizar estudios cualitativos de la experiencia del visitante con fines no administrativos, como es el caso de los estudios etnográficos, sociológicos o pedagógicos, o incluso propiamente interdisciplinarios.

Esta situación ha llevado a algunos autores a formular una distinción entre evaluación (caracterizada por su naturaleza cuantitativa y realizada con fines administrativos) e investigación (de carácter científico y cualitativo, realizada con el fin de construir un objeto de conocimiento específico de las disciplinas sociales).

Esta situación ha empezado a ser discutida de manera sistemática por estudiosos de las más diversas disciplinas en el contexto de las ciencias sociales, como ocurrió en el Primer Encuentro Internacional sobre Estudios de Visitantes, organizado por el Museo de Ciencias de Londres (S. Bicknell & G. Farnello 1993).

La utilidad de conservar y exhibir los patrimonios culturales exige, desde la perspectiva de la apropiación simbólica de esta oferta cultural, reconocer la necesidad de convertir estos espacios en objeto de investigación cualitativa, propositiva e interdisciplinaria. ¿Qué estrategias comunicativas producen en el visitante y sus acompañantes determinadas experiencias durante su visita? ¿Qué elementos de la experiencia cultural de los visitantes determinan que su relación con los patrimonios tenga una determinada naturaleza? ¿Qué elementos del sistema ecológico cultural condicionan que se realice una visita a los museos o sitios

históricos? ¿Cómo se satisfacen o modifican las expectativas de los visitantes a lo largo de su visita? ¿Cuál es el rango de opciones y cómo se integran o alternan las estrategias de comunicación que se ofrecen al visitante? ¿Qué clase de diálogo se establece entre el patrimonio y la visión del mundo que tiene el visitante?

Estas son sólo algunas de las preguntas cuyo equivalente ha sido formulado desde hace ya varios cientos de años para las disciplinas interesadas en el estudio de otras formas de patrimonio cultural, como la literatura, la música o —más recientemente— el cine. ¿Por qué no formular estas preguntas también en el ámbito del patrimonio histórico, arqueológico, artístico o tecnológico? Sólo desde esta perspectiva será posible reconocer que el patrimonio más valioso de nuestros museos son sus visitantes y su participación activa en la reconstrucción permanente de nuestra memoria cultural.

El turista accidental y otros turistas

Antes de continuar conviene señalar el surgimiento de un campo simbólico en las industrias culturales, que afecta el papel que juegan el patrimonio cultural y natural en el contexto de la sociedad contemporánea.

La última década del milenio se ha iniciado, en varias partes del mundo, con una nueva tendencia en la industria del turismo, producida como resultado de las necesidades de los nuevos mercados. Se trata del surgimiento del turismo ecológico y del turismo cultural.

Si todo está en venta, ¿por qué no ofrecer al turista una oportunidad moral o prestigiosa para el empleo de su tiempo libre, a la vez que se le lleva a incursionar en las estrategias más recientes para despertar su interés por lo más valioso del patrimonio natural y cultural?

En primera instancia podría pensarse que se trata de ofrecer al turista en potencia un "ingrediente extra" en los paquetes de viajes. Sin embargo, lo que está en juego con el surgimiento de esta hibridación turística es el desplazamiento del debate sobre los límites de la comunicación social. En lugar de la preocupación dominante hace apenas 25 años sobre la naturaleza apocalíptica de las nuevas tecnologías, la preocupación actual entre los estrategas de las industrias culturales consiste en proponer mecanismos que permitan reciclar los recursos ya existentes, incorporándolos a las nuevas tecnologías, siempre con una mirada puesta en las consecuencias políticas y en el costo ecológico de tales estrategias.

El surgimiento de estas nuevas modalidades del turismo ha producido ya resultados sintomáticos de lo que podría esperarse en el futuro próximo. Así, por ejemplo, en las inmediaciones de Tokio se construyó la primera playa artificial. Esta playa cuenta con una agradable brisa durante todo el año (regulada por varias turbinas situadas en los puntos estratégicos de la construcción), y sobre sus agradables olas nunca cae la lluvia, pues esta playa da servicio a los vacacionistas bajo techo, utilizando para ello varias toneladas de una finísima arena transportada desde una playa próxima.

Hasta el momento, los turistas de la región prefieren visitar esta playa artificial que realizar el viaje hasta la playa natural más cercana, debido a su costo y a las comodidades que ofrece la experiencia. Esta playa ha resultado rentable en términos económicos, turísticos y, principalmente, en términos de preservación de los recursos naturales de la región.

Este fenómeno lleva a pensar en el surgimiento de una nueva clase de viajeros, similares al descrito en “El turista accidental”, la famosa novela de Ann Tyler. Como el lector recordará, en esta novela el protagonista elabora manuales de turismo para quienes no desean viajar con las incomodidades que significa dejar, aunque sea temporalmente, lo cotidiano y familiar. En el caso de quienes disfrutan del turismo ecológico y cultural, el encuentro con la otredad cultural y el encuentro con la diversidad natural se producen en condiciones necesariamente reguladas y previsibles. Esta clase de viajeros pertenecen, entonces, a una nueva especie, la del naturalista ocasional o etnógrafo accidental.

En términos más generales, el surgimiento de estas nuevas formas de turismo coincide con la tendencia a redefinir el concepto de patrimonio cultural y natural, lo cual afecta el concepto de lo que actualmente entendemos por espacio museográfico. (P. Boniface & P. Fowler 1993).

En lo sucesivo, las instituciones responsables de la conservación del patrimonio ya no solamente atenderán a los museos y las colecciones, o a los santuarios y sitios históricos, sino también, y principalmente, a la legítima aspiración de los viajeros que desean ocupar su tiempo libre en la realización de actividades que sean simultáneamente recreativas y educativas. Esta nueva especie de turista no solamente espera encontrar una cierta familiaridad y un grado de seguridad en su visita a un

El surgimiento de estas nuevas formas de turismo coincide con la tendencia a redefinir el concepto de patrimonio cultural y natural.

espacio museográfico, sino sobre todo la posibilidad de tener una experiencia epifánica, a la vez lúdica y ritual, con una dimensión prestigiosa, que puede ser educativa o moral. También en el terreno del turismo, los usuarios tienen ahora la última palabra.

¿Y la investigación? Situación de un patrimonio ausente

Es ya parte de la tradición museográfica el hecho de que todo museo y todo proyecto de exposición temporal cuenta con un equipo de investigadores que recaban y sistematizan la información que debe ser presentada a los visitantes, en relación con el patrimonio que se exhibe. A esta clase de investigadores se les llama curadores. También algunos museos cuentan con un equipo de investigadores que formulan, aplican e interpretan diversos cuestionarios, encuestas y cuadernos de visita, a través de los cuales se pretende responder a diversas preguntas relacionadas con necesidades administrativas de los museos. A esta clase de investigadores se les llama evaluadores.

Pero existe también otra clase de investigadores; son aquellos que formulan preguntas de carácter general acerca del lugar que ocupan los museos en la red de relaciones sociales, así como el lugar que se les asigna en estas estrategias de construcción de sentido a las distintas formas del patrimonio. Esta clase de investigadores es prácticamente inexistente. Esta inexistencia se debe a la naturaleza polémica de los museos como instituciones mediadoras de poder simbólico, y es una condición compartida por todos los países en los que hay un patrimonio que conservar y un proyecto museográfico que lo contempla.

La naturaleza de esta clase de investigaciones necesariamente interdisciplinaria, en la medida en que su objeto de estudio —el patrimonio cultural, los museos y la experiencia del público— exige retomar, integrar y reformular la experiencia de las disciplinas sociales que se han abocado al estudio del poder y la comunicación social: psicología social, etnografía, sociología de la cultura, historia de las mentalidades y estética de la vida cotidiana, entre muchas otras.

En los centros de estudio de cada una de estas disciplinas se ha ignorado hasta ahora la investigación teórica y la reflexión sistemática y permanente sobre este campo cultural, lo que podría dar forma a un cuerpo teórico sustancial y cuyo alcance podría ir mucho más lejos que una mera reflexión sobre lo que ocurre en un país o en un momento específico. Existen, en cambio, opiniones, evaluaciones y diagnósticos sobre situaciones muy particulares, o en el mejor de los casos, trabajos de investigación

y reflexión que terminan por quedar aislados, como resultado de condiciones coyunturales.

En parte, ello se debe a que sólo una minoría extraordinariamente pequeña de la población global en todos los países asistía regularmente a los museos. Sin embargo, a partir de la segunda mitad de la década de 1980 ha habido en casi todo el mundo un paulatino pero sostenido incremento en la proporción de visitantes que asisten a conocer o recorrer los patrimonios naturales y culturales de cada región, en parte como resultado de las nuevas condiciones de los mercados simbólicos de la sociedad contemporánea.

Este fenómeno ha determinado que se empiece a sentir cada vez con mayor fuerza la necesidad de formar equipos interdisciplinarios de trabajo en los que no sólo haya especialistas de los diversos campos de la investigación social, sino también expertos en los distintos momentos de la producción museográfica.

La literatura especializada sobre museos y patrimonios cubre una gama sólo en apariencia muy amplia, pues en realidad se limita a ofrecer recuentos de experiencias específicas de producción y evaluación de exposiciones museográficas, así como el recuento de la experiencia de producción de proyectos museográficos específicos, las necesidades de seguridad y conservación del patrimonio, los servicios educativos que se ofrecen en los espacios museográficos, y los recursos utilizados para ofrecer estos servicios a sectores de la población con necesidades particulares.

Al respecto se pueden estudiar numerosos trabajos que ofrecen una perspectiva panorámica sobre el estado de la investigación, como los de E.

Hooper-Greenhill (1994) acerca de la situación en Europa, o el de John Falk y Lynn Dierking (1992) sobre la investigación en los Estados Unidos.

No existe ningún centro de investigación académica en el que se reflexione sobre... los espacios museográficos, los patrimonios y sus respectivos visitantes en la cultura contemporánea.

En este contexto, es evidente el énfasis que la investigación ha puesto hasta ahora en considerar a los museos como empresas y a los visitantes como clientes potenciales. Por esta razón, se ha dejado de lado la posibilidad de considerar a los museos como espacios con un enorme potencial educativo, gracias a la dimensión estética y recreativa de la experiencia de visita. Una consecuencia sintomática de lo anterior es el hecho de que no existe — en el contexto internacional — ningún centro

de investigación académica en el que se reflexione sobre el lugar que ocupan los espacios museográficos, los patrimonios y sus respectivos visitantes en la cultura contemporánea. En su lugar sólo hay centros de acopio de información, y numerosos programas de posgrado en los que se privilegia la formación orientada hacia la producción museográfica, la evaluación de los visitantes, la conservación del patrimonio y la oferta de los servicios educativos, pero raramente hacia la reflexión sistemática y la investigación cualitativa sobre los procesos de comunicación en los espacios museográficos.

Apenas en el año 1992 se creó la primera revista académica de carácter internacional sobre este nuevo campo de investigación, **Publics et Musées**, publicada por la Universidad de Lyon, en Francia. Es necesario retomar este proyecto en otras lenguas, incluyendo la nuestra, con el fin de contribuir a un debate que está aún en sus inicios, y del cual podría depender lo que alguien ha llamado “el porvenir de nuestro pasado”.

LAURO ZAVALA
INVESTIGADOR
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
XOCHIMILCO

Profesor e Investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana. Actualmente, desarrolla cursos sobre temas museológicos en la Escuela Nacional de Antropología, Coautor del libro "Posibilidades y límites de la comunicación museográfica" y múltiples artículos vinculados al tema del museo.

Bibliografía

1. Bicknell, Sandra & Graham Farmello, eds.: *Museum Visitor Studies in the 90s*. London, Science Museum, 1993
2. Bonfil Castro, Ramón; Néstor García Canclini et al.: *Memorias del Simposio: Patrimonio, museo y participación social (mayo 28 a junio 2, 1990)*. México, CNCA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) / INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), Colección Científica, núm. 272, 1993
3. Boniface, Priscilla & Peter J. Fowler: *Heritage and Tourism in "the Global Village"*. London, Routledge, 1993
4. Bourdieu, Pierre, Alan Darbel & Dominique Schnapper: *The Love of Art: European Art Museums and their Public*. Stanford University Press, 1991 (1969). Traducción del francés de Caroline Beattie y Nick Merriman
5. Dewey, John: *Art as Experience*. New York, Dutton, 1943
6. Falk, John H. & Lynn D. Dierking: *The Museum Experience*. Washington, Whalesback Books, 1992
7. García Canclini, Néstor: "Los abusos del patrimonio cultural", en Enrique Florescano (compilador): *El patrimonio cultural de México*. México, Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., 1993, pp.41-61
8. -----: "El porvenir del pasado", en *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Serie Los Noventa, CNCA/Grijalbo, 1990, pp. 149-190
9. Hanhardt, John G.: "Reflexiones sobre el museo en la era de la realidad virtual", *Revista de Occidente*, núm. 153, febrero 1994, pp. 91-104
10. Hooper-Greenhill, Eileen: *Museums and their Visitors*. London, Routledge, 1994
11. Karp, Ivan & Steven D. Levine, eds.: *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington, Smithsonian Institution Press, 1991
12. Lumley, Robert: "The Heritage Debate in England", en Roger Miles & Lauro Zavala, eds.: *Towards the Museum of the Future. New European Perspectives*. Londres, Routledge, 1994. Hay traducción al español ("El debate sobre el patrimonio cultural en Inglaterra") en *El museo del futuro*. México, UNAM, 1995, pp. 201-213
13. Luna, Juan: "Un acercamiento a la muerte del patrimonio cultural y la ecología en México", *Zurda*, núm. 5-6, 1989, pp. 115-122

14. Mandoki, Katya: Prosaica. Introducción a la estética de lo cotidiano. México, Grijalbo, 1994
15. Mantecón, Ana Rosas: "Historia y vida cotidiana: la apropiación del patrimonio mexicana dentro y fuera del Museo del Templo Mayor", Alteridades, núm. 3, 1992, UAM Iztapalapa, pp. 11-20
16. Mintz, Ann: "That's Edutainment!", en Museum News, November-December 1994, pp. 32-35
17. Muensterberger, Werner: Collecting: An Unruly Passion. Psychological Perspectives. Princeton University Press, 1994
18. Pearce, Susan M.: Museums, Objects, and Collections: A Cultural Study. Washington, Smithsonian Institution Press, 1993
19. Publics et Musées. Presses Universitaires de Lyon, 86 rue Pasteur 69365 Lyon Cedex 05. Revista creada en 1992
20. Silverstone, Roger: "The medium is the museum: on objects and logics in times and spaces", en Roger Miles & Lauro Zavala, eds.: Towards the Museum of the Future. New European Perspectives. London, Routledge, 1993. Hay traducción al español ("El medio es el museo: sobre los objetos y las lógicas en tiempos y espacios") en El museo del futuro. México, UNAM, 1995, pp. 26-43
21. Varios autores: Patrimonio cultural: ¿qué hacer? Número especial de Este País. Tendencias y Opiniones. México, núm. 32, noviembre 1993, pp.2-25
22. Vidargas, Francisco, comp.: Frontera de lo irremediable. México, FONCA / Textos Dispersos, 1993
23. Walsh, Kevin: The Representation of the Past. Museums and Heritage in the Post-Modern World. Londres, Routledge, 1992
24. Zavala, Lauro: "Towards a Theory of Museum Reception", en Sandra Bicknell & Graham Farmello, eds.: Museum Visitor Studies in the 90s, London, Science Museum, 1993, pp. 82-85
-----: "La experiencia de visita, entre el ritual y el juego", en L. Zavala, M. P. Silva y F. Villaseñor: Posibilidades y límites de la comunicación museográfica. México, UNAM, 1993, pp. 15-81
25. Zunzunegui, Santos: Metamorfosis de la mirada. El museo como espacio del sentido. Sevilla, Alfar, 1990