



7. Los estudios sobre públicos en museos: elementos en torno a la formación de profesionales en el campo para un pensamiento centrado en los visitantes

Leticia Pérez Castellanos

Resumen

Los museos han experimentado una transición de instituciones que dedicaban en mayor medida sus esfuerzos y presupuestos al cuidado y estudio de las colecciones, a otras que ahora consideran a los visitantes como una parte fundamental, por ello enfocan sus esfuerzos también a la comunicación y la interpretación. Este tránsito llevó al surgimiento y consolidación del área profesional conocida como estudios de públicos o estudios de visitantes, en la cual se requieren competencias específicas para este trabajo, así como la necesidad de contar con espacios de formación. El presente artículo muestra el panorama de dicha transición para ubicar el desarrollo histórico de esta área profesional, las competencias que debe tener quien se desarrolle en ella y los retos que hoy enfrentan.

Palabras clave

Estudios de públicos, competencias, formación, museos, visitantes.

Abstract

Museums have experienced a transition from institutions that aimed most of their efforts to the preservation and studying of their collections, to ones that consider their visitors a fundamental part, and they also focus their efforts to communication and interpretation. This transition led to the rise and consolidation of the professional area known as Visitor Studies, which require a specific set of skills, and are in need of formative spaces. This article shows the state of this transition to place the historic development of this professional area, the set of skills required for an individual to develop in it, and the challenges it faces nowadays.

Key Words

Visitor studies, competencies, training, museums, visitors.

▲ Públicos en el Museo de Arte Moderno de Nueva York.
Fotografía: © Leticia Pérez Castellanos.

La evolución de un pensamiento centrado en los públicos y el establecimiento de una profesión

A lo largo de la historia los museos han transformado su propósito principal y el centro de sus actividades desde una idea que daba primacía a los objetos hacia otra en donde los visitantes tienen un papel primordial (Alderoqui, 2012; Ballantyne y Uzzell, 2011; Schubert, 2009). Stephen Weil tituló una sección de su libro *Making Museums Matter* con la frase “De ser acerca de algo a ser para alguien” (From Being About Something to Being for Somebody) (2002, p. 28), una manera de caracterizar este desarrollo muy utilizada para ilustrar el cambio en el pensamiento y en la forma de operar en los museos.

Resulta paradójico pensar que, en cuanto los museos se establecieron como instituciones públicas, sus puertas estaban abiertas para “todos” los ciudadanos, pero esta aspiración no tenía cabal sustento, ya sea por horarios limitados de visita o bien por restricciones implícitas o explícitas que excluían a gran parte de los visitantes y de los públicos potenciales. Todavía hoy, tras años de trabajo, no se puede decir que los museos han alcanzado a todos los sectores de la sociedad.

¿Qué llevó a esta transformación? Para Hooper-Greenhill (2006) se trata de una combinación de presiones externas e internas. Las externas atribuibles a los cambios en los esquemas de financiamiento: los museos pasaron de unos prácticamente basados en fondos del gobierno a otros en los que deben buscar sus propios medios de sustento, todo ello aunado a las transformaciones en la sociedad y a la ampliación de las alternativas de uso del tiempo libre. Las internas, debidas a una práctica museológica más reflexiva y de autocrítica por parte de los profesionales de este ámbito.

Otros autores como Ballantyne y Uzzell (2011) son más incisivos al señalar que el factor de cambio dominante se encuentra en los recortes del financiamiento público y ven en la competencia con otras alternativas de ocio uno de los aspectos que ha

dado lugar a los llamados “museos centrados en visitantes”. Weil (2002) también destaca los problemas de financiamiento y el reto de atraer a públicos más amplios como uno de los factores que llevaron a los museos a interesarse por sus visitantes y sus necesidades, pero coincide con Hooper-Greenhill, al dar crédito a la mayor profesionalización de trabajadores del campo que han pugnado por la apertura de estos espacios y un enfoque hacia los visitantes.

El cambio ha sucedido de forma paulatina. Schubert señala que la historia de los museos desde la Revolución Francesa hasta el presente puede ser vista como un cambio gradual en el que los visitantes pasaron de ocupar la periferia del trabajo museal a ocupar el centro (2009, p. 70). No es extraño, entonces, pensar que en este tiempo también tuvo lugar una transformación al interior de la profesión que llevó al surgimiento de nuevos puestos de trabajo ligados a tareas en torno a los visitantes y ya no sólo alrededor de las colecciones. Por ejemplo: el fortalecimiento de las áreas educativas de los museos, investigadores dedicados específicamente al análisis de los públicos, encargados de mercadotecnia, especialistas en interpretación, responsables de servicios al visitante, y hoy en día, incluso responsables de las comunidades virtuales.

Ante este panorama me referiré específicamente al surgimiento de los especialistas en estudios de públicos. Si bien puede pensarse que esta profesión es muy reciente, la preocupación por comprender la experiencia de visita y las características de los visitantes es más antigua.

En Inglaterra desde 1884, Henry Hugh Higgins, preocupado por valorar la dimensión educativa del museo, realizó observaciones del uso que los visitantes daban a sus diversos elementos (Hein, 1998), y en 1916, en Estados Unidos, Benjamin Ives Gilman acuñó el famoso término *fatiga de museo*, para referirse al cansancio que generan los diseños de la exposición en los visitantes, ya sea por la cantidad de objetos exhibidos, el mal diseño o problemas en los recorridos planteados (Loomis, 1987).

En la primera mitad del siglo XX ya se realizaron estudios que buscaron valorar el aprendizaje y el comportamiento de los visitantes en las salas; muchos de ellos utilizaron técnicas que procedían de los métodos experimentales y de las ciencias duras (Hein, 1998). En la década de 1940 Alma Wittlin, también en Estados Unidos, comenzó a utilizar técnicas más flexibles basadas en preguntas abiertas y en dibujos realizados por los visitantes para conocer sus recuerdos o los puntos de mayor interés en la exposición (Hooper-Greenhill, 2006). En los años cincuenta el interés se centró primordialmente en conocer las características sociodemográficas de los asistentes a museos, con un *boom* en las encuestas que permitía conocer sus perfiles, mientras que en las décadas de 1960 y 1970 la evaluación llegó como una forma de valorar la eficiencia de la comunicación en las exposiciones, ya como un todo, o bien, en diferentes etapas de su diseño (Loomis, 1987).

En este devenir ¿cuándo es posible hablar propiamente del establecimiento de una profesión claramente identificada? Incluso hoy es difícil encontrar puestos tipificados específicamente para la investigación de públicos y, como veremos más adelante, son pocos los museos que cuentan en su estructura con departamentos dedicados exclusivamente a estas tareas.

No obstante, el incremento en las investigaciones realizadas en torno al tema a partir de los años cincuenta deja ver la configuración de este ámbito profesional, como lo muestra la compilación realizada a mediados de la década de 1970 por Pamela Elliot y Ross Loomis (1975) titulada *Studies of Visitor Behavior in Museums and Exhibitions: An Annotated Bibliography of Sources Primarily in the English Language*,¹ auspiciada por el Instituto Smithsonian. Para la fecha de la publicación ubican 204 referencias sobre investigación de públicos y públicos de museos.

¹ Estudios del comportamiento de los visitantes en museos. Una bibliografía comentada de fuentes principalmente en idioma inglés.

Desde mi punto de vista, el desarrollo de esta área acompaña la relevancia que va adquiriendo la educación en los museos. Como indica Shettel (1993, p. 165): “si los museos toman su papel educativo seriamente, también deben apoyar al campo [los estudios de visitantes] que les proporciona la única oportunidad de ofrecer una rendición de cuentas respecto a esta tarea”.²

No se niega aquí el papel educativo que tuvo el museo desde su nacimiento, cuando las colecciones eran utilizadas para educar el buen gusto y transmitir otros cánones de conducta aceptables (Alderoqui, 2012), o las propuestas pioneras de personajes como John Cotton Dana, fundador del New Museum en New Jersey, que abogaba por instituciones al servicio de su comunidad (Alexander, 1995, p. 10), pero sí se enfatiza que estas ideas cobraron fuerza paulatinamente en tiempos posteriores a la Segunda Guerra Mundial cuando se inició un proceso de profundo cuestionamiento en relación con la función social de los museos (Vasconcellos, 2013, p. 105). A partir de la década de los años sesenta los cambios sociales radicales comienzan a impulsar y a consolidar las tareas educativas y sociales del museo, así como a sistematizar un campo que pudiera dar constancia de sus resultados y efectos (Davidson, 2015).

Es en este momento que surgen asociaciones de los profesionales que se avocaban a tareas relacionadas con la dimensión educativa del museo. Una de ellas, el Comité de Educación y Acción Cultural (CECA) del ICOM comenzó a estructurarse a partir de 1964 debido a continuos señalamientos de la necesidad de conformar un grupo específico de profesionales orientados a la educación.

En los años siguientes surgen asociaciones que abordan directamente a los estudios de públicos. En 1974 se establece el Committee on Audience Research and Evaluation (CARE) dentro de la entonces Asociación Americana de Museos, el cual desarrolla en 1989 los primeros estándares profesionales para este ámbito, adoptados en 1991.

² La traducción es mía. El texto original señala: “If they take their role as educational institutions seriously, they must also embrace the field of study that offers them the only opportunity to be accountable for that role”.

Por ese tiempo (1988), en Estados Unidos tuvo lugar la primera reunión de la Visitor Studies Association (VSA), y en ese mismo año, dos iniciativas recogen nuevamente la inquietud por dar salida a publicaciones especializadas en el tema: “Visitor Behaviour” (1988-1997) de Stephen Bitgood, así como la bibliografía y *abstracts* publicados por Harris Shettel y Chan Screaven en el International Laboratory of Visitor Studies del Departamento de Psicología de la Universidad de Wisconsin (cuatro volúmenes).

Otros países también cuentan con asociaciones o publicaciones especializadas establecidas posteriormente. Entre ellos, la revista *Publics et Musées*³ auspiciada por la Dirección de Museos de Francia a partir de 1992 o el *Visitor Studies Group*⁴ de Gran Bretaña fundado en 1998.

¿Se puede hablar por lo tanto de una nueva profesión? El desarrollo de la práctica como investigador de públicos conlleva la adquisición de responsabilidades y habilidades específicas. Como apunta Silverman (1995), muchas veces no son cubiertas totalmente ni por los profesionales que provienen de las ciencias sociales — antropólogos, psicólogos, pedagogos, mercadólogos —, ni por los profesionales de museos formados en otra áreas — educadores, comunicólogos, curadores, conservadores —. A los primeros les falta un conocimiento específico del contexto del museo, y a los segundos, una mayor capacitación en técnica y metodologías de la investigación.

Por consiguiente, el perfil de las personas que se dediquen a este ámbito toma características especiales, o al menos implica un nuevo papel para quienes ya se desempeñan en los museos, casi siempre en áreas educativas, comunicativas o de diseño de exposiciones, a quienes ahora se les demandan nuevas competencias y conocimientos.

³ Véase <<http://www.persee.fr/collection/pumus>>.

⁴ Véase <<http://visitors.org.uk/about/>>.

¿Cuáles son las competencias particulares que requiere este trabajo? De acuerdo con la VSA (Visitor Studies Association, 2008), se trata de adquirir y combinar habilidades en cinco áreas:

- 1) Estudios de público: familiaridad con la historia, terminología, tendencias pasadas y actuales, publicaciones clave, actuales e históricas, y las principales contribuciones al campo.
- 2) Ambientes de aprendizaje informal: conocer las características que lo definen y del medio de comunicación: la exposición.
- 3) Conocimiento y práctica de investigación social, métodos de evaluación, análisis e interpretación de datos.
- 4) Práctica en planeación de proyectos y administración de recursos.
- 5) Compromiso profesional y ética.

En México no existe un grupo profesional propiamente conformado. Las investigaciones de público han tenido espacio para su difusión en el Comité CECA del ICOM mexicano y en publicaciones y eventos de orden general. El área ha mostrado recientemente esfuerzos por adquirir una identidad propia con la organización de encuentros particulares,⁵ la existencia de un portal creado para la difusión de los resultados de los estudios realizados en la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones del INAH,⁶ o el establecimiento de una materia optativa dentro del posgrado en Museología de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía, INAH (al respecto véase la introducción a este volumen).

⁵ Recientemente se han llevado a cabo los siguientes encuentros: De museos, públicos y no públicos ¿qué pensamos hoy?, conversatorio con motivo del 30 aniversario del Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas, INBA (6 de mayo de 2016); 10° Encuentro Nacional de Interpretación: Investigación de públicos y evaluación del museo (25 de octubre de 2016); Encuentro sobre estudios de público para celebrar los 21 años del Programa Nacional de Estudios de Públicos, Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, INAH (26 de febrero de 2016) y el Encuentro de prácticas ejemplares de evaluación en museos, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM (1, 2 y 3 de junio de 2016).

⁶ Véase <<http://www.estudiosdepublico.inah.gob.mx/>>.

Breve recorrido histórico y situación actual

He referido el desarrollo de la profesión y su posible consolidación, ahora ofrezco un breve bosquejo histórico del área de los estudios de públicos, en cuanto a los temas y enfoques que ha tenido, así como también sobre el cambio de concepciones en torno a los visitantes. Al finalizar este segundo apartado del artículo, se describirá la situación actual del campo de trabajo.

Las investigaciones realizadas desde los estudios sobre los públicos tienen como propósito identificar sus características, conocer sus intereses, necesidades y expectativas, comprender su comportamiento, conocer la calidad y cualidad de sus experiencias y los resultados de su visita. Todo ello con la finalidad de mejorar las experiencias que se ofrecen en los museos y proveer mejores oportunidades de disfrute y aprendizaje.

Para Eilean Hooper-Greenhill (2006, p. 323), los estudios de públicos son un término sombrilla para agrupar todo tipo de investigación y evaluación que involucre a los museos y sus públicos actuales, potenciales o virtuales, realizados por diferentes áreas o personas, con distintos propósitos, utilizando diferentes paradigmas.

Su desarrollo histórico ha sido trazado por varios autores (Hein, 1998; Hooper-Greenhill, 2006; Loomis, 1987; McManus, 1996; Pérez, 2000; Zuazúa de Loresecha, 2016) y no es propósito de este artículo profundizar en el particular, sino ofrecer un panorama en el cual insertar la caracterización de esta nueva profesión y sus requerimientos actuales.

Se retoma por lo tanto el texto de Lawrence (1993) en el que plantea un interesante análisis en términos del lugar que se ha otorgado a los visitantes durante el siglo XX. En torno a ello, identifico los estudios que han existido en México, para darle a este recuento un enfoque específico hacia este contexto.

El título del artículo es muy sugerente: “Remembering rats, considering culture: perspectives on museum evaluation”,⁷ en él la autora ofrece un recorrido por las principales tendencias en la investigación de públicos y la evaluación en museos. Lawrence (1993) muestra cómo la evolución paralela de las ciencias sociales, entre ellas, la psicología, la sociología y la educación, fue afectando la forma en que se realizaron estas tareas al interior de los museos. Considera primordialmente cuatro etapas:

El enfoque del visitante analizado como rata. La analogía parte de los primeros estudios realizados en los años veinte con fuerte influencia de la psicología conductista en donde se buscaba determinar objetivamente el comportamiento de los visitantes mediante la observación. Estos enfoques utilizaban diseños experimentales que modificaban las variables presentes, por ejemplo, el número de salidas en una sala expositiva para conocer cómo afectaban el comportamiento. Esta tendencia estuvo presente hasta los años sesenta, llegando incluso a extremos como el de tomar electroencefalogramas a los visitantes mientras realizaban su visita (Lawrence, 1993, p. 117).

Los sondeos de visitantes. De acuerdo con este artículo, hacen su aparición en 1959 cuando el Royal Ontario Museum en Canadá efectúa un estudio de este tipo. Cabe destacar que en 1952 ya se había realizado una investigación de este tipo en el Museo Nacional de Antropología de Ciudad de México, ante la situación de la baja en los números de asistentes que el museo había tenido en la década previa (Monzón, 1952). Sin querer establecer el punto exacto del inicio de los sondeos, lo cierto es que hacia mediados de los años setenta, el levantamiento de este tipo de estudios ocupaba las dos terceras partes del trabajo del área (Lawrence, 1993, p. 118).

Hoy se considera una tarea rutinaria de cualquier museo que tome en cuenta a sus públicos (Société des Musées Québécois & Musée de la Civilisation, Québec, 2001).

⁷ “Recordando a las ratas, considerando a la cultura: perspectivas de la evaluación en museos”.

Sin embargo, al menos en México, aún no se extiende su uso de manera sistemática y como tarea cotidiana dentro del quehacer museístico, por el contrario, los escasos esfuerzos han venido desde instituciones de cultura centrales como el extinto Conaculta, hoy Secretaría de Cultura, y pocas veces desde los propios museos respondiendo a sus necesidades internas.

Las pandillas de la calle. A mediados de los años setenta en las ciencias sociales había un descontento generalizado por la aplicación de los métodos procedentes de las ciencias naturales a los fenómenos sociales. Con el surgimiento de la sociología interpretativa, se da relevancia a la producción de significados: los productos sociales formados a partir de la interacción de las personas. Se dice que los investigadores salían a la calle a trabajar con los grupos sociales ahí donde la acción tenía lugar. En la misma década la evaluación basada en estándares educativos incrementa su presencia en los museos, en especial desde la óptica centrada en objetivos. Muchas de las críticas con respecto al ámbito educativo y su evaluación con parámetros cuantitativos, no permearon el contexto de los museos en donde se continuaron utilizando herramientas empíricas como la observación del comportamiento, la entrevista y los cuestionarios estandarizados (Lawrence, 1993, p. 119).

El análisis cultural. En tiempos recientes comienza un interés por el contexto, ya no solo se analiza la experiencia de visita desde test prediseñados, o bien buscando medir los aprendizajes. Se argumenta que, por ejemplo, para estudiar la habilidad de lectura de un niño, un test de lectura no es suficiente, se debe saber si el niño tiene interés por la lectura, y también qué significa leer bien en el ámbito social en el que se desenvuelve un niño. Se habla de una cuarta generación de evaluadores, en la que se da preferencia a la propia voz de los visitantes y a sus recuentos mediante entrevistas cualitativas a profundidad (Lawrence, 1993, pp. 119–120).

Desarrollo en México

En este breve recuento podemos observar que los estudios que se comenzaron a realizar en México se ubican de la segunda etapa en adelante, cuando hay preocupaciones ligadas al conocimiento de los públicos que asistían a los museos, por analizar los efectos educativos de las exposiciones y por aproximarse al fenómeno de los consumos culturales en el ámbito de los museos de arte. La preocupación en el contexto de los museos de ciencia se centra muy concretamente en un interés por valorar el aprendizaje que tiene lugar en ellos.

Aunque en nuestro contexto cada vez se realizan más investigaciones y evaluaciones, desafortunadamente no hay un solo repositorio que las contenga, y no todas se encuentran publicadas o accesibles en búsquedas por internet para, al menos, conocer los títulos. Es una tarea de búsqueda y reconstrucción paulatina.

La siguiente tabla muestra los estudios pioneros (1950-1990); sin duda es susceptible de enriquecerse con otros que por el momento desconozco. Lo interesante, me parece, es visualizarlos por década y por tipos de museo, ya que en cada caso las motivaciones y enfoques varían dependiendo del contexto. Esto ha llevado también a que, en un campo del conocimiento, a veces se desconozca lo que se hace en el otro.

Tabla 1. Programas pioneros de estudios de públicos por tipo de museo.

Década	Museos de antropología e historia	Museos de arte	Museos de ciencia y de niños
1950	Bases para incrementar el público que visita el Museo Nacional de Antropología (Monzón, 1952)		
1960	Efectividad didáctica de las actuales instalaciones del Museo Nacional de Antropología. Volumen sin numerar titulado “Equipo pedagógico” (Salgado, Sánchez, Trejo y Arana, 1962)		
1970	1973-1980. Investigación previa, monitoreo y evaluaciones asociadas al proyecto experimental La Casa del Museo (Hauenschild, 2000; Ordoñez García, 1975) Estudio de público de la sala de Oceanía, Museo Nacional de las Culturas (Toussaint, 1976, referido por Mancisidor, 2017)	1977. El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer (Eder, 2006)	1978. El planetario Alfa de Monterrey, Nuevo León, abre sus puertas. Informalmente se conoce que han llevado a cabo algunos estudios, pero ignoro si fue desde su planeación o apertura
1980	Los visitantes y el funcionamiento del Museo Nacional de Antropología (Arroyo, 1981) Estudio sobre los públicos del Museo Nacional de Culturas Populares (Pérez, 1999)	El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte (Cimet, 1987)	Proyecto de investigación de la experiencia museográfica en el Museo de Historia Natural (Tirado Segura, 1985)
1990	La puesta en escena del patrimonio mexica y su apropiación por los públicos del Museo del Templo Mayor (Rosas Mantecón, 1993) 1995 a la fecha. Programa Nacional de Estudios de Público, Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, INAH < http://www.estudiosdepublico.inah.gob.mx >	Exponer comunicando. Evaluación de dispositivos de interpretación El cuerpo aludido, Museo Nacional de Arte (Schmilchuk, 1999)	1992. Universum Museo de Ciencias se inaugura en la Universidad Nacional Autónoma de México. Pérez de Celis (1998) reporta que desde un inicio se utilizaron metodologías de estudios de públicos con éxito 1993. Papalote, Museo del Niño, abre sus puertas al público. Pérez-Ruíz (1998) refiere el artículo de María Olvido Moreno (1995) “Buscando el hilo al papalote: una aproximación al museo del niño de la Ciudad de México”, Perfiles educativos. México

¿Cuál es el panorama actual en México? Puede decirse que es a partir del cambio de siglo que comienza realmente una creciente presencia de los estudios sobre los públicos en los museos de nuestro país. En el ámbito de los museos de antropología, la reestructuración del Museo Nacional de Antropología para finales de la década de 1990 y el inicio del 2000, ofrecía nuevamente un reto: ¿cómo reestructurar el museo sin haber valorado previamente lo que existía?

Manuel Gándara y un equipo de trabajo se dan a esta tarea (Gándara, 2000), encontrando cierta resistencia por parte de curadores y autoridades del museo (Gándara, comunicación personal). A la par, la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones va consolidando la tarea rutinaria de realizar estudios, sobre todo con el éxito de las exposiciones internacionales en el mismo museo (Cortés, *et al.*, 2000; Montemayor *et al.*, 1999).

La línea de trabajo de interpretación temática impulsada por Manuel Gándara en México promovió que en las tesis que incorporaron esta metodología para propuestas de interpretación de sitios arqueológicos, se realizaran estudios sobre los públicos de los bienes que se interpretarían, tal fue el caso de uno de los ejemplos pioneros realizado por Jiménez (2001) en Cuicuilco. Un recuento de este tipo de estudios puede encontrarse en el libro *Interpretación del patrimonio cultural. Pasos hacia una divulgación significativa en México* (Gándara y Jiménez, en prensa). Los aportes que se han realizado desde la academia al ámbito de los estudios sobre los públicos de los museos son amplios, así como desde otras disciplinas además de la arqueología. Se trata de investigaciones que en su mayoría se realizan para obtener un grado, sea de licenciatura, maestría o doctorado. No es objetivo de este texto ahondar en ello, al respecto se puede consultar el artículo “Desarrollo de estudios de públicos de museos en México. Una visión introductoria” (Muñoz, 2017).

En espacios como Universum dan inicio las evaluaciones rutinarias. Otras instituciones como el Antiguo Colegio de San Ildefonso y el Museo Interactivo de Econo-

mía (Pérez Castellanos, 2008) también realizan estudios sobre bases regulares; este último por ejemplo, es de los pocos museos que, desde la etapa de planeación previa a su apertura, cuentan con un departamento propio de evaluación como actualmente lo tiene Papalote Museo del Niño.

Si bien han existido avances, no llegamos al nivel que ocupa esta área en otros países como Estados Unidos, Inglaterra o Australia, en donde museos como Exploratorium, British Museum, Victoria and Albert Museum y Australian Museum cuentan con sus propios departamentos y tienen una labor activa en la difusión de sus estudios y hallazgos, tanto en foros académicos como a través de sus portales de internet.

Desde los organismos rectores de la política cultural, en México no es menor la tarea que se ha realizado desde el Sistema de Información Cultural del entonces Conaculta, pero falta la sistematización de la información para derivar líneas concretas de trabajo, como lo ha hecho el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (véase Ángela García Blanco en este mismo volumen).

En otros países la demanda de estos estudios, para todo tipo de instituciones museales, ha llevado a que, incluso aquellas que no cuentan con departamentos dedicados, busquen la forma de capacitar a su personal, muchas veces porque las agencias que financian exposiciones y programas educativos afines, solicitan como parte de la aplicación y asignación de fondos un sustento de que el proyecto funciona, piden que la evaluación y los indicadores sean previstos de antemano. Otra alternativa que han encontrado es la de contratar a consultores especializados que ofrecen estos servicios.

De nuevo hablando del contexto mexicano, varias de las principales compañías que han surgido recientemente para el diseño de exposiciones muestran en sus páginas de internet a la evaluación y los estudios de públicos como parte de sus servicios, muchas veces más como un compromiso que como un servicio real. Desde un

punto de vista objetivo no existen incentivos para que se lleve a cabo este trabajo, todavía no es una solicitud explícita en el acceso a fondos, tampoco es una medida de evaluación para los organismos estatales, los que cuando mucho se preocupan por la estadística de visita, tampoco está en el sentido ciudadano general exigir mejores servicios culturales.

Cuando se ha pensado en incorporar los estudios de públicos como parte de los proyectos museales o expositivos, se llegan a desestimar sus resultados (Schmilchuk, en clase), o es la parte del presupuesto que se recorta cuando hay que hacer ajustes al proyecto (experiencia propia). Aún no se ha entendido a cabalidad qué valor agregan a la experiencia del visitante y al desempeño general del museo.

Sin embargo, no son pocos los profesionales de museos que se preocupan y tienen una sensibilidad y corazonada de que esta área es importante; no se sienten satisfechos de lo que ven o de la relación de sus instituciones con los públicos. Prueba de ello es la demanda continua que han tenido los cursos de profesionalización en la materia optativa de estudios sobre públicos en la ENCRyM.

¿Cuáles son los retos que enfrenta este nuevo profesional que desea formarse en el área? A continuación expongo mis ideas.

Los retos del profesional en estudios sobre públicos de museos

Si el perfil del investigador de públicos para un contexto especial como lo es el museo requiere de habilidades específicas, se esperaría que existan espacios de formación para que el interesado en incursionar en este ámbito pueda allegarse de los conocimientos necesarios.

¿Dónde y cómo profesionalizarse?

Una alternativa es la educación formal, el entrenamiento que puede recibirse desde los estudios de museos o la museología. En México son pocas las opciones de formación, una de ellas ha sido, desde hace alrededor de cuarenta años, la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía. Específicamente el Posgrado en Museología ha impulsado una línea de investigación al respecto de la que derivan una materia optativa, investigaciones específicas como la serie de estudios “Metodología para el diagnóstico, monitoreo y evaluación de los efectos de la divulgación en sitios patrimoniales y museos” (Gándara, *et al.*, 2016) y la tutoría a alumnos que desarrollan trabajos de titulación afines. Otras universidades a nivel internacional tienen programas muy enfocados en esta área de interés.⁸

Por otro lado, existen también recursos en el ámbito de la educación no formal, estos son cursos cortos o talleres que se ofrecen para el desarrollo profesional, casi siempre en conferencias o congresos de museos y, en especial, los de las asociaciones que agrupan profesionales en el tema como las ya mencionadas CARE, VSA y Visitor Group.

¿Qué retos afrontamos?

Considero que en el contexto actual las personas dedicadas o que quieran dedicarse a los estudios sobre los públicos de los museos o instituciones afines afrontan muchos retos, pero los principales desde mi punto de vista son:

Mantener una identidad propia. Como el museo, el ámbito de los estudios de sus públicos se encuentra hoy en día en una encrucijada. Las presiones internas y externas que se han mencionado al inicio del artículo, han llevado al museo y a las profesiones afines a buscar fuentes alternativas de financiamiento y estrategias que les

⁸ Una base de datos para búsquedas de este tipo de programas se encuentra en <<http://aam-us.org/resources/careers/museum-studies>>, que predeciblemente tiene una mayor cobertura de programas en los países de habla inglesa.

permitan competir con otras ofertas de entretenimiento y goce. Los enfoques que han llegado desde los medios empresariales y de mercadotecnia promueven, por un lado, mayor transparencia en el uso de los recursos y también mejores resultados (Nivón, 2006), pero por el otro, se corre el riesgo de comenzar a pensar en los visitantes solo como clientes y en que la oferta de los museos se desdibuje ante las necesidades individuales y las fuerzas del mercado en contraposición con los intereses colectivos y sociales. Establecer una clara identidad, que distinga a los estudios de públicos y sus propósitos de los estudios de mercado, es clave, a la vez que debe permitir el diálogo entre ambas áreas para un mayor beneficio, principalmente de los ciudadanos a los cuales se debe el museo como institución.

Entender las fronteras. Hoy en día cada vez es más común la incorporación de estrategias participativas dentro del diseño e implementación de exposiciones y otras ofertas y programas de los museos. Las ideas que comenzaron en los años setenta al incorporar la voz de los visitantes en las propias exposiciones (McLean y Pollock, 2007) en la actualidad son una tendencia más clara. El libro de Nina Simon *The participatory museum* (2010) ilustra gran parte de la lógica detrás de estos cambios en una sociedad que quiere colaborar, acceder a contenidos a la medida e incluso producirlos.

En este contexto ¿tiene cabida un investigador sobre públicos cuando la línea entre el que produce y el que colabora puede irse desdibujando? ¿Quién estudia a quién? Planteé esta incógnita recientemente a Nicolás Testoni, el director del Museo Taller Ferrowhite,⁹ un espacio en Argentina que trabaja colaborativamente con la comunidad de su entorno ¿Son necesarios los estudios sobre los públicos en un caso como este? Su respuesta fue afirmativa: “necesitamos la perspectiva externa”.

⁹ Véase <<http://ferrowhite.bahiablanca.gov.ar/>>.

Actualización y vigencia en un entorno de cambio acelerado. Los cambios sociales, tecnológicos y culturales son constantes, asistimos a una época en que estos son exponenciales, tratamos de ir entendiendo alguna de las nuevas plataformas de interacción con los públicos —por ejemplo las propias exposiciones y mecanismos participativos— cuando surgen nuevas propuestas, incluso en línea o con los públicos virtuales. Hoy existe todo un espacio de oportunidad en el análisis de las interacciones a través de redes sociales. ¿Qué metodologías y enfoques nos permitirán aproximarnos a estas? Un primer panorama se puede encontrar en el artículo de Myhrra Duarte (2016); otros recursos de utilidad se ofrecen en la plataforma de la Tate Gallery Digital Metrics,¹⁰ que evalúa las experiencias digitales de este museo en Inglaterra.

Lograr un verdadero cambio, resistir la inercia. Los museos llevan mucho tiempo funcionando de una manera, décadas, siglos, en torno a una idea. Si bien han existido múltiples intentos por cambiar ese orden establecido y lograr un cambio hacia otros modelos, la resistencia es muy alta, no solo porque explícitamente se esté en contra, sino porque las instituciones son resistentes al cambio. Involucran una cierta forma que ha tomado mucho tiempo conformar; mutar es realmente una tarea ardua; quizá es posible estirar mucho una liga y llevarla hasta una extensión insospechada, pero al soltarla regresará a su forma original porque no habremos cambiado de fondo su estructura. Si deseamos transformar los museos debemos realmente analizar de raíz muchos supuestos que han estado en la base de su funcionamiento.

Esto explica por qué existen preocupaciones que aún no hemos superado. En su artículo “Do museum exhibitions have a future?”,¹¹ Kathleen McLean (2007) realizó un análisis con motivo de la celebración de los 50 años de la revista *Curator: The Museum Journal*. Al leer los artículos de los números que conformaron el primer volumen, McLean identificó que las preocupaciones que hoy están presentes y los

¹⁰ Véase <<http://www.tate.org.uk/about/our-work/digital/digital-metrics>>.

¹¹ ¿Las exposiciones de museos tienen futuro?

cambios por los que seguimos abogando estaban ahí y eran reconocidos desde ese tiempo. ¿Cómo es que no hemos resuelto estos problemas?

De la misma forma, si leemos aquellos textos de los primeros museólogos mexicanos hacia los principios del siglo XX, encontraremos preocupaciones genuinas en relación con los visitantes. Alfonso Pruneda, médico y rector de la Universidad Nacional de México, quien escribió el artículo “Algunas consideraciones acerca de los museos”, señaló la necesidad de un: “[...] arreglo satisfactorio de las entradas y salidas evitando la aglomeración, amplitud de los pasillos para facilitar la circulación, bancas en los salones para descanso y contemplación detenida y por supuesto, el arreglo de los ejemplares, es decir, de las colecciones” (1913).

En pleno siglo XXI no hemos resuelto el más sencillo de los retos: un lugar de descanso para combatir la fatiga del museo y disfrutar de manera más pausada la visita a los museos. ¡Una silla cómoda por favor! Qué decir de otros aspectos más complejos. La formación de profesionales en el ámbito de los museos con un pensamiento orientado a los visitantes es clave, tanto como la profesionalización de los que ya, dentro de este ámbito, desean dedicarse de forma directa al estudio de la relación públicos-museos en sus diferentes vertientes y complejidad.

Referencias

- Alderoqui, S. (2012), *La educación en los museos: de los objetos a los visitantes*, Grupo Planeta, España.
- Alexander, E. P. (1995), *Museum masters: their museums and their influence*, Walnut Creek, AltaMira Press.
- Ballantyne, R. y D. Uzzell (2011), “Looking back and looking forward : the rise of the visitor-centered museum”, *Curator: The Museum Journal, Oxford, Blackwell Publishing*, 54 (1), pp. 85-92.
- Aranda Cervantes, G. (1999), “La comprensión de un cuadro en el Museo Nacional de Antropología, tesis de maestría sin publicar, México, Cinvestav -IPN - Departamento de Investigaciones Educativas.
- Cimet, E. (1987), *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, México, INBA, Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas, Dirección de Investigación y Documentación de las Artes.
- Cortés, A. et al. (2000), *Los visitantes de la exposición “Los etruscos: el misterio revelado”*, reporte técnico, INAH - Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones.
- Davidson, L. (2015), “Visitor Studies: Toward a Culture of Reflective Practice and Critical Museology for the Visitor-Centered Museum”, en C. McCarthy (ed.), *Museum Practice*, primera edición, Chichester, West Sussex, John Wiley & Sons Ltd, pp. 503-528.
- Duarte Rodríguez Malpica, M. (2016), “Públicos y redes sociales”, en L. Pérez Castellanos (ed.), *Estudios sobre públicos y museos, vol. I, Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?*, México, ENCRyM / INAH, pp. 216-242.
- Eder, R. (2006), “El público de arte en México: Los espectadores de la exposición Hammer”, en G. Sunkel, *El consumo cultural en América Latina*, segunda edición ampliada y reeditada, Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 229-244.
- Elliot, P. y R. J. Loomis (1975), *Studies of Visitor Behavior in Museums and Exhibitions: An Annotated Bibliography of Sources Primarily in the English Language*, Washington, D. C. Office of Museum Programs, Smithsonian Institution,

- Gándara, M. (2000), *La comunicación entre el Museo Nacional de Antropología y su público*, México, INAH, documento electrónico disponible en <<http://www.estudiosdepublico.inah.gob.mx/>>.
- Gándara, M., A. Mosco, L. Pérez, A. Triana y L. F. Gómez (2016), “Diagnóstico de la divulgación en sitios patrimoniales y museos: cuatro experiencias, una construcción metodológica”, en Yúmari Pérez y Guadalupe de la Torre (eds.), *Estudios sobre Conservación, Restauración y Museología*, vol III, México, ENCRyM – INAH, documento electrónico disponible en <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/estudiosconservacion/article/view/7748>.
- Gándara, M. y M. A. Jiménez (en prensa), *Interpretación del Patrimonio Cultural. Pasos hacia una divulgación significativa en México*, México, INAH.
- Hauenschild, A. (2000), “Claims and Reality of New Museology: Case Studies in Canada, the United States and Mexico”, tesis de doctorado sin publicar, Hamburgo.
- Hein, G. (1998), *Learning in the Museum*, Londres, Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2006), *Studying visitors*, en S. Macdonald (ed.), *A Companion to Museum Studies*, Londres, Blackwell Publishing, pp. 363-376.
- Jiménez, M. A. (2001), “La conservación del patrimonio arqueológico mediante la interpretación temática. Aplicación de la propuesta en el sitio arqueológico de Cuicuilco”, tesis de licenciatura sin publicar, México, ENAH.
- Lawrence, G. (1993), “Remembering rats, considering culture: perspectives on museum evaluation”, en S. Bicknell y G. Farmelo (eds.), *Museum visitor studies in the 90s*, Londres, Science Museum, pp. 117-124.
- Ledesma, P. (2011), “El tesoro de Cuahutémoc. Tiempo libre y disfrute del patrimonio arqueológico en Tlatelolco”, tesis de maestría sin publicar, México, ENAH.
- Loomis, R. J. (1987), *Museum visitor evaluation: new tool for management*, Nashville, American Assoc. for State and Local History.
- Mancisidor Pérez, E. (2017), “Análisis del proceso de modernización y recuperación de la memoria museográfica de la sala de Oceanía del Museo Nacional de las Culturas”, tesis de maestría sin publicar, Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía “Manuel del Castillo Negrete,” Ciudad de México.

- McLean, K. (2007), "Do Museum Exhibitions Have a Future?", *Curator*, 50(1), pp. 109-122.
- McLean, K., y Pollock, W. (2007), *Visitor Voices in Museum Exhibitions*, primera edición, Washington, DC, Association of Science-Technology Centers Inc.
- McManus, P. M. (1996), "Museum and Visitor Studies Today", *Visitor Studies*, 8(1), pp. 1-12.
- Montemayor, E. (1999), Los visitantes de la exposición "Magna Grecia y Sicilia", reporte técnico, Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, INAH.
- Monzón, A. (1952), "Bases para incrementar el público que visita el Museo Nacional de Antropología", *Anales del INAH*, tomo VI, 2a parte.
- Muñoz Aréyza, Eréndira (2017), "Desarrollo de estudios de públicos de museos en México. Una visión introductoria", *La Colmena*, núm. 94. En prensa.
- Nivón, E. (2006), *La política cultural: temas, problemas y oportunidades*, México, Conaculta, Dirección General de Vinculación Cultural - Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Centro.
- Ordoñez García, C. (1975), "The Casa del Museo, Mexico City: an experiment in bringing the museum to the people", *Museum*, XXVII(2), pp. 71-77.
- Pérez de Celis Herrero, J. (1998), "La evaluación de un museo", en J. Flores Valdés (ed.), *Cómo hacer un museo de ciencias*, México, UNAM, FCE, pp. 144-162.
- , (2008), "Evaluación de público para un nuevo museo", *Gaceta de Museos*, núm. 44, julio-septiembre, pp. 24-27.
- Pérez Castellanos, L. (en prensa), en M. Gándara y M. A. Jiménez, *Interpretación del Patrimonio Cultural. Pasos hacia una divulgación significativa en México*, México, INAH.
- Pérez Ruíz, M. L. (1998), "Construcción e investigación del patrimonio cultural. Retos en los museos contemporáneos", *Alteridades*, 8(16), pp. 95-113.
- , (1999), *El sentido de las cosas. La cultura popular en los museos contemporáneos*, México, INAH.
- Pérez Santos, E. (2000), *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*, España, Trea.

- Pruneda, L. (1913), "Algunas consideraciones acerca de los museos", *Boletín de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística*, VI(2), febrero, pp. 80-98.
- Rosas Mantecón, A. (1993), "La puesta en escena del patrimonio mexicano y su apropiación por los públicos del Museo del Templo Mayor", en N. García Canclini y J. A. González Sánchez, *El consumo cultural en México*, México, Conaculta, Dirección General de Publicaciones, pp. 197-233.
- Salgado, I., M. C. Sánchez, L. Trejo y E. Arana (1962), "Efectividad didáctica de las actuales instalaciones del Museo Nacional de Antropología", volumen sin numerar titulado *Equipo pedagógico*, Consejo de Planeación e Instalación del Museo Nacional de Antropología, INAH, SEP, CAPFCE.
- Schmilchuk, A. R. M., Graciela (1999), *Exponer comunicando. Evaluación de dispositivos de interpretación El cuerpo aludido (Museo Nacional de Arte)*, Cenidiap, documento electrónico disponible en https://books.google.com.mx/books/about/Exponer_comunicando_Evaluaci%C3%B3n_de_dispo.html?id=sg9ufwmdo40C&redir_esc=y.
- Schubert, K. (2009), *The curator's egg: the evolution of the museum concept from the French Revolution to the present day*, Londres, Ridinghouse.
- Shettel, H. H. (1993), "Professional in visitor studies: too soon or too late?", en S. Bicknell y G. Farmelo (eds.), *Museum visitor studies in the 90s*, Londres, Science Museum, pp. 161-168.
- Silverman, L. H. (1995), "Planning for a Future: Teaching and Training in Visitor Studies", *Visitor Studies. Theory, Research, and Practice*, 7(1), pp. 110-117.
- Simon, N. (2010), *The Participatory Museum*, Santa Cruz, California, Museum 2.0.
- Société des musées québécois, & Musée de la civilisation (Québec) (2001), *Conozca a sus visitantes: guía de encuesta por sondeo*, Montreal, Société des musées québécois.
- Tirado Segura, F. (1985), "La experiencia museográfica como fenómeno psicoeducativo", *Revista Mexicana de Psicología*, 2(2), pp. 137-147.
- Toussaint, J. (1976), *Estudio de público de la sala de Oceanía*, México, Archivo Histórico del Museo Nacional de las Culturas.

- Vasconcellos, C. de M. (2013), "Patrimonio, memoria y educación: una visión museológica", *Memoria y sociedad*, vol. 17, núm. 35, pp. 94-105.
- Visitor Studies Association (2008), "Evaluator Competencies for Professional Development", documento electrónico disponible en <http://www.visitorstudies.org/evaluator-competencies>, consultado el 19 de julio de 2013.
- Weil, S. E. (2002), *Making museums matter*, Washington, D. C., Smithsonian Institution Press.
- Zuazúa de Loresecha, B. (2016), "Análisis cronológico de la evolución de los estudios de públicos. Una visión introductoria en México y en el mundo", en L. Pérez Castellanos (ed.), *Estudios sobre públicos y museos, vol. I, Públicos y museos ¿Qué hemos aprendido?*, México, ENCRyM-INAH.