

■ ■ El Compromiso del Museo ■ ■ ■ ■

Situación actual y nuevas necesidades

Con una nueva mirada

De la comunicación al diálogo

Compromiso y sostenibilidad



Total aproximado: 6 252

SITUACIÓN ACTUAL Y NUEVAS NECESIDADES

A inicios del siglo XXI existen en América Latina y el Caribe aproximadamente 6,000 instituciones que preservan una buena parte del patrimonio cultural y natural. ⁽²²⁾ Una característica notable de América Latina es la disparidad entre los recursos disponibles –lo que reciben los museos- y lo que sería necesario para mantener al sector en estándares de calidad de clase mundial.

Hay tres situaciones que se mantienen constantes afectando directamente la calidad de las instituciones museológicas y la posibilidad de un desarrollo y crecimiento sostenido:

- La falta de personal especializado o debidamente capacitado.
- La falta de comunicación e intercambio de experiencias.
- La falta de políticas nacionales (o institucionales) para la creación y sostenibilidad de museos.

En los museos latinoamericanos la ausencia de personal especializado para la ejecución de las funciones museológicas (tanto en el área técnica como administrativa), hace que las personas que laboran en un museo tengan que asumir diversas tareas y funciones sin estar capacitadas para ello.

Sumado al problema anterior está el del personal de los museos y cómo llegan a ocupar sus cargos. Algunos llegan a sus puestos a través de una disciplina relacionada con el trabajo del museo (bellas artes, antropología, zoología, entre otros); otros son asignados a sus

22 Gráfico y datos tomados de las Estadísticas (febrero, 2006) del Directorio Electrónico de Museos & Parques de América Latina del ILAM. En: www.ilam.org

puestos de responsabilidad como resultado de acuerdos políticos. Luego hay quienes se convierten en personal del museo como resultado de la redistribución de personal de los organismos gubernamentales, consecuencia de la búsqueda del equilibrio fiscal. Finalmente en la administración pública se puede acceder a cargos museales a través de concursos por oposición, aunque esto es poco frecuente. ⁽²³⁾

A esta situación debemos agregar que los museos que cuentan con especialistas en las diversas áreas de trabajo (museólogo, museógrafo, curador, educador, entre otros), los mismos no están debidamente reconocidos en las categorías de servicios profesionales y los salarios son bajos comparados con sectores equivalentes. A pesar de lo anterior, es en general muy alto el nivel de compromiso institucional del personal de los museos. En muchos casos sorprende su iniciativa y creatividad para sacar el máximo provecho de los escasos recursos disponibles.

La situación anterior se ve agravada debido a la falta de comunicación e intercambio de experiencias. Las instituciones museológicas latinoamericanas son una unidad en la diversidad; sin embargo, a pesar de enfrentar los mismos problemas nuestros museos continúan actuando como islas y tanto sus propuestas de desarrollo de recursos, como las producciones teórico-metodológicas de nuestros museólogos en la mayoría de los casos no son compartidas. Esta falta de comunicación provoca la creación de esfuerzos paralelos y el reinventar fórmulas experimentadas, lo que impide que el intercambio de las mismas acorte distancias y favorezca un sólido desarrollo de instituciones con metas en común.

23 En: Varela, Ximena y Jiménez, Sigfrido: “Reflexiones sobre la Calidad en los Museos en América Latina”, En: Museos: Guías para la Excelencia, ICR (Comité Internacional de Museos Regionales del ICOM, Editores: Hans Manneby, Harmut Prash y Rainer Hofmann, Impresa en Mexico, 2003.

Si la creación de museos en América Latina no conlleva necesariamente la previsión de los mecanismos para su sostenibilidad futura, ciertamente tampoco se ejerce la responsabilidad de cerrar definitivamente un museo si este no puede desarrollar eficientemente su labor. Ninguna dependencia gubernamental, organización o empresa está dispuesta a cerrar un museo, no es “políticamente correcto” hacerlo ya que el daño a la imagen institucional o personal es muy alto. Como consecuencia de esto, si no se los deja languidecer hasta convertirse en verdaderos museos fantasmas, se cierran temporalmente sus puertas con un enigmático rótulo que dice “en proceso de reestructuración”.

Los más afectados con la práctica irresponsable de apertura sin contar con las condiciones necesarias para su sobrevivencia son sin duda los pequeños y medianos museos creados a partir de una demanda de un sector de la comunidad o de un grupo de vecinos, para preservar un inmueble histórico o con el fin de albergar una determinada colección. Una vez pasada la inauguración, la foto y el brindis, el entusiasmo inicial dura poco al enfrentarse a la realidad cotidiana.

Estos museos de corte tradicional, a veces con sólo una persona a cargo, sobreviven adormecidos en medio de sus comunidades custodiando una abigarrada colección de objetos históricos y naturales exhibidos sin contexto, ajenos totalmente a la diversidad y dinámica del patrimonio cultural y natural que los rodea. Si bien ésta es una situación extrema, no deja de ser bastante frecuente.

Aquellos museos que pudieron contar con un serio respaldo institucional para su creación, apertura y sostenibilidad, las más de las veces esta última se limita al pago de un personal mínimo (nunca suficiente), gastos fijos y mantenimiento de infraestructura y áreas verdes. Lo demás, que es ni más ni menos los recursos necesarios para desarrollar eficientemente su labor, raramente son suficientes o siquiera tomados en cuenta.

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
de los museos latinoamericanos

Fortalezas

INTERIORES

- Aceptación y credibilidad por su labor en la preservación del patrimonio cultural y natural (por parte de centros educativos, empresas, turismo, etc.)
- Capacidad de establecer alianzas
- Capacidad de convocatoria
- Aceptación en general del museo como un lugar “neutral”
- Poder de “dar valor” a un objeto, un producto, un edificio o lugar
- Posesión de objetos “auténticos”
- Aceptación de manejo de información veraz y actualizada

Oportunidades

EXTERIORES

- Apertura p/ la generación de recursos (de instituciones estatales)
- Descentralización del estado y fortalecimiento de gobiernos locales
- Demanda del turismo ambiental y cultural
- Existencia de un “público cautivo” (sector educativo)
- Interés y disponibilidad de los medios de comunicación de masas (prensa/TV/radio)
- Nuevas ofertas de capacitación (presenciales y virtuales)
- Acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC)

Debildades

- Presupuesto dependiente de una sola fuente de financiamiento
- Poca variación en la oferta
- No se aprovechan los recursos existentes, ni los contactos
- Misión y objetivos poco flexibles y anticuados
- Una fuerte verticalidad / No se trabaja en equipo
- Poca capacidad de dar a conocer el trabajo que se realiza
- Deficiente utilización de los recursos tecnológicos
- Falta de una imagen de la organización

Amenazas

- Contracción del Estado y reducción del presupuesto en Cultura
- Ofertas atractivas al público por empresas / organizaciones que ofrecen productos y servicios similares
- Concepciones del museo como lugar “elitista” y/o “aburrido”
- Explotación irracional del patrimonio natural
- Destrucción del patrimonio cultural
- Existentes o potenciales conflictos armados y conflictos sociales

Tomando como marco de referencia las tres situaciones descritas y nuestro conocimiento de los museos latinoamericanos, podemos decir que la situación actual es el resultado de por lo menos varias décadas de debilidades estructurales (falta de personal, recursos, infraestructura), sumadas al no-uso (o al uso insuficiente) de las fortalezas que estos museos poseen y un deficiente conocimiento de las oportunidades y amenazas que presentan los actuales escenarios en la región, como podemos observar en el análisis FODA que se presentó en la página anterior.

Esta situación provoca que en la mayoría de los museos se denote poco dinamismo por la imposibilidad de mejorar las instalaciones y exhibiciones lo que incide en el grado de visitación del público. Cuando los museos no logran participar de los circuitos de esparcimiento y ofertas de educación no formal de su país o localidad, quedan atrapados en un círculo vicioso que se manifiesta en la poca proyección, la falta de reconocimiento y el escaso financiamiento, como se refleja en el siguiente diagrama. ⁽²⁴⁾

La poca proyección lleva a un nivel de visitación que disminuye y en el mejor de los casos se mantiene estable, también baja la demanda de sus servicios. Esta poca proyección lleva necesariamente a la falta de reconocimiento poniéndose en entre dicho el valor social que supuestamente tiene como institución museológica. Esto provoca por parte de la entidad gubernamental o privada de la cual el museo depende, que se le otorgue escaso financiamiento, entendiendo este como la disminución o congelamiento del presupuesto y la falta de interés en la contratación de recursos humanos, infraestructura o capacitación. También genera poca credibilidad del sector empresarial / fundaciones para el apoyo de nuevos proyectos (exhibiciones, publicaciones, talleres, entre otros).

24 Herrero Uribe, Pilar: “Los Museos Centroamericanos: tendiendo puentes”, En: Revista de Museología, Asociación Española de Museólogos, Madrid, 2000.

Círculo Vicioso del Museo



Para romper este círculo vicioso, el museo debe constituirse y proyectarse como una institución concedora y satisfactoria de las necesidades de la comunidad y del público.

Consideramos que para ello, existen una serie de necesidades a las cuales el museo debe dar respuesta:

- Necesidad de una eficiente gestión de las funciones museológicas (preservar, investigar, comunicar),
- Necesidad de establecer una verdadera interacción con la comunidad que lo rodea o en la que está inserto,
- Necesidad de sumar su trabajo a la recuperación y preservación del patrimonio integral de dicha comunidad,
- Necesidad de producir en el público un mayor impacto y experiencias significativas,

- Necesidad de ser competitivo, potenciando la singularidad y autenticidad de su propuesta,
- Necesidad de generar parte de su sostenibilidad.

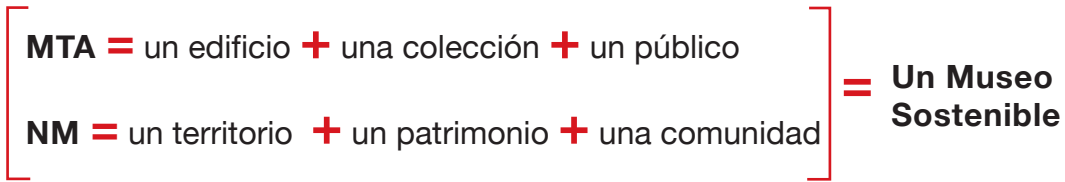
Cómo podemos trabajar todas estas necesidades juntas es la gran pregunta. Jaime Lerner (ex alcalde de Curitiba) decía “nunca resuelvan un solo problema a la vez, ya que si ustedes resuelven un solo problema, crearán otro”. El desafío está entonces en cómo resolver más de un necesidad a la vez, es decir, en forma integral; y creemos que esto es posible convirtiendo nuestra institución en un museo sostenible.

Pero para lograrlo debemos partir de una disposición fundamental: la disposición al cambio, ya que si seguimos haciendo las cosas como las hemos venido haciendo hasta ahora, obtendremos lo que siempre hemos obtenido. ⁽²⁵⁾ O quizás mucho peor, nos veremos obligados a buscar una nueva justificación para nuestra existencia institucional.

CON UNA NUEVA MIRADA

Nuestra búsqueda para dar respuestas a las necesidades del museo actual en América Latina parte de las propuestas metodológicas de la museología tradicional y de los importantes aportes provenientes de la Nueva Museología, con una nueva mirada integradora.

²⁵ “If you always do what you’ve always done, you’ll always get you’ve always got” Simon Roodhouse, Museum Training Institute, United Kingdom.



MTA: Museo Tradicional Actual / **NM:** Museo de la Nueva Museología

Con base en lo anterior, consideramos:

El edificio – ampliado o extendido- a un territorio o región:

“El espacio museográfico está envuelto por una quietud, por un silencio, por un estar fuera de la atmósfera del presente”. ⁽²⁶⁾ La asociación popular entre “museo” y “mausoleo” no es fortuita. Por otra parte el museo suele ser excluyente y autoritario. Casi siempre se trata de edificios solemnes, impositivos. Quien se acerca por primera vez siente una sensación de respeto aumentado por las normas que siguen los visitantes, el recorrido pausado y silencioso, las prohibiciones pocas veces aclaradas: no tocar, no fumar, no sacar fotografía, no...,no..., no. ⁽²⁷⁾

Los museos hacemos estudios de público para saber porqué la mayoría de las personas no nos visitan. Desesperamos ante la previsible respuesta: no van porque son lugares aburridos, donde guardamos cosas muertas o se conservan objetos inútiles, es decir antigüedades, cosas raras u obras de arte que sólo interesan a los curiosos, a los eruditos y a los escolares (que van obligados).

²⁶ Morales Moreno, Luis G.: “¿Qué es un Museo?” Revista Cuicuilco, INAH, Mexico, 1996, Vol.3, #7.

²⁷ Dujovene, Marta: “Entre musas y musarañas: una visita al Museo”, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1995.

Volvemos a hacer los mismos estudios, y otra vez la misma pregunta, porque no aceptamos como cierta la respuesta. Pero lo que no terminamos de entender, es que la mayoría de las personas se sienten intimidadas y cohibidas ante la institución museo. Esta aparenta estar abierta a todos por igual, pero en su mayoría los museos resultan poco accesibles para quien no tiene entrenamiento previo en ciertas prácticas culturales. ⁽²⁸⁾

Si consideramos el museo como un medio de comunicación entre el patrimonio / la colección (que este preserva) y el público y no como un fin en sí mismo, entonces podemos poner en perspectiva la importancia del edificio –histórico o diseñado ex profeso- que alberga la colección y hacia el cual el público debe peregrinar.

El edificio es un lugar de trabajo donde están las oficinas, los depósitos, los talleres, los laboratorios y el centro de documentación, entre otros. También están, desde luego, las áreas para exposiciones y espacios para servicios al público (cafetería, tienda, biblioteca, servicios sanitarios, parqueo, entre otros). Pero ante todo es nuestro lugar de trabajo, donde realizamos las investigaciones, preservamos las colecciones, planificamos y diseñamos las exhibiciones y desarrollamos los programas educativos.

Nada nos obliga a realizar las actividades de comunicación exclusivamente dentro de nuestros edificios. Las otras posibilidades que se nos presentan son tanto o más adecuadas: desde la utilización de lugares que sean significativos para la comunidad o espacios públicos de uso cotidiano, hasta diluirnos –como recursos expositivos- en una serie de diversos escenarios temporales ubicados en lugares (contextos originales) de donde provienen los objetos de la exposición. De esta manera, también colaboraríamos en la puesta en valor de estos sitios o espacios patrimoniales.

28 Dujovne, M.; Calvo, S. y Staffora, V.: “Ir al Museo: notas para docentes”, Ministerio de Educación, Unidad de Recursos Didácticos, República Argentina, 2001.

Debemos hacer un esfuerzo por no quedarnos encerrados en nuestros museos. Lo cierto es que tenemos mensajes que comunicar y ya no podemos seguir esperando que el público venga a nosotros: tenemos que salir a encontrarlo. Para un museo sostenible, es imprescindible que se de una apertura, que el museo se abra, se extienda, que se transforme en diversas actividades y nuevos espacios para así permitir que los que nunca tuvieron la posibilidad de utilizar el museo, puedan hacerlo.

La colección – perteneciente e integrada- a un patrimonio:

La especialización temática de los museos, producto de la división de las ciencias en el siglo XIX, hizo que en los museos la historia no se mezcle con la técnica, ni la naturaleza con el arte. Por lo tanto las respectivas colecciones fueron integradas por objetos / especímenes de diversas procedencias, reunidos en un espacio (expositivo) determinado. Esto desde luego provoca la des-ubicación del objeto / espécimen, colocándolo fuera de su contexto patrimonial.

Lacouture señala ⁽²⁹⁾ que el objeto es así descontextualizado y a la vez, musealizado, consagrado, entre otras cosas, lo cual fácilmente ha llevado al culto del objeto en múltiples ejemplos. La descontextualización por más que muchas veces es necesaria e inevitable altera el vínculo del objeto de su marco natural, quierase o no. El respeto al contexto original ha sido roto, por razones de una conservación más económica y segura, pero sobre todo por razones que desea establecer el museo, usando y destacando sólo aquellos significados [o testimonios ³⁰] del objeto que interesan al especialista.

29 Lacouture F., Felipe (1994)

30 Como bien observa Norma Rusconi “el discurso museológico utiliza a menudo indistintamente los conceptos de ‘testigo’ y ‘testimonio’, pero hay que señalar que un objeto puede brindar mas de un testimonio sin perder su carácter de haber sido testigo de la realidad, porque nunca la realidad puede ser congelada por un solo testimonio. Rusconi, Norma: “El testimonio de las minorías”. Documento provocativo del XII Encuentro regional del ICOFOM-LAM, Bahía, Brasil, Diciembre, 2003.

Nada nos obliga a realizar las actividades de comunicación exclusivamente dentro de nuestros edificios. Las otras posibilidades que se nos presentan son tanto o más adecuadas. Debemos hacer un esfuerzo por no quedarnos encerrados en nuestros museos. Lo cierto es que tenemos mensajes que comunicar, y ya no podemos seguir esperando que el público venga a nosotros: tenemos que salir a encontrarlo.

Actualmente es reconocido –aunque no practicado por todos los museos- que la presentación de sus colecciones y discursos expositivos deben estar interrelacionados con su medio ambiente, tanto el natural como el social, es decir, en el contexto de su patrimonio integral. Para que esto pueda ser posible, la colección de un museo debe estar determinada por un patrimonio que le de su razón de ser y de existir; que la defina, contenga o limite (evitando el acopio innecesario de objetos), buscando por medio de la investigación interdisciplinaria y la investigación participativa profundizar en la temática específica del museo.

Metodológicamente, por lo tanto, se vuelve imprescindible trabajar con un concepto claro y funcional de patrimonio. Con base en lo anterior, entendemos patrimonio integral como: el conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente y que una generación hereda / transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.

Es importante recalcar que todo patrimonio se genera localmente y es producido en un espacio y en un tiempo histórico determinado; desde luego, los aportes culturales de los inmigrantes están considerados como parte de este mismo proceso histórico.

Al ser un fenómeno fundamentalmente local, todo patrimonio (cultural, natural, tangible o intangible) depende para su transmisión y preservación, en primera instancia, de la comunidad en donde tuvo origen o la cual estuvo de alguna manera involucrada en su desarrollo.

Tomando en cuenta lo anterior, es decir, la aceptación por parte del museo que su colección debe estar integrada y reconocerse como parte de un patrimonio, surge inevitablemente la relación con la comunidad -principalmente con sectores o miembros de la comunidad- creadores y/o transmisores de ese patrimonio.

En la concepción del museo sostenible este momento es considerado esencial ya que es aquí donde el museo se debe convertir en un verdadero puente de comunicación entre la comunidad y su patrimonio, integrándola en un proceso de responsabilidad compartida en su preservación.

Entendemos la responsabilidad compartida como: un acuerdo entre el museo -institución oficialmente custodia del patrimonio- y la comunidad -tradicionalmente poseedora del mismo-, de asumir la obligación que les corresponde en la preservación del patrimonio como resultado de un proceso de concientización de la comunidad sobre su incidencia directa en el manejo y uso de sus recursos patrimoniales.

A partir de este acuerdo se abren para el museo nuevas oportunidades que le permitirán ampliar su acción e influencia mas allá de los límites de su institución y de sus colecciones, pudiendo tener un papel protagónico en la recuperación y preservación del patrimonio relacionado con su temática específica.

El público – y la doble participación- de la comunidad:

Como museo tenemos un compromiso con nuestro público meta, con el público en general, y con los turistas que nos visitan. Sin embargo debemos tener presente que el <público de museo> como todo otro cuyo interés es alguna actividad cultural (conciertos, teatros, etc.) requiere cierto nivel de preparación cultural. En ese sentido el público designa un sector amplio, pero no global de la sociedad, que se beneficia de una serie de privilegios que, en teoría, son igualitarios para todos. ⁽³¹⁾

31 Leon, Aurora: “El Museo: Teoría, Praxis y Utopía”, Ediciones Cátedra S.A., Madrid, 1978.

Consideramos al público como la razón de ser de todo museo y por ello debemos realizar nuestro mayor esfuerzo por ampliar la base de nuestro público, tratando de sumar al mismo la población de la(s) comunidad(es) donde el museo se ubica y cuyos bienes patrimoniales preserva; considerando dicha población como público privilegiado de las acciones de comunicación museológica.

La Declaración de Caracas de 1992 nos habla claramente al respecto ⁽³²⁾: En América Latina los museos, generalmente, no son conscientes de la potencialidad de su lenguaje y de sus recursos de comunicación, y muchos no conocen las motivaciones, intereses y necesidades de la comunidad en que están insertos, ni sus códigos de valores ni significados. Ante esto, recomienda, que el museo busque la realización plena de su función museológica y comunicadora, como espacio de relación de los individuos y las comunidades con su patrimonio y como eslabón de integración social.

Como bien lo expresa Georgina Dersdepanian, para que nuestros museos cumplan con una función social y educativa, es necesario que el visitante encuentre significativos sus discursos a través de la posibilidad de reconocerse en ellos. (...) Para ello es imprescindible que el museo integre en su práctica museológica una concepción amplia en lo que se refiere a su patrimonio, así como el conocimiento de los intereses y las necesidades de la comunidad a la que, le guste o no, pertenece. ⁽³³⁾

Por lo tanto para el museo, debe ser un compromiso ético y social el asumir como público privilegiado de sus acciones de comunicación la población de la(s) comunidad(es) donde éste esté ubicado y cuyos bienes patrimoniales preserva.

32 Conclusiones del Seminario: “El museo en Latinoamérica hoy: nuevos retos”, en la “Declaración de Caracas”, 1992.

33 Dersdepanian, Georgina: “El Museo Comunitario; un principio para todos”. En: Gaceta de Museos, INAH, México, # 17, 2000.

Respondiendo a su compromiso con el patrimonio y la comunidad, el museo sostenible establece diversos tipos de relaciones con la comunidad: como público privilegiado, como aliada y como socia del museo.

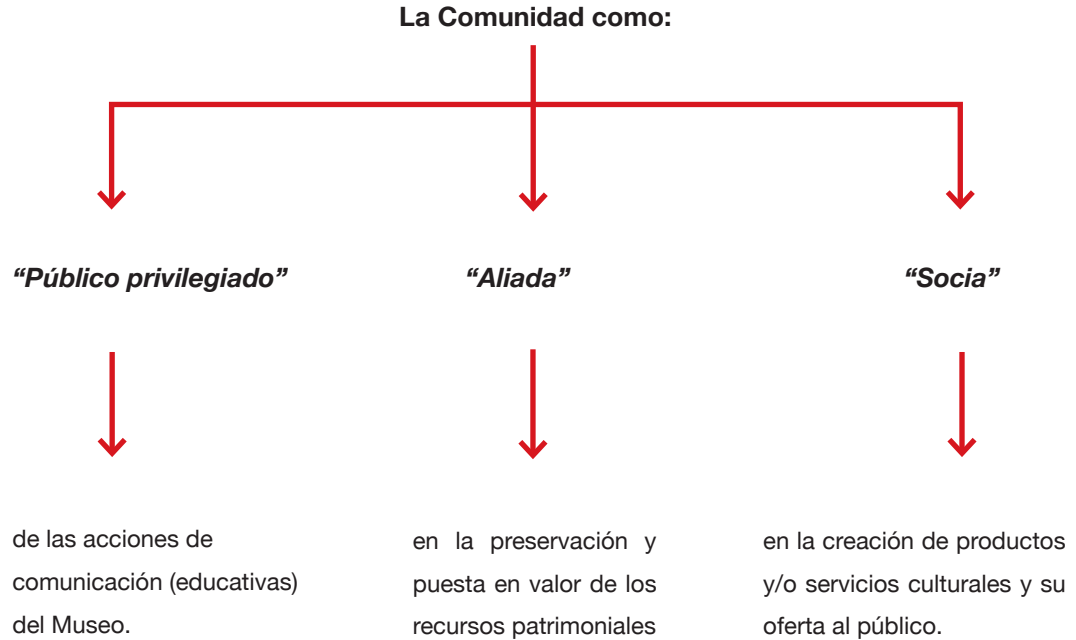
Bajo estas otras relaciones, el museo propone específicamente a sectores o miembros de la comunidad (de alguna manera relacionados con la temática del museo) establecer una alianza estratégica para incidir positivamente en la preservación del patrimonio y con el propósito de desarrollar en forma conjunta, con el personal del museo, actividades y proyectos productivos para la creación de una oferta novedosa y diversificada que presentarán al público y al turismo.

En el gráfico que presento a continuación, podemos observar las tres diversas formas de relación con la comunidad que establece el museo sostenible.

Estas nuevas relaciones obligan al personal del museo a interactuar de diversas formas con los miembros de la comunidad, para lo cual es imprescindible su permanente capacitación. Y desde luego, el reconocimiento por parte del museo –como ya hemos dicho- de aceptar compartir con ellos la preservación, investigación y comunicación de su patrimonio, ya que son las comunidades las creadoras y/o herederas de dicho patrimonio y en última instancia, las encargadas de su protección y transmisión a las futuras generaciones.

Así, trabajando conjuntamente con miembros de la comunidad, el museo podrá potenciar la autenticidad y singularidad de sus ofertas, generando en el público un mayor impacto y significativas experiencias, resultando esto a su vez en un incremento en la visitación al museo.

Diversas Formas de Relación con la Comunidad



DE LA COMUNICACIÓN AL DIÁLOGO

Uno de los problemas del museo actual, comenta Lacouture, sigue siendo (al igual que su antecesor, el museo decimonónico) la especialidad temática, producto de la división de las ciencias y su propuesta museográfica aislada de una visión integradora, ofrecida a un público tradicionalmente pasivo, acostumbrado a recibir y aceptar el discurso establecido por el experto calificado.

Nos explica que, “para contrarrestar la falta de participación, la museología del siglo XX intentó varias respuestas creando servicios educativos sistemáticos y programas especiales para niños y adultos... Hubo paralelamente un movimiento para presentar decorosamente y en forma lógica, las exposiciones, así como el cambio periódico de éstas. No obstante el problema de base subsiste y la gran mayoría de los visitantes permanece pasiva aún ante el discurso unívoco-museográfico que, o bien no entiende o le pasa por alto en gran medida conformándose con la estética de la presentación.

Y así concluye: El monólogo es, pues, característica del museo tradicional [actual] gestionado por el especialista, cuando debiera de constituir un verdadero centro de comunicación mediando objetos y colecciones. Su discurso museográfico, que en principio no admite diálogo, como unívoco, se opone de hecho a la comunicación, o por lo menos –no la espera. En este sentido, el museo está mas cerca de los medios masivos de comunicación que de la comunicación misma, la cual implica diálogo; si, diálogo creativo y democrático”.⁽³⁴⁾

Con esta posición coincide Marília Xavier cuando nos comenta “Lo que consideramos negativo es la actitud autoritaria de negar espacio de significación al público y esto sucede

³⁴ Lacouture F, Felipe (1994)

cuando el museo propone un monólogo y se cierra al diálogo, cuando propone ser el trasmisor de verdades absolutas y califica al visitante como decodificador. De este modo, el museo simplifica al extremo el proceso de comunicación y por eso simplifica también su participación en la dinámica cultural y la actuación de sus profesionales. ⁽³⁵⁾

La comunicación museológica, entendida en su sentido más amplio, es la función más importante del museo actual y a la que más presupuesto se le asigna, lo que no significa que ésta cumpla el propósito que debería provocar en el público visitante.

El museo como experiencia

En el contexto de la posmodernidad en América Latina las personas y los grupos están buscando participar y reencontrarse como seres integrales, no solamente dotados de inteligencia, si no con sentimientos y afectos, capaces de construirse a sí mismos y construir a su entorno y con ello la sociedad que desean. ⁽³⁶⁾

La institución museo tiene la posibilidad de convertirse en un instrumento de apoyo a la formación y fortalecimiento del individuo al ofrecer al visitante sus propias y significativas experiencias con posibilidades de recreación, en el sentido de recrear, de re-novar a la persona.

Cada vez más el visitante busca experiencias de vida y que le cuenten historias que le permitan imaginar y vivir sensaciones. La visita al museo debe ser una experiencia integral

35 Xavier Cury, Marília: “Diversidad y tolerancia cultural: perspectivas para una ciudadanía mundial”, ponencia presentada ante el XII Encuentro regional del ICOFOM-LAM, Bahía, Brasil, Diciembre, 2003.

36 Abraham, Bertha: “Museos, Sociedad y desarrollo cultural”, ponencia presentada ante el Congreso Iberoamericano de Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo. Morelia, Michoacán, México. Junio, 2003.

que involucre todos los sentidos a través de atmósferas, narrativas, diseño de exhibiciones y escenografías para la ambientación de actividades relacionadas. ⁽³⁷⁾

Ha llegado el momento de establecer un vivo y fructífero contacto con el visitante, no únicamente para conocerlo y darle satisfacción a su demanda específica, como en un mercado para el consumo, sino para abrirle nuevas perspectivas dialogales. ⁽³⁸⁾ Ofrecerle espacios –dentro y fuera del museo- donde pueda establecer un diálogo afectivo y significativo con su patrimonio y con su historia como individuo y como ser social.

Pero, ¿cómo puede el museo establecer este diálogo?, ¿cómo crear las conexiones entre los objetos o los sitios históricos y los visitantes? Podemos contextualizar los objetos (de hecho lo estamos haciendo), pero difícilmente podríamos darles vida nuevamente para integrarlos en una propuesta museológica que permita al visitante una experiencia transformadora.

Debemos buscar un “nexo vital” que nos posibilite establecer este diálogo afectivo y significativo. Consideramos que esto es posible en la medida que –en el desarrollo de estas “experiencias”- la comunicación entre el museo y el público no se realice exclusivamente a través de los especialistas, intérpretes o actores contratados, sino que se integre a personas (de la comunidad) que posean una relación directa con la temática del museo y su contexto patrimonial.

37 Bacci, María Eugenia: “Museos: ¿Por qué invertir en ellos? El papel de los museos en el desarrollo económico y social de la comunidad”, Estudio realizado por la Fundación Aragua, Caracas, Venezuela. Julio, 2000.

38 Felipe Lacouture propuso el término “museo dialogal” para designar a los museos en los que la comunidad tiene voz, participación en la propuesta museológica y posibilidades de crítica y diálogo.

El museo tiene la posibilidad de convertirse en un instrumento de apoyo a la formación y fortalecimiento del individuo, al ofrecer al visitante sus propias y significativas experiencias, con posibilidades de recreación, en el sentido de recrear, de re-novar a la persona. Ofrecerle espacios –dentro y fuera del museo- donde pueda establecer un diálogo afectivo y significativo con su patrimonio y con su historia como individuo y como ser social.

Estos individuos o grupo de personas deben poseer “información” relacionada con la temática del museo. Esta puede ser de varios tipos: información histórica / anecdótica de determinados hechos, personajes o lugares, sobre “conocimientos” producto del saber popular o científico, o sobre técnicas y oficios tradicionales, entre otras. Pueden ser personas que trabajaron en el lugar (en el edificio histórico o en el espacio patrimonial) donde ahora está el museo o descendientes de las personas que produjeron o crearon los bienes patrimoniales que el museo preserva. Las posibilidades pueden ser muchas.

Veamos dos ejemplos tomados del Museo de Cultura Popular en Costa Rica:⁽³⁹⁾

El caso de Don Álvaro y sus visitantes:

Don Álvaro Zárate, constructor tradicional, trabajó en la restauración de la casa histórica del Museo, luego se quedó a cargo de las labores de mantenimiento, impartió los Talleres de “Recuperación de la Técnica de Bahareque” y hasta su retiro por enfermedad, ya que como el decía “de aquí sólo me sacan muerto”, estuvo a cargo de sus muy especiales “visitas acompañadas”⁽⁴⁰⁾ que realizaba los fines de semana en el Museo. El acostumbraba a comentarme sobre estas “visitas acompañadas” y todo lo que había aprendido conversando con los visitantes. Sostenía que la mayoría iban al Museo a conocer la casona, la ambientación histórica y su entorno natural, pero que sobre todo querían conversar (yo agregó, conversar con él).

¿Y de qué conversaban? A ciencia cierta no lo sé, ya que como el me explicaba cada visitante era diferente y así también era el diálogo que establecía; de hecho con algunos no hablaba

39 El Museo de Cultura Popular es un proyecto de extensión de la Universidad Nacional en Costa Rica, el cual coordiné desde su inicio en 1984 hasta 1995.

40 La diferencia entre una “visita guiada” y una “visita acompañada”, como señala Marta Dujovne (1995), es que la primera, es la mayoría de las veces, el recitado de una supuesta verdad indiscutible, y la segunda, es el soporte necesario para que el espectador pueda hacer un uso creativo del museo.

en absoluto, ya que no querían ser “molestados” y sólo deseaban integrarse al ambiente y el respetaba esta necesidad. Pero con los otros, lograba establecer un diálogo profundamente personal. Les comentaba (con orgullo) que el había trabajado en el proceso de restauración de la casona y a partir de allí los acompañaba en el recorrido, escuchando al visitante, contestando sus preguntas y reflexionando ambos sobre diversos tema, que en general giraban acerca de la importancia de vivir en contacto con la naturaleza y la necesidad de rescatar algunas prácticas y valores de la Costa Rica de antaño; y hasta a veces, ayudándoles a recuperar sus recuerdos de infancia.

Don Alvaro lograba que el visitante tuviera una experiencia transformadora acompañándolo en un viaje al pasado, del cual regresaban ambos ciertamente enriquecidos.

El caso de Doña Ofelia y los duendes:

En el Museo de Cultura Popular desarrollamos varios proyectos productivos integrados por personas de la comunidad con el propósito de poder diversificar nuestras ofertas al público. Uno de estos, fue el proyecto de “Reactivación de la Cocina Tradicional”. Estaba integrado por varias mujeres de escasos recursos pero con amplios conocimientos tradicionales sobre las recetas y desde luego las prácticas y creencias asociadas. Una de las integrantes era doña Ofelia Chaves. Con ellas, el Museo desarrollaba diversas ofertas al público. Una de éstas consistía en que los sábados doña Ofelia preparaba en la cocina de leña de la casa histórica del Museo “melcochas” (caramelos tradicionales) para los niños y los vendía ahí mismo. Desde luego estos enloquecían por sus melcochas, las cuales vendía velozmente (por supuesto, disponía de una buena cantidad que había sido elaborada previamente por ella y sus compañeras de proyecto). También conversaba con el público, dándoles la receta y “los secretos” para su debida preparación, a las madres y padres interesados. Esta información iba matizada con datos y consejos sobre el uso curativo del azúcar y sus propiedades. También cuando ya había terminado de cocinar acostumbraba a contarles relatos a los niños.

Una tarde, mientras hablaba con doña Ofelia sobre aspectos del proyecto, le hice la sugerencia de qué le parecía si entre sus relatos les contaba a los niños la leyenda de los duendes. Ella me miró seriamente por unos instantes y me dijo: “no conozco la leyenda de los duendes, pero podría contarles sobre la vez en que los duendes se llevaron a mi hermanito.” Una vez que escuché atentamente su relato y asimilé el impacto que me produjo su historia, alcancé a responderle: “Ofelia, me parece una idea maravillosa!”

Para el público, la “experiencia” vivida con don Alvaro acompañándoles en un recorrido a través del tiempo, o con doña Ofelia, vendiendo sus melcochas, transmitiendo sus conocimientos y relatando su historia personal con los duendes, es profundamente diferente a participar en una “visita guiada” en el que se les recita una supuesta verdad indiscutible o de una “actividad de interpretación” donde una voluntaria del museo, cocina para regalar muestras al público y que para amenizar cuenta a los niños la leyenda sobre los duendes.

En los ejemplos relatados se estableció un verdadero “nexo vital” en el cual los visitantes participaron de una experiencia afectiva y significativa sobre diversas temáticas relacionadas con su patrimonio cultural tangible e intangible.

La originalidad de la propuesta del museo sostenible reside en trabajar no sólo con objetos “auténticos”, sino con personas “auténticas” en el sentido anteriormente señalado; así el museo logra constituirse y proyectarse como una institución que da respuesta a las necesidades del público al producir en él un mayor impacto y significativas experiencias potenciando la singularidad y “autenticidad” de su propuesta.

COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD

De la totalidad de instituciones museológicas que hoy existen en América Latina -aproximadamente 6,000-, más del 80% son museos medianos y pequeños que no cuentan con las condiciones y recursos necesarios para realizar eficientemente su labor. Y no creemos que esta situación se modifique, tomando en consideración las políticas culturales actuales.

Por lo tanto, que los museos se conviertan en instituciones que generen parte de su sostenibilidad, es hoy en día no sólo una necesidad, sino una demanda por parte de los estados nacionales, los gobiernos locales y las instituciones o empresas de los que de ellos dependen; y desde luego de las comunidades a las que ellos sirven.

Ante esta demanda generalizada, nos preguntamos:

¿Cuenta el museo con las condiciones necesarias para lograr generar parte de su sostenibilidad y posibilitar paralelamente el desarrollo de su entorno?

La propuesta de un museo sostenible radica principalmente, en crear las condiciones para su propia sostenibilidad institucional –en recursos humanos, infraestructura y logística- que le permita realizar una moderna gestión museológica, adecuada a los requerimientos, necesidades y oportunidades del medio.

Y paralelamente en posibilitar la generación de recursos a los miembros de la comunidad y el desarrollo local, por medio de la implementación conjunta de proyectos y actividades de preservación activa de los recursos patrimoniales ejerciendo un usufructo responsable del patrimonio cultural y natural.

Todo museo posee –si no las condiciones- si, las características necesarias para lograrlo. Ninguno partirá de cero, pues tienen la base de su fuerza institucional, una gran riqueza de contactos y de recursos potenciales, y una imagen establecida y reconocida en la comunidad.

Así mismo, todo museo –con mayor o menor éxito- está integrado a su entorno, entendiendo éste como la región donde el museo se ubica, la comunidad a la que pertenece y el patrimonio integral como marco referencia de su temática y colección. Sin embargo no basta con estar integrado para interactuar positivamente con su entorno.

Debemos tener muy claro que, el que un museo sea exitoso en desarrollo de recursos – su sostenibilidad- no implica necesariamente que tenga un impacto positivo en la preservación del patrimonio cultural y natural de la región, ni en el desarrollo sostenible de su comunidad.

Convertirse en un museo “sostenible” significa entonces:

- llevar a cabo una eficiente ejecución de las funciones museológicas,
- como resultado de una nueva comprensión de la relación con la comunidad,
- en la preservación y puesta en valor del patrimonio integral, y
- en la generación de recursos y beneficios para la comunidad y el museo.

Todo museo –con mayor o menor éxito- está integrado a su entorno, sin embargo, no basta con estar integrado para interactuar positivamente con él. Debemos tener muy claro que, el que un museo sea exitoso en desarrollo de recursos – su sostenibilidad-, no implica necesariamente que tenga un impacto positivo en la preservación del patrimonio cultural y natural de la región, ni en el desarrollo sostenible de su comunidad.

Beneficios de la comunidad y del museo:

La mayoría de los modelos museológicos proponen la generación de algún tipo de beneficio como incentivo de participación de los miembros de la comunidad, como se puede observar en el siguiente cuadro.

Pero a diferencia de los otros modelos, el museo sostenible, exige que sus actividades, proyectos y programas se amplíen de tal forma que no sólo beneficien al museo y sean de impacto para el patrimonio, sino que devuelvan beneficios concretos a las personas o grupos involucrados, y que estos beneficios puedan ser medibles y cuantificables.

Así el museo amplía las oportunidades de involucramiento de miembros de las comunidades por medio de su participación en una diversidad de proyectos y actividades generadoras de remuneración económica directa o indirecta.

A su vez, los beneficios de los miembros de la comunidad no sólo tienen un carácter económico, sino que incluyen ganancias no pecuniarias provenientes del reconocimiento a su trabajo o servicio, generando prestigio, status, auto valorización, confianza y estímulos diversos por su participación en actividades creativas y de alta calidad.

Por su parte, el museo obtiene importantes beneficios, como son, entre otros: la ampliación de su oferta y posibilidad de generación de nuevas ofertas lo cual permitiría la diversificación de ingresos; y desde luego, un mayor impacto en el público (dentro y fuera de su sede) brindándole una proyección local y regional.

Tipo	Actividad	Beneficio a la Comunidad	Beneficios del Museo
Museo Tradicional Actual	Demostración sobre un oficio o conocimiento tradicional	Por medio de un trabajo voluntario o remunerado recibe gratificación personal	<ul style="list-style-type: none"> • Complemento a una exhibición o actividad programada • Poca inversión
Museo Comunitario	Organización y ejecución de una gran actividad comunal	Por medio de la participación voluntaria se da gratificación personal y solidaridad grupal	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de fondos para el museo comunitario
Museo Sostenible	Proyecto productivo permanente que ofrece productos y servicios nuevos, sumado a las otras actividades del museo	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de ingresos • Capacitación • Otros beneficios: reconocimiento que genera prestigio, confianza, valoración y estímulos diversos por participar en una actividad creativa y de alta calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de oferta • Generación de nuevas ofertas • Proyección local y regional • Diversificación de ingresos

Con base en lo establecido en este capítulo, podemos concluir que el compromiso del museo con la comunidad / público, con el patrimonio integral y consigo mismo, es hacer su mayor esfuerzo y los cambios y ajustes necesarios para poder generar su sostenibilidad y la de su entorno, buscando obtener los siguientes resultados:

- generar ingresos e incrementar recursos para el museo, que permitan realizar eficientemente su labor,
- producir un incremento en la visitación del museo, haciendo que el mensaje del museo llegue a una mayor audiencia,
- poner en valor los recursos patrimoniales, propiciando su preservación, recuperación y usufructo responsable por medio de la creación de servicios / productos culturales,
- producir en el público un mayor impacto y significativas experiencias, por medio de la oferta de servicios y productos culturales, llevados a cabo en forma conjunta por el museo y la comunidad,
- generar ingresos y beneficios a los miembros de la comunidad que les permita un incremento en su calidad de vida, posibilitando el desarrollo local.

Los museos tiene la posibilidad de generar parte de su sostenibilidad y el desarrollo de su entorno, ya que ninguno partirá de cero; pues tienen la base de su fuerza institucional, una gran riqueza de contactos y de recursos potenciales y una imagen establecida y reconocida en la comunidad.