

UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
MAGÍSTER EN ANTROPOLOGÍA Y DESARROLLO

MUSEO Y COMUNIDAD, DIALÉCTICA DE UN (DES) ENCUENTRO.  
REPRESENTACIONES SOCIALES SOSTENIDAS POR LOS TRABAJADORES  
DE MUSEOS DE LA DIBAM,  
EN EL MARCO DEL PROYECTO SISTEMA DE GESTIÓN PARTICIPATIVA.

Tesis presentada para obtener el grado de Magíster en Antropología y  
Desarrollo

ALUMNO  
LUIS HÉCTOR ALEGRÍA LICUIME.

PROFESOR GUÍA  
JUAN CARLOS SKEEWES

## AGRADECIMIENTOS

Deseo en especial agradecer a Luis y Ana, mis padres, en quienes me proyecto día a día desde el pasado.

A Elena, mi compañera y mis hijos Luciano y Rocío, en quienes proyecto mi futuro.

A todos quienes colaboraron en la realización de este proyecto, familiares, amigos y colegas, a todos, sinceramente, muchas gracias.

Al equipo de Mideplan de la Beca Presidente de la República, que sin su colaboración nada de esto hubiera sido posible.

Finalmente, un reconocimiento a quienes se desempeñan en los museos del país, por su trabajo y entrega.

El presente estudio es una investigación cualitativa de alcance descriptivo, sobre las representaciones sociales que se encuentran presentes en el personal de museos. Este personal es entendido como sujeto portador de un discurso, de prácticas y experiencias validadas socialmente. Se parte de la premisa de que dichas representaciones sociales se constituyen en elementos claves de la construcción social del museo, y de relación entre museo y comunidad.

Como marco teórico se utiliza la teoría de las representaciones sociales y los planteamientos de Pierre Bourdieu, sobre su teoría de campo y habitus, además de las ideas centrales de la “nueva museología”, en torno a la problemática relación del museo con su público.

Finalmente, se plantea que un enfoque desde el museo es una mirada novedosa de una situación muy antigua en el campo cultural, y que por este echo este estudio es momento para reconocer y legitimar experiencias sociales de cambio al interior del propio museo.

Museo, “nueva museología”, representación social, público, comunidad.

## INDICE DE MATERIAS

INTRODUCCIÓN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	6
I. CULTURA Y DESARROLLO.....	8
1.1. De la Cultura sin Desarrollo al Desarrollo Cultural.....	8
1.2. El concepto de Cultura.....	8
1.3. El concepto de desarrollo.....	10
1.4. Desarrollo Humano y Cultura.....	12
II. ANTROPOLOGÍA Y DESARROLLO.....	15
2.1. El patrimonio en el nuevo Desarrollo.....	15
2.2. El patrimonio como recurso.....	17
III. LA INVESTIGACIÓN.....	19
3.1. Los museos como recursos para el Desarrollo.....	19
3.2. Problema.....	22
3.3. Fundamentación y relevancia del problema de investigación.....	26
3.4. Objetivos de la investigación.....	29
3.5. Hipótesis de trabajo.....	30
IV. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICA.....	32
4.1. Introducción.....	32
4.2. La cultura y dimensión simbólica de la realidad social.....	32
4.3. La Teoría de la Representación Social.....	34
4.4. Los procesos de constitución de la <i>representación social</i> .....	36
4.5. <i>Campo y Habitus</i> . La dialéctica de la cultura en Bourdieu.....	38
V. MARCO DE REFERENCIA METODOLÓGICA.....	42
5.1. Emergencia dialéctica de la <i>representación social</i> en la construcción socializada de la realidad.....	42
5.2. Diseño metodológico de la investigación.....	43
5.3. Técnica de recolección de la información.....	45
5.4. Técnica de análisis.....	46
VI. RESULTADOS.....	49
6.1. Cuadro de presentación de los casos.....	50
6.2. La representación social del museo.....	51
6.3. La representación social del público.....	58
6.4. La relación museo-comunidad: Las representaciones de un (des)encuentro.....	65
6.5. La formación en museos.....	73
VII CONCLUSIONES FINALES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	85

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 .....	50
Cuadro N° 2 .....	58
Cuadro N° 3 .....	66
Cuadro N° 4 .....	74

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación corresponde a un estudio que busca identificar los tipos de representaciones sociales que se encuentran presente en el personal de museos. La existencia de representaciones sociales sobre el museo, el público visitante y la propia relación museo-público, se constituyen en los elementos claves de este estudio.

La construcción social de museos, la entendemos como un proceso dialéctico entre práctica discursiva oficial y práctica discursiva social, en este caso nos centraremos en los discursos y la práctica social de quienes integran el museo cumpliendo funciones de dirección y atención de público. Identificar las representaciones sociales, con las cuales operan los sujetos, es dar cuenta de los dispositivos imaginarios de carácter estructurante de la realidad social.

Esta investigación cualitativa de alcance descriptivo, se transforma en una incipiente herramienta de intervención social, al estar centrada en el individuo, como sujeto portador de un discurso, de prácticas y experiencias validadas socialmente. Así, como han existido reconocimientos, son más recurrentes los cuestionamientos de la sociedad sobre el museo, que poco los conoce y valora. Esta imagen, en cierta forma negativa del museo, creemos ha redundado en una relación configurada por el desencuentro entre el museo y la sociedad.

Pero, esta situación es necesario entenderla desde otra mirada, por ello es que nos interesa identificar las distintas representaciones sociales que desde el propio museo se generan. Desde, este reconocimiento es factible que se comience a través de un acto reflexivo, constituido como un conocimiento significativo de quienes lo integran, a reconocer y legitimar experiencias sociales de cambio que permitan mejorar las condiciones de funcionamiento y organización de los museos, redundando en una relación de nuevo tipo entre museos y público.

Esta relación, además creemos que de sustentarse en una nueva conceptualización del público, traspasando el enfoque ambiguo del público como un todo, del usuario en cuanto relación funcionalista y de cliente por su fuerte condicionamiento mercantil. Proponemos, como nuevo enfoque las ideas de la “nueva museología”, que ven en los visitantes a una comunidad, humanizada en sus elementos identitarios, de los cuales el museo sea parte integrante.

Como contexto de la investigación, se abordan los cambios generados entre cultura y desarrollo, dando cuenta de la importancia que ha adquirido esta variable en las actuales políticas y programas de desarrollo. La denominada dimensión cultural de la realidad social, es una de las más importantes propuestas del último tiempo. En ese marco se argumenta, como el museo es considerado hoy un recurso para el desarrollo.

Se presenta y establece una correspondencia entre la teoría de las representaciones sociales y los planteamientos de Pierre Bourdieu, sobre su teoría de campo y habitus, particularmente en relación con una mejor comprensión de la conformación simbólica de la sociedad.

Se presentan y analizan los resultados, llegando a identificar los tipos de representaciones sociales que el personal de museos, ha elaborado sobre los propios museos, el público y la relación museo-comunidad, entendidas como estructuras simbólicas de construcción de la realidad socialmente establecida.

## I. CULTURA Y DESARROLLO

### 1.1. De la Cultura sin Desarrollo al Desarrollo Cultural.

La relación entre cultura y desarrollo ha sido un escenario de desencuentros, parcelas diferenciadas sin mayor relación, los especialistas de una u otra área miraron con desconfianza la preocupación por algún aspecto que consideraban de su exclusiva responsabilidad. Preferentemente, en el lenguaje de las parcelas culturalistas y desarrollistas, se hablaba de intromisión en el caso que alguien que no pertenecía a la especialidad osará comentar u opinar, de lo que se asumía no tenía relación. Por ello, hablar de cultura y desarrollo constituye una realidad bastante nueva en el contexto de las ciencias sociales.

Sin embargo, desde un tiempo reciente son cada vez más significativos los esfuerzos por colocar en el centro del debate del desarrollo las nociones culturales. Indiscutiblemente, en esto adquieren una importancia crucial los cambios conceptuales que han afectado por separado tanto al concepto de cultura, como al de desarrollo, y el nuevo escenario mundial configurado por el proceso de globalización.

### 1.2. El concepto de Cultura.

El primer cambio que abordaremos es el que obedece al vocablo “cultura”, su evolución conceptual y de uso, en el contexto de la formación de la sociedad moderna. “La palabra <<cultura>> pasó a ser sinónimo de erudición y quedó unida de modo firme, incluso permanente, al echo consumado de educación y el <<gusto correcto>>, de manera que se forjó un vínculo inquebrantable entre <<cultura>> y el conjunto visible de saber y conducta adquiridos que la educación de la elite fomentaba. No es casual este desplazamiento desde el énfasis en las cualidades innatas, de que era portador el término ingenio, al acento en las cualidades adquiridas que denotaba *cultura*” (Ariño, 2000:16).

Esta idea es la que reconocerá como cultura, a las más altas manifestaciones del intelecto humano, a saber, la música clásica, la literatura, la poesía, el arte, etc. Este racionamiento sobre lo cultural tiene una base muy antigua en la sociedad occidental ligada a la idea de *cultivo y don*, por ello es que, “amonestamos a alguien que no ha podido adecuarse a los parámetros del grupo debido a su falta de <<cultura>>. [...] Sí etiquetamos a alguien como una <<persona con cultura>>, habitualmente se quiere decir que esta bien educada, urbanizada, enriquecida o ennoblecida por encima de su estado natural. En definitiva una noción jerárquica de cultura (Bauman, 2002).

Frente, a este concepto de cultura como dotación de distinción social, se formulará una visión más amplia, cuya referencia clásica corresponde a Edward Tylor, quien la define como, aquel todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, leyes, moral, costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad (Kottak, 2002).

Lo aportes de Tylor son significativos al entender la cultura como un valor universal de los seres humanos y a un más, como la gran constituyente de “humanidad”. Sin embargo,

en su conceptualización se encuentran elementos propios del evolucionismo y positivismo del siglo XIX, lo cual significó la implementación de estudios sobre la cultura con la meticulosidad y pautas propias de las ciencias naturales y de las culturas, como aquellas agrupaciones humanas que se encontraban en los escalones primarios de la civilización.

“Desde esta primera formulación en el campo de la antropología clásica ha prevalecido la interpretación de la cultura como una compleja herencia social, no biológica, de saberes, prácticas, artefactos, instituciones y creencias que determinan la controvertida textura de la vida de los individuos y grupos humanos (Malinowski, Sapir, Mead)” (Pérez, A. 1998: 13).

Paradójicamente, el exponente más importante de la tesis antropológica de cultura como totalidad, será el sociólogo Talcott Parsons, quién elaborará una teoría centrada en cuatro sistemas constituyentes de la sociedad, “cada uno de los cuales se diferencia de los otros por su especialización en uno de los imperativos funcionales necesarios (adaptación, capacidad para alcanzar metas, integración y mantenimiento de patrones). Concretamente, el mantenimiento de patrones (que proporciona a los actores las normas y valores que les motivan para la acción) es atribuido al sistema cultural (Ariño, 2000: 31).

En definitiva, aunque estas conceptualizaciones parecían diferenciadas constituían dos caras de una misma moneda. “No sorprende, pues, que dos discursos distintos y no fácilmente irreconciliables se ramificasen de un tronco común, divergiendo progresivamente. Para decirlo en dos palabras: un discurso generó la idea de cultura en tanto que la actividad del espíritu libre, la sede de la creatividad, de la invención de la autocrítica y de la autotranscendencia; el otro discurso plantea la cultura como un instrumento de continuidad, al servicio de la rutina y el orden social” (Bauman, 2002: 26).

Pese, a que desde un criterio más general predomina- en el sentido común de las personas e incluso en estudios “científicos”- como “aspecto cultural” de una sociedad, todo lo caracterizado por las manifestaciones artísticas, es decir, lo que Miller y Yúdice entienden como el registro estético de la cultura (2000). Es en el contexto de la globalización que dicho modelo comienza a transformarse, ya que surgirá en palabras de Yúdice una nueva epísteme para comprenderla, derivada en gran parte del giro antropológico en la comprensión de las artes y la sociedad, que es coherente con lo que podría llamarse poder cultural -termino propio de la globalización- que expresa las exigencias a políticas identitarias multiculturalistas.

Interesante nos parece la propuesta de que de alguna manera dicho cambio está en relación con el desarrollo. “El recurso al capital cultural es parte de la historia del reconocimiento de los fallos en la inversión destinada al capital físico en la década de 1960, al capital humano en la década de 1980, y al capital social en la de 1990. Cada nuevo concepto de capital se concibió como una manera de mejorar algunos de los fracasos del desarrollo según el marco anterior” (Yúdice, 2002: 28).

### 1.3. El concepto de desarrollo

En cuanto al concepto de “desarrollo”, podemos indicar que constituye una reflexión bastante más nueva que la de la “cuestión cultural”, pero no por ello menos polémica. En gran medida las discusiones sobre el desarrollo se originan en el contexto de postguerra, hacia la década de 1950. La referencia al desarrollo consistirá en la implementación de programas que permitieran mejorar las condiciones de vida de la población de los países pobres del planeta, en relación con el avance alcanzado por los países europeos y EEUU de Norteamérica.

La noción de desarrollo que predominó a lo largo de las décadas del 50’ hasta los ochenta’, fue definida fundamentalmente como el crecimiento de la producción *per capita* de bienes materiales (Stavenhagen, 1970). Incluso, considerando que las vías para alcanzarlo eran múltiples, como múltiples los medios y caminos escogidos, se hace evidente la predominancia de la “cuestión económica”.

En América Latina el rol de CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), fue fundamental en lo que se conoció como el “paradigma desarrollista latinoamericano” (Bielschowsky, 1998), de cuyo seno surgen gran parte de las ideas y propuestas de intervención en los países de la región, incluyendo los elementos que permiten configurar y periodificar las propuestas desarrollistas en el continente.

Por ejemplo, en sus inicios, (1949) el programa propuesto por su primer Director Raúl Prebisch, consistía en una reflexión e investigación que se desprendía esencialmente del diagnóstico de la profunda transición que se observaba en las economías subdesarrolladas latinoamericanas, que evolucionaban del modelo de crecimiento primario-exportador, “hacia fuera”, al modelo urbano-industrial “hacia adentro” (Bielschowsky, 1998).

Como preocupación del periodo, se hizo central el proceso de industrialización. Además, a través de su modelo de análisis “estructuralista del desarrollo”, se elaborará la noción de centro-periferia, caracterizándose a los países subdesarrollados como aquellos que: primero, poseían una inserción específica en el comercio internacional desde la periferia con lo cual, asumían el rol de productores de bienes y servicios con una demanda internacional poco dinámica, importadora de bienes y servicios con una demanda interna en expansión y asimiladora de patrones de consumo y tecnologías adecuadas para el centro. Segundo: la estructura socioeconómica periférica determina un modo singular de industrializar, introducir el progreso técnico y crecer, así como un modo peculiar de absorber la fuerza de trabajo y distribuir el ingreso.

Entonces, nos encontramos con una preocupación del desarrollo eminentemente económica y luego social. Propuesta que encontrará su mejor exponente en el esquema teórico del “dualismo estructural” de Gino Germani (1962), basada en la transición entre sociedades modernas y tradicionales. En análisis de este tipo será recurrente la afirmación: “obstáculos al desarrollo”; caracterizados por todas aquellas manifestaciones propias de las sociedades tradicionales, subdesarrolladas.

Este será un modelo de gran influencia en el medio “desarrollista” latinoamericano. “Pero el atraso económico también está ligado a las estructuras sociales “atrasadas”: ciertas estructuras del parentesco, regímenes autoritarios, jerarquías sociales, la multiplicidad de pequeñas comunidades “folk”, etc. La importancia sociológica de la oposición entre ambiente tradicional y ambiente moderno, o entre economía precapitalista y capitalista, etc., ha sido subrayada en los países subdesarrollados, así como la existencia de sociedades “a ritmo lento” en contraposición a las sociedades “a ritmo rápido”. Estos factores han sido considerados con frecuencia como obstáculos al desarrollo” (Stavenhagen, 1970: 11).

Por ello, es que dos autores señeros de CEPAL, F. H. Cardoso y E. Faletto, comenzaron poco a poco, a cuestionar el excesivo componente económico de la propuesta desarrollista, “parecía que toda política de desarrollo debería concentrarse en dos puntos: a] la absorción de una tecnología capaz de promover la diversificación de la estructura productiva y de aumentar la productividad, y b] la definición de una política de inversiones que, a través del Estado, crease la infraestructura requerida por esa diversificación” (Cardoso y Faletto, 1969: 5).

A fines de la década de los sesenta ya se hacía evidente el agotamiento de dicha propuesta por lo que los mismos autores buscarán otras vías de explicación e intervención. “Aunque los grados de diferenciación de la estructura social de los diversos países de la región condicionan en forma distinta el crecimiento económico, no es suficiente reemplazar la interpretación “económica” del desarrollo por un análisis “sociológico” (Cardoso y Faletto, 1969: 10). Era evidente que la “cuestión social” constituía un componente demasiado fuerte en las posibles vías para el desarrollo.

Otros enfoques, profundizarán el estudio del desarrollo desde una mirada más global e integral, siendo la crítica al modelo capitalista un común denominador. “El análisis de los desequilibrios en la división internacional del trabajo nos lleva a formular la hipótesis de que la estructura capitalista ha perdido su eficiencia para servir de vía de desarrollo. Tal fenómeno se debe al hecho de que el capitalismo desarrollado vive con sistemas de valores y modelos de conducta estructurales correspondientes al alto grado de su desarrollo técnico y social. El trasplante de esos valores y modelos al mundo subdesarrollado es contraproducente y ocasiona continuos *impasses* en los esfuerzos realizados para alcanzar el desarrollo. El subdesarrollo, como una cualidad distinta de la sociedad desarrollada y de la sociedad tradicional, se explica precisamente por la utilización de esos valores y modelos de conducta en la elaboración de una vía de desarrollo. No llevan al desarrollo, sino que más bien desarrollan el subdesarrollo” (Hinkelammert, 1970:15).

En estos enfoques, el elemento político y social, será el que adquirirá la centralidad como explicación y propuesta de camino al desarrollo. “El desarrollo no se refiere, por lo tanto, específicamente a lo económico, a lo social, a lo político o a lo cultural, sino que abarca el conjunto de esas relaciones. No hay desarrollo económico si no hay a la vez –por lo menos en cierto grado- desarrollo social, político y cultural, etc., y tampoco hay desarrollo político y cultural si no hay desarrollo económico” (Hinkelammert, 1970: 17).

Como vemos, la aparición de lo cultural en estas propuestas sí bien adquiere cierta importancia, sin embargo, sigue siendo una preocupación secundaria toda vez que lo que se busca es transformar la sociedad y para ello, es necesario construir una nueva cultura. “Los cambios que ocurren en la transición de la sociedad tradicional a la sociedad capitalista desarrollada comprenden todos los planos de la sociedad e implican, por lo tanto, la *destrucción* (subrayado nuestro) de los rasgos principales de la primera.” (...) La fuerza conductora de este proceso es una nueva clase social –*la clase capitalista*- que *destruye* (subrayado nuestro) la sociedad tradicional hasta sus raíces más profundas” (Hinkelammert, 1970: 26).

Matices más, matices menos, el rol de lo económico constituía la gran apuesta de las políticas desarrollistas, e incluso en un plano secundario lo social como una necesidad de adaptación a la nueva realidad. Por tanto, la cultura sólo aparecerá en un plano inferior de preocupación y en un contexto siempre secundario de intervención. Fundamentalmente, será conceptualizada como la gran vaya a superar, pero no desde su propia lógica interior, sino desde variables externas. En las políticas del desarrollo, la cultura era el “obstáculo”, ya sea a la sociedad capitalista moderna, o la “tranca” a la revolucionaria transformación estructural de clases.

En definitiva, los diferentes proyectos de desarrollo no consideraban la variable cultural como un asunto central o importante. “En la concepción predominante del desarrollo, hasta hace poco, tanto en la política como en las ciencias sociales, por muy diversas que fueran las teorías y políticas al respecto, no aparece una visión autónoma de la dimensión cultural” (Garretón, 2003: 26).

#### **1.4. Desarrollo Humano y Cultura.**

La importancia que adquirirá la cultura en las discusiones sobre el desarrollo, se dará desde diversas fuentes, siempre con centralidad de ella en cualquier nueva propuesta. Siendo el primer paso el diagnóstico sobre la implementación de la diversas estrategias de desarrollo y sus efectos, donde se asumió el escaso impacto que habían tenido, “resulta posible comprender mejor por qué la década de los ochenta fue de una parte una década de malos resultados económicos y sociales, por lo que ha sido calificada de “década perdida”, y de otra fue una década de transición y de aprendizaje. Para ello debemos ampliar necesariamente nuestra mirada y valorar un conjunto de *procesos extraeconómicos*” (subrayado nuestro) (CEPAL-UNESCO, 1996: 16).

Serán justamente estos *procesos extraeconómicos* a partir de factores tales como: democratización, inserción internacional, aumento de la cobertura educativa y acentuada masificación de los medios de comunicación (CEPAL-UNESCO, 1996), los que se transformarán en las grandes apuestas de intervención para el desarrollo.

En el artículo titulado, “Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo”, aparecido en la revista de CEPAL, Kliksberg (1999) fundamentará la importancia de la cultura en el marco de las propuestas de desarrollo. “Se argumenta aquí que, si bien es cierto que la integración de los temas del capital social y la cultura a las discusiones sobre el desarrollo hace más compleja la búsqueda de estrategias y diseños adecuados, también

lo es que las políticas basadas en diseños que marginan tales aspectos han demostrado tener profundas limitaciones” (Kliksberg, 1999: 85).

La gran apuesta por vincular desarrollo y cultura se expresará en la estrategia del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), denominada “Desarrollo Humano”, que desde su primer informe en 1990, alude a las expresiones culturales del desarrollo y al modo en que los problemas del ámbito cultural lo refuerzan, por eso para su mejor comprensión y por su trascendencia, presentaremos un extracto del Informe de Desarrollo Humano en Chile del año 2002:

**1) El concepto de Desarrollo Humano está vinculado por origen y por sus implicancias con la cultura.** Por origen, pues “las raíces del concepto de Desarrollo Humano pueden con frecuencia rastrearse hasta los períodos anteriores de la historia humana y pueden hallarse en muchas culturas y religiones” (1994, 16). Por implicancias, pues “en el Desarrollo Humano se analizan todas las cuestiones sociales –sean estas el crecimiento económico, el comercio, el empleo, la libertad política o los valores culturales- desde la perspectiva del ser humano” (1995, 16).

**2) El Desarrollo Humano implica participación en la cultura.** Se trata de satisfacer las necesidades valoradas por la gente, entre ellas, de manera especial, “un sentimiento de participación en las actividades económicas, culturales y políticas de sus comunidades” (1990, 31). Desde esta perspectiva, la libertad es el componente central del Desarrollo humano, debido a que permite a las personas participar e “influir sobre su entorno cultural” (1990, 183). Habría una relación estrecha entre participación y cultura. “La participación significa que la gente intervenga estrechamente en los procesos económicos, sociales, culturales y políticos que afectan sus vidas” (1993, 25). Ello supone una ampliación de las capacidades de las personas, incluyendo el campo cultural” (1994, 5).

**3) El debilitamiento de las fuerzas cohesivas que sostienen la cultura afecta negativamente al Desarrollo Humano.** El desarrollo Humano entraña necesariamente una preocupación por la cultura –la forma en que las personas deciden vivir juntas-, porque es la sensación de cohesión social basada en la cultura y en valores y creencias compartidas lo que plasma el Desarrollo Humano individual. Si la gente vive bien junta, si coopera de manera de enriquecerse mutuamente, amplía sus opciones individuales. De esta forma el Desarrollo Humano se preocupa no solo por la gente como individuos, sino además por la forma en que estos interactúan y cooperan en las comunidades” (1996, 63).

**4) La diversidad cultural es un hecho que debe ser preservado y un valor que debe ser promovido.** Si la pertenencia a comunidades y la adhesión a tradiciones culturales es un fundamento de la seguridad humana, conservar la diversidad cultural que de ellas resulta es un factor del Desarrollo Humano. La propia noción de Desarrollo Humano sería un aporte

en este sentido. Ofrece una mirada que permite mejor que otros conceptos vinculados al desarrollo las complejidades de la vida humana. Por lo mismo, ayuda a captar las diferencias culturales en la vida de los pueblos de todo el mundo (1990, 35).

Por tanto, hoy es posible afirmar con toda propiedad que, “la cultura ha dejado de ser el reflejo de la política y de la economía. Incluso, pasa a comandar sus contenidos, como lo prueban las demandas de los movimientos jóvenes o de nuevos movimientos sociales en el continente” (Garretón, 2003: 27).

Se trata, de que no hay desarrollo posible sin una preocupación central por la cultura, “la cultura, entonces, empieza a redefinir su papel frente al desarrollo, de una manera más activa, variada y compleja gracias entre otros motivos, a las propias transformaciones del concepto de cultura que se ha desprendido progresivamente de su asimilación inoportuna y simbiótica con las humanidades y las bellas artes. Ya la cultura no es lo valiosamente accesorio, el “cadáver exquisito” que se agrega a los temas duros del desarrollo como: el ingreso per cápita, el empleo o los índices de productividad y competitividad, sino una dimensión que cuenta decisivamente en todo proceso de desarrollo tanto como el fortalecimiento institucional, la existencia de tejido y capital social y la movilización de la ciudadanía” (Rey, 2002).

Entonces, cada vez está más extendido el convencimiento de que el desarrollo sostenible será un fracaso si la cultura queda marginada (Consejo de Europa, 1999). Se está produciendo, por consiguiente, una revalorización de la cultura desde diversas interpretaciones y perspectivas, considerándola un importante factor de cohesión social y de aprendizaje colectivo, dada su capacidad para aportar respuestas creativas e imaginativas a cuestiones sociales y económicas, y en consecuencia, para impulsar procesos de desarrollo territorial” (Caravaca, González y Silva, 2005: 17).

## II. ANTROPOLOGÍA Y DESARROLLO.

### 2.1. El patrimonio en el nuevo Desarrollo.

Amartya Sen, en su declaración ante la Comisión Mundial de la Cultura y el Desarrollo, expresará que el ideal de desarrollo occidental ha consistido en construir lo nuevo con lo nuevo, pero ahora se trata de hacer lo nuevo con lo viejo, reinterpretando o reanimando las culturas heredadas (UNESCO, 1995). El desarrollo en definitiva será el resultado de una combinación de factores, desde aquellos novedosos o “pesados” como la tecnología y las finanzas, y las decisiones derivadas de ellas, así como los factores intangibles, como los sueños, las aspiraciones, el orgullo, la creatividad, los tabúes y los miedos, compartidos por una colectividad. La equilibrada combinación de ambos es lo que se conoce como la “dimensión cultural del desarrollo” (UNESCO, 1995 citado en Bolívar, 2000).

Desde que ONU y UNESCO, comienzan a implementar la estrategia de Desarrollo Humano, comienzan a replantearse una serie de conceptos que vienen asociados con la propuesta expresada en las palabras de Amartya Sen. Lo *viejo*, o la noción de *culturas heredadas*, que al ser *reinterpretadas* o *reanimadas*, nos lleva directo a los ámbitos del patrimonio y la problemática de su gestión.

La gestión de lo patrimonial como una expresión diferenciada de lo cultural, es un hito central en la nueva conceptualización del desarrollo. “Llegó la hora de invertir los papeles relativos atribuidos al crecimiento, la cultura y la organización social, y de proponer un nuevo análisis del desarrollo en nuestras sociedades de la baja modernidad” (Touraine, 1996: 154).

Es en este escenario, que el pasado se ha constituido en un recurso para el desarrollo, no sin algunos inconvenientes. “Repensar el patrimonio exige deshacer la red de conceptos en que se halla envuelto. Los términos con que se acostumbra asociarlo- delimitan un perfil, un territorio, en el cual “tiene sentido” su uso. La mayoría de los textos que se ocupan del patrimonio lo encaran con una estrategia conservacionista, y un respectivo horizonte profesional: el de los restauradores, los arqueólogos, los historiadores; en suma, los especialistas en el pasado (...) Sin embargo, algunos autores empiezan a vincular el patrimonio con otras redes conceptuales: turismo, desarrollo urbano, mercantilización, comunicación masiva” (García Canclini, 1993: 41).

Se trata de implementar una nueva mirada sobre la cultura y el patrimonio, como recursos que vinculen la noción de desarrollo, con la de ciudadanía y la participación social, por ello en muchos casos la variable cultura irá de la mano con la noción de capital social (Putman, al contrario de las estrategias desarrollistas clásicas.

“Desde esta perspectiva, lo patrimonial encuentra sentido en su democratización y no en la exclusión, en el procesamiento del conflicto y no en el ejercicio de la violencia. En otras palabras, que en la preservación de los valores del patrimonio mucho tiene que ver su democratización, su “deselitización”, la apropiación social, la promoción como interés

general, la construcción de un proyecto colectivo, el fortalecimiento del sentido de ciudadanía, entre otros (Carrión, 2000:17).

“La preservación y el uso creativo del patrimonio cultural en el desarrollo económico y social constituyen componentes importantes del desarrollo humano sostenible y deberían utilizarse para mejorar la calidad de vida de los pueblos, particularmente la de los grupos desfavorecidos, y sensibilizar los jóvenes a través de la educación” (Ballart, i Tresserras, 2001: 156).

En concreto hablamos del patrimonio, como construcción social, lo que significa en “primer lugar, que no existe en la naturaleza, que es algo dado, ni siquiera un fenómeno social universal, ya que no se produce en todas las sociedades humanas ni en todos los períodos históricos; también significa, correlativamente, que es un artificio, ideado por alguien (o en el decurso de algún proceso colectivo), en algún lugar y momento, para unos determinados fines, e implica, finalmente, que es o puede ser históricamente cambiante, de acuerdo con nuevos criterios o intereses que determinen nuevos fines en nuevas circunstancias” (Prats, 1997: 20).

El concepto de patrimonio ha variado significativamente, ya no se trata de un repertorio fijo producto de una herencia ancestral. La idea antropológica de patrimonio nos habla de este como una construcción social, donde la capacidad de construirlo no sólo recae en el Estado. “Hoy en día, el patrimonio es un concepto que abarca tanto las manifestaciones tangibles como las intangibles de una cultura. La manera de preservarlo, responsabilidad que por tradición le ha correspondido únicamente a los gobiernos de muchos países, se ha enriquecido con la participación de la sociedad civil en esas tareas” (Ballart, i Tresserras, 2001: 167).

En otro aporte antropológico al patrimonio se puede decir, “si bien la cultura, ninguna cultura, se puede preservar, sí se puede conservar, aunque sea parcialmente, su conocimiento. Esto es, en parte, lo que ha estado haciendo la antropología y, en menor medida, otras ciencias sociales desde sus orígenes, aun sin pretenderlo: conservar el conocimiento de la diversidad cultural y de sus muy diversos logros. Éste es el verdadero patrimonio cultural que la humanidad puede conservar y transmitir: el conocimiento, tanto el de los logros científicos y artísticos más singulares, como el de los sistemas y dispositivos culturales que han permitido al hombre en situaciones ecológicas muy diversas y en situaciones sociohistóricas muy cambiantes adaptarse a la vida del planeta y a la convivencia con sus semejantes” (Prats, 1997: 62).

Por ello, frente a la concepción clásica y tradicional de patrimonio que se refiere exclusivamente a la dimensión monumental, sea está arqueológica, histórica o arquitectónica. Se levanta, la del patrimonio, la cultura popular y sus diversas expresiones como son la lengua, la música, la danza, el arte culinario, la artesanía, la tradición oral y todo aquello que corresponde a las creaciones colectivas (Altamirano, 2000).

Como consecuencia de lo anterior en la presente investigación asumimos como patrimonio al conjunto de valores, creencias y bienes, que conformados y resignificados social e históricamente permiten construir una nueva realidad como expresión de las nuevas

relaciones sociales que genera y “campo patrimonial”, como un espacio específico dentro del campo cultural, caracterizado por aquellas políticas o acciones centradas en el rescate y valoración de los testimonios del pasado producto de una conciencia histórica que les asigna un valor especial. Por testimonios del pasado debe considerarse cualquier elemento tangible o intangible que cumpla la función simbólica de apropiación de dicho pasado (Alegría, 2004).

## **2.2. El patrimonio como recurso.**

Sí en el marco de la estrategia de Desarrollo Humano la cultura es concebida como un recurso, desde esta misma premisa podemos considerar el patrimonio. La gestión del patrimonio conlleva entonces la definición de recurso, pues el patrimonio es posible usarlo en tres aspectos importantes para una sociedad: turístico, identitario y educativo.

En cuanto al primero, es uno de los aspectos claves de la gestión patrimonial consistente en la implementación de los programas turísticos. Pero para que aquello se logre se requiere que los habitantes de las zonas turísticas tengan una participación activa en el proceso de investigación y planificación y, especialmente, en la ejecución de los mismos. La conservación del patrimonio tiene que ser una línea más en los parques para la mejora de las infraestructuras y servicios básicos ya que la finalidad de todo proyecto de desarrollo es la mejora de las condiciones de vida de la población local” (Ballart, i Tresserras, 2001: 220).

En esta línea es que cualquier estrategia de desarrollo local y regional se debe sustentar en por un lado en proyectos integrales de desarrollo sostenible del patrimonio tanto natural como cultural, de tal forma de garantizar una doble efectividad: de un lado, la preservación de culturas, monumentos y entornos; por el otro, el desencadenamiento de efectos inducidos en el territorio: desarrollo del sector terciario, creación de empleos y manejo sustentable de los recursos (Ballart, i Tresserras, 2001).

En cuanto al rol identitario, nos encontramos que el patrimonio es una suerte de arma de identidad que permite generar una imagen de marca. “Según la Unión Europea (1993), el turismo cultural contribuye a reforzar la identidad cultural comunitaria permitiendo establecer las diferencias y similitudes entre países miembros” (Ballart, i Tresserras, 2001: 206).

El patrimonio se constituye en los mecanismos para su escenificación y recreación en un sentido no chovinista. Debe, entenderse la identidad como expresión cultural de la pertenencia a un espacio por parte de personas, individuos y colectividades. “Esto implica la forma en que se perciben a sí mismos y a los otros, lo que a su vez tiene que ver con la manera en que se relacionan entre ellos, con otros, y con las instituciones” (CAB, 2003: 57).

El último tema, nos lleva a la idea del patrimonio como recurso educativo. Este elemento es fundamental en la noción de lo patrimonial como recurso. “Una de las funciones básicas de las instituciones patrimoniales es dar a conocer al público los bienes patrimoniales que

custodian, es decir, hacerlos accesibles a todo el mundo. Pero difundir no es únicamente comunicar la información inherente a un objeto o lugar, es estimular, hacer reflexionar, provocar y comprometer (Ballart i Tresserras, 2001: 171). Siendo la herramienta apropiada para cumplir lo anterior, el método de la interpretación.

La relación entre Patrimonio y Educación constituye una de los aportes más significativos de los tiempos actuales, el Consejo de Europa (1998), plantea que la pedagogía patrimonial es “una forma de educación que, basándose en el patrimonio cultural, trata de integrar los diferentes métodos activos de enseñanza, asumiendo la liberación de disciplinas y fomentando la estrecha colaboración entre educación y cultura a través de las diferentes formas de expresión y comunicación” (Hernández, F. 2002, 435).

### III. LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Los museos como recursos para el Desarrollo

El museo es la institución central del “campo patrimonial”, y por tanto no se le puede estudiar como un espacio independiente y autónomo de los agentes y las relaciones que genera y/o por las que se encuentra condicionado, tanto en términos de colaboración como de disputa, porque se inserta en la dialéctica de producción y reproducción del campo cultural patrimonial.

La centralidad se define en su rol como agente de producción simbólica. En el proceso de “patrimonialización”, varios serán los mecanismos que permitirán la configuración de lo patrimonial. Sin duda, todos estos momentos cruciales se dan en su interior, configurando la trascendencia dicha institución en la transmisión cultural de la sociedad. La conservación, preservación y difusión se transformarán durante mucho tiempo en las funciones y mecanismos exclusivos de la puesta en valor de los objetos.

Sin embargo, en dicho proceso hasta hace un tiempo, escaso rol le correspondió al público del museo en la configuración del patrimonio, este debía ser un sujeto pasivo, de actitud contemplativa, acrítico y excesivamente respetuoso de la atmósfera sacralizada del espacio museal.

Por ello, es que a lo largo del siglo XX, los cambios fundamentales se han dado en el tema de la participación de dicho público en la configuración de la institución museo y del patrimonio que custodia. Lo cual comienza a ser expresado desde su propia historia y definición, porque como plantea Hernández, el concepto que cada uno tiene determina en último término la definición de museología y la concepción museológica-museográfica, a lo cual podemos agregar de patrimonio y comunidad (2003).

-Del Museo tradicional al Museo Nuevo

El origen de la institución museo hay que entroncarlo con dos hechos importantes: el coleccionismo y la Ilustración (Hernández, 1998). El primero constituye el proceso histórico de acumulación de bienes a través de la iniciativa privada y pública, por ejemplo las monarquías. El segundo la configuración de una institución pública en el sentido de propiedad de las colecciones, y en cuanto a las funciones de difusión y conservación.

Este proceso tendrá un giro muy importante con la creación del Comité Internacional de Museos (ICOM), en 1946, logrando la sistematización del desarrollo organizacional de estos espacios. Además, desde la segunda mitad del siglo XX, se institucionalizará el estudio de los museos como disciplina científica.

La museología, se constituirá en el ámbito de reflexión sobre los museos, por esto, es que la organización del ICOM tendrá una preocupación especial por el desarrollo de los museos considerando a la museología como la disciplina que ha permitido estos avances trascendentes sobre sus definiciones y acciones. Sin embargo, sus propuestas no han sido

del todo satisfactorias, caracterizándose una museología tradicional, como aquella que “se ha centrado en el museo y, aunque parezca una contradicción, ha carecido de planteamientos teóricos” (Hernández, 1998: 72).

Un hito trascendental de este proceso, ha sido la definición del “museo” en los estatutos del ICOM de 1947, en esa primera definición, luego perfeccionada y ratificada en 1974 se llegará a la conceptualización fundamental que será utilizada en gran medida hasta el día hoy. Se planteará que el museo es: “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio” (ICOM, 1989). Esta definición teórica es la que permite la implementación de prácticas sociales concretas, donde los museos, sean un puente entre cultura y desarrollo.

Es justamente el carácter de, “al servicio de la sociedad y su desarrollo”, lo que vincula directamente a la institución museo, como espacio de producción cultural, con las temáticas y discusiones sobre el uso social de la cultura y el patrimonio. Temas centrales en todas las políticas, programas y acciones de desarrollo futuro.

Sin embargo, pese a una definición dinámica como la anterior, su concreción no ha sido fácil, de hecho a comienzos de los sesenta la crítica más habitual centró sus ataques contra la inoperancia del museo y la ausencia de conexión con la realidad comunitaria, la falta de concienciación, significaba que el museo no desempeñaba, el papel transformador del hombre-objeto en hombre-sujeto (Fernández, 2003).

Por ello, desde el interior del ICOM se reformulará un giro con respecto a la labor del museo en la sociedad. “Cuando en 1971 la IXª Conferencia general del ICOM celebrada en Grenoble y París eligió como tema de la reunión *El Museo al servicio del hombre, hoy y mañana*, constituyó no sólo un giro radical sobre las funciones que el propio Consejo Internacional de los Museos les venía atribuyendo convencionalmente- coleccionar, conservar, restaurar, investigar y comunicar-, sino también el comienzo de una serie de cambios de orientaciones e impulso de nuevas actividades y propuestas, que han terminado por cuajar especialmente en el convencimiento general de la importancia y obligación que tienen los museos a la hora de desempeñar su papel en la sociedad, la educación y acción cultural y el desarrollo de la comunidad a la que sirven (...) La Conferencia marco un hito también al utilizarse en Grenoble por primera vez el término *écomusée (ecomuseo)*, y propició la celebración en Santiago de Chile al año siguiente del seminario de la UNESCO, sobre la función social del museo en América Latina contemporánea, en que tuvo lugar la famosa Declaración de Santiago, considerada unánimemente como el punto de partida del movimiento internacional de la *nouvelle muséologie (nueva museología)* ya que preconiza y defiende el museo como instrumento al servicio de la sociedad y de su desarrollo” (Fernández, 2003: 95-96).

Ya que, los museos poseen un rol social de gran importancia, surgirá el concepto de “Museo Integral”, como aquel comprometido con los problemas reales de las sociedades. En la implementación de programas y proyectos territoriales donde cultura, patrimonio y desarrollo, son algo más que simples variable de crecimiento económico, la dimensión cultural del Desarrollo, no debe ser considerada como un anexo molesto, sino un eje central

que permite el fortalecimiento de la institucionalidad democrática, la configuración de capital social, la construcción de ciudadanía y la participación social en temas de apropiación social de la cultura (CAB, 2003) posibles de encontrar en el museo como espacio de comunicación y encuentro multicultural.

Este nuevo paradigma de un claro enfoque “antropológico” (Fernández, 2003) es definido de una manera completa por Marc Maure en torno a tres enunciados que lo caracterizan en contraposición, diferenciación y ruptura con el museo tradicional: “1) De la monodisciplinalidad a la pluridisciplinalidad; 2) Del público a la comunidad; 3) Del edificio al territorio. Correspondiendo las primeras situaciones al museo tradicional, y las alternativas al nuevo museo, Maure lo expresa de este modo:

1. <<El museo tradicional construye sus actividades sobre un enfoque monodisciplinal heredado de la constitución de disciplinas científicas autónomas del siglo XIX (historia del arte, arqueología, etnología, ciencias naturales, etc.). El nuevo museo antepone el enfoque interdisciplinal y ecológico; el acento estriba en las relaciones entre el hombre y su medioambiente natural y cultural>>.
2. <<El nuevo museo no se dirige a un público indeterminado compuesto por visitantes anónimos. Su razón de ser es estar al servicio de una comunidad específica. El museo se vuelve actor y útil de desarrollo cultural, social y económico de un grupo determinado>>.
3. <<El museo tradicional es, físicamente hablando, un edificio que contiene una colección de objetos. El campo de acción del nuevo museo resulta ser el territorio de su comunidad; territorio definido en el sentido de entidad geográfica, política, económica, natural y cultural. La infraestructura museográfica se descentraliza, se fragmenta y convierte el territorio en el medio de equipos diversos>>.

Esta oposición entre museo nuevo y museo tradicional, constituye una forma de entrever la mirada antropológica del museo, lo que ha significado que estos se constituyan en agentes culturales de primer orden, incluso en el actual contexto posmoderno. “La popularidad del museo es, en mi opinión, un síntoma cultural importante de la crisis de la fe occidental en la modernización como panacea. Una manera de juzgar sus actividades será determinar hasta qué punto ayuda a vencer la ideología insidiosa de la superioridad de una cultura sobre todas las demás en el espacio y el tiempo, hasta qué punto y de qué maneras se abre a otras representaciones, y será capaz de poner en primer plano los problemas de representación, narración y memoria en sus programas y exhibiciones. Huelga decir que muchos museos tienen todavía problemas de ajuste a su nuevo papel de medidores culturales en un entorno en el que las demandas de multiculturalismo y las realidades de migración y el cambio demográfico chocan cada vez más con los enfrentamientos étnicos, los racismos culturalistas y un resurgir general del nacionalismo y la xenofobia” (Huysen, 2002: 74).

“Esta idea de articular la labor patrimonial con el desarrollo integral de las comunidades, es un tema complejo y a la vez clave para mantener la vigencia y razón de ser de los museos. Muchas veces los discursos y prácticas museológicas nacionales corren el riesgo de discurrir disociados o en paralelo a esta tendencia mundial” (Maillard, Mege y Palacios, 2002: 10). Por lo anterior, es fundamental visualizar como se han configurado socialmente

los museos del país, frente a lo cual, este estudio constituye un avance al centrarse en los sujetos que lo conforman.

### **3.2. Problema**

Los museos son importantes instituciones culturales del ámbito patrimonial y cultural, sin embargo, no están completamente arraigados en la sociedad, es decir, no existe un uso social del museo, se les concibe generalmente como espacios: elitistas, aburridos, tradicionalistas, etc. “Aun aquellos que se muestran activos y renovados en su comunicación con el público sufren el peso de esa percepción del Museo como custodios de un pasado desvinculado de toda pertinencia actual, opresivos en su interpretación” (Córdova, et al. 1999: 24). Esta carencia social es el centro de discusión del presente estudio.

Frente a lo anterior, existen distintas posiciones sobre el rol de los museos en la sociedad, las que fundamentalmente se traducen en dos posturas. Para algunos, “ha sido posible descubrir que la mayor crítica de los medios de comunicación y algunos líderes de opinión, respecto de que los museos sirven a un segmento reducido de la población, no es compartida por la gran mayoría del público” (González y Castro, 2003: 23). La otra plantea, “... las maneras en que se transmite el saber de cada sociedad a través de las escuelas y los museos demuestran que diversos grupos se apropian en formas diferentes y desiguales de la herencia cultural” (García Canclini, 1989: 181).

La presente investigación se enmarca en la última postura, buscando resituar ciertos postulados de la “Nueva Museología”, como estrategia de insertar de una manera eficaz y definitiva a los museos con la comunidad, una “Concepción de Museo Integral”, en el entendido de ser participe de los procesos de desarrollo socio-cultural de las sociedades. Del futuro de nuevos quehaceres y políticas de vinculación con la comunidad dependerá el destino de los museos de Chile (Alegría, 2003).

Por lo anterior, es muy importante determinar el rol de los museos en el uso social del patrimonio y la cultura, teniendo en cuenta que estas instituciones han estado ligadas desde hace mucho tiempo a este tema, como lo establece el Comité Internacional de Museos (ICOM), cuando lo define como, “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio” (1989).

Es justamente el carácter de “al servicio de la sociedad y su desarrollo”, lo que vincula directamente a la institución museo, como institución cultural, con las temáticas y discusiones sobre las prácticas y políticas del desarrollo de la sociedad actual, “Los museos cuentan con un gran potencial para ejercer una acción educativa e identitaria que redunde en una mejor calidad de vida para la población. Pero las acciones que permiten profundizar de manera duradera las conexiones entre patrimonio cultural y desarrollo social aún no se convierten en una ecuación probada en la práctica” (Maillard, Mege y Palacios, 2002: 20-21).

Incluso, a nivel nacional existen escasas unidades académicas y técnicas especializadas en el tema de los museos y su problemática, como algunos ejemplos encontramos: el Departamento de Arqueología y Museología de la Facultad de Ciencias Sociales, Administrativas y Económicas de la Universidad de Tarapacá, vinculada directamente al Museo de San Miguel de Azapa y la Dirección Museológica de la Universidad Austral de Chile, a cargo de los museos de dicha universidad: El MAC Valdivia, el Museo Histórico y Antropológico Maurice Van De Maele, el Museo Colonial Alemán de Frutillar y el Castillo San Luis de Alba de Cruces, además de los Parques Santa Laura e Isla Millahuapi.

Como organismos de la sociedad civil, encontramos la sección chilena del Comité Internacional de Museos (ICOM), cuyo objetivo corresponde a la creación de un espacio de encuentro entre los profesionales que se desempeñan en museos frente a ciertos temas de interés mutuo. El ICOM-Chile ha desarrollado ciertos encuentros como instancias de reflexión y participación, las “Jornadas Museológicas”.

En la primera convocatoria de dichas Jornadas, se planteaba, “cualquier institución que aspira a ser útil y eficaz debe contar con personal preparado para los fines y propósitos de esa institución. Esto lo saben los dueños de industrias, de negocios y todas las personas para las cuales el producto de su actividad significa su supervivencia. Los únicos que no lo saben son los dueños de los museos” (Mostny, 1977: 94). Con lo cual nos encontramos con una problemática de larga data.

La carencia de estudios sobre la realidad de los museos y su vinculación con la sociedad, y un escaso desarrollo de la disciplina Museológica en nuestro país<sup>1</sup>, -en la actualidad no existe como carrera de pre y/o post grado-. Se pueden mencionar algunas experiencias esporádicas, donde podemos mencionar solo algunos casos, siendo el más importante el del Centro Nacional de Museología creado por Grete Mostny, el año 1968 y abierto hasta el año 1976, “donde se buscaba formar técnicos en museología que al cabo de tres años recibían el título de Técnico en Museología y Licencia de Enseñanza Media” (Mostny, y Niemeyer, 1983: 44); el otro caso, es el Diplomado en Museología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile, -de sólo dos promociones, los años 2000 y 2001.

Por tanto, se ha constituido el quehacer museológico, es decir, la construcción social de museos, como un espacio casi exclusivo de constitución empírica, una preocupación central de este campo cultural, “... la década del 80’ se manifiesta [ya que] por una parte diferentes organismos y particulares continúan e intensifican el impulso iniciado en los años anteriores y se crean más museos, algunos de buen nivel y otros con condiciones deficitarias o de cortas expectativas de vida. Se llega a acuñar el término de “museos callampas” porque surgen espontáneamente después de las “primeras lluvias”. Cualquier organismo o particular que posea una colección o un conjunto de objetos patrimoniales, si lo desea y cuenta con los mínimos medios, puede crear un museo” (Massone, 1992: 16).

---

<sup>1</sup> Esta idea la hemos desarrollado en la ponencia: “Museo: Imaginario conceptual y público”, presentada en el 51º Congreso de Americanistas. Simposio (PAT 5) Comunidades Locales: y apropiación social del patrimonio cultural tangible. Realizado desde 14 al 18 de Julio de 2003. U. de Chile. Santiago de Chile.

La carencia de una legislación clara y específica, de un organismo central que guíe su acción y la existencia de espacios de discusión y reflexión de cierta continuidad y sustentabilidad son elementos característicos de esta situación, que se prolonga al siglo XXI.

Todo lo anterior, nos plantea un cuestionamiento sobre lo que deseamos de nuestros museos en el futuro, “el peligro de inmovilidad y esterilidad afecta a los museos tanto por la ausencia de nuevos conocimientos, como por la falta de la reelaboración imprescindible para la transmisión cultural” (Dujovne, 1995: 30).

Por lo anterior, los museos entran en la paradoja de una necesaria relación con las diferentes comunidades en las cuales están insertos y las estrategias de resignificación que ellas hacen del patrimonio y de la propia institución. Para lo cual, se requiere de un personal dispuesto y capaz de asumir este importante desafío de una nueva relación, donde los planteamientos de la Nueva Museología se transforman en el soporte teórico y metodológico que lo podría fundamentar.

Puesto que, “por mucho que el museo consciente o inconscientemente, produzca y afirme el orden simbólico, hay siempre un excedente de significado que sobrepasa las fronteras ideológicas establecidas, abriendo espacios a la reflexión y la memoria antihegemónica” (subrayado nuestro, Huyssen, 2002: 45). Esta connotación dialéctica del museo, es la que nos interesa resaltar, situando como coordenada de intervención justamente a aquellas personas que se constituyen en sujetos creadores del museo desde una postura reflexiva que permita quebrar el estigma que los afecta y afrontar la nueva realidad de relación con la comunidad.

Ya que, como nos sugiere nuevamente Dujovne, “no es fácil ser un trabajador de museos con concepciones innovadoras, atrapado en las rutinas de la institución. Ni siquiera es fácil ser un director de museo con concepciones innovadoras, porque la inercia institucional es fuerte, las estructuras son pesadas, los museos se parecen a enormes máquinas de engranajes oxidados a las que cuesta mucho poner en movimiento” (1995: 191).

Por lo anterior, se hace fundamental constituir un espacio de discusión y reflexión sobre la construcción social de museos en Chile, primero al interior de los propios museos y luego en el resto de la sociedad. Develar que es lo que piensan, valoran y conciben de los propios museos, quienes se desempeñan en él, significa reconocer la trascendencia de los sujetos como portadores de un conocimiento social útil que permite configurar sus prácticas, un hacer característico que estaría más allá del discurso oficial.

El museo como una “pesada maquina oxidada”, puede ser un tipo de representación social, que impide una vinculación dinámica y participativa, con la comunidad. Pero, ¿será la única?, ¿existirá una representación social de la inercia institucional?, ¿como se expresa la innovación en una representación social de museos?, ¿qué representación se constituye en hegemónica?, ¿de existir, cómo se expresará un *habitus museal*?, estas son algunas de la preguntas que busca responder la presente investigación.

Pero, nos interesa además abordar la problemática de los museos chilenos desde una propuesta teórica que permita situar a estas instituciones en un marco de referencias más concreta, por eso las nociones de *campo* y *habitus*, de la sociología de Pierre Bourdieu, adquieren relevancia, pues en gran parte las características de dichas instituciones y de quienes se desempeñan en ellas expresarían tal situación. Entonces, así como el público posee representaciones sociales del museo (Maillard, 2003), también las posee el propio personal del museo, y son especialmente estratégicas aquellas de quienes lo dirigen y de aquellos que se desempeñan en áreas de atención del público. Externalizando a través de ellas un *habitus* propio de la comunidad museal.

Además, nos parece muy relevante, identificar la noción de representación social puesto que, “designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizadas. En el sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social” (Jodelet, 1990: 475).

Noción que se diferencia de otras formas de conocimiento, como las ideologías y los imaginarios, “ (...) difieren de otros conceptos vinculados a sistemas de creencias y de significados por sus condiciones de aparición y emergencia. Las representaciones sociales emergen ante objetos sociales [museos] y ante hechos que exigen (normalizarlos) [comunidad]” (Páez, 1992: 17).

También, creemos que es significativa su constitución dialéctica, porque tiene la facultad de ser, “el espacio de la representación simbólica a partir del cual se consolida la realidad socialmente establecida, es el recurso al que apela la hegemonía política, pero, al mismo tiempo, es la instancia desde donde se despliega una ensoñación reactiva al poder. Como trasfondo de esta última predisposición latente en lo imaginario, se percibe la capacidad de lo imaginario para doblar la realidad instituida, abriendo, así, posibilidades de realidad bloqueadas históricamente” (Peimbert, 2003: 4).

*Por tanto, se desprende como problema central de la presente investigación, el proceso de práctica social de los museos como realidad socialmente construida y configurada por las propias características de desarrollo de la institución, identificando y comprendiendo aquellas **representaciones sociales** que poseen los profesionales de los museos y su trascendencia en torno a la relación museo-comunidad, constituyendo un **habitus** propio del campo patrimonial.*

Las preguntas que guían la investigación son:

-¿Cuáles son las representaciones sociales que el personal del museo elabora sobre el museo?

-¿Qué tipos de representaciones sociales son las que predominan?

-¿Qué representaciones sociales son posibilitadoras de una relación museo-comunidad?

-¿Qué representaciones sociales son obstaculizadoras de una relación museo-comunidad?

-¿Cuál es la relación entre representación social del museo y la valoración de la comunidad?

-¿Qué rol cumple la formación académica especializada en museos dentro de la configuración de las representaciones sociales de museos?

-¿Existen diferentes representaciones sociales entre el tipo de personal de museo, directivo y funcionarios?

-¿Existen diferentes representaciones sociales entre el personal de museos de distintas regiones?

-¿Es posible la existencia de un *habitus museal*?

### **3.3. Fundamentación y relevancia del problema de investigación**

En el caso de nuestro país existen escasos estudios sobre la situación de los museos, por ello son destacables las obras de Santiago Aranguiz (1984) y de Mónica Bahamóndez, Beatriz Espinoza y Alan Trampe (1999), constituidos en los primeros diagnósticos sobre la situación y necesidades de los museos. En opinión de los últimos autores, nos encontramos con que la información con la que se cuenta es escasa, incompleta, desarticulada y sin procesar y por tanto en este escenario no ha sido posible desarrollar estudios sistemáticos que apunten a la identificación y solución de problemas propios de los museos del país como conjunto (Bahamóndez, Espinoza y Trampe). Con lo cual un estudio sobre estas instituciones se hace de gran importancia para su comprensión presente y desarrollo futuro.

Ahora bien, de los pocos estudios, los que han traspasado el carácter de diagnóstico fundamentalmente se han enmarcado en poder determinar y dar respuesta sobre los procesos socio-culturales, que son los que más se desarrollan en la relación museo-comunidad. Será en países del extranjero fundamentalmente, donde podemos encontrar una gran preocupación sobre estos temas.

En su gran mayoría los museos han sido investigados y problematizados desde una mirada externa, centrada en lo que piensa la comunidad sobre él, por ejemplo los “Estudios de Público o Visitantes”, poseen como objetivo principal conocer las apreciaciones, gustos, motivaciones y valores de quienes visitan el museo (González y Castro, 2003), pero cuentan con la limitante de la auto-selección, “es decir el sesgo que se crea al recoger información sólo de aquellas personas que voluntariamente participan en las actividades que se pretenden analizar” (Gómez, 2003: 6). En cierta forma, la problemática del museo es sacada fuera de la propia institución, se asume a priori cierta incapacidad, del museo y quienes se desempeñan en él, para resolver ciertas limitaciones de vinculación con la comunidad.

Los estudios más clásicos de museos sobre desigualdad social y cultural (Bourdieu y Darbel, 1969), y los más contemporáneos, en torno a la comunicación y el consumo

cultural (Dujovne 1995, García Canclini 1993, Screven 1993, Schmilchuk, 2003), se centran en las características de la reproducción cultural, la recepción del público y la descontextualización de las obras, destacando el anquilosamiento del museo para generar una respuesta satisfactoria a dichas situaciones.

Siendo los museos instituciones insertas en el campo cultural y específicamente en lo patrimonial, se destaca que “toda discusión sobre el patrimonio cultural se ha dado acompañada de la discusión sobre los museos, sus relaciones con los bienes culturales, y su vinculación con el Estado, la iniciativa privada y un entorno social compuesto por grupos, cada vez más exigentes y deseosos de participar en la selección, conservación, investigación, y difusión de los bienes culturales de su comunidad (local, regional y nacional)” (Pérez-Ruiz, 1998: 95).

Donde las ciencias sociales han tenido un rol muy significativo en la generación de espacios de discusión, reflexión y crítica que propicien una nueva mirada en torno a los museos y su patrimonio. “Por lo anterior, conocer a los visitantes y el impacto del museo en ellos son los grandes retos de las ciencias sociales y la museología actual” (Asociación de Museos Quebequenses, 2001: 13).

Sin embargo, nuestro enfoque hace un giro al plantear la problematización desde el propio museo, de sus integrantes como sujetos portadores del conocimiento necesario para dicho cambio.

De esta forma el patrimonio se ha ido desplazando hacia planteamientos teóricos que buscan definirlo y operacionalizarlo desde una perspectiva, que de cuenta de la diversidad cultural, social y demográfica de las sociedades de fin de siglo y los procesos generados en torno ella.

A través de esta investigación deseamos aportar a situar como punto central de la relación dialéctica entre museo y comunidad, al propio museo y muy especialmente a su personal, dándole un protagonismo que hasta ahora no ha tenido. En el caso de América Latina y en lo específico de nuestro país, se hace muy importante identificar los procesos de construcción social de los museos, es decir, una propuesta que va más allá de la identificación de una práctica discursiva oficial, como un problema de formalidad legal y/o económica, sino como un tema antropológico, donde resulta de vital importancia el habla y las prácticas de quienes construyen socialmente el museo.

Por esto, es que se plantea trabajar con el concepto de representación social y las noción de *habitus*, como encarnación de las fuerzas estructural-estructurantes del campo específico, en lo que es la propuesta teórica de Pierre Bourdieu de su sociología comprensiva (Ritzer, 1993) de tal forma de identificar el carácter dialéctico de la relación social museo-comunidad.

-Patrimonio, museos y museología: construcción social y teórica.

Para hablar de museos se debe primero hacer referencia al fenómeno patrimonial, aunque no negamos la existencia de colecciones y museos desde muy antiguo, su problemática la

instalamos históricamente con la constitución de la modernidad, como lo menciona García Canclini, en las comunidades arcaicas casi todos los miembros compartían los mismos conocimientos, poseían creencias y gustos semejantes, y tenían un acceso aproximadamente igual al capital cultural común (García Canclini, 1989).

Situación que cambia en el contexto de la expansión de la modernidad, donde la constitución de la economía capitalista con la especialización del trabajo y la heterogeneidad socio-cultural establecerá relaciones asimétricas entre distintos sujetos de una misma comunidad. Es decir, el fenómeno patrimonial corresponde a un efecto casi directo de la modernización, “una sociedad tradicional sin un concepto secular y teleológico de la historia no necesita un museo” (Huysen, 2002: 44), ni la estructuración de un espacio simbólico para la reproducción: consolidación/estabilidad y proyección de ella misma. Para nosotros corresponden estos mecanismos al momento en que se transforma y constituye la hegemonía cultural en legitimidad cultural. Por esto es que un proceso fundamental del desarrollo del campo es el fenómeno de la reproducción social.

El Museo, entonces se constituye, como tributario de dos procesos históricos, la Ilustración y el coleccionismo derivado de ella y la Revolución Francesa (Hernández, 1998: 65). De lo anterior es que gran parte del siglo XIX, será conocido como la época dorada de los museos. “El museo deviene un instrumento socializador al servicio de las élites y un instrumento científico al servicio del progreso” (Ballart, 2001: 48). En el caso de América Latina y de nuestro país, la situación no será muy distinta de la descrita para Europa, se constituirán los museos nacionales, como instituciones monumentales, donde principalmente se puede observar a través de varios análisis que las políticas culturales se preocupaban en los modos como la identidad nacional hablaba en los museos (García Canclini, 1999: 37).

Pero sin duda que será a partir del siglo XX, cuando se produzcan los mayores avances y desarrollos de esta institución con el surgimiento de un sistema institucionalizado a nivel internacional, el Comité Internacional de Museos (ICOM). Su formación el año 1946, significará un antes y un después muy marcado en la historia de los museos a nivel mundial. Es este organismo el que desde sus primeros estatutos intentará dotar de definición y de un marco normado de acción y desarrollo a los museos. Las primeras definiciones de museo, llevaron a su vez a la cuenta de conformar una disciplina especializada en este tipo de instituciones, dando surgimiento a la museología, como la ciencia del museo.

A partir, de lo anterior podemos completar el proceso por el cual, el museo y el fenómeno museográfico que surge con él, la puesta en escena del patrimonio, serían anteriores a la museología. “Lógicamente, la realidad patrimonial y museable ha precedido en el tiempo y en la práctica museográfica a la propia justificación y existencia de una ciencia museológica” (Fernández, 2001: 17). Es esto lo que explicaría en parte que uno de los problemas que aquejan a los museos se refiera a la falta de formación especializada de su personal. “Durante la primera mitad del siglo XX la mayoría de la gente empleada en un museo era amateur en el mejor sentido del término...” (Lord y Lord, 1998: 49). De aquí es que se plantearán en gran medida las limitantes en el desarrollo de los museos, a través de

posturas ancladas en visiones conservadoras y poco renovadoras del mismo y en su relación con la comunidad.

Frente a esta situación se debe entender el desarrollo de los museos de Latinoamérica y de Chile específicamente, como se agrega en la publicación de los cursos Regionales de Museología organizados por PNUD/UNESCO en los años 1979-1981: “¿qué significa hoy día un museo? ¿Cómo se inserta dentro de la comunidad? ¿En qué relación está con la cultura viva? ¿Cómo se programa un museo? ¿Cómo se conserva “activamente” sus colecciones? ¿Cómo lograr que el museo no sea un lugar al que se entra “en punta de pies”? ¿Cuál es la actitud que deberá tener el museo frente a su público? ¿Cómo pasar de la improvisación a la ciencia museística? [...] Esta primera iniciativa en el campo de la formación museística fue de gran importancia, no sólo desde el punto de vista técnico, sino también desde el punto de vista humano, [...] De la interacción y la discusión salieron ideas y soluciones para enfrentar el subdesarrollo museológico que existe en la mayoría de los países de la región”.

Agregándose más adelante, “Los objetivos fundamentales del Curso fueron adiestrar al personal vinculado a los museos en las tareas propias de estos; proporcionar datos generales de museología y propiciar el intercambio de experiencias” (PNUD/UNESCO, 1980: 9).

Por tanto, posicionar una nueva concepción de museo como un espacio activo, dinámico y vinculado directamente con la comunidad sería uno de los grandes objetivos de la museología y en particular de aquella que se denomina Nueva museología, movimiento de renovación surgido en torno a la década del 60` y que se caracteriza por posibilitar la reflexión y discusión de los paradigmas clásicos en torno los cuales se ha dado el funcionamiento de los museos.

Chile por cierto ha quedado al margen de dicho proceso, y “todas estas buenas intenciones se ven limitadas en un marco donde todavía no se constituye una disciplina museológica en nuestro país al interior de las universidades y la falta de una renovada reflexión en el campo patrimonial” (Alegría, 2003: 14). Sumado a un escaso desarrollo de investigaciones y proyectos sobre los procesos de constitución social de los museos

### **3.4 Objetivos de la investigación.**

#### 3.4.1 Objetivo general:

- Comprender los tipos de representaciones sociales que ha construido el personal de museos, sobre los propios museos; específicamente los profesionales de las áreas dirección y atención de público; y la relación entre museo y comunidad derivadas de ellas.
- Explorar la existencia de un *habitus museal*, característico de los funcionarios de los museos de la Dibam y posiblemente del país.

### 3.4.2. Objetivos específicos:

- 1.- Identificar desde los sujetos seleccionados tipologías de representaciones sociales sobre los museos.
- 2.- Distinguir la forma cómo la presencia o ausencia de “formación especializada” en museología incide en la constitución de representaciones sociales sobre los museos.
- 3.- Identificar qué representaciones sociales de museos se constituyen en posibilitadoras o obstaculizadoras de la relación museo-comunidad.
- 4.- Profundizar las coordenadas simbólicas entre *representación social* y la existencia de un *habitus museal* en el *campo cultural patrimonial*.

### 3.5 Hipótesis de trabajo.

A continuación planteamos que los trabajadores de museos poseen *representaciones sociales*, de los propios museo como objeto sociales, y estas representaciones se constituyen en estructuras-estructurantes que guían las creencias y los comportamientos de dichos individuos, pero además, esta idea se relaciona con un *habitus*, característico de un *campo patrimonial* en el cual están insertos.

El entramado cultural, expresado en dinámicas propias de quienes trabajan en los museos, se configura tanto desde el museo, como del medio social al cual pertenece, sin embargo, nos parece relevante el conocer, identificar y comprender las representaciones sociales de quienes lo constituyen desde dentro como variable recursiva de su construcción.

Es por ello, que esta construcción social de museos, es en consecuencia, resultado de la escasa formación especializada en el ámbito de los museos, lo cual ha significado que él *campo* en el cual se actúan, se caracterice por la falta de reflexión, cambios y cuestionamientos. Una suerte de anquilosamiento de los agentes que en él operan y del propio entramado simbólico, esto explicaría, por ejemplo que los trabajadores de museos desconozcan ideas y postulados de la Nueva Museología, corriente que plantea una renovación teórica y práctica de la institución museo.

Esta característica del *campo*, se encarna en el *habitus*, y se expresaría en las *representaciones sociales*, que hoy existen en los sujetos al interior de los museos chilenos. Además, visualizamos que existirían representaciones hegemónicas, es decir, aquellas a las cuales hoy se recurre para entender y posicionarse en el *campo patrimonial*, nos referimos, en lo concreto a imágenes, donde el museo, puede ser conceptualizado como un espacio elitista, sacro, que debe ser cuidado o en jerga museológica, conservado, por sobre cualquier otra razón.

Esta representación establece una mecánica unidireccional de la resignificación del patrimonio y una escasa valoración de la comunidad, como un actor relevante en dicho proceso.

En otras, se le entiende como un espacio dinámico, de comunicación intercultural, que busca resituar al museo como un agente importante dentro de la sociedad y en relación con ella, para la resignificación del patrimonio que custodian.

Reconocer e identificar las *representaciones sociales*, permitiría intervenirlas en el futuro, a través de la constitución de espacios de reflexión y discusión, e incluso en la propia dinámica de la investigación que por tener un enfoque cualitativo permitiría ir generando en el proceso de las entrevistas, estos tipos de espacios tan importantes al interior de una institución cultural como el museo.

## IV. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICA.

### 4.1. Introducción.

La investigación social se plantea hoy como una plataforma de construcción de conocimiento en ruptura con las concepciones clásicas o tradicionalistas que trabajaban con enfoques restringidos al optar por soluciones totalizadoras y constituirse en representaciones naturalizadoras de la realidad social (Ritzer, 1993).

Por lo anterior, es que enfoques que se caracterizan por la *integración teórica*, se han convertido en opciones epistemológicas de un gran aporte teórico (Ritzer, 1993). En ese marco situamos, el presente enfoque que sintetizará dos propuestas epistémicas, que buscan responder a las aporías clásicas de la teoría social, donde macro y micro, objetividad y subjetividad, estructura y acción, se manifiestan como las más relevantes.

Así, desde nuestro enfoque adoptaremos las dimensiones de *campo y habitus* de Bourdieu, en tanto búsqueda de una relación entre macro y micro, centrándonos particularmente en la noción de *habitus* como lugar de interiorización de lo macro. Para conocerlo utilizaremos, la teoría de las *representaciones sociales* de Moscovici, como marco conceptual que permite identificar creencias, valores, sentimientos y su correspondencia a la práctica, es decir, la subjetividad del individuo, externalizada a través de opiniones, actitudes y acciones, constituidoras del discurso social.

A estos enfoques, se puede sumar un tercero como operacionalización del concepto de cultura desde la perspectiva simbólica. En definitiva, lo anterior es posible desde una noción dialéctica de realidad social que permite relacionar posturas teóricas provenientes de distintas tradiciones epistémicas, a saber *estructuralismo* de Bourdieu, *constructivismo*, de la Teoría de las representaciones sociales, y *concepción simbólica de la cultura* de Geertz, ya que concebimos dicha realidad social, como la praxis socio-cultural que los sujetos viven a diario (Bauman, 2002).

### 4.2. La cultura y dimensión simbólica de la realidad social

Como primer punto de trabajo debemos comprender la dimensión que adquiere el concepto de cultura en la presente investigación, este se refiere a: “la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida común” (Geertz, 2005: 88).

Desde esta perspectiva simbólica de la cultura, es posible llegar a un análisis de lo cultural en la sociedad, “las estructuras culturales, es decir, a los sistemas de símbolos o complejos de símbolos, el rasgo que tiene aquí para nosotros principal importancia es el hecho de que sean fuentes extrínsecas de información. Por (extrínseco) entiendo sólo que –a diferencia de los genes- están fuera de las fronteras del organismo individual y se encuentran en el mundo intersubjetivo de común comprensión en el que nacen todos los individuos

humanos, en el que desarrollan sus diferentes trayectorias y al que dejan detrás de sí al morir (Geertz, 2005: 91).

Estas estructuras culturales serán la base de los modelos culturales en cuanto se conforman como formas de acercamiento a la realidad. “En el caso de los sistemas psicológicos y sociales y de los modelos culturales (que designaríamos corrientemente no como “teorías” sino más bien como “doctrinas”, “melodías” o “ritos”), la cuestión no es en modo alguno diferente. A diferencia de los genes y de otras fuentes de información no simbólicas, que son sólo modelos *para*, no modelos *de*, las estructuras culturales tiene un intrínseco aspecto doble: dan sentido, es decir, forma conceptual objetiva a la realidad social y psicológica, al ajustarse a ella y al modelarla según esas mismas estructuras culturales” (Geertz, 2005: 92).

Al identificar la cultura desde esta perspectiva, podemos afirmar dos relaciones derivadas de este concepto. Primero, que esta noción de cultura se relaciona con las representaciones sociales al acceder, a través de ellas al pensamiento social no científico de las personas que integran los museos, sus valores, creencias y percepciones.

Segundo, llegar a identificar de que forma este pensamiento social espontáneo o no racionalizado, constituye una estructura o sistema cultural, que caracteriza como se construye la realidad social desde los sujetos (Geertz, 2005).

Es justamente Geertz, quién nos entrega algunas pistas de su comprensión. “Si el sentido común es más que nada una interpretación de la inmediatez de la experiencia, una glosa de éstas, como lo son el mito, la pintura, la epistemología o cualquier otra cosa, entonces está, como ellos, construido históricamente y, como ellos, sujeto a pautas de juicio definidas históricamente” [...] “De esta manera, los términos que quiero utilizar en referencia al sentido común, añadiendo un sufijo para sustantivizarlos, son: natural, práctico, transparente, asistemático y accesible. <<Naturalidad>>, <<practicidad>>, <<transparencia>>, <<asistematicidad>> y <<accesibilidad>> son las extrañas propiedades que de algún modo quiero atribuir el sentido común de manera genérica, en tanto constituye una forma cultural localizada por doquier” (1994: 96-106).

En este esquema los valores, creencias y percepciones que constituyen el sentido común de los sujetos que trabajan en los museos, es la matriz que permitiría comprender su proceso de construcción social. Desde nuestro punto de vista, asumiremos que el sentido común no solo significa una representación del mundo como algo familiar, un mundo que cualquiera puede y podría reconocer, y en el que cualquiera podría caminar. Si no, que nos interesa su carácter anti-intelectual y naturalizador de esa misma realidad social, de tal forma que mucho de los conflictos, problemas y limitantes de los museos, derivan de este sentido común como un esquema cultural que afianza su anquilosamiento.

Por ello, un cambio en el estudio antropológico de la realidad social conlleva un análisis de la cultura, su articulación y organización como matriz simbólica constitutiva de la realidad social, lo que se refiere a nuevas formas de examinar viejos problemas, y un desplazamiento que va desde una mirada funcionalista hacia un enfoque interpretativo y crítico.

### 4.3. La Teoría de la Representación Social.

En la opción epistemológica de conocer el pensamiento social de los sujetos de museos, sobre el tipo de relación que existe entre esta institución y la comunidad, y el rol que les corresponde a ellos en dicha relación, es que se utilizará la teoría de la representaciones sociales.

La Teoría de la *Representación Social*, surge operacionalizada desde el seno de la Psicología Social a partir de los trabajos de Moscovici, luego de las profundizaciones que este autor realiza del concepto de “representación colectiva” de Durkheim. La gran apuesta de Serge Moscovici consistió precisamente en considerar que el viejo concepto durkhemiano de representación colectiva, convenientemente remozado y enriquecido, es una herramienta indispensable para conocer el pensamiento social de los sujetos (Ibáñez, 1988).

La relación con el concepto de Representación Colectiva, una producción mental que sirve de matriz básica a partir de la cual las personas producen sus representaciones individuales. Es como lo plantea Ibáñez, que existe una diferencia fundamental entre una y otra, ya que en tanto el objetivo de Durkheim, consistía en demostrar como esta Representación Colectiva influye como una fuerza coercitiva en el pensamiento individual, mientras la noción de *representación social*, obedece a una construcción y elaboración social (citado en Aguayo, Vega y Zamora, 1998).

Cuando Moscovici, plantea el término de *representación social* por primera vez en 1961, pretendía demostrar como, afectan a la interpretación que hacemos de la realidad, determinan los juicios sobre las personas y objetos, son el origen de emociones que están unidas a esos juicios y guían comportamientos que así constituyen la concreción de nuestras representaciones (citado por Aguayo, Vega y Zamora, 1998). Desde, ese primer momento estudios posteriores darán una gran relevancia a la noción de representación social hasta transformarla en una propuesta interesante por su amplitud de sentido teórico y metodológico.

-Concepto y metodología de las representaciones sociales.

Podríamos plantear, como primera característica de la noción de *representación social*, que esta en vinculación inicial con el concepto de ideología, pero que no es lo mismo, ya que se puede destacar que mientras esta corresponde a una forma de pensamiento social estructurado, dominante, institucionalizado y por sobre todo justificador del orden social, en cuanto realidad hegemónica basada en la división social del trabajo, lo cual significa que obedecerá a objetivos prefigurados desde fuera de la práctica social del individuo, en el Estado, las alianzas de clase y las relaciones sociales (Páez, 1992).

De lo contrario, la *representación social* es una forma de pensamiento menos estable, más abierta y menos rígida, constituirá una forma presistemática o vulgarizada del discurso social. En definitiva, un componente básico y difuso de las ideologías. Una forma de conocimiento social, afianzado en el sentido común (Páez, 1992).

Para Moscovici, la noción de representación social, corresponde a sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios. No representan simplemente opiniones acerca de, “imágenes de”, o “actitudes hacia” sino “teorías o ramas del conocimiento” con derechos propios para el descubrimiento y la organización de la realidad (1984).

Jodelet, sin embargo, las caracterizará como: “sistemas de referencias que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta demuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto” (Jodelet, 1984: 472).

Son sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, para establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, para posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un esquema para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (Farr, 1983: 655).

Es un concepto que tiene como característica ser poliformo, ya que recoge una serie de otros conceptos de carácter operativo. “Estas peculiaridades convierten al concepto de representación social en un concepto *marco* que apunta hacia objetos claramente diferenciados o hacia mecanismos precisamente definidos. Pero quizá la naturaleza misma de los fenómenos a los que alude el concepto de representación social requiere un grado de complejidad conceptual y una flexibilidad difícilmente compatible con criterios estrictamente operativos. En efecto, el tipo de realidad social al que apunta el concepto de representación social está finamente zurcido por un conjunto de elementos de factores afectivos, sistemas de valores... que deben tener cabida *simultáneamente* en el instrumento conceptual utilizado para dilucidarlo” (Ibáñez, 1998: 171)

Páez, plantea que las *representaciones sociales* se refieren a sistemas de creencias y significados de subculturas, “emergen ante objetos sociales y ante hechos que exigen normalizarlos [...] una representación social es una activación contextual de los útiles ideológicos para dar significado y justificar un conflicto” (1992: 17).

Plantea Jodelet, que la *representación social* es el espacio donde se relacionan lo psicológico y lo social, es decir lo individual y lo social. “Antes que nada concierne a la manera en que nosotros, sujetos sociales aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras, el conocimiento espontáneo, ingenuo que tanto interesa en la actualidad a las ciencias sociales, ese que habitualmente se denomina *conocimiento de sentido común*, o bien *pensamiento natural*, por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las formaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo este conocimiento es, en muchos aspectos, un *conocimiento socialmente elaborado y compartido*. Bajo sus múltiples aspectos intenta

dominar esencialmente nuestro universo de vida o que surgen de él, actuar sobre y con otras personas, situarnos respecto de ellas, responder a las preguntas que nos plantea el mundo” (Jodelet: 473).

Lo anterior, remite a la relación entre la representación social y las estructuras sociales, ya que ellas no corresponderían a meros constructos intelectuales propios de la imaginación individual, sino que se enmarcan en condiciones sociales delimitadas, no cual no quiere decir que exista un condicionamiento o determinación, sino que las ayudan a configurar o las anclan socialmente. “En otros sentidos se trata de un conocimiento práctico. Al dar sentido, dentro de un incesante movimiento social, a acontecimientos y actos que terminan por sernos habituales, este conocimiento forja las evidencias de nuestra realidad consensual, participa en la construcción social de nuestra realidad.

En definitiva, la noción de *representación social* es, “una forma de conocimiento específica, el saber de sentido común, en el que los contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funciones socialmente marcadas. Más ampliamente designa una forma de pensamiento social” (Jodelet; 1989: 23).

#### **4.4. Los procesos de constitución de la *representación social***

Los procesos de *objetivación* y *anclaje* constituyen la forma como se constituye la representación y su relación con lo social. Estos dos procesos, se refieren al funcionamiento de una representación social, pues muestran la interdependencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales de ejercicio (Jodelet, 1984: 480).

Para el desarrollo de la presente investigación se requiere clarificar que son y como operan estos procesos, para este desarrollo se utilizarán los planteamientos de Jesús Ibáñez (1992). La *objetivación*, proceso a través del cual, se ponen imágenes a nociones abstractas, conforma la textura material de las ideas, hace corresponder cosas a palabras, da cuerpo a los esquemas conceptuales (Jodelet, 1984), y esta compuesta de tres fases:

- *La construcción selectiva*: se trata del proceso mediante el cual los sujetos y grupos de apropiación de las informaciones y los saberes sobre un objeto determinado. Consiste en retener ciertos elementos de información, rechazando otros que pasan desapercibidos (Ibáñez, 1992).
- *La esquematización estructurante*: la información seleccionada se organiza para proporcionar una imagen del objeto representado en forma suficientemente coherente y fácilmente expresado (Ibáñez, 1992).
- *La naturalización*: el esquema figurativo obtiene un estatus ontológico como una parte más de la realidad objetiva. Se obvia su carácter arbitrario y artificial, se le otorga plena vigencia como estructura-estructurante de la construcción social de la realidad social (Ibáñez, 1992).

El anclaje, correspondería al proceso de enraizamiento social de la representación y de su objeto. La intervención de lo social se traduce en *significado* y *utilidad* (Jodelet, 1984):

*-El paso de la teoría a su imagen:* la extracción de ciertos elementos de la teoría que son separados de contexto original. El esquema figurativo se conforma de la condensación concreta y sesgada de la información original, pero sirve para que la gente exprese lo real y lo constituya como tal (Ibáñez, 1992).

*-El paso de la imagen a la realidad:* si bien es una descripción de la realidad, es además una elaboración conceptual destinada a dar cuenta de ciertos fenómenos de la realidad. Es una aproximación icónica a los conceptos. Las imágenes que constituyen el núcleo figurativo se presentan como un relejo de la realidad tal y como es, conformando la visión de las personas de lo real (Ibáñez, 1992).

Resumiendo todo lo planteado, utilizando el modelo de Páez, podemos decir que las características de las representaciones sociales son las siguientes:

1) privilegiar, seleccionar y retener algunos hechos relevantes del discurso ideológico concernientes a la relación-sujeto en interacción, o sea, descontextualizar algunos rasgos de este discurso.

2) Descomponer este conjunto de rasgos en categorías simples, naturalizando y objetivando los conceptos del discurso ideológico referente al sujeto en grupo.

3) Construir un << mini-modelo >> o teoría implícita, explicativa y evaluativa del entorno a partir del discurso ideológico que impregnan al sujeto. Las representaciones sociales son teorías <<naives >> implícitas, sobre la sociedad y el hombre que son compartidas por colectividades y grupos. Estas teorías <<naives >> se orientan a describir, a clasificar, a evaluar y a explicar. Lo propio del conocimiento del sentido común es pasar directamente del qué es –descripción y clasificación- al cómo es porqué –explicación (Moscovici & Hewstone, citado en Páez, 1992: 316).

Cuando se plantea la construcción social de museos nos referimos a su constitución dialéctica, donde la subjetividad, se configura sobre ciertas relaciones objetivas dadas por su posición relativa respecto a algún objeto en particular, en este caso el museo. Desde esta perspectiva podemos comprender la relación de anclaje social de toda representación, “las representaciones son la expresión consciente –real o ilusoria- de sus circunstancias reales y de su actividad, de su producción, de su tráfico y de su organización social y política”, como lo expresa Marx (Muñoz, 2002).

Además, la relación con su entorno, en este caso la comunidad puede ser comprendida desde la labor antropológica, que consiste según Arnold (1991), en acceder al mundo cotidiano de los sujetos, a fin de incorporarse e interpretar sus conversaciones, su ambiente o entorno, participando de su “entramado cultural”.

Desde la disciplina histórica también sea comenzado ha utilizar el concepto de representación social como estrategia de acercamiento a la realidad social para superar ciertos esquemas teóricos fijos. “La primera espera acabar con los falsos debates sobre la división, dada como universal entre objetividad de las estructuras (que sería el territorio de

la historia más segura, aquella que al unir documentos masivos, seriados, cuantificables, reconstruye las sociedades tal como eran verdaderamente) y la subjetividad de las representaciones (a la cual se uniría otra historia, consagrada a los discursos y situada a distancia de los real). Este tipo de ciencias sociales como la sociología o la etnología, oponiendo enfoques estructuralistas e investigaciones fenomenológicas, las primeras trabajando a gran escala sobre las posiciones y las relaciones de los diferentes grupo, a menudo identificados en clases, las segundos, privilegiando el estudio de los valores y los comportamientos de las comunidades más reducidas, a menudo consideradas homogéneas.

Tratar de superarla exige, en primer lugar, tener esquemas generadores de sistemas de clasificación y de percepción como verdaderas “instituciones sociales”, incorporando bajo la forma de representaciones colectivas las divisiones de la organización social: “las primeras categorías lógicas fueron categorías sociales; las primeras clases de cosas fueron clases de hombres en las cuales fueron integradas esas cosas”, pero también tener estas representaciones colectivas como matrices de prácticas constructivas del mundo social en sí: “Aun las representaciones colectivas más elevadas no existen, no son verdaderamente tales sino en la medida en que ellas gobiernan los actos” (Chartier, 2002: 56).

En definitiva, reforzar el carácter social de toda representación.

#### **4.5. *Campo y Habitus*. La dialéctica de la cultura en Bourdieu.**

Para referirnos, a las distintas dimensiones de la realidad social es que adoptamos la propuesta del sociólogo Pierre Bourdieu, nos interesa porque permite centrarnos, en la discusión entre lo macro y lo micro, objetivismo y subjetivismo, pero además porque se instala en resolver la dicotomía que se genera, entre cultura como espacio de producción, intercambio y uso de los bienes culturales (*campo*) y el sistema de valores, creencias y formas de vida de los sujetos que constituyen dicho campo (*habitus*).

Bourdieu postula, “que las sociedades altamente diferenciadas se estructuran en campos relativamente autónomos, cuya autonomía radica en una lógica y principios específicos y en que se juega en cada uno de ellos un tipo diferente de recurso o de capital. Ahora bien, la afirmación de la autonomía no implica desconocer las determinaciones externas, sino establecer su modo peculiar de acción” (Ariño, 2000: 74).

Por lo cual, se hace indispensable identificar las características propias que organizan y estructuran cada campo. Y es en definitiva, un análisis relacional el que permite identificar a cada campo, sus características y componentes.

La idea de *campo* nos permite ubicar simbólicamente a la institución museo y a sus trabajadores en un espacio determinado y estructurado de la realidad cultural de la sociedad. Asumir, la existencia de un *campo* específico en el cual se desenvuelven los museos, es dotarnos de una bitácora cartográfica de la realidad socio-cultural.

Entonces el *campo cultural patrimonial* se presenta, en que “se define, entre otras formas, definiendo lo que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego entre otros campos o a sus intereses propios (no será posible atraer a un

filósofo con lo que es motivo de disputa entre geógrafos) y que no percibirá alguien que no haya sido construido para entrar en ese campo (cada categoría de intereses implica indiferencia hacia otros intereses, otras inversiones, que serán percibidos como absurdos, irracionales, o sublimes y desinteresados). Para que funcione un campo, es necesario que haya algo que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego, etcétera” (Bourdieu, 1990: 135-136).

En este caso, creemos que lo que se disputa es la capacidad de producción simbólica de otorgar a “ciertos” bienes culturales una connotación que los resignifica como “testimonios legítimos” de un pasado que remite a un discurso de identidad.

La constitución del fenómeno patrimonial como un *campo cultural patrimonial*, nos remite a su especificidad, al problematizarlo como espacio donde confluye la producción, distribución, intercambio y uso de aquellos bienes que “caracterizamos” o se han caracterizado como patrimoniales, esto porque, “la eficacia simbólica depende de muchos factores, entre los cuales están la contextualización de los símbolos en prácticas y discursos” (Prats, 1997: 29), e indiscutiblemente el soporte del poder, reconociendo a este último, como eje fundamental de lo patrimonial.

El *campo cultural patrimonial*, como espacio simbólico permite identificar la ubicación específica de cada uno de los agentes que conforman dicho campo. Es decir, al diferenciar a este como una red de producción, distribución, intercambio y uso de los bienes patrimoniales, es posible distinguir cual es el rol específico de cada uno de los agentes que lo integra. Por agente, entendemos al sujeto con capacidad de actuar dentro de los límites que establecen los propios campos, en definitiva son los agentes quienes constituyen el campo pero a su vez, están condicionados por dicho campo.

En el *campo cultural patrimonial*, los museos son el agente principal y por tanto poseen una ubicación estratégica para la significación social de la hegemonía cultural, a través del fenómeno patrimonial. Como institución central del *campo cultural patrimonial*, no se le puede estudiar como un espacio independiente y autónomo de los agentes y las relaciones que genera y/o por las que se encuentra cruzado, tanto en términos de colaboración como de disputa, porque se inserta en la dialéctica de producción y reproducción de este *campo* específico.

Caracterizar lo patrimonial como *campo*, y definirlo como exteriorización estructural-estructurante del museo, nos remite a una porción importante de la realidad, pero no a la única, pues, el *campo* como espacio social es una representación abstracta, que proporciona un mapa de la realidad social, pero carece de sentido empírico.

Entonces a través del concepto de *habitus* sólo es posible conocer como se “encarnan” dichas estructuras nos dice Bourdieu, pues él, “trata de reconstruir en torno al concepto de *habitus* el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas.” (García Canclini, 1990: 34) *Habitus* vendría a ser el “principio unificador y generador de todas las practicas” (Bourdieu, 1988: 172).

O sea, es la segunda dimensión que anunciamos del concepto de cultura, ya que expresaría las formas de pensamiento, sentimientos, creencias y valores, adquiridos por intermedio de la familia, educación, condición socio-económica y posición relativa dentro del *campo* específico y en contacto con otros *campos*.

El estudio del campo se puede realizar desde tres momentos (Flachsland):

- 1) establecer la posición de un campo en relación con el campo del poder (los otros campos y el espacio social);
- 2) establecer la estructura objetiva de las posiciones que ocupan los agentes o las instituciones que luchan dentro del campo;
- 3) analizar los *habitus* de los agentes (o sea, su visión del mundo)” (2003: 51)

La presente investigación se centrará en el momento del *habitus*, como una relación de comprensión antropológica del campo, un enfoque microscópico de la realidad social.

Pues:

- El *habitus*, es el conjunto de modos de ver, sentir y actuar que, aunque parezcan naturales, son sociales. Es decir: están moldeados por las estructuras sociales, se aprenden.
- El *habitus* aparece como la mediación entre las condiciones objetivas y los comportamientos individuales.

Hablar de *habitus* es colocar lo personal como colectivo. El *habitus* es una subjetividad socializada (Flachsland, 2003: 54).

Pero, aún más significativo, es que podemos conocer la forma, los métodos y la prácticas sociales de creación de los museos, a través de esta noción, pues, “no puede sonar extraño que la regularidad de la actividad cotidiana esté implicada en la fundamentación de los intercambios simbólicos, pues en última instancia la posibilidad de reconocimiento de un significante y la noción misma de regla se asienta en la repetición de los mismo, en el hacer lo mismo: se asienta en el carácter básicamente rutinizado de la vida social y en el hecho de que estas rutinas conforman a los agentes a la vez que reproducen las instituciones” (García Canclini, 1995: 506).

Por tanto, situamos el concepto de *habitus* como un concepto central de nuestra investigación, ya que, optamos por una perspectiva antropológica que busca identificar cómo se expresa esta noción de *habitus* en los trabajadores de museos, como una “forma prelingüística encarnada en los agentes, que hace posible la estabilidad e inteligibilidad de las acciones. En nuestro enfoque, eso implica que el *habitus* se presenta como manifestación concreta del trasfondo de la intencionalidad y del sentido.” (García, 1995: 506).

“Desde ese punto de vista, puede señalarse que las representaciones sociales no se construyen en un vacío social, sino sobre un tramado, una estructura de relaciones entre

grupos sociales, los que a su vez pueden diferenciarse entre sí en función de ciertos criterios (género, edad, relaciones sociales de producción, etc.)

En forma más contemporánea, es Bourdieu quien retoma de una manera más sistemática esta preocupación por la articulación entre las divisiones sociales y económicas y los fenómenos culturales. Desde su punto de vista, existe una cierta correspondencia entre los principios de división existentes al interior de una sociedad y los diferentes esquemas de representación y su jerarquización en términos simbólicos. Para este autor, en las sociedades clasistas las relaciones de conocimiento son inseparables de las relaciones de poder. Con ello, trae nuevamente a la discusión la influencia de elementos estructurales en la constitución de las representaciones, resaltando la importancia que juegan las clases sociales, las diferencias de género, de edad, etc., en las diferentes formas de “ver el mundo” (Picó, 1999).

A través, de lo anterior se nos permite el acceso práctico y objetivado de la subjetivación, en tanto fenómeno socializado y corporalizado en los individuos. Por ejemplo, como razón central de nuestro estudio, está la identificación en términos de contrastación del nivel de formación que poseen los sujetos que trabajan en los museos y sus percepciones en torno a ese nivel y sus implicancias prácticas de funcionamiento y relación con la comunidad.

## V. MARCO DE REFERENCIA METODOLÓGICA.

El marco de referencia metodológica de la presente investigación en coherencia con la perspectiva teórica está constituido de las siguientes etapas:

### **5.1 Emergencia dialéctica de la *representación social* en la construcción socializada de la realidad.**

La presente investigación se centra en el estudio de los sujetos que integran la institución museo y como efecto de ello la relación que se construye entre museo y comunidad. De los sujetos nos interesan, las representaciones que ellos han construido del museo y de la comunidad como “su público”. Esta idea de representación nos permite el acceso en un ámbito exploratorio al *habitus* específico de quienes trabajan en los museos.

La construcción de museos la entendemos como un proceso en donde su realidad se construye socialmente (Berger y Luckman, 1976: 19), en una relación dialéctica entre la práctica discursiva oficial, dispositivo estructurador-estructurante de la realidad (*campo*) y práctica discursiva social, encarnación de dicha realidad (*habitus*).

Al plantearnos la existencia de un presupuesto teórico integrador (Ritzer, 1993), lo hacemos desde lo dialéctico, porque entendemos que las diversas dimensiones de la realidad social se complementan y/u oponen en la praxis. Entonces llegar ha establecer una coherencia con dicho postulado nos lleva a sumir, por una parte la significación socializada de los discursos de los sujetos como constructores de realidad, y en ese contexto es que asumimos por su relevancia teórica y metodológica la *teoría de la representación social*, que nos permite objetivar visualizando el contenido de la noción de *habitus*.

Se plantea que, “estas visiones suelen coincidir y plantearse idénticos problemas, aunque con matices, de tal suerte que abordan la doble cuestión que se halla en la base de la teoría; cómo lo social interviene en la elaboración psicológica de la representación social y cómo influye ésta construcción psicológica en lo social” (Mora, 2002: 16). En nuestro caso no asumimos una opción a priori y en términos de la dialéctica sujeto y sociedad, creemos que está se debe buscar en la misma praxis de la realidad social.

Cuando hemos caracterizado la construcción social de museos, lo hemos hecho desde el entendimiento de que ha prevalecido una carácter empírico, poco reflexivo y cuestionador, que ha condicionado la escasez de propuestas más dinámicas y renovadoras del actuar de los museos y sobre todo de su relación con la comunidad. Para ello, se puede volver a una idea de Páez, donde se resalta el carácter normalizador y naturalizador que pueden asumir las representaciones sociales.

## 5.2. Diseño metodológico de la investigación

La presente investigación se enmarca en un diseño metodológico cualitativo, que trata de describir el proceso de construcción social de museos en nuestro país, lo que significa conocer los museo desde dentro y su relación con la comunidad, y desde hay constituir a modo de generalización hipotética del estudio de casos un posible *habitus museal*.

Asumiendo, la dinámica compleja de la realidad social, asumimos un enfoque cualitativo para la presente investigación, expresada en los sujetos como portadores de sentido, “las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1998: 20).

Además, de caracterizarla en sus términos, como:

-Inductiva. En cuanto se parte de los datos, con lo que la investigación adquiere un carácter de flexibilidad. Es nuestro caso, deseamos identificar las representaciones sociales de los profesionales que se desempeñan en los museos sobre los propios museos, y la significación que de ellas se derivan.

-Perspectiva holística. Nuestra investigación la realizaremos en el museo como escenario donde interactúan los sujetos, profesionales de museos.

Además, de considerar a los sujetos como totalidades, por lo cual su representación social será vista como explicación válida, un reconocimiento a su forma de pensar y valorar los hechos y situaciones sociales.

-Ruptura sujeto-objeto. Se busca establecer una relación social a través de la investigación, de tal forma de no partir de prejuicios o valoraciones de las opiniones del otro. El investigador, sigue el modelo de una conversación normal, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas (Taylor y Bogdan, 1998). La ruptura de la dicotomía sujeto-objeto, además la entendemos en cuanto integrantes del mismo espacio social que investigamos, parafraseando a Bourdieu, el *campo cultural patrimonial*. Por tanto, desde esta mirada nos constituimos en sujetos investigadores, pero también objetos de dicha investigación.

-Comprensión en el marco de referencia del sujeto. A través de esta postura es vital colocarse en el contexto de las experiencias de vida del otro, de su marco normativo y valórico, además, de una empatía hacia las formas en que opera éste en el campo de su propia disciplina, patrimonio, museos y museología, esto significa, adaptar el lenguaje del investigador al lenguaje del sujeto, desde la antropología, rescatar la perspectiva emic.

En definitiva, este diseño nos permite optar por un enfoque de investigación, que por un lado descriptivo, tiene como objetivo, identificar y analizar los tipos de representaciones sociales que han construido el personal de museos, sobre los propios museos, *específicamente profesionales de dirección y atención de público*, y la valoración de la relación con la comunidad que subyace de dichas representaciones.

Se suma además, un enfoque exploratorio ligado al objetivo que busca establecer la existencia de un *habitus museal*, característico de los museos del país, a través del estudio de las representaciones de museos que los profesionales de museos han elaborado. La presente investigación corresponde entonces a un estudio de caso múltiple según Yin, porque es un estudio de más de dos sujetos caracterizados como tipos únicos que en conjunción con los otros permite reconstruir la realidad social (citado en Rodríguez, Gil y García, 1999) y “afrenta la realidad mediante un análisis detallado de sus elementos y la interacción que se produce entre ellos y su contexto, para llegar mediante un proceso de síntesis a la búsqueda del significado” (Arnal, del Rincón y Latorre, 1994: 207). Consideramos en este sentido a los profesionales de las áreas de dirección y atención de público, departamentos educativos, prensa y relaciones públicas, como una muestra pertinente para la presente investigación.

Para un mayor desarrollo del tema se considera trabajar con a lo menos dos sujetos por museo, de esta forma se podrá contrastar la información entre los distintos casos de una misma institución y poder identificar la existencia de una o más representaciones sociales al interior de un museo.

En cuanto a los museos seleccionados se trata de aquellos que forman parte de la Dibam y en específico los que han participado en el proyecto Sistema Gestión Participativa en Museos, proyecto que se desarrolló desde el año 1998 al 2002 y que tenía como objetivo “diseñar una metodología que lograra convertirse en herramienta efectiva para afianzar la relación museo-comunidad. Este intento alcanzó logros aislados pero el trabajo global que se planteó en un principio para los 23 museos regionales y especializados Dibam, finalmente por distintas razones, se debió focalizar tanto territorial como temáticamente” (Maillard, Mege y Palacios, 2002: 9). Entonces, estamos seleccionando museos en los cuales las problemáticas y discusiones en torno a los temas de la construcción de museos y la relación museo-comunidad no ha pasado desapercibida.

A modo de referencia, el proyecto Sistema Gestión Participativa en Museos, buscaba preferentemente rescatar el habla de la comunidad. Por tanto, el proceso interno de lo que pensaban los sujetos del museo no fue considerado, pues no estaba en los objetivos de dicho proyecto. En parte, nuestra apuesta es el otro lado de la realidad social del museo. Desde los sujetos que constituyen el museo hacia la comunidad.

Para dar una mirada amplia de dicho proceso, se considera trabajar con museos de diversos, de un total de 23 museos que participaron en el mencionado proyecto, se seleccionará una muestra de cuatro museos, en tanto representativos de los distintos lugares geográficos del país, pero más importante por representar una diversidad de temáticas, en definitiva distintas tipologías de museos, se trata entonces de los museos: Museo de Historia Natural de Concepción, el Museo Nacional Benjamín Vicuña Mackenna, Museo Pedagógico y Museo de Artes Decorativas de Santiago.

Esta cobertura, como se indicó anteriormente corresponde a que de cuenta de la variedad de museos del país, se seleccionaron museos de: Arte, Historia Natural e Histórico. Ahora, fundamentalmente se trata de museos en los cuales fue más fácil la implementación del proyecto de Gestión Participativa, pues, se opta por museos no circunscritos a una escala

nacional, debido al tipo de relación que potencialmente pueden establecer con su entorno social” (Maillard, Mege y Palacios, 2002: 27), por eso es que es relevante, visualizar como esta experiencia caló en los profesionales de dichos museos.

### 5.3. Técnica de recolección de la información.

La entrevista en profundidad corresponde a la técnica seleccionada para el levantamiento de la información, puesto que esta se caracteriza, por un tipo de relación especial entre investigador e informante, “encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas” (Taylor y Bogdan, 1998: 100).

Como un elemento fundamental de la elección de la técnica de la entrevista en profundidad se puede subrayar que permiten conocer a los sujetos bastante bien, saber lo que quieren decir, y crean una atmósfera en la cual es probable que se expresen libremente. “Según nuestro propio punto de vista. Mediante las entrevistas el investigador hábil logra por lo general aprender de qué modo los informantes se ven a sí mismos y a su mundo, obteniendo a veces una narración precisa de acontecimientos pasados y de actividades presentes y casi nunca predicen con exactitud la manera en que un informante actuara en una situación nueva” (subrayado nuestro, Taylor y Bogdan, 1998: 108).

En cuanto a nuestros objetivos de investigación que tienen que ver con identificar las representaciones sociales que los profesionales de museos sostienen sobre los museos, es que para lo cual, “usar entrevistas abiertas o en profundidad, la observación participante de tendencias etnológicas o el análisis minucioso del lenguaje de los individuos, son algunas de las técnicas para la recolección y el análisis de la información que permiten develar las contradicciones que ocultan a la ideología [o representación social]. De igual manera, las preguntas proyectivas de frases incompletas le han permitido a Blanches el estudio de las contradicciones internas de los entrevistados” (Mora, 2002: 14).

En línea con lo anterior, nos plantea Alonso que la entrevista de investigación social nos permite, “el estudio de la representaciones sociales personalizadas: sistemas de normas y valores asumidos, imágenes y creencias prejuiciales, códigos y estereotipos cristalizados, rutas y trayectorias vitales particulares, etc.” (Alonso, 1995: 228). Esto resulta de importancia, pues se vincula con la idea de que el resultado de la entrevista esta en relación directa con la propia experiencia de el entrevistado y de los individuos que la han compartido, ya que son parte de dicha historia social.

Este tipo de entrevista “se enfrenta a la idea de la entrevista como una técnica de recogida de datos para las orientaciones más positivistas, o de recogida de discursos para las de carácter lingüístico” (Alonso, 1995: 229). Citando a Bourdieu, Alonso nos dice que la entrevista, “entonces, tiende a producir una expresión individual pero precisamente porque esta individualidad es una individualidad socializada por una mentalidad cotidiana estructurada tanto por *hábitus* lingüísticos y sociales -en tanto que sistema de esquemas

generadores de prácticas y, al mismo tiempo, de percepción de estas prácticas” (Alonso, 1995: 229).

Asumir la entrevista desde esta perspectiva nos permitirá acercarnos a los discursos espontáneos o libres que posibilitan la emergencia de la representación, “más allá de su apariencia informal, relaciones de sentido complejas, difusas o más o menos encubiertas; relaciones que sólo se configuran en su propio contexto significativo global y concreto” (Ortí, 1998: 213).

En la presente investigación se utilizará un cuestionario semiestructurado, centrado en un repertorio de imágenes seleccionadas (ver anexo N°1) como listado de correspondencias asociadas a las ideas en torno al museo y su relación con la comunidad. Por tanto, este listado de imágenes nos permite, disponer de un método que ponga en evidencia la estructura de opiniones de los sujetos (Di Giacomo, 1987: 285). Según Páez, el núcleo figurativo será un conjunto de imágenes que representan vividamente un complejo de ideas (Páez, 1987).

En cuanto a las imágenes, se procedió a una selección basada en una exhaustiva revisión bibliográfica sobre los tópicos recurrentes en torno a los museos y su relación con la comunidad, o público. En primer momento se recurrió a la imagen de una fábrica con la finalidad de permitir una reflexión que se centre en los elementos internos o componentes propios de la institución museo. En este sentido es importante identificar el tipo de organización, jerarquía, sistema de comunicación, adaptabilidad al cambio, etc.

La imagen n° 2, correspondía a la lámina de un individuo en una sala de exhibición que frente a una exposición de pintura abstracta, prefiere mirar hacia afuera. La pregunta se centraba en identificar si dicha situación se repetía en los museos de los entrevistados, llegando de esta forma a identificar el tipo de representación.

En un segundo paso, se presentaron tres imágenes de volcanes, cada una representativa de momentos distintos, mientras la primera (n°3) representa un volcán inactivo, la segunda (n°4) representaba un volcán con fumarola y por último, la imagen (n°5) de un volcán en ebullición. En cierta forma cada imagen del volcán representaba una etapa distinta de desarrollo de los propios museos, en cierta forma cada volcán era el mismo museo, en su relación con el público.

Este cuestionario fue confrontado a través de la evaluación de un panel de expertos y testeado en una entrevista de prueba, lo cual nos permitió corregir preguntas ambiguas y perfeccionar la relación imagen pregunta.

#### **5.4. Técnica de análisis.**

La técnica de análisis de los discursos obtenidos por intermedio de las entrevistas en profundidad se hará mediante el análisis de Correspondencias utilizado por Di Giacomo en su estudio el año 1987, que en lo concreto se expresa a través del análisis de contenido.

Corresponde a un análisis multidimensional. “Basándose en el diferencial semántico, se selecciona una serie de palabras-estímulo que aluden al objeto social a indagar. Se pide a unos sujetos que efectúen una asociación libre a partir de cada palabra hasta desembocar en una especie de (diccionario de asociaciones) o algo parecido a los (campos semánticos) (en realidad se trata, según Ibáñez de campos lexicales) (Mora, 2002: 15).

En definitiva, el análisis de contenido se enfocará para identificar un repertorio de asociaciones que nos permitirá evaluar los diversos tipos de representaciones sociales que construye el personal de museos seleccionados.

En particular se realizarán entrevistas en profundidad, a dos profesionales de los museos seleccionados de tal forma de tener un marco de referencia comparativa al interior de cada museo, y luego con los otros museos, además estas entrevistas consideran a lo menos dos encuentros con cada sujeto y se estructuran entorno a preguntas proyectivas. Luego se procederá a su análisis a través de la técnica de análisis por Correspondencia, lo cual permitirá establecer como punto básico una tipología de las representaciones sociales, como ellas evalúan la relación museo-comunidad y compararlas en un contexto de uso fuentes de información y formación, para finalmente evaluarlas como practica social actitudinal y comportamental, en tanto elementos básicos de un posible *habitus museal*.

Luego, la metodología propuesta se puede abordar según Di Giacomo de la siguiente forma:

- 1) El primer punto es que no hay una representación única de un hecho, objeto o situación social. Entonces como primer punto se debe mostrar la existencia de la representación social o las representaciones sociales, sobre el museo y la relación comunidad-museo. Con esta información se podrá responder el primer objetivo específico que se plantea, la creación de una tipología de dichas representaciones.
- 2) El segundo elemento es que los sujetos evalúan el discurso y la práctica analítica con la ayuda de criterios sociales relacionados con su pertenencia política, religiosa, formación académica, etc. Este punto, es muy importante en lo que se refiere al rol que posee la formación como especialización en museología y está en estrecha relación con el objetivo específico número dos. “Es lo que tiene que ver con el nivel de conocimiento sobre el objeto de la representación, emergiendo de un contacto directo con el objeto y las prácticas asociadas a él” (Aguayo, Vega y Zamora, 1998: 61).
- 3) El proceso de elaboración de la representación se repite. Las informaciones privilegiadas son en primer lugar seleccionadas y retiradas de su contexto, esas informaciones son luego reorganizadas en un conjunto que se puede llamar “teórico” y nuevamente integradas a la cultura del propio grupo. Aquí el concepto de vuelve en metáfora, imagen, representación. En este caso, es cuando nos encontramos con que la forma en como se constituye la representación social no responde sólo a un esquema cognitivo, sino que a una suerte de práctica social. La

imagen o campo representacional, se “remite a los contenidos concretos referidos a aspectos específicos del objeto representado y que sirve de contexto al objeto. Esta dimensión hace referencia a la ordenación y jerarquización de los elementos que configuran el contenido de la misma. Por lo tanto el campo representacional se constituye como lo más global y estable de la representación, integrando además a la información y actitud, para juntas conformar el núcleo o esquema figurativo, en efecto es él quien confiere su peso y su significado a todos los demás elementos que están en el campo representacional” (Aguayo, Vega y Zamora, 1998: 62).

- 4) Finalmente como función, la representación permite a la gente reducir el ambiente a categorías simples, es un instrumento para categorizar personas, comportamientos y objetos sociales (Di Giacomo, 1987). El objetivo específico número tres se refiere a como las representaciones sociales se constituyen en obstaculizadoras o posibilitadoras de la relación museo-comunidad. Es la dimensión actitudinal (Moscovici), caracterizada por una orientación avaluativa de tipo afectiva (Aguayo, Vega y Zamora, 1998), su existencia creemos por tanto correspondería a la constitución de un *habitus museal*, objetivo exploratorio de la presente investigación.

## **VI. RESULTADOS.**

En este capítulo se procederá a presentar y analizar la información recogida de las entrevistas, tratando de distinguir en los sujetos seleccionados tipos de representaciones sociales sobre el museo. La institución museo (categoría 1), constituye el espacio básico desde el cual y en el cual los sujetos se relacionan, sintiéndose parte de una realidad común. Son los elementos claves que posibilitan la construcción selectiva, proceso mediante el cual los grupos sociales y sus individuos hacen propios los saberes sobre un determinado objeto social. Por tanto, el museo constituye el marco de referencia social, que expresado en uno o varios discursos de representación social sobre él, definirán un esquema estructurante o núcleo figurativo, donde se consolidan los discursos sociales como componentes naturalizados de la realidad social.

En el marco social del museo, se articulará un proceso de configuración sobre el público (categoría dos), imagen social clave, que define y constituye como estructura-estructurante las variables discursivas para enfrentar la problemática relación social que han generado los museos con la comunidad. Identificar la conceptualización que los sujetos que se desempeñan en el museo realizan sobre el público, en sus diversas acepciones, creemos configurará el tipo de relación social, museo-comunidad, como una práctica de anclaje que modela los comportamientos y las opciones de los sujetos.

Finalmente, mediante una suerte de ejercicio de saturación y triangulación se abordó la relación entre museo y comunidad (categoría tres), este cuestionamiento buscaba correlacionar las representaciones que habían emergido en forma separada, museo y público, ahora de forma dinámica.

Otro tipo de correlación se efectuó entre la formación especializada en museos y su consecuente matriz discursiva como punto central de construcción selectiva de saberes, su posterior capacidad esquemática de figuración y la naturalización de la realidad social que constituye toda representación social.

La presentación de los resultados se realizará con la exposición de cuadros de síntesis descriptiva de las entrevistas, según las categorías previamente definidas, y el posterior análisis de los mismos.

### 6.1 Cuadro de presentación de los casos.

A continuación se presenta el cuadro n° 1, que sintetiza las opiniones más relevantes a modo de un esquema resumen de las respuestas de la primera categoría, referida a la representación social que los sujetos realizan sobre el museo.

**Cuadro N° 1**

Categoría 1	S1	S2	S3	S4
Representación Fábrica/museo	Los dos producen, el museo produce mercancías culturales, debería producir reacción por parte del público. En lo organizacional, hay poco personal, el trabajo es más artesanal, más flexible, menor jerarquía y con menor presupuesto. Los trabajadores tienen que desempeñar distintas funciones. El museo se refunda desde una visión historiográfica.	Estas empresas deberían colaborar con el patrimonio (auspicio). Las fábricas tienen muchos recursos y los museos pocos recursos. En los museos hay poco personal, el cual debe desempeñar varias responsabilidades. Se trabaja como equipo y con jerarquía.	El museo tiene la intención de educar, de dar a conocer exposiciones y conservar el patrimonio, cuenta con funciones definidas, trabajo en equipo y con jerarquía (cabeza y sub-departamentos). Los 2 construyen.	El trabajo en equipo, que todos trabajan y se perfeccionan para obtener un producto. El producto del museo es cultural y educativo. Cada museo debe perfeccionar su parte medular para sacar un producto bueno. También hay jerarquía, distintos roles con un objetivo común. Hay pocos recursos, hay que generarlos a través de proyectos.
S5	S6	S7	S8	
Las fábricas son funcionales. También, existe una organización por departamentos (unipersonales). Existe jerarquía. Usuario fin último del museo.	Es similar entre la fábrica y el museo la idea de aislamiento. Hay trabajo en equipo y jerarquía (marcada y estructurada) En museos hay menos personal.	Las fábricas tienen una relación mecánica con las personas, todo está en torno a la producción. Los museos están organizados por sus funciones tradicionales (conservación, exhibición, educación y difusión). Lo primero es como puede dar mejoras al usuario.	Función del museo es resguardar. Objetivo es cuidar, conservar, proteger. Tratan de que haya acuerdos comunes.	

## 6.2 La representación social del museo.

De acuerdo a la opción metodológica que consistió en la correlación de impresiones a partir de imágenes, se comenzó con la presentación de la imagen n°1 (fábrica), la intencionalidad fue llevar a los sujetos a reflexionar sobre el museo, anunciando elementos discursivos que nos permitieran construir una tipología de la institución museo desde las diversas perspectivas que los propios sujetos elaboraran, asumiendo que dichas opciones tienen repercusiones en su vinculación con el entorno social. Por tanto, identificar la tipología, ya sea una o diversas constituye un primer paso de suma importancia para la presente investigación.

En el análisis de los resultados podemos afirmar que fue posible identificar una mayor presencia de enunciados de continuidad en la elaboración discursiva de los sujetos, que diferencias, de echo estas se expresarán en un ámbito más específico en la desigual participación en la toma de decisiones de los sujetos al interior de la organización.

Podemos visualizar la existencia de cinco representaciones sociales de museos, que tienen como elemento clave situarse en una gran coordenada figurativa, es decir, desde nuestro planteamiento constituir un núcleo figurativo mayor, que permanece con ciertos matices en la gran mayoría de los sujetos.

A continuación, se presenta cada una de estas representaciones para luego proceder a un análisis más general.

### -Taller artesanal.

Una opinión que se hizo recurrente en el discurso de los sujetos consistía en identificar al museo como espacio de producción. Esta imagen colocaba en una misma relación a la fábrica y al museo como instituciones productivas, sin embargo, a su vez se daba cuenta de las diferencias que se manifestaban entre dichas realidades.

Un primer elemento significativo hace relación a los elementos similares que caracterizarían a un museo y una fábrica. *“La fábrica se supone que es... tiene que producir valga la redundancia, mercancías o productos materiales, nosotros también tenemos que producir, pero tenemos que producir otro tipo de productos, otro tipo de mercancías que son mercancías culturales, yo creo que lo que nosotros tenemos que producir es una reacción de parte del público”* (Sujeto 1).

En definitiva, el museo es visto como una unidad productiva, con el inconveniente de no definirse claramente que tipo de bien es el que produce, *“ el producto nuestro es cultural y educativo pero cada sección del museo debe aportar para que ese producto que va a salir a través del departamento educativo, labores de extensión a través de relaciones públicas o de la investigación, que se yo sea bueno”* (Sujeto 4). En este sentido, se agrega un nuevo componente al introducir la variable educativa, como parte de los productos del museo, en un símil con lo cultural.

El planteamiento que en definitiva, da cuenta de la idea de producción, no se refiere a la producción de patrimonio o de objetos museales, sino que en el mejor de los casos a los efectos que dichos objetos o su exposición provocaría en las personas, *“yo creo que si uno quisiera buscarle la relación podría ser un poco la noción de artefacto, de construir algo, cuando tu haces un guión por ejemplo, tu estas construyendo un mensaje no es una cosa que tu te ilumines y es la divinidad la que habla a través de tú boca, ¿te fijas? Tú estas construyendo algo, una fábrica también, se construyen artefactos, artefactos sociales en este caso, digamos del museo”* (Sujeto 3). En definitiva, a través de las opiniones de los sujetos se puede ir dando forma de un proceso de objetivación, que busca situar en un lugar definido al museo con respecto a la sociedad.

Es un proceso de asignación de rol, de lo que el museo debería cumplir como cualquier otra institución, pero con un componente fundamental, que lo sitúa en otra escala de valores. Ya que mientras en estas se genera una *relación mecánica con el entorno*, el museo desde sus funciones básicas que son conservar, exhibir y difundir, establece otro tipo de relación con las personas, de hay su carácter cultural y por tanto un estatus especial que hace difícil compararlo con otras instituciones de la sociedad.

Establecido en parte el proceso de construcción selectiva, mediante el cual los sujetos sitúan al museo en la sociedad, se comienza a veces a configurar una esquematización con los elementos que caracterizarían a dicha representación. En este escenario son importantes los componentes organizacionales del museo.

Uno de los elementos que se encuentra presente en todos los sujetos, corresponde a la desigual disponibilidad de recursos que poseen tanto fábricas como museos. Esto se reitera como una de las mayores diferencias, ya que mientras la fabrica es identificada como una institución que maneja una gran cantidad de recursos tanto financieros como humanos. El museo es caracterizado por la falta o carencia de los mismos, *“cómo quisiéramos nosotros tener alguna empresa que nos ayudara o algún banco, o alguna entidad afín digamos pudiera colaborar”*. Incluso, se ve a las empresas como posibles aliados de los museos: *“Estas empresas deberían colaborar con el patrimonio (auspicio)”* (Sujeto 2).

Los recursos financieros, son vistos como un punto crítico del museo. *“Yo creo que una fábrica tiene un potencial de recursos mayor que un museo, porque ellos... hay un capital que se invierte, hay un capital, nosotros tenemos por poner un ejemplo un millón de pesos, ya pero con este millón de pesos nos vamos a mover, vamos a echar a andar esta fábrica, se vende el producto y nosotros vamos a recuperar ese millón y con el remanente vamos a seguir funcionando, ellos funcionan en ese sentido en cambio estas entidades no, nosotros no.... nosotros es diferente, tenemos que generar plata a través de proyectos ellos no, ellos invierten en su entidad y de ahí sale un producto que después les da ganancias, acá nosotros no”* (Sujeto 4). En definitiva, las condiciones especiales de producción del museo, como producción simbólica significa que este se enfrente recurrentemente con el problema de los recursos.

Por lo anterior, el tema de los recursos pasa a ser la gran variable de configuración identitaria de los museos, *“Yo creo que pasa por los recursos,.... mucho pasa por los recursos porque uno podría hacer muchas cosas con la tranquilidad que no importa,”* (Sujeto 4). Agregándose

además, el siguiente comentario: *“hemos tenido bastantes problemas presupuestarios, problemas serios”* (Sujeto 2). Esta situación aparece en todos los entrevistados, por tanto sin duda que es un elemento central en el proceso de naturalización de la realidad social que afecta a los museos. De hecho importantes opiniones hablan de una condicionante estructural que afectaría el desempeño de los funcionarios de museos en general.

En dos entrevistados, aparece incluso la diferenciación entre museos públicos y privados, mencionándose a estos últimos como museos con un número mayor de recursos, justamente por su carácter de privados. Los museos mencionados fueron el Museo Chileno de Arte Precolombino y el Museo Interactivo Mirador. Se produce una dicotomía, al asumir que por el carácter privado de los museos mencionados, estos carecerían de los problemas propios de un museo.

En definitiva, esta representación que hemos enunciado como *museo taller artesanal*, es clave al caracterizar al museo como un espacio productivo definido por tres ejes semánticos: los medios artesanales de producción traducidos en la carencia de recursos financieros y la falta de personal. *“... dado el hecho de que somos un museo pequeñito, más que como una fábrica yo diría que somos un taller artesanal”* (sujeto 1).

#### -El Museo sin vida

En tres de los entrevistados apareció la imagen del museo asociado a un espacio sin actividad, esto porque al presentarles la imagen n° 1 de la fábrica, primero no encontraron una asociación directa con el tema y luego al realizar el esfuerzo, se menciona que esto podría llegar a ser un museo a futuro a través de un par de interesantes opiniones, que visibilizan una imagen del museo como espacio sin vida o actividad.

Sobre la relación entre fábrica y museo, se planteará: *“Bueno podría eventualmente ser un museo, depende de que si estamos hablando de la fábrica si esta funcionando, podría ser un museo de sitio, una fábrica que esta dentro de un circuito que se reconoce como un museo o sea no me parece una temática ajena aun museo”* (Sujeto 3).

Algo muy parecido a lo expresado por el sujeto 4: *“Parecido a un museo honestamente nada, tal vez estos objetos por decir un cosa que están puestos acá que me da la impresión que es una fundición, una planta petrolera, una cosa a sí me da la impresión que ha futuro podría ser considerado como un museo si, desde el punto de vista patrimonial pero a futuro, pero actualmente así como concibo yo un museo no le encuentro relación, porque esto se ve muy frío a esto hay que darle vida”* (Sujeto 4). Una opinión contradictoria, al hablar de un espacio que sólo en el futuro puede tener la condición de museo, por ser un espacio en plena actividad productiva, frente a la idea de darle vida como museo, quizás predomina una condición estética, al percibir el espacio como muy frío.

Pero el discurso más claro y fuerte, que da cuenta de un ejercicio interesante de construcción selectiva corresponde al Sujeto (7), quien apela a saberes especializados para fundamentar su opinión. *“Eh... a este museo en nada, a un museo del estilo de, como se llama arqueología histórica sí,... si yo dejo de hacer funcionar todo esto y lo dejo en el*

*fondo cristalizado en el tiempo y el espacio yo digo que podría ser un museo fabril, pero le tendría que sacar todo lo esta moviéndose, y todo lo que está dando una dinámica externa, sobre todo vehículos y los humos yo creo que en el fondo podría parecerse a cualquier museo en el mundo que hoy es eh... en el fondo lo que fue una ex-fábrica o un ex-lugar de producción” (Sujeto 7).*

Esta representación es muy significativa, pues da cuenta de una idea generalizada sobre el museo como un espacio sin vida, sin movimiento, el museo como espacio cristalizado. Este argumento entra mucho en la lógica más tradicional de la representación del museo como *mausoleo*. Además, me parece sugerente la idea de *ex-lugar*, como un espacio propicio para la instalación de un museo.

#### -El museo como espacio de conservación

En el caso de esta representación, que se anunció con claridad en sólo uno de los entrevistados, marca una línea clásica de configuración de las representaciones del museo. Hablar del museo como un espacio de conservación, es un tópico recurrente en la historia de la museología, por lo cual en casi toda la bibliografía especializada, es recurrente el binomio museo-conservación, en sus distintas acepciones, de la cultura, el medio ambiente, las ideas, la tradición, etc.

Por lo mismo, nos sorprendió su aparición intacta ha comienzos del siglo XXI, quizás en un enfoque más ecológico, pero que no excluye su trasfondo tradicionalista. En el siguiente comentario dicha imagen es muy clara, ahora, pese a que se manifestó sólo en un entrevistado nos parece importante incluirla al reconocer en ella una fuerza estructurante todavía muy potente, con la cual muchos de nuestros entrevistados evitarían referirse, ya que esta en la lógica de lo políticamente incorrecto en la actual gestión museológica.

Desde esta lógica no existe relación entre fábrica y museo, por el contrario ambas instituciones tendrían principios opuestos, “*el museo muestra otra imagen, el museo muestra lo contrario,... en vez de contaminar... el museo muestra como nosotros podemos vivir en un mundo que sea próspero, en un mundo que sea... que vaya en ayuda... como una imagen de lo que debiera ser el mundo, no esto, todo lo contrario digamos... defender el medio ambiente sobre todo a través de nuestro museo, defender la naturaleza, la fauna, la flora, cuidarlo, protegerlo, conservarlo, pero no contaminarlo, no ensuciarlo, eso... nosotros digamos tenemos otra he... digamos nuestra función es tratar de resguardar lo que es el hombre en forma íntegra, preservar los recursos del medio ambiente, la flora y fauna, esos son los mensajes del museo” ( Sujeto 8).*

#### -Museo polifuncional

Referido al tópico de los recursos humanos, emerge otro elemento diferenciador entre fábrica y museo, se trata de la organización interna que esta condicionada por la cantidad de personas que en él se desempeñan, lo ha redundado en lo que conoce como trabajo o condición polifuncional del museo, pero que en definitiva es un eufemismo recurrentemente utilizado

para esconder el problema de la falta de dotación, que sin duda esta determinada por la poca disponibilidad de recursos financieros.

En el museo, la gran mayoría de sus funcionarios realizan dos o tres funciones. Lo cual conlleva a una serie de anomalías de funcionamiento, pero a su vez a permitido la conformación y necesidad de equipos de trabajo.

En cuanto a las anomalías, estas se pueden graficar en el siguiente comentario: *“No yo no es que desprecie el museo, todo lo contrario, no, yo me identifico más con la biblioteca porque siempre mi trabajo fue más a la colección de aspecto bibliográfica, pero muy unido a la colección museológica”* (Sujeto 2). Estas llamadas anomalías en realidad se refieren a problemáticas estructurales y no a como cada sujeto realiza o aborda su trabajo en lo específico.

Los elementos que graficarían las anomalías, corresponden al excesivo polifuncionamiento del personal, lo que acarrea deficiencias en la falta de personal técnicamente competente para ciertas áreas y el estilo coyunturalista para enfrentar diversos requerimientos, como ejemplo se puede citar la experiencia del sujeto 2, quién además de ser encargado de una biblioteca, es encargado de dos inventarios, *“... y a parte, por sí fuera poco, me tengo que encargar también de algunas investigaciones y de hacer visitas guiadas cuando vienen colegios o instituciones”* (sujeto 2).

Sin duda, esta experiencia esta marcada por una condicionante negativa, en cuanto a la organización interna y los niveles de gestión de la institución. En estos casos aparece enunciado una interesante figura que se suma a las deficiencias mencionadas, agregándole la variable de la jerarquía al interior del museo. Al hablar sobre los roles al interior del museo, se dice, *“Están claramente establecidos porque además somos muy pocos, si bien se mezclan mucho porque todos hacemos de todo, por el hecho de ser tan pocos tienen que estar súper bien definidos los roles para poder trabajar”* (Sujeto 3).

Este argumento de definición precisa de roles es muy importante, porque la jerarquía se manifiesta como una gran preocupación para ciertos sujetos. Es la variable en la cual aparecen las primeras disonancias al interior de la representación, marcadas por una clara diferenciación de experiencias. Como aclaración se debe indicar que en cada museo seleccionado se realizaron dos entrevistas una a un directivo y la otra a un funcionario. De esta forma es posible observar como en la construcción selectiva, los sujetos van dando forma y se hacen cargo de los saberes acumulados, de acuerdo a los niveles de información propios se encajan en una representación. En definitiva, de existir un núcleo figurativo predominante, sufre fisuras que requieren un reordenamiento en su interior con tal de si bien, constituirse con esa diversa, la misma no afecte su carácter hegemónico.

Si bien esta “disidencia” se manifiesta lo hace en dependiendo de los casos, en forma más velada o abiertamente: *“Bueno, acá como somos tan pocos nosotros tenemos que desempeñar varias responsabilidades cada uno,... entonces lógicamente que se tiene que cumplir todo el programa de actividades de igual forma, entonces como que se recarga un poquito”* (Sujeto 2). En esta opinión, es posible traslucir una suerte de malestar por como

esta organizado el museo, algo muy similar, pero ya expresado con cierto desagrado, se da en otro sujeto sobre la misma situación: *Jerarquía marcada y estructurada* (Sujeto 6).

Por otro lado, también es importante reconocer cierto elementos de gestión positivos para enfrentar las carencias de personal, en concreto hablamos de la implementación de la metodología del trabajo en equipo, al interior de algunos museos, por ejemplo, es la situación de los sujetos 4 y 8.

En cuanto a la jerarquía se dirá: *“Tanto como jerarquía yo te diría que no, es un engranaje más dentro de la máquina”* (Sujeto 4). Una excelente esquematización para clarificar como se asume el trabajo en equipo en algunas instituciones.

Lo que se suma al siguiente comentario: *“... aquí nosotros por lo menos en el museo tratamos que las cosas se encaucen por una buena línea, que haya por lo menos... que sea objetivo todo y que las cosas se informen y que se tomen acuerdos comunes que no se impongan como aquí en este caso de la fábrica, las cosas tienen que conversarse, tienen que exponerse, tienen que plantearse, pero de forma armónica, no que el jefe decida y lo demás acepten lo que el jefe o la dirección imponga, hay que tranzar, hay que plantearse desde el punto de vista de cada grupo, la administración y todos los grupos que trabajan en el museo, o sea hay distintas formas de ver las cosas”* (Sujeto 8).

En este caso la idea de trabajo en equipo se complementa con una política impulsada desde los servicios públicos referida al Programa de Gestión Participativa, un proyecto que involucra tanto la participación al interior del museo de su personal en la articulación de las políticas, la planificación, etc., como de la comunidad externa a él. Una instancia muy importante que permite o mejor dicho obliga a la institución museo ha ponerse en contacto con su comunidad, estableciendo una cooperación mutua y reciproca. Claro que para que dicho programa se desarrolle de buena forma, el museo debiera contar con a lo menos con un personal suficiente y especializado que se dedique a impulsar dicho programa, porque como acabamos de ver desde el falso polifuncionalismo será difícil poner en práctica una experiencia de ese tipo.

### -Museo Isla

La referencia al museo como un espacio aislado surgió desde uno de los sujetos, y la rescatamos pues dicha imagen también nos pareció sugerente en la configuración representacional. Esta imagen del museo como espacio aislado, posee una connotación positiva, a diferencia de lo que se encuentra en la totalidad de la bibliografía especializada que en torno a este tema, donde se manifiesta una mirada crítica de la situación de aislamiento del museo con respecto a la sociedad.

En lo específico el planteamiento del aislamiento del museo, va de la mano con una mirada idílica sobre el paisaje: *“es que estamos rodeados, así, el museo aquí se respira otro aire, bueno para uno porque estamos rodeados de árboles entonces como fuera, aislados de la contaminación que tenemos al lado, ¿te fijas?”* (Sujeto 6). Esta situación de aislamiento es

agradable para el entrevistado al agregar: *“Me agrada, por que no me gusta como el bullicio de la ciudad”* (Sujeto 6).

Esta situación además, posee como dato interesante que el museo ha sido cambiado de ubicación, de un barrio residencial de clase alta, aun lugar comercial de clase media-baja. Lo cual sin duda constituye una serie de interrogantes y un adaptarse que en palabras de la entrevistado significa, todo un desafío. Ya que mientras en el otro lugar llegaban personas de *“clase social alta”*, *“es que como estaba arriba en Las Condes, entonces ese tipo de gente es muy diferente a la que podría venir aquí, que yo pienso va a ser distinta”* (Sujeto 6).

Al Preguntar sobre sí será positiva esta situación, la respuesta es: *“En una parte como dicen para el pueblo es bueno, porque mucha gente no tiene esa es garantía de venir acá, de ver este museo, en cambio allá era difícil llegar estaba muy lejos, demasiado lejos, en cambio acá estamos central, esta el metro”* (Sujeto 6). Pero esta situación se conjuga con una variable negativa, que a vista del entrevistado será un tema complejo de resolver.

*“Lo negativo acá, los robos yo tengo temor a veces, si porque estos espacios por ejemplo, yo lo encuentro poco seguro”... “Por que tiene muchas entradas, mucho bajito, o sea tendrían que hacer tremendas murallas, súper altas porque los hombres generalmente lo saltan, yo aquí mismos he visto como saltan los ladrones, ahí este espacio cuando usted entra por xxxxx, que lo recibí yo, miré se dan un salto y saltan la otra reja, o sea la traspasan para robar, muy fácil”* (Sujeto 6).

Es interesante la imagen de murallas altas como protección, que si bien están pensadas para el tema de la delincuencia, no deja de ser sugerente, ya que un espacio aislado se caracteriza por dos elementos, ya sea por su lejanía, como era el caso de la anterior ubicación del edificio del museo; y a través de elementos que sirvan de obstáculos, donde un muro alto, es la concreción más evidente.

En el análisis, establecemos que estas ideas de aislamiento en cuanto artefactos materiales, solo son posibles con una representación social del museo como un espacio aislado. La lejanía y el muro, constituyen metáforas muy elocuentes de los anterior.

En definitiva, al cruzar las distintas representaciones sociales configuradas sobre el museo por los sujetos, es posible realizar una primera conclusión sobre este punto. De las 5 representaciones sociales identificadas: taller artesanal, sin vida, conservación, polifuncional/unipersonal y aislado, se encuentran presentes elementos de continuidad, por sobre las diferencias, lo cual podría sugerir la existencia de un núcleo figurativo que se encontraría presente en todas ellas, razón que nos da luces sobre una representación común solo con algunos matices entre los entrevistados. De hecho en el ámbito de las diferencias, la que se planteo más claramente fue la jerarquía al interior del museo.

### 6.3. La representación social del público.

A continuación se presenta un esquema descriptivo con las opiniones más relevantes de esta categoría, para el caso de identificar las representaciones sociales que los sujetos poseían sobre el público del museo, se procedió a mostrarles una imagen que permitía iniciar una conversación sobre la categoría 2, referida a la representación social del público de museos (ver anexo: imagen 2).

**Cuadro N° 2**

Categoría 2	S1	S2	S3	S4
Concepto de usuario	Tipos de público: Visitantes de las muestras. Usuarios de la biblioteca histórica. Visitantes de las exposiciones temporales. Visitantes de las actividades de extensión cultural. Amigos del museo. El público es visto como consumidor y gestor, interacción. La mayor parte son escolares.	Hay todo tipo de público. Mi preferido son los estudiantes universitarios. Usuario prefiere como termino (uso de biblioteca, investigación, Internet). Hay un trato personalizado	El público se siente más cercano a los museos. El visitante tiene en general poco conocimiento de lo que se está exponiendo. La mayor parte del público es de clase media baja. Hay distintos tipos de públicos (escolares, profesionales relacionados a la educación, estudiantes de pedagogía, profesores en ejercicio, investigadores, público familiar, turistas).	El público de los museos tiene sus propios gustos. El público ideal es el que puede colaborar con los museos. Hay distintos segmentos de público (escolares, nivel superior, público general, investigadores). Público es el universo de gente que visita el museo.
S5	S6	S7	S8	
El usuario es el fin último del museo. Le gustaría crear un público. Lo importante es que la gente entre con expectativas que sean cumplidas. Lo ideal es que se porten bien y que valoren lo que miren.	Hay gente que realmente les interesa los museos. Generalmente la gente que va a los museos les gusta visitarlos. Público prefiere como concepto. Un público bueno es la gente que le gusta venir a estos espacios, para tener más cultura y no le hace daño.	Prefiere el término de público. Hay que segmentar los públicos para humanizarlos. Hay público, usuario y consumidores.	Nos interesa lo que el público nos va sugiriendo. El público son escolares, del entorno, familia los fines de semana.	

Como primer paso, buscaremos precisar las opiniones más recurrentes, es decir, identificar los elementos que con mayor presencia se manifiestan en las respuestas de los sujetos.

### El público como diversidad

Un primer elemento enunciativo que aparece en la mayoría de los entrevistados corresponde a la identificación del público como una realidad diversa. En este sentido, no existe una categorización demarcada, fundamentalmente se refiere a tipos diversos de personas que visitan o visitarán el museo. *“Público para mí puede ser el universo de gente que visita un museo, dentro de ese universo grande hay segmentos: escolares, nivel superior, público general, popurrí de gente que no tiene ninguna especialidad sino porque llega, que se yo investigadores”* (Sujeto 4).

Sin embargo, es interesante la cada vez más fuerte idea de segmentar al público, como una forma de identificarlo de mejor manera: *“...creo que es un tema que nosotros estamos tratando de llegar a una mejor precisión y por eso esa mejor precisión llega sólo por una mayor segmentación, al segmentar nuestros públicos, entonces ya empiezan a humanizarse, a través de la segmentación se humaniza...”* (Sujeto 7). Este planteamiento, es muy relevante, pues busca establecer una relación más directa hacia el público del museo.

Siguiendo, con dicho razonamiento es importante ver dos casos concretos de segmentación. El primero, con una clara identificación del público visitante: *“Está primero que todo el público escolar, en segundo lugar esta toda gama de profesionales que esta vinculada al área de educación, y ahí nosotros tenemos los profesores de formación inicial docente, que son todos los estudiantes de pedagogía, los profesores en ejercicio y los profesores normalistas que son también un tipo de público súper definido y que obviamente van a visitar este museo.. . También están los profesores universitarios, ese es otro segmento, después tendríamos a los investigadores que son todos los que trabajan en el área de la educación, al público familiar que es todo el público que yo te digo es de fin de semana,... el otro público son los turistas, que por estar en el casco antiguo de la ciudad... también es visitado por turistas”* (sujeto 4).

El segundo caso es un poco más general, pero de igual forma existe el ejercicio de la segmentación: *“... nosotros en el fondo tenemos cuatro tipos de público”... “Tenemos visitantes de las muestras, tenemos usuarios de la biblioteca histórica, tenemos visitantes a la exposiciones temporales, y tenemos visitantes y personas que participan activamente, que muchas veces generamos las actividades de extensión cultural, entonces para mi el museo es un todo indivisible”* (Sujeto 1). En este caso la segmentación, esta en relación con el tipo de uso que se da al museo, más que a características propias del mismo público.

Entonces, con la presentación de ambos casos y el resto de opiniones de los entrevistados (ver cuadro resumen nº 2) nos encontramos con una opinión generalizada sobre un público diverso, y sobre la necesidad de segmentar. Pero la idea de segmentación difiere en un sentido básico, pues mientras para algunos esta obedece a una condición propia o intrínseca del propio público, para otros estaría dada por el museo en función del uso que a este se le da por parte de las personas que lo utilizan.

Además, la idea de segmentación, esta muy ligada a la una discusión conceptual sobre la definición que desde el museo se da al público y que se ha instalado desde el ámbito de la gestión cultural, e incluso desde las bibliotecas, y no desde el propio museo. Por ejemplo, la relación usuario-público se puede ver en que el primero constituiría un aparte del segundo, *“... bueno es un usuario, es parte del público, un señor que esta mirando, digamos que está visitando esta sala, pero a el le llamo la atención esta,... específicamente esa...”* (Sujeto 8).

Y en otro caso, se vuelve sobre la idea de los usuarios como un tipo de público, personas que recurren al museo por un servicio en particular: *“Si me gusta más la palabra público porque para ser, para esas personas que mas cotidianamente o sea, por investigación no se, yo a esos los llamaría usuario pero que son los menos, el público para mi es lo masivo”* (Sujeto 4).

### El usuario gana

Esta discusión sobre la conceptualización apropiada para referirse al público, se ha instalado particularmente en los museos de la DIBAM, a propósito de diversos programas de modernización de la gestión, y esta referida al tipo de definición que es pertinente utilizar para referirse al público de un museo. Esto porque diversos documentos institucionales han hablado de público, usuario y/o cliente, generando una suerte de confusión conceptual, que podría redundar en los niveles de gestión. Esto nos sirve de marco, tanto teórico como institucional, para ver que conceptos son los que los funcionarios de museos de la DIBAM prefieren o no utilizar para referirse al público, pero fundamentalmente dar cuenta de los cuestionamientos y las salidas a una de las problemáticas más antiguas y complejas en la historia de la museología mundial.

Primero, es interesante valorar la reflexión sobre la temática del público de museos que se manifiesta en algunos entrevistados. *“Fundamentalmente estamos haciendo cuestionamientos con le tema de usuarios yo... ¿Cómo lo puedo definir?, Lo podría definir a través de mi propia vivencia personal, sobretudo cuando era usuario de ferrocarriles y todo lo que me tocó vivir durante mi juventud y parte de mi vida adulta, en el fondo siempre fui público para cualquier tipo de institución y no fui persona... posteriormente empezamos a definir que es público y que es usuario, en el fondo yo creo que uno tendría que llegar a decir que mientras más se acerque a las expectativas de las personas que nos visitan tenemos que volver a redefinir un concepto”* (Sujeto 7). Es interesante, el planteamiento que se sitúa desde lo personal, recogiendo la propia experiencia y validándola, en la búsqueda a una definición más acorde. A lo que es necesario agregar, sus comentarios que dan trascendencia y centralidad al tema de la segmentación como forma más eficaz para conocer al público y llegar a sus necesidades.

Por ejemplo, frente a la opción de definición entre público o usuario, podemos conocer un planteamiento que esta en una línea difusa es: *“Mira no lo tengo muy reflexionado así es que yo hablo,... como en términos de sinónimos, no se si son sinónimos no se cuales son las diferencias entre uno y otro, pero se cual sea, para mí es importante que la gente entre con expectativas que sean cumplidas y que al final salga diciendo bueno”* (Sujeto 5). En este caso predomina la mirada la mirada interna del museo, es decir, más halla de las

especificidades de la persona, importa la experiencia que esa persona desarrollará al interior del museo, algo que es complejo, pues de alguna forma no se está considerando una serie de variables y particularmente las de la persona que visitante, lo que puede plantear, como lo ha comprobado parte de la bibliografía consultada (Bourdieu 1969, Canclini 1989) una desigual recepción por parte del público en cuanto ha segmentos diferenciados de edad, sexo, ocupación laboral, nivel de ingresos, nivel de escolaridad, etc.

En definitiva, es posible visualizar dos planteamientos claros, uno que apunta al público como un conjunto diverso, de acuerdo a ciertos elementos estructurales dados por fundamentalmente el rol, estudiantes, investigadores, etc. pero con la noción de que en el museo todos son iguales, en definitiva, el museo iguala a este público distinto al proporcionar un servicio homogéneo para todos.

El otro planteamiento, apela a la segmentación, y desde esa idea busca identificar las características intrínsecas del público, tratando de conocer y reconocer sus diferencias de composición estudiantes, turistas, investigadores, etc., además de sus gustos y percepciones, por tanto, busca establecer las diferencias en los propios sujetos, “... *yo creo que somos bastante mas felices y nos movemos con mucho mayor facilidad haciendo, por ejemplo un programa acotado para minusválidos... o sea nosotros demostramos una gran prolijidad y eso significa que nos estamos moviendo muy bien en ese segmento de consumidores, de usuarios*” (Sujeto 7).

Ahora a modo de conclusión preliminar de este apartado, es posible visualizar que efectivamente se ve al público como un conjunto diverso, no como un todo, pero predomina una mirada de él fundamentalmente en términos de los diferentes roles que desempeñan en la estructura social: estudiante, investigador, turista, etc.

Esto nos permite visualizar una estrategia de comunicación, con respecto al público, sustentado en un esquema de representación específico. Lo que en primer lugar, ha significado un giro semántico, en un discurso que ha ido remplazando de apoco el vocablo de público por el de usuario, proceso bastante nuevo, que se puede ubicar en torno a unos 10 años, de antigüedad, específicamente desde las políticas de modernización del Estado implementadas en el gobierno del presidente Frei Ruiz-Tagle.

Lo anterior, ha incidido en la alteración de cualquier referente representacional anterior, si pensamos en la historia de los museos y de la museología, tanto en Chile como en el mundo, se ha generado un cambio que había sido exigido desde hace un tiempo importante. En definitiva, se representa a los sujetos por que le dan algún uso definido al museo, EL USUARIO, una persona que ha utilizado cualquier servicio que presta el museo, desde contemplar los objetos patrimoniales, visitar una exposición temporal, hacer consultas en la biblioteca o a los especialistas, etc.

Otro ámbito del debate sobre el público se refiere al uso de la categoría de cliente. En este tópico la discusión sobre la conceptualización mas apropiada para referirse al público, tiene un claro rechazo al uso de la categoría de cliente. “*La palabra usuario no me incomoda en lo absoluto, porque es la relación que se debería establecer, o sea el público debería utilizar el museo, la palabra cliente me incomoda un poco más, más porque en términos de*

*mercado por el cliente, en términos del clientelismo, esa cosa como paternalista de ver casi un tipo súper ignorante, yo le voy a abrir los ojos, yo tengo aquí la fuente del conocimiento, entonces no me gusta la palabra cliente...*” (Sujeto 3).

En este mismo escenario, queda la categoría de consumidor, “... hoy día son instituciones que son productos consumibles o sea tienen una necesidad de ser consumidas, entonces algunos se han atrevido aunque yo no estoy muy de acuerdo, en que son más bien consumidores, entonces llegamos a tres: usuario, público y consumidores, hoy podríamos decir que la palabra más de moda podría ser consumidores, pero me parece tan brutalmente fría...” (Sujeto 7). Identificar al museo como un bien de consumo, concita un rechazo generalizado, de alguna forma se establece una separación entre la actividad del museo, de carácter cultural, y la de otras unidades sociales, específicamente las dedicadas al ámbito económico, como actividades menos relevantes para la sociedad desde un punto de vista simbólico.

### El público bueno

Una temática interesante, fue plantearles a los entrevistados si existiría un público ideal como público de museos. Lo que en términos generales se expreso en opiniones interesantes al configurar las condiciones de como debería ser para los entrevistados un público de esas características.

Encontrar a un público ideal, es sin duda sugerente, pero más lo es la construcción que de él se hace, o sea la posible representación que de él se tenga. “*Pienso que hay gente que realmente le interesan los museos y realmente le gustan, van a entrar y ver la exposición*” (Sujeto 6). Se trataría entonces del típico público especializado, que manifiesta una preocupación permanente por el museo, ya sea en términos particulares, un museo en específico, o de los museos en general. Y que en definitiva posee una actitud muy poco crítica con el mismo: “...habría que preguntarle a los visitantes, ¿cuál es su reacción, hasta ahora no se si el público piensa en ese tipo de cosas, la masa del público, claro sin duda si se manada a una museógrafo, o a un historiador, aun diseñador a visitar la muestra probablemente le va a encontrar más errores que los que le encuentra el grueso del público y probablemente, también se va a plantear la cuestión en esos términos” (Sujeto 1).

En este escenario, efectivamente en lo respecta a un público ideal, es como se le caracteriza: “Rico, pobre, clase media, pero como más que nada un público bueno”... “Un público bueno para mí sería la gente que si le gusta venir a estos espacios de entretención llámese o no sé para tener más cultura que el interesa y no le hace daño, pienso que ese es un público bueno” (Sujeto 6). Y en su contra parte el público malo: “*Un público malo para mí sería un público que destroza, como se ha visto ahora últimamente yo encuentro que los jóvenes están muy mal, a ese público yo le tengo miedo*” (Sujeto 6).

Lo de ideal entonces estaría referido a las cualidades que manifestaría el público en su visita al museo más que a condicionantes económicos y sociales: “*O sea lo ideal es que se porten bien, que valoren lo que miren, pero eso no tiene nada que ver con la edad ni con el sexo, ojala que tengan un comportamiento acorde con un monumento histórico, pero nada más, no*

*habría que clasificar, ojala que tengan buenas actitudes y ojala que tengan una experiencia muy buena”* (Sujeto 5). Este público ideal, entonces debe respetar las normas o reglas establecidas por el museo.

Bajo este esquema un recorrido por las salas del museo sería más o menos como el que a continuación se indica: *“recorren el museo y se les va explicando cada uno de los temas, o les vas aclarando las dudas que ellos tengan sobre algunas colecciones o sobre algunos elementos que en el museo se exhiben”* (Sujeto 8). O sea sujetos pasivos, capaces de adaptarse a los ritmos y normativas propias de un museo. En este tópico vuelve a aparecer el museo, como un espacio que no establece diferencias con el público, de tal forma que todos en su interior puedan disfrutar de las mismas condiciones.

En un resumen analítico de este apartado podemos establecer como primer dato, el fuerte componente institucional que ha permeado los discursos de los sujetos. Es posible dar cuenta de un esquema discursivo muy similar, a diferencia de lo que sucedió en la conceptualización de la institución museo. En este caso, la política institucional, a través de sus programas de gestión centradas en la vinculación de las instituciones culturales del Estado, incluyéndose los museos, para con el público ha tenido logros destacables.

En este sentido, los tres componentes básicos que articulan un discurso social identificable con las coordenadas de construcción, esquematización y naturalización de la representación social del público, se refieren a: i) el público como cuerpo diverso; ii) el usuario como público predominante; iii) la conformación de un público ideal.

En el primer componente, podemos visualizar, que si bien el público es entendido como un conjunto, se asume que esta constituido por una serie de segmentos, dentro de los cuales es posible encontrar a los estudiantes de los distintos niveles educativos, los investigadores, los turistas, y toda persona que requiera algún servicio específico del museo.

Este discurso, por muy sencillo que parezca es clave en la definición final de la representación del público, ya que uno de los elementos centrales de la crítica tradicional hacia los museos corresponde a que este no era capaz de diferenciar que tipo de públicos acudían a visitarlo, sin duda que en esto influye la propia diferenciación funcional que vive la sociedad de fines del siglo XX en su conjunto y de la cual el museo es un componente más.

Un punto clave lo constituye, hoy por hoy, el tipo y sentido de la segmentación que realiza el museo. Esto porque identificamos dos posturas, que en cierta forma podrían reflejar una escala de los niveles de segmentación. Pero, es importante dimensionar que en realidad, esta dicotomía se encuentra presente en un sujeto de todos los entrevistados, por lo cual podríamos considerar su opción como una suerte de núcleo figurativo emergente, por la escasa relevancia que tuvo su mirada en el resto de los entrevistados.

Con esto nos referimos, a que en la gran mayoría de los entrevistados, se nos presento la segmentación como un ejercicio más bien pasivo, es decir, como un reconocimiento de las diversas características estructurales de los individuos, en cuanto propio lugar en la sociedad, por ejemplo, su condición laboral, actividad y jerarquía social, como caso más

recurrente es posible citar a los estudiantes de los distintos ciclos de enseñanza. Lo que nos plantea, es que el museo puede llegar a reconocer que tipo de estudiantes son los que más visitan el museo, incluso sin ningún estudio estadístico de por medio, pero no se asume que elementos son los que posibilitan o dificultan aquella situación, ni menos como los enfrentará el museo a futuro.

A diferencia de lo anterior, la idea de segmentación planteada como forma de humanizar al público, se refiere a una propuesta que incorpora las expectativas, gustos y condicionantes de los públicos que visitan el museo. Por eso, el comentario sobre la política de implementar actividades dirigidas a segmentos diferenciados de público, como el caso de los sujetos minusválidos, constituye una mirada más compleja y arriesgada de dar respuesta a elementos más subjetivos que hacen que las personas en definitiva opten por visitar un museo y no otro, o tras instancias de educación y esparcimiento.

Creemos, que este modelo o política de segmentación, constituye un esquema figurativo emergente, que apunta a una segmentación cada vez más específica y fina en su relación con el público, como esfera de intervención. Pero, claro está que esto ocurra en otros espacios culturales en nada asegura, ni significa su implementación se ve cercana en los museos.

En cuanto a la predominancia de la categoría de usuario, es quizás una de las constataciones más claras que ha sido posible encontrar en el presente estudio. Sobre esto es bueno volver a repetir la gran importancia que ha tenido la estrategia discursiva del Estado para con la esfera cultural y las instituciones que la componen. Esto es clave, porque al momento de identificar el componente discursivo que da cuenta de una representación social sobre el público, el peso que posee la categoría de usuario y su formulación es incontrarrestable.

Alan Trampe, actual subdirector de museos, lo expresa con meridiana claridad: “Al observar la situación actual de los museos chilenos podemos notar un importante cambio, un giro que está trasladando el quehacer museológico, desde el universo de los objetos -y sus múltiples requerimientos- hacia el mundo de los usuarios. Este cambio de perspectiva implica un nuevo reto y la necesidad de un aprendizaje profundo” (Maillard, Mege, Palacios, 2002: 7). En parte podemos decir que ese aprendizaje está bastante avanzado al identificar un discurso masivo y claro sobre el rol del usuario y particularmente su atención por parte del personal del museo.

Es necesario agregar, que si bien en un principio este concepto tuvo algunos detractores, por el carácter utilitarista que está en su base, en detrimento de un perfil más romántico, hoy es un elemento clave en la definición de las políticas institucionales desde la DIBAM y los propios museos.

En este tema además, se inserta el rechazo bastante generalizado que ha tenido el uso del término *cliente*, por ser considerado una exageración más que utilitarista, una suerte de profanación de la vinculación que establece el museo con su público, en el sentido de querer incorporar un carácter mercantil, a lo cual se opone la definición de museo, a estas alturas clásicas, de ICOM “una institución permanente sin fines de lucro...” (ICOM, 1984).

El tercer elemento es interesante, porque pese a existir en un primer momento en varios de los entrevistados un rechazo a la idea de la existencia de un público ideal de museo, igual se llegó en la generalidad a admitir su presencia y conveniencia.

Quizás, el primer rechazo obedeció a la política irrestricta de no excluir a ningún sujeto social y generar las condiciones para que cualquier individuo independientemente de su condición de edad, clase, género, etnia, pueda disfrutar de los bienes culturales custodiados en las instituciones estatales, con la consiguiente política estatal de máximo acceso a la cultura. Entonces, en ese marco plantearse la posibilidad de un público ideal constituía una falta en el esquema ya trazado, que además posee una amplia aceptación social en el escenario de un sistema democrático.

Por ello, cuando se asumió que lo de público ideal no correspondía a ese tipo de práctica, se procedió a dar cuenta de un tipo de público que sobresalía por sus cualidades de comportamiento y acatamiento a las normas que establece el propio museo, independientemente se trate de personas de distinta, por ejemplo condición socio-económica.

Finalmente, en este apartado nos encontramos con una clara representación social que identifica al público como un usuario del museo, caracterizado por diferentes tipos de segmentos, y por una actitud propositiva de cooperación y aceptación.

#### **6.4. La relación museo-comunidad: Las representaciones de un (des)encuentro.**

Este tema consiste en relacionar las distintas representaciones sociales que han aparecido por un lado sobre el museo y por otro sobre el público. Para provocar la conversación sobre este tópico, de tal manera de no caer en afirmaciones demasiado racionalizadas y simplistas, se procedió a mostrar a los entrevistados un set de tres imágenes, que correspondían a diferentes volcanes en distintas etapas de actividad, la primera postal corresponde a un volcán nevado (ver anexo: imagen 3); la segunda mostraba un volcán humeante (ver anexo: imagen 4), la tercera de las imágenes, era un volcán en erupción (ver anexo: imagen 5). Al presentarles las tres postales se les pedía que eligieran la más significativa de la actual relación que el museo, en el cual se desempeñan, mantiene con la comunidad.

A continuación se presenta el cuadro resumen de las opiniones de los entrevistados sobre la relación entre museo y comunidad.

**Cuadro N° 3**

Categoría 3	S1	S2	S3	S4
Relación museo - comunidad	Los museos han abierto sus puertas a la comunidad. La comunidad es la gente que esta girando en torno al museo (profesores, estudiantes, académicos), es variable. Hay una retroalimentación entre los museos y la sociedad, hoy los museos están más activos, hay una transición hacia una transformación.	Hoy los museos cumplen una labor de centros culturales. Hay participación de la comunidad en el museo. El museo tiene clara su misión (preservar, proyectar y dar a conocer el patrimonio de B. Vicuña M. Los museos hoy están más activos, están proyectados hacia fuera, salir al encuentro de la comunidad.	Museo con actividad permanente y en camino a abrirse. Hay más relación que antes con el público. Los museos en general están en actividad.	El museo está en una transición. Ve a la comunidad del museo como lejana. Han tratado de generar actividades para integrar la opinión del futuro público.
S5	S6	S7	S8	
Los museos están en un proceso, hay actividad. La gente esta yendo más a los museos, hay mayor oferta por parte de estos. Falta más evaluación por parte del público.	El museo está en un comienzo. El museo debe estar abierto a la comunidad.	Museo en actividad. Los museos deberían impresionar.	El museo sería la imagen nevada por lo bonito, equilibrado, está bien organizado.	

Museo y comunidad

Por la relevancia de esta categoría, se hace necesaria una aclaración de suma importancia que sin duda desde ya condiciona el análisis de esta parte de la investigación. En casi todas las respuestas del apartado dos se excluyo el concepto de comunidad, siendo que constituye junto con el de usuario, un concepto clave en la formulación de la política cultural del Estado, incorporado en las herramientas y documentos, se hace importantísima su exclusión del discurso social referido al público de los sujetos entrevistados.

Por tanto, cuando los sujetos entrevistados hablaron de la comunidad, fue por que se les puso el tema desde el entrevistador. Y es en esa realidad que se fue aproximando una definición como primer punto fundamental.

*“La comunidad potencial, no es la comunidad real, o sea la comunidad real es la gente que esta girando en torno al museo, son los profesores que traen año tras año, -algunos se repiten otros son nuevos- traen a sus estudiantes de enseñanza básica, media o universitaria, la comunidad del museo son la gente que ha entendido que este es un espacio interesante y por lo tanto han establecido una relación de alianza permanente con el museo, instituciones académicas, sociales de otro tipo, con las cuales realizamos actividades en conjunto. La comunidad del museo también son segmentos del área académica, en particular del área de historia y ciencias sociales que ven en el museo un espacio interesante y ven también la problemática y temática del museo, la vida de xxxx como una temática interesante en que puedan rendir en frutos con respecto de lo que ellos están realizando, ósea es una comunidad en definitiva variable” [...] “...por que tener una cuestión estática y repetitiva, o sea una vez que tu has visto el museo, a menos que sea el Louvre no se, tres, cuatro, cinco veces, no vas a estar viniendo todos los meses a ver la misma muestra museográfica, la muestra museográfica no puede estar cambiando cada tres o cuatro años...” (Sujeto 1).*

En esta definición se entregan elementos interesantes que vuelven a situarse muy de la mano con la noción de público, aparece una comunidad con identidad difusa representada fundamentalmente en grupos organizados y otros de una manera menos clara.

De la definición anterior, compleja y extensa, pasamos a otra más sencilla, *“La comunidad para mí, la comunidad es como un club deportivo creo, y una delegación, eso para mi es comunidad” [...] “Sí es que yo lo veo abierto al público (al museo), la comunidad es como de la comuna” [...] “Para el público en general..., y que también se puedan hacer cosas con ellos (comunidad), no sé la municipalidad... siempre están en contacto, la parte de cultura con el museo, entonces siempre se están haciendo cosas, que los invitan, que van a venir los adultos mayores...” (Sujeto 6).* En este planteamiento nuevamente se establece una relación dual, si bien el museo es para la comunidad se esta pensando en no circunscribirlo en esa ámbito solamente, se ve esta opción como una mirada restrictiva según parece.

Pero, también podemos encontrar una opinión que cuestiona el uso indiscriminado del termino comunidad, *“... comunidad yo... hago una analogía con él termino identidad, porque es un comodín, es decir son las grandes abstracciones con las que nos manejamos diariamente en términos discursivos, ósea la forma de yo salir del paso es decir que esto está hecho por la comunidad, entonces me dicen, oiga don xxxx ¿cual comunidad?... en el fondo nadie entiende, lo mismo que las otras palabras porque son comodines tu los sacas...” [...] “... entonces uno tiene que exigirles a las personas que uno tiene que definir y segmentar de que comunidad se trata, porque sino no tiene valor..entonces toda la comunidad a la cual apunta el proyecto en realidad tiene que ser definida específicamente, entonces la comunidad en general es en el fondo sinónimo de las personas, no tiene ningún sentido si no son segmentadas, estoy hablando de la comunidad niños, estoy hablando de la comunidad de vecinos, estoy hablando de la comunidad de militares... y todos tiene sus bagajes culturales, sus lugares de encuentro y espacios distintos, su sociología distinta...” (Sujeto 7).*

Este cuestionamiento, sobre el uso poco riguroso del concepto comunidad, tiene un grado de certeza que evidencia la incoherencia entre los discursos y las prácticas, y permite vislumbrar un manejo discursivo de lo “políticamente correcto” en el uso de ciertos términos. Muchas veces se apela a estos vocablos como requerimientos de medidas administrativas y de marketing solamente, y en ningún caso conllevan una intervención sobre la realidad social.

El concepto de comunidad, como mencionaba nuestro entrevistador, posee una dimensión territorial, que según parece es muy difícil de asumir en lo concreto. Por ejemplo, volvamos sobre el sujeto 1, quién pese a avanzar una idea bastante coherente de comunidad, continúa planteando ahora un distanciamiento, justamente por la complejidad del territorio. Es interesante como se asume la dimensión espacial: “... *en la práctica nosotros actuamos como un museo santiaguino y nacional como dice su nombre, llegan todo tipo de comunas*” [...] “... *entorno inmediato nuestra comuna es xxxx, pero yo no se si llegan –no tengo fresca la estadística- más colegios de xxxx que por ende, por decirte de la Florida*”. [...] Consultado sobre la importancia de esto, responde, “*No, yo creo que no, porque nosotros tenemos que tener una proyección ambiciosa o sea que no sea, este no es el museo de un pueblito de cinco mil o treinta mil habitantes, no es cierto, es un museo inserto en una ciudad de seis millones de Santiago, y por tanto nuestros usuarios potenciales deberían ser los seis millones de santiaguinos, más otros que vengan a visitar la ciudad ya asea de otras partes del país...*” (Sujeto 1).

En definitiva sin la variable espacial, podemos afirmar que no existe política comunitaria. Un museo que busca situarse con una idea de comunidad sin referente territorial y por el contrario con un enfoque multidimensional de nacional, regional y escasamente comunal o barrial, sumado a un enfoque identitario de gran ambigüedad, manifestándose una mayor preocupación por unos usuarios potenciales, más que por una comunidad real.

Ahora bien, un ejemplo distinto, que involucro la intervención comunitaria lo aportan los sujetos 3 y 4, quienes se desempeñan en el mismo museo, pero con la salvedad que este último en un lapso mayor de tiempo. Se caracteriza dicho accionar por la implementación del Programa de Gestión Participativa mencionado y caracterizado a groso modo, en el apartado anterior sobre la selección de los sujetos.

La implementación del programa se genero en condiciones especiales de reapertura del museo, y por tanto en un momento calve de redefinición de su labor y proyecciones, lo cual explicará en gran parte el carácter de la intervención: “... *los focus goup que se hicieron acá se hicieron un poco para saber cómo la gente veía el museo, que tipo de museos querían, más que focus fue bastante más que eso, toda esta cosa de encuentro... Entonces toda esa información se recogió un poco para ver cuales son los intereses de la gente pero también permite ver cuáles son los distintos públicos que se van estableciendo*” (Sujeto 3).

Esta intervención consistió fundamentalmente en la integración a una red comunitaria, donde el museo, paso a constituir un dialogo con otras organizaciones del entorno, como se explica a continuación: “... *en el año 2000 yo me vincule, dije tiene que haber, empecé con los museos a rastrear, a acercarme a los museos, a presentarme a conocerlos, a*

*hablarles del museo. Después con las entidades académicas que había y educativas hice una puerta a puerta...” [...] “... por el barrio empecé entonces por eso le pusimos comunidad barrial, bomberos, entidades de todo, ahí hay de todo una infinidad de entidades acá entonces todo eso formamos una comunidad barrial y eso conllevó a formar un comité del barrio xxx y tenemos nuestro comité con una casa bien bonita ahí en la calle xxx, una casa bien mononita ...” (Sujeto 4).*

La información proporcionada es fundamental para conocer en que consistió dicha práctica de intervención, sobre todo por su fuerte componente personal más que institucional, una realidad bastante recurrente, es decir, que muchas iniciativas están marcadas por el labor de tal o cual persona: *“Así que ahí nos fuimos generando o sea, yo me fui vinculando y aquí todos me reconocen por eso, porque nadie me vino aquí a golpear la puerta, oye quiénes son ustedes,...” (Sujeto 4).*

En el caso de la presente investigación hemos realizado la opción conceptual de abordar al público de museos como comunidad, por ello el siguiente análisis se centrará en identificar el discurso de la representación social que más se acerque a dicha conceptualización, partiendo de la base de, *“que el museo constituye uno de los componentes del tejido social y, como tal, debe estar totalmente comprometido con el medio en el que le toca actuar, trabajando a partir del conocimiento de las necesidades reales de las poblaciones locales” (ICOFOM LAM, 1994).*

### La metáfora del volcán

Realizando una síntesis de las diversas opciones tomadas por los entrevistados, es posible identificar un panorama sobre la relación que cada museo, e incluso los museos en general, establecen con la comunidad y las razones que sustentan dichos discursos.

Fue interesante el primer análisis que consideró simplemente cuantificar que opción había sido la más elegida, en ese sentido, la imagen tres y cuatro predominan con tres preferencias cada una, le sigue la imagen cinco sólo con dos preferencias. Procedamos a conocer las perspectivas discursivas que están detrás de cada opción.

Como primer dato, se puede mencionar que la agrupación de ideas en torno a las láminas, constituyó una suerte de matriz común que dio muy buenos resultados relacionales, es decir, es compartida por todos los entrevistados, y en ese sentido existe una esquematización de lo que cada imagen connotaba. Grafica muy bien lo anterior, el siguiente comentario del sujeto 8: *“En este (volcán nevado) el público estaría feliz en el primero, donde se ve esta cordillera y este bofedal abajo con este río, aquí sería un público que viene a conocer, viene a observar, a mirar a recrearse y a aprender... acá (volcán en erupción) el hombre... bueno también de la naturaleza así también aprende cosas, pero aprende con riesgo, porque no es una cosa que uno este tranquilo, el hombre tiene que tener cuidado en esta... en esta segunda foto, tiene que andar con cuidado, tiene que tomar ciertas medidas, precauciones... en este mismo volcán (volcán humeante), igual en esta foto tienen que tomar ciertas precauciones, tiene que cuidar... por donde pisa, por donde anda, por donde camina, porque también es peligroso, entonces esto (volcán nevado) sería lo que si uno relacionara con el museo se le acercaría más a lo que es un museo” (Sujeto 8).*

En un tono contrario, es posible distinguir: *“la primera (volcán nevado)... un museo que no,... que sólo causa paz, muy mediático, muy a lo esperado, muy a lo que en el fondo quiero encontrar, la segunda (volcán en erupción).. lo abrupto, el desafío, lo incontrolable, lo que no sabía, ... la tercera (volcán humeante) como que me vuelve aun estado intermedio, en el fondo el vapor, me lleva más bien a pensar que es un museo como este, que en el fondo está más indefinido con respecto a su... a sus consumidores, a lo mejor el vapor lo puedo controlar, puedo... me puedo acercar, acá (volcán en erupción) no me puedo acercar, allá (volcán humeante y volcán nevado) me puedo acercar con mucha más facilidad que acá... con la lava, allá seguro que podría llegar hasta arriba,...”* (Sujeto 7).

Lo que puede ser reforzado desde el siguiente comentario, sobre la pregunta de que imagen representaría de mejor forma la relación que existe en la actualidad entre museo y comunidad: *“... esta (volcán nevado), porque aquí están todos los antecedentes, están todas las cosas que serían factibles de poder... desarrollar, poder mostrar, poder entregar, esta es una cosa que esta en equilibrio...”* [...] *“bueno... el cuidado, la conservación, tomar ciertas medidas como... mirar, como ver las cosas, todo lo que... esta bien organizado, lo que esta bien desarrollado, lo que está bien constituido... sin embargo en este volcán (en erupción) no porque... es peligroso o sea en este aquí como le decía, uno puede hacer uso pero tiene que tomar precauciones y tien cierto riesgo también y también puede morir, sin embargo uno en un museo no va a morir (risas)...”* (Sujeto 8).

La representación de orden, es clara y bastante sugerente, también aparece en el sujeto 6, pero de manera más simple al mencionar, *“Que esta todo bien, todo en orden, todo ok, todo feliz”* (Sujeto 2). Esta representación podríamos denominarla clásica, o tradicional, donde el museo se configura como un espacio estable, institución permanente, una organización centrada en la conservación, todo lo más lejano del desorden, la destrucción, etc. Como ejemplo, volvemos sobre los comentarios del sujeto 8, esta vez sobre la imagen del volcán en erupción, *“... estaría todo patas pa’ arriba, no se sabría donde están las cosas, estaría todo digamos... no habría orden...”* (Sujeto 8).

Al comenzar con este discurso queremos reforzar el carácter casi ontológico de dicha representación, es decir, más allá de cualquier mirada crítica, o de los innumerables cuestionamientos realizados al llamado “museo tradicional”, es toda una revelación su permanencia y reproducción, al interior de la propia institución museo.

Luego le siguen las tres preferencias por la imagen cuatro, que están representadas por la idea de transición, cambio y actividad. *“Como que esta habiendo actividad pero todavía los resultados son un tanto confusos porque lo que emerge de la fumarola para arriba o sea el perfil del volcán hacia arriba que confunde un poco el perfil del museo que podría ser el perfil del volcán, entonces hay una cosa muy difusa ahí y yo creo que en este proceso podemos estar en Chile, probablemente entre estas dos (imagen 3 y cuatro), entre esa cosa media conservadora, media distante, media no se qué, espectacular que no todos obviamente son así...”* (Sujeto 5). Es interesante el posicionarse desde un planteamiento crítico a la opción conservadora, que nosotros hemos caracterizado como “tradicional”, para argumentar su posición.

En esta preferencia, se menciona a su vez que el museo es un espacio en conflicto, “... un volcán que esta activo siempre tiene fumarola arriba, tu siempre estas viendo, yo creo que este podría ser que lo representa mejor, porque éste podría estar más relacionado con el conflicto y yo creo que este museo tiene los problemas que tiene la mayoría de los museos, pero no creo que se defina por el conflicto entre su personal...” [caracterizando el conflicto como un problema interno] “... un problema que he encontrado en todos los museos, yo he tenido la posibilidad de trabajar en muchos museos, durante los 12 años que estuve ahí, me toco trabajar en museos en el extranjero y todo, y te puedo decir que una cosa que es común en todos los museos... es el problema del lenguaje entre las disciplinas, porque el paleontólogo no se entiende con el taxidermista y ese no se entiende con el especialista en educación,.. y ese es un problema en todos los museos del mundo...” [...] “...el usuario, el público o el cliente como tú le quieras llamar, que esta al otro lado y que se supone es el fin último de lo que tú estas realizando, ese tipo se va a encontrar con el producto de una serie de negociaciones y de tensiones al interior del museo, entonces a lo mejor nunca va a entender que eso se produjo, ni siquiera va a ser capaz de decir a yo no entendí lo que me estaban mostrando, el tipo va a decir no me gusto, que es un razonamiento mucho más al nivel de las emociones, va a decir en realidad no me gustó, que fome” (Sujeto 3).

Este argumento de los problemas internos traspasados al público es un punto central en nuestra hipótesis, por cierto que nosotros lo hemos definido desde el área de gestión y difusión, que aparecen como más próximas a la comunidad, pero sin duda, constituye un aporte prologarlo hacia otras áreas sensibles de los museos, como la conservación y manejo de sus colecciones. Un tema clave en los planteamientos que buscan aproximarse a políticas de participación comunitaria en los museos.

Por otra parte, la imagen cuatro también produjo un rechazo en uno de los entrevistados, al identificar la fumarola como un símbolo negativo, el smog de la ciudad, “... esta para nada...” [...] “... porque aquí como que esta cubierta por este smog, esta nube..” Sin duda, es posible atribuir al comentario un carácter ecologista, muy propio de la idea conservacionista que se tiene de la imagen del museo y que algunos entrevistados han hecho suyo.

Finalmente, en este análisis aparecieron dos preferencias por la imagen cinco, que es vista fundamentalmente como una metáfora del poder destructor de la naturaleza, y a su vez por su potencia y fuerza. “Yo diría que esta (volcán en erupción), porque yo soy uno de los que me inscribo en... que la propuesta cultural tiene una gran distancia de las personas... porque no tiene desafíos, es súper repetitiva, si hoy día ocurriera esto (volcán en erupción) todos estaríamos allá mirando o no?, claro porque yo creo que todo lo que es innovador que demuestra en el fondo cuestiones incontrolables, que uno quiere ver que uno quiere conocer y que... que no estaba internalizado en su mente y que en realidad ni siquiera... eh... poder subyugarlo humanamente yo creo que para uno es un gran atractivo y eso tiene que hacer el museo, o sea que un chico cuando entre acá diga ¡Waaaa! ¡Esto es lo que yo quería venir a ver!, es decir cuando yo fui a ver navidad eso me pasó (se refiere a la erupción del volcán navidad), este museo debería ser como este volcán (volcán en erupción) con ideas flotando y cosas,... y además que no lo puede controlar a su pinta (risas) como ellos quieran o sea... no, es que yo quiero que la lava valla para ya, no se

*puede ¿te das cuenta? o sea la lava va para donde quiere, o sea si tu quieres que la lava valla para allá dibújate un volcán y hazle la lava para donde tu quieras, o constrúyete un volcán y lo haces explotar para donde tu quieras, ... no se puede, ... entonces las cosas de la naturaleza son así y así debería ser un museo, que se logre entender eso, que la naturaleza en determinado momento reacciona y no va a tener que ver con el ser humano.*(Sujeto 7).

La otra preferencia por la imagen cinco, se dio en el sujeto 1, quién identifica asu museo próximo a dicha imagen: *“Probablemente, pero a lo mejor son museos más bien del área artística, pero yo veo el museo entre estas dos imágenes, pero sobre todo esta ¿sabes por qué? Porque esta aquí se ve solamente la erupción volcánica, la imagen cuatro, en cambio acá tu ves todo el conjunto, ves la erupción volcánica, el río de lava que llega hasta la planicie, a ver, el volcán puede ser el museo no es cierto, la energía que libera la erupción llega a la sociedad hay retroalimentación, a lo mejor por los daños, pero después esto fertiliza no, la lava es fertilizante a largo plazo, entonces veo más la interrelación. La imagen tres, es quietud, eso eran los museos antes”* (Sujeto 1).

Pero para el caso de los museos en general, se queda con la imagen cuatro: *“... la cuatro, que es la imagen intermedia entre la tres y la cinco, o sea ya no hay la imagen cada vez mas de antaño, es la imagen de la transición, de la transformación”* (sujeto 1).

También, es interesante rescatar las opiniones que ven en la imagen del volcán en erupción una suerte de meta, manifiestan decepción y por lo mismo llegan a aventurar por un lado responsabilidades y por otro posibles caminos de resolución: *“Este no ha llegado la explosión yo la espero que llegue, pienso que no todos los museos vamos a llagar a una explosión propiamente tal y eso va a depender mucho de la falta de recursos, falta a veces el criterio de los directores tu sabes que a veces son así son chiquititos, yo conozco directores que son ínfimos...”* [...] *“Si estamos hablando del museo en general entonces también pasa por eso, porque son poco gestores y yo pienso que un director debe dar ejemplo en gestión ¿si o no? Un director debe dar el ejemplo en ser un buen gestor”* (Sujeto 4).

Indiscutiblemente que parte importante de los comentarios expresan ciertas realidades internas de los propios museos, y aunque no se manifieste abiertamente, constituyen una crítica hacia una situación x, o un superior, u otra unidad, etc.

*“Es que yo, mira cuando tú me preguntas como veo los museos y yo te digo el tres y el cuatro, pero el público también lo meto en los museos y la relación esta entre el tres y el cuatro, y aproximándose a lo que es el cinco y quizás el público esta esperando una cosa así, quizás porque la competencia que tienen los museos con toda esta cosa de multimedia es como muy fuerte, entonces a lo mejor el público esta esperando una cosa así y nosotros estamos entre el tres y el cuatro, ahora yo no veo el divorcio yo creo que la gente esta yendo cada vez más a los muesos hay más ofertas, mejores ofertas creo que esta siendo más legitimo el panorama de ir al museo, no se que tanto pero aquí en Santiago yo creo que si”* (Sujeto 5).

*“Una cosa es las encuestas y otra cosa yo creo es la observación directa de los involucrados, yo creo que es muy bueno que los directivos y los administrativos vengan a hacer turno y tenga contacto directo, que ya no pasa por la encuesta pasa por lo que tu percibes que la gente ve, y como reacciona ante lo que ve, o si le da lo mismo y pasa de largo, algo pasa ahí, yo creo que eso es bien importante también que es en el fondo como una agudización pero a través de los sentidos pro directo no a través, no mediatizado por una encuesta, si tu vez que si una familia lo pasa bien tu ya tienes la retroalimentación si ves que una familia sale súper mal, sale aburrida y a veces la gente también lo dice, oye el museo fome” (Sujeto 5).*

Por otro lado, también se expresan los enfoques más optimistas e intimistas, aquellos que valorizan muy positivamente los cambios de los últimos años y que buscan en la relación directa con el público encontrar respuestas a las interrogantes de una relación que sigue siendo compleja entre museo y comunidad.

### **6.5 La formación en museos.**

En este ámbito nos interesa realizar un perfil de cada uno de los entrevistados en relación específica con su formación en el área de los museos. Parte de nuestra hipótesis se plantea que gran parte de los problemas que afectan a la institución museo, particularmente en Chile obedece a la falta o deficiencia en una formación especializada en el tema. Esto implica el carácter eminentemente práctico del quehacer de quienes se desempeñan en los museos.

A continuación, un cuadro resumen sobre el tema de la formación en museo, en los sujetos entrevistados.

**Cuadro N° 4**

<b>Categoría 4</b>	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>
La Formación	Historiador. Es necesario  No cuenta con cursos en museología.	Es Bibliotecario, lo que le ha ayudado en su desempeño en conocer mejor a la gente, experiencia y comprensión.	Profesora de Historia, Geografía y Educación Cívica. Luego estudió museología científica. Encuentra necesario que haya interdisciplinariedad.	Profesora de Biología, Química y Licenciada en Educación. Lo primero que le sirvió fue su desempeño en la Quinta Normal y lo segundo, en el manejo de grupos. No ha recibido capacitación en museología ni museografía. museal.

<b>S5</b>	<b>S6</b>	<b>S7</b>	<b>S8</b>
Profesor de Historia. Cursos de planificación estratégica (DIBAM). No tiene formación en museología.	Secretaria. Cursos de la DIBAM como psicología con niños, stress, prevención de riesgos. No cuenta con cursos sobre museos. Cree que es interesante que hayan cursos de formación en museos	Antropólogo. Magíster (c) en Gestión Cultural y con capacitación en otras áreas de gestión. Ha asistido a “un sin número” de cursos de museología. Esto le sirvió para solucionar el problema de la inserción del museo en la comunidad.	Profesor de Biología. Ha tenidos cursos de museología y también en la parte científica (colecciones científicas, conservación museológica, técnicas de conservación, evaluación de material para la exhibición).

Por ello pensamos en que era interesante, conocer de nuestros entrevistados sus opiniones del tema. En el caso de datos específicos estos se encuentran el cuadro de resumen adjunto. Pero podemos indicar que de los 8 entrevistados 3 de ellos reconocen haber recibido una formación en museología, mientras los 5 restantes no.

Sobre la importancia de la formación en museos, se afirma: *“Una te sirve para repensar el museo como institución o sea que es lo que es un museo en definitiva, y lo otro para repensar tus prácticas profesionales, tu te abocas a la tarea de desarrollar actividades para el público por ejemplo, pero tú tienes que pensar cuando estas desarrollando esas actividades a que público vas a apuntar, cuál es el mensaje que quieres pasar, por qué, te fijas y todo eso, esa formación técnica te permite tener herramientas para hacerlo, te sirve muchísimo”* (Sujeto 3).

Otra opinión en la misma línea es la del sujeto 7: *“Eh... fundamentalmente,... el ser profesional,... conocer del método científico, un amplio espectro cultural de una carrera como antropología,... viajar por distintas partes el mundo, no demasiadas tampoco,... y como te digo el bagaje cultural fundamentalmente asociado a la profesión y... distintas publicaciones y tener que trabajar sistemáticamente como científico y sumado a eso una gran capacitación en otras áreas de gestión cultural,... que fundamentalmente sin ella no*

*podría haber llegado a ejecutar este proyecto (el museo) que está bien hecho,... en esos términos me desempeñé bien, lo que pasa es que tiene un gran déficit en el fondo que,... la gente no se ha enterado, pero en realidad nosotros, en realidad como institución no hemos tenido capacidad de lograr que la gente se entere, que el verdadero problema no es que tenga culpa la gente, por lo tanto lo que tengo que,... desarrollar ahora con mucha fuerza este próximo año, es una labor de marketing de inserción de este museo y de esta propuesta en la comunidad poderla perfeccionar en varias áreas que ya está deficitaria y poderla ampliar,... hacer un museo definitivamente representativo de la historia y la naturaleza de la región xxxx” (Sujeto 7).*

Ambas opiniones posen en común destacar la importancia de la formación, como una herramienta válida para la gestión y trabajo concreto, reforzando la idea de que una medida importante en los museos del país esta referida a espacio de formación que generen discusión y reflexión sobre los quehaceres del museo y particularmente en uno de los puntos más sensibles de la gestión museal, que es la relación que establece el museo para con su comunidad.

## VII CONCLUSIONES FINALES

A través del análisis de las respuestas que los sujetos nos han entregado podemos llegar a formular ciertas conclusiones de trascendencia para el desarrollo de los museos en nuestro país. Para ello, debemos retomar la hipótesis central de nuestro trabajo, que consistió en el reconocimiento de que los trabajadores de museos poseen *representaciones sociales*, de los propios museos como objeto sociales, y que estas representaciones se constituyen en estructuras-estructurantes que guían las creencias y los comportamientos de dichos individuos.

Además, anunciamos la existencia de un *habitus*, mecanismo regulador que capacita a los sujetos en el enfrentamiento de su cotidianidad, los imprevistos, las situaciones siempre cambiantes, y en lo particular, con los elementos críticos de toda acción social. Una suerte de sistema de disposiciones duraderas y cambiantes que guía las percepciones y acciones (actitudes), y que posibilita la realización de infinitas tareas dentro de las cuales están las del museo.

En lo fundamental, se busca identificar la representación social que los sujetos han enunciado como discurso social en las entrevistas, a través de comentarios, juicios de valor y/u opiniones sobre los museos, el público y la relación entre museo y comunidad.

**-Primero**, del análisis de los resultados hemos podido identificar cinco tipos diferentes de representaciones sociales del museo, estas son:

1) El Museo como Taller artesanal: “*...todo pasa por los recursos...*” (Sujeto 2).

Si bien el museo es reconocido como una unidad productiva, no se clarifica que tipo de bien es el que produce, más bien esta representación se organiza en torno a las limitantes estructurales, léase escasez de recursos, con las cuales el museo se enfrenta. En gran medida el museo estaría definido desde la falta de recursos.

2) El Museo Sin vida: “*...si yo dejo de hacer funcionar todo esto y lo dejo en el fondo cristalizado en el tiempo y el espacio, yo digo que podría ser un museo fabril, pero le tendría que sacar todo lo que esta moviéndose...*” (Sujeto 8).

Quizás una de las representaciones más interesantes correspondió a la imagen de relacionar museo como un espacio sin vida. De esta manera, en las palabras de algunos de los entrevistados se evidenció una relación que caracteriza al museo como una institución preocupada más en lo muerto que en lo vivo. Algo que Valery, había anunciado hace un tiempo, al relacionar el concepto de museo con *mausoleo* “... objetos con los que el observador ya no tiene una relación vital y que están en proceso de extinción” (Adorno citado en Crimp, 2002).

3) Museo como Espacio de conservación: “*... el museo muestra lo contrario...*”

***nuestra función es tratar de resguardar lo que es el hombre en forma íntegra, preservar los recursos del medio ambiente, la flora y la fauna, esos son los mensajes del museo”*** (Sujeto 8).

En esta representación, el museo aparece como una entidad de resguardo de la sociedad, el medio y el hombre en su conjunto. Esta representación se situó en contradicción con la fábrica fundamentalmente al articular un discurso moralista de gran potencia, que definía fines distintos para ambos.

Hemos caracterizado a esta representación social de “tradicionalista” por identificarse con los discursos museales de viejo cuño. El museo tradicional se ve como un fin en sí mismo, y tiende siempre a la protección de las obras como su gran tarea primordial “Hernández, 2006).

4) Polifuncional: ***“... yo soy director, pero al mismo tiempo, soy sin tener el título oficial, relacionador público... soy periodista, porque tengo que redactar las noticias para la web, preparar la cartelera cultural, etc., etc.”*** (Sujeto 1).

Esta representación, constituye una de las más generalizadas, tiene una gran relación con la primera referida al “taller artesanal”, pero en este caso específico, se argumenta la falta de recursos humanos como una característica de los museos entrevistados.

En el caso de la presente investigación se selecciono a museos dependientes de la Subdirección de Museos de la Dibam, compuesta por los museos regionales y especializados, instituciones conformadas por un número pequeño de funcionarios; una deficiencia reconocida por las propias autoridades; sin embargo, es importante como se traduce este dato objetivo en la conceptualización del museo y sobre todo en como esto afectaría su relación con la comunidad.

De echo esta situación a traído dos tipos de consecuencias para los museos, una es la implementación de la metodológica del “trabajo en equipo”, generando grupos de gestión de carácter colegiados, una técnica muy auspiciada por las actuales políticas de gestión estatal. La otra consecuencia, es la que manifiestan los propios entrevistados, se trata de la polifuncionalidad, en palabras sencillas pocas personas realizando dos o más funciones, sin tener el expertisaje adecuado. Por ello en la mayoría de las opiniones es posible rastrear un malestar frente a esta situación.

5) Isla: ***“... a mí lo que más me preocupa es la parte seguridad, porque este edificio tiene muchos recovecos, laberintos, entonces pienso que es difícil tener a la gente quieta, supongamos que a este museo viene demasiada gente, se van a expandir por cualquier parte y ahí... puede ser que venga gente mala...”*** (Sujeto 6).

En este caso predomina una mirada sobre el museo, como un espacio en permanente agresión, de ahí la idea de ojála tenerlo aislado del resto de la sociedad, y además de asegurarse el acceso de ciertas personas. Esta imagen bastante ingenua, conlleva una serie de practicas al interior del museo que lo hacen transformarse en una institución

excluyente más que integradora, al situarse el miedo al otro, como parte central de la práctica social en el museo.

Con esta tipología de representaciones sociales sobre el museo, estamos en condiciones de identificar como primer paso, como se conceptualiza a esta institución desde los propios sujetos que la conforman. En este escenario, partiendo de un esquema que establece tres fuentes básicas de creación de las representaciones sociales (Ibáñez citado en Vega et al, 1998): fondo cultural común; mecanismos de formación internos; y comunicación social e interpersonal. Creemos que es posible agrupar las cinco representaciones sociales en dos meta-representaciones, que difieren en alcance y contenido.

Por ejemplo, al establecer un cierto fondo cultural común, que da cuenta de un entramado cultural específico, como es el caso de los museos, expresado en dinámicas propias de quienes trabajan en ellos, es que podemos comprender la representación del “taller artesanal”, como una representación funcional, es decir, que expresa en gran medida las condiciones sociales de producción cultural en las cuales se desenvuelve el museo, esto es la carencia de recursos económicos.

Cómo, esta carencia conlleva una serie de prácticas, siendo muy importante la de polifuncionalidad, nos damos cuenta que este mecanismo de formación interno, es una matriz que ha transformado este “saber” en base de conocimiento y se ha materializado en la palabra por medio de la cual se expresa fundamentalmente un malestar que estructura pensamiento y acción. En definitiva, si hay cierto tipo de funciones que debo cumplir pero que en realidad no son mí fuerte, no es posible esperar desde resultados óptimos.

Sin duda, que ambas representaciones (taller artesanal y polifuncional), están articuladas desde un proceso de comunicación social e interpersonal que refuerza el carácter distintivo del trabajo en los museos con respecto al resto de la sociedad, y que esa distinción es una variable recursiva de la construcción social de los museos, “... *yo creo que en la gente que trabaja en el área de la cultura, si existe esa sensibilidad, están trabajando en un área que se considera importante, yo creo que el trabajo en los museos independientemente si puede ser bien o mal pagado, es valorizante para la gente...*” (Sujeto 3).

Entonces, podemos afirmar que las representaciones del “taller artesanal” y “polifuncional”, se sustentan en una mirada más interna y organizacional del museo, donde sin duda, la representación del polifuncionalismo cabría en la primera del “taller artesanal”, que como ya podemos anunciar, pese a su carácter interno, influye en la relación que establece el museo para con el público, fundamentalmente en la falta de medios que puedan posibilitar dicha comunicación, un tema recurrente en alguna de las entrevistas: falta de avisos, afiches, etc.

Con lo cual, no estamos abordando la problemática en un sentido más profundo cosa que sí esperamos hacer en el tópico del público y la relación museo-comunidad.

Ahora bien, en el caso de las representaciones sociales del museo, “sin vida”, “espacio de conservación” e “isla”, se ve claramente en ellas un ejercicio de configuración representacional de complejas y profundas raíces.

En cuanto, a la existencia de un fondo cultural común, este posible pesquisarlo en la historia de los museos y en como estos han configurado representaciones sociales que se han perpetuado en el tiempo, he incluso con la complejidad mayor de haberse reconvertido en nuevos discursos y practicas sociales en la actualidad.

Porque, hablar de reconversión, porque las tres representaciones, abordan problemáticas actuales y es desde ese escenario que se constituyen como validadas, por ejemplo, en el caso de la representación del museo como “isla”, lo que emerge es el discurso de la seguridad social, no otra cosa, instalado en el centro del museo. Por tanto, sin duda que en esto ciertos mecanismos de comunicación social presentes en el personal del museo, condiciona en parte sus discursos y practicas sociales articulando posibles soluciones de problemas actuales, desde planteamientos bastantes antiguos como, proteger o aislar el museo de la sociedad. Sigue dando vueltas, la imagen de una gran pared que pueda evitar que este público “malo” pueda acceder al museo, es claro que detrás de la idea del muro, esta presente la política de exclusión, como un mecanismo de defensa.

En el caso de la representación del museo como espacio sin vida, el entrevistado, comenta su conocimiento de experiencias donde se ha transformado una fábrica en museo, y lo esta pensando según él, desde esa óptica más bien académica, “... *yo en esto tengo un referente más bien formal, si yo no hubiera estudiado que se han instalado en muchas partes del mundo museos sobre esas estructuras físicas en realidad podría haber entregado una definición distinta, pero ya tengo en el fondo internalizado en mi cabeza que si yo le quito todos los movimientos... bien podría ser perfectamente un museo...*” (Sujeto 8). Pero lamentablemente, homologar lugar sin vida con museo, es un referente representacional muy fuerte y violento.

En el caso de la representación de museo como “espacio de conservación”, también es interesante el proceso de reconversión, ya que puntualmente, el entrevistado, es capaz de argumentar en defensa del medio ambiente, por sobre la lógica destructiva de la fábrica. Es un discurso ecológico, que sé resignifica en el museo y la conservación. O podríamos decirlo en contrario, es el discurso del museo como conservación que sé resignifica en la protección del medio ambiente. Como sea, esta representación más bien actúa como conservadora de su propia existencia.

En estas tres representaciones, ha sido posible identificar poderosos cuerpos de creencias sociales anclados en discursos y practicas con la capacidad de transformar la realidad social al naturalizarla en sus propios esquemas. Organizar una meta-representación de las tres representaciones es bastante sencillo, pues ha sido un ejercicio que los museólogos y otras ramas afines se han dedicado bastante tiempo en definir. Desde la nueva museología, se podría definir esta meta representación social como la del museo tradicional, donde se asume que los objetos museales están muertos, sin vida, donde se ha visto al museo desde la idea de museión, templo de las musas, con un fuerte acento en la idea de templo, espacio sacro, de contemplación y por cierto, con la idea básica de conservación, un discurso que sitúa al museo como una institución permanente de la sociedad, permanencia reflejada en edificios solemnes, impositivos, espacios de respeto al pasado, a la prohibiciones, no tomar fotos, no tocar, no hablar, no, no, no (Dujovne, 1995).

**-Segundo**, en el caso de las representaciones sociales del público, lo primero sería decir que este apareció poco, se ve todavía como algo distante, difuso, impersonal, complejo y vago. Por ello, es interesante que mientras se pueden apreciar ciertos discursos sociales de la integración y la participación, mucho de esto queda en una afirmación bastante vacía.

Sin embargo, se perciben ciertos elementos que hacen pensar en una suerte de ransición o cambio al interior de los museos, parte de esto es la lógica de segmentación del público que apareció en casi todos los entrevistados, incluso es significativa la idea de asociar la segmentación con dar cierta humanidad al público, un dato relevante, pues apunta a una dinámica de gestión cada vez más compleja y diversificada, aunque es posible dar cuenta que la famosa segmentación esta fundamentalmente en un plano de diagnóstico, es decir, saber quienes son los que nos visitan.

A este respecto, podemos decir que ningún entrevistado se baso en algún dato duro o fuente estadística para su argumentación, entonces la idea de segmentar caería como es posible de suponer en una practica de “taller artesanal”, es decir, una idea sobre que tipos de públicos son los que visitan el museo, derivado de impresiones y experiencias, mas que de otro tipo de fuentes. Solo habría que destacar los casos de los sujetos 3 y 4, quienes dieron cuenta de unos focus goup, como sistema de conocimiento de futuros públicos.

También, y como un elemento clave de la investigación es que en todos los casos, fue necesario introducir el concepto de comunidad desde el entrevistador, algo que a todas luces constituye una de las más evidentes conclusiones, por evidenciar la poca preocupación, o falta de redefinición del rol social del museo. “Si durante mucho tiempo el museo ha vivido de espaldas a la sociedad y esta no había tomado conciencia de la importancia que el museo podía tener como instrumento de desarrollo sociocultural al servicio de la comunidad, hoy podemos decir que la situación ha comenzado a cambiar” (Hernández, 2006: 182). A pesar de Hernández y nuestro, podemos sugerir que dichos cambios en Chile todavía no comienzan, porque como veremos, toda política y practica social requiere de una definición que le de sustento, y en nuestro caso sólo se encuentran escasas experiencias.

Para los casos analizados se identificaron tres tipos de representaciones sociales:

1) El público diverso: ***“El público se segmenta, el museo es uno solo, pero el museo tiene que estar preparado y abierto a distinto tipo de público”*** (Sujeto 4).

En el caso de caracterizar y dar identidad al público, este fue definido desde la lógica de la segmentación, que como ya afirmamos en el análisis puede ser vista de dos maneras. Una como discurso que es capaz de reconocer distintos tipos de públicos, fundamentalmente desde los sus roles sociales, estudiantes, turista, investigador, etc. Y la otra, como un tratar de dar cuenta en forma más específica, no solo que tipo de público es, sino que buscando identificar sus aspiraciones, intereses y gustos, etc.

2) El usuario gana: ***“... para mi el usuario es el fin último del museo...”*** (Sujeto 5).

La practica de la segmentación, permite establecer un perfil de usuario del museo, identificar a las personas de acuerdo al uso que realiza de los servicios que entrega el museo. Y como se menciona en la cita, este usuario sería sujeto de todas las políticas del museo. En las entrevistas apareció en forma recurrente la idea de usuario, por lo cual en definitiva esta constituye la representación social dominante sobre el público. De echo, la idea de público se desecha por su carácter abstracto y la de cliente, es rechazada y criticada por su evidente connotación mercantil.

Sería muy interesante volver a evaluar en un futuro este aspecto, porque si duda que los conceptos de comunidad y cliente, conllevan una carga simbólica mucho mayor que la de usuario, entonces en esta política y momento de redefinición de los museos, sus discursos y practicas, sería muy interesante ver cual predomina a futuro, si la de cliente con una fuerte carga comercial, de comunidad caracterizada con un modelo más comunitario, o se mantiene esta otra más funcional de usuario.

3) El público bueno: ***“Buenas actitudes, como que respeten las normativas, que si esta prohibido fumar, que no fumen...”*** (Sujeto 5).

Otro aspecto interesante, fue la consulta por la existencia de un público ideal. De echo se descarto, la idea desde una lógica discriminatoria, o sea de plantearse que un cierto tipo de público fuera el ideal, según edad, sexo, etc. Pero, sí se planteo, la existencia de ciertas condiciones en el comportamiento que hacen que un público sea ideal o no. Por ello, cuando el sujeto 6, se expreso en torno a la alusión a un público bueno y otro malo, fue muy interesante, como elemento que complementaba la propia representación social de museo. Una conclusión a estas alturas bastante evidente hace mención que el carácter de complemento que poseen las representaciones de Leo museo con las público elaboradas por los sujetos seleccionados.

**-Tercero**, como eje teórico de la presente investigación, se asumió una conceptualización de museo y de su público. El primero fue definido, como un “museo integral”, “institución que esta al servicio de la sociedad a la que pertenece y posee en sí mismo los elementos que le permiten participar en el proceso de formación de la conciencia de la comunidad a la que sirve” (Declaración de Santiago de Chile, 1972, citado en Hernández, 2006). Esto es, como lo plantea Fernández, desde la nueva museología, una mirada antropológica del museo, como institución viva, dinámica, capaz de influir en la conformación de la propia sociedad.

Para el caso de público, asumimos la noción de comunidad, como una forma de dar cuenta de una definición que busca identificar a los visitantes del museo, como un cuerpo orgánico caracterizado por una historia, aspiraciones y valores comunes. En este sentido, podemos afirmar que la idea de comunidad, si bien enfatiza y concretiza la pertenencia del museo aun espacio territorial, en nada significa una restricción, por el contrario.

Entonces, indiscutiblemente que optamos por una política de gestión museal comunitaria, lo cual también conlleva un enfoque antropológico, al establecer una relación con el público desde reconocimientos mutuos y claros. “La nueva museología propone un modelo de trabajo, dentro del museo, más participativo y abierto al dialogo con todos los miembros de la comunidad” (Hernández, 2006: 189). Por eso esta parte era tan importante, pero

evidentemente, que en las entrevistas, así como en el análisis se ha podido ir vislumbrando que esta meta se alejaba cada vez más.

Por ello, es que se hizo necesario primero caracterizar que era lo que se entendía por comunidad por parte de los sujetos, y por cierto que este concepto se confundía demasiado con el de público, o mejor dicho se solapaba en él, es decir, no se habla de una comunidad concreta, sea habla de realidades abstractas, generales. Sólo en dos casos se percibió ideas y actitudes distintas que apuntan al encuentro, la participación y acogida de las iniciativas ciudadanas, eso sí todavía muy limitadas y faltas de un desarrollo mayor, quizás por lo mismo dando cuenta del estado de la gestión comunitaria en nuestro país. Ya que encontrar al museo con las puertas abierta a la comunidad o sociedad, significa un gran desafío y una interesante apuesta, *“un lugar de encuentro y discusión de temas sociales, políticos, académicos, culturales... se une con una o se explica por una concepción del museo que rompe con esta concepción fetichista del museo de objetos valiosos”* (Sujeto 1).

1) Museo y comunidad: *“Mire es que se podría tomar como que fuera la comuna, pero también se les llama a los del sector no más”* (Sujeto 6).

Hablar de museo y comunidad constituye claramente una abstracción, es una metáfora para identificar cualquier tipo de relación que existe entre el museo y los visitantes, donde incluso puede estar alguien que compra un servicio, o sea un cliente. La comunidad, carece de definición precisa, es todo aquel que se acerque por una u otra razón al museo.

Hablarles a los museos de gestión comunitaria, significa bajarles el perfil, es minimizar su “importancia”, una ofensa, pues todavía predominan visiones elitistas como las que podemos agrupar en esa meta-representación social del museo tradicional, donde cada persona, *“busca sus diferentes atractivos”* (Sujeto 8) en una muestra que fue diseñada y planificada por otros.

Esta meta-representación establece una mecánica unidireccional de la resignificación del patrimonio y una escasa valoración de la comunidad, como un actor relevante en dicho proceso. Por eso, las selecciones sobre las postales de los volcanes, se enmarcaron en una relación que explica muy bien el sujeto 7:

*Yo diría que esta (volcán en erupción), porque yo soy uno de los que me inscribo en... que la propuesta cultural tiene una gran distancia de las personas... porque no tiene desafíos, es súper repetitiva, si hoy día ocurriera esto (volcán en erupción) todos estaríamos allá mirando o no?, claro porque yo creo que todo lo que es innovador, que demuestra en el fondo cuestiones incontrolables, que uno quiere ver, que uno quiere conocer y que... que no estaba internalizado en su mente y que en realidad ni siquiera... eh... poder subyugarlo humanamente yo creo que para uno es un gran atractivo y eso tiene que hacer el museo, o sea que un chico cuando entre acá diga ¡Waaaa! ¡Esto es lo que yo quería venir a ver!, es decir cuando yo fui a ver Navidad eso me pasó (se refiere a la erupción del volcán navidad), este museo debería ser como este volcán (volcán en erupción) con ideas flotando y cosas,... y además que no lo puede controlar a su pinta (risas) como ellos quieren, o sea... no, es que yo quiero que la lava vaya para ya, no se puede ¿te das cuenta? o sea la lava va para donde quiere, o sea si tu quieres que la lava vaya para allá dibújate un volcán*

*y hazle la lava para donde tu quieras, o constrúyete un volcán y lo haces explotar para donde tu quieras,... no se puede,... entonces las cosas de la naturaleza son así y así debería ser un museo, que se logre entender eso, que la naturaleza en determinado momento reacciona y no va a tener que ver con el ser humano. (Sujeto 7).*

Sin duda que esta opinión es crucial, porque pone el acento en la comunidad, e incluso advirtiendo de su carácter inmanejable, quizás una de las ideas que hacen que sea tan “conflictivo” plantearse un trabajo de ese tipo.

**-Cuarto,** hemos querido abordar en la presente investigación lo que podemos caracterizar como la construcción social de museos, un resultado estructurado por una formación cultural común, mecanismos de formación internos y de comunicación social donde las personas son vistas como entes pasivos, donde sigue predominando el rol del especialista, donde el museo sigue con su carga elitista, decidiendo lo que es bueno para esas personas, a las cuales les está permitido el rol de usuarios, un uso caracterizado por un esquema funcional, sino incluso de rasgos mercantiles.

Todavía predominan en el actual escenario museal imágenes del museo, como una unidad construida desde la experiencia, lo cual redundaría en la poca reflexión, si se considera que los sujetos seleccionados fueron personas del área de dirección y de atención de público, la situación es aún más compleja por ellos están en relación con el público, le han visto la cara, los han sentido, acompañado, por lo cual sería muy interesante un ejercicio similar con los otros integrantes del museo como una forma de complementar, los resultados, que a la luz de los acá presentados no debieran producirse muchos cambios.

La escasa formación especializada ha perpetuado y consagrado, creemos, estas visiones. La formación se focaliza en cursos de conservación, gestión, centrada en los elementos administrativos, algo se ha avanzado al incorporar elementos de gestión, pero muchas veces las prioridades son otras, como por ejemplo, la obtención de recursos, un problema recurrente y bastante preocupante. Existe, además poca discusión, falta de reflexión, cambios y cuestionamientos, la postal del volcán en erupción, era la más polémica, en varios transmitió temor, el mismo que se manifestará el día que la comunidad comience a exigir mayor participación real en la definición de cual es su patrimonio y las mejores formas de gestionarlo, por ellos y para ellos.

Todo lo cual ha significado, que lo que puede entenderse, como campo patrimonial, esto es un espacio social, donde ubican distintos agentes patrimoniales, dentro de los cuales el museo es un central, y en el que se produce el proceso de patrimonialización, se caracterice por la existencia de un *habitus*, que se expresa en las representaciones sociales analizadas y visualizadas como hegemónicas en el presente estudio.

Donde el museo, es conceptualizado como un espacio elitista, sacro, que debe ser cuidado, protegido, conservado, por sobre cualquier otra razón. Además, de una mirada social sobre el público en cuanto usuario, sin identidad, ni aspiraciones. Todo esto redundaría en un tipo de relación entre museo y “comunidad”, desde una institución que se siente distante, o mejor dicho que se organiza e institucionaliza desde la distancia social.

Los resultados requieren de una profunda re-revisión, de una necesaria intervención y sugieren que se implementen acciones que apunten a generar cambios lo antes posible, al interior del museo. Ahora, bien, en lo concreto, es desde el propio espacio del museo desde donde nos interesa hablar, discutir e intervenir, independientemente, que también la propia comunidad deba asumir un rol más activo, por ello la mejor conclusión se patentiza en la siguiente cita:

*“El desafío es socializar un discurso (entendido este también como práctica social), que incorpore a nuevos actores a la discusión acerca del patrimonio, no sólo por una buena intención de apertura y acogida de parte de los gestores patrimoniales, sino por la urgencia de vincular el patrimonio cultural con el desarrollo social y local, para que este adquiera nuevos sentidos y valoraciones en el seno de las comunidades (Maillard, Mege y Palacios, 2002: 10).*

## BIBLIOGRAFÍA

-AGUAYO, V., VEGA, D. Y KARLA ZAMORA. 1998. "Género en los adolescentes de hoy: Un estudio de representaciones sociales en una población de adolescentes secundarios de establecimientos educacionales de Valparaíso y Viña del mar." Tesis para optar al título de Psicóloga y al grado de Licenciada en Psicología. Universidad de Valparaíso.

-ALEGRÍA, LUIS. 2003 (Julio). Museo: Imaginario conceptual y público. "Ponencia 51º Congreso de Americanistas". (En edición). Simposio (PAT5) Comunidades Locales: y apropiación social del patrimonio cultural tangible. Realizado desde 14 al 18 de Julio de 2003. U. de Chile. Santiago de Chile.

-ALEGRÍA, LUIS. 2004. Dialéctica del campo patrimonial. El caso del museo de Etnología y Antropología de Chile: *Revista Mapocho*, 56: pp 139-155, II semestre. Dibam. Santiago de Chile.

-ALONSO, LUIS ENRIQUE. 1995. Sujeto y Discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa, en Delgado y Gutiérrez (Coordinadores) "Métodos y Técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales" Editorial Síntesis. España. pp 225-240.

-ALTAMIRANO, TEÓFILO. 2000. Patrimonio cultural, multiculturalidad y mercado cultural, en *Desarrollo Cultural y gestión de centros históricos*. Torres, Alicia (Editora). FLACSO Ecuador. Quito-Ecuador, pp. 21-46.

-ARIÑO, ANTONIO. 2000. *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la realidad*. Editorial Ariel. España.

-ARNAL, JUSTO, DEL RINCÓN, DELIO Y LATORRE, ANTONIO. 1994. *Investigación Educativa. Fundamentos y metodologías*. Editorial Labor. España.

-ARNOLD, MARCELO. 1991. Antropología social aplicada en organizaciones económicas y participacionales, en *Revista Chilena de Antropología*, N° 10: 81-95. Santiago.

-ARANGUIZ, SANTIAGO. 1984. *Museos de Chile (Diagnóstico)*. Ediciones Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam). Chile.

-BAHAMÓNDEZ, MÓNICA, ESPINOZA, BEATRIZ Y TRAMPE, ALAN. *Situación y necesidades de los museos de Chile. (Diagnóstico 1997-1998)*. Ediciones Arce, (sin fecha de publicación).

-BALLART, J. Y TRESSERRAS, J. 2001. *Gestión del Patrimonio Cultural*. Ed. Ariel SA. España.

- BAUMAN, ZIGMUNT. 2002. *La Cultura como Praxis*. Primera edición española. Ediciones Paidós. España.
- BERGER, PETER Y LUCKMANN, THOMAS. 1976. *La construcción social de la realidad*. Cuarta edición. Editorial Amorrortu. Argentina.
- BOURDIEU, PIERRE. 1990. *Sociología y Cultura*. Grijalbo, Primera Edición. México.
- BOURDIEU, PIERRE. 1988. *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. Primera edición castellana.
- CARDOSO, FERNANDO y FALETTO, ENZO. 1971. *Dependencia y Desarrollo en América Latina*. Siglo XXI editores. Cuarta edición. Argentina.
- CARAVACA, INMACULADA, GONZÁLEZ, GEMA y SILVA, ROCÍO. 2005. Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial, en *Revista EURE*. Vol. XXXI, 94: 5-24. Santiago de Chile.
- CARRIÓN, 2000. El Gobierno de los Centros Históricos, en *Desarrollo Cultural y gestión de centros históricos*. Torres, Alicia (Editora). FLACSO Ecuador. Quito-Ecuador, pp. 5-18.
- CEPAL-UNESCO, 1996. *Educación y conocimiento: eje de la transformación productiva con equidad. (Versión resumida)*. Tarea Asociación de Publicaciones Educativas. Perú.
- CONVENIO ANDRÉS BELLO. 2003. “Espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración”. Garretón, Manuel (coordinador). Editorial FCE. Chile.
- CÓRDOVA, J., OSSANDÓN, Y., RAMÍREZ, I., ARACENA, D. Y BERNAL, J. 1999. *Museo y educación. Una propuesta de aprendizaje por multimedios computacionales*. Ed. Universidad de Tarapacá. Arica, Chile.
- CRIMP, DOUGLAS. 2002. Sobre las ruinas del Museo, en *La posmodernidad*. Foster, Hal (Editor), quinta edición. Editorial Kairos. España. pp. 75-92.
- DECAROLYS, NELLY (Compiladora). 2006. *El pensamiento museológico latinoamericano. Los documentos del Icofom-Lam*. Editorial Brujas. Argentina.
- DI GIACOMO, J. P. 1987. Teoría y Métodos de análisis de las representaciones sociales, en *Pensamiento, Individuo y Sociedad. Cognición y representación social*, Páez, Darío y cols. Editorial Fundamentos. España. pp. 278-296.
- DUJOVNE, MARTA. 1985. *Entre Musas y Musarañas. Una visita al Museo*. Editorial FCE. Buenos Aires.

- FARR, R. 1983. Escuelas europeas de Psicología social: la investigación de las representaciones sociales en Francia, en *Revista Mexicana de Sociología* año XLV Vol. XLV: pp. 641-657. Instituto de Investigaciones Sociales/UNAM. México.
- FERNÁNDEZ, LUIS. 1993. *Museología. Introducción a la Teoría y Práctica del Museo*. Ediciones Istmo. España.
- FERNÁNDEZ, LUIS. 2003. *Introducción a la Nueva Museología*. Alianza Editorial. España.
- FLACHSLAND, CECILIA. 2003. *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Editorial Campo de Ideas. España.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. 1989. *Culturas Híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Grijalbo. Argentina
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. 1990. La Sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, en *Sociología y Cultura*. Grijalbo, Primera Edición. México. pp 9-50.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. 1999. Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano, en *Las Industrias Culturales en la integración Latinoamericana*, Néstor García Canclini y Carlos Moneta (Coordinadores). pp 35-63. Ed. Grijalbo. México.
- GARCÍA SELGAS, FERNANDO. 1995. “Análisis del sentido de la acción: El Trasfondo de la intencionalidad”, en *Métodos y Técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Delgado y Gutiérrez (Coordinadores), Editorial Síntesis. España. pp 493-526.
- GEERTZ, CLIFFORD. 2005. *Conocimiento Local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas*. Editorial Paidós. España.
- GÓMEZ, CLAUDIO. 2001. “Conociendo mejor a nuestros usuarios”, *Museos*, 25: 4-6. Subdirección de Museos. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM). Chile.
- GONZÁLEZ, IRENE y CASTRO, MARIO. 2001. Estudios de Público en los Museos de la Dibam, en *Museos*, 25: 13-16. Subdirección de Museos. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM). Chile.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, FRANCISCA. 1998. *Manual de Museología*. Editorial Síntesis. España.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, FRANCISCA. 2006. *Planteamientos teóricos de la museología*. Editorial Trea. España.
- HINKELAMMERT, FRANZ. 1970. *El subdesarrollo Latinoamericano. Un caso de desarrollo capitalista*. Ediciones Nueva Universidad. Universidad Católica de Chile. Santiago-Chile.

- HUYSSSEN. ANDREAS. 2002. *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de la globalización*. Editorial FCE. México.
- JODELET, DENISSE. 1984. La Representación Social: Fenómeno, Concepto y Teoría, en *Psicología Social Vol. II*, Serge Moscovici (comp.), pp 469-493. Editorial Paidós. Barcelona. España.
- KLIKSBERG, BERNARDO.1999. Capital Social y Cultura. Claves esenciales del desarrollo, en *Revista de la CEPAL*, 69: 85-102. Santiago-Chile.
- KOTTAK, CONRAD. 2002. *Antropología Cultural*. Editorial Mc Graw Hill. Novena edición. España.
- LORD, BARRY y LORD, GAIL. 1998. *Manual de gestión de museos*. Editorial Ariel. España
- MAILLARD, CAROLINA, MEGE, JUAN CARLOS y PALACIOS, PAULA. 2002. *Museos y Comunidad, del mundo de los objetos al mundo de los sujetos*. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM. Chile.
- MAILLARD, CAROLINA. 2003. *Museo y Sujeto. Estudio de las representaciones sociales acerca de los museos de Chile*. Tesis para optar al título de Antropóloga social. Facultad de Ciencias Sociales, U. de Chile.
- MASSONE, MAURICIO.1992. Museología Chilena, en *Museos*, 12: 14-18. Subdirección de Museos. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam). Chile.
- MILLER, y YÚDICE, GEORGE. *Política Cultural*. Editorial Gedisa. España.
- MOSTNY, GRETE y NIEMEYER, HANS. 1983. *Museo Nacional de Historia Natural*, Ediciones de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM. Santiago de Chile.
- MOSTNY, GRETE. 1977. Formación del personal para museos, en *Primeras Jornadas Museológicas Chilenas.*, 1: pp. 94-98. Dibam. Santiago-Chile.
- MORA, MARTÍN. 2002. La teoría de las representaciones sociales de Sergei Moscovici, en *Athenea Digital*, 2. [en línea] <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf> (Revisado el 17/072004).
- MUÑOZ, JACOBO. 2002. *Marx. Antología*. Ediciones Península. Barcelona, España.
- ORTÍ, ALFONSO. 1998. La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo, en *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. García Ferrando, Ibáñez y Alvira (Compiladores) Editorial Alianza. España. pp. 189-222.

- PÁEZ, DARÍO, 1992. Introducción, en *Los jóvenes y el consumo de alcohol*. (Nekane Basabe, Darío Páez y cols.) Editorial Fundamentos. España. pp. 15- 24.
- PÁEZ, DARÍO. 1987. Características, funciones y proceso de formación de las representaciones sociales, en *Pensamiento, Individuo y Sociedad. Cognición y representación social*. Páez, Darío y cols. Editorial Fundamentos. España. pp. 297-317.
- PÉREZ, ARTURO. 1998. *La escuela como encrucijada de culturas*. Editorial Morata. España.
- PICÓ, JOSEP. 1999. *Cultura y Modernidad. Seducciones y desengaños de la cultura moderna*. Alianza Editorial. España.
- PNUD.2002. *Informe Desarrollo Humano en Chile. “Nosotros los chilenos: un desafío cultural”*. Chile.
- PNUD/UNESCO. 1980. *Museología y patrimonio cultural; críticas y perspectivas. Cursos Regionales de Capacitación 1979/1980*. Escuela de Restauración, Conservación y Museología de Bogotá. PNUD/UNESCO. Lima, Perú.
- PRATS, LLORENC. 1997. *Antropología y Patrimonio*. Editorial Ariel. España.
- PEIMBERT, G. (2003). La noción de representación social, [En línea] <http://132.248.35.37/IISsamples/default/Biblio/la20nociApres>. ( Revisado el 10/06/2003)
- PÉREZ-RUIZ, MAYA. 1998. Construcción e investigación del patrimonio cultural. Retos en los museos contemporáneos, en *Alteridades*, 16: 95 –113. Universidad Autónoma de Metropolitana. México.
- REY, GERMÁN, 2002. Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan. *Pensar Iberoamérica*, N° 0, febrero 2002. OEIA, en <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm>, (revisado junio 2004).
- RITZER, GEORGE. 1993. *Teoría Sociológica Contemporánea*, Ediciones Mc Graw-Hill. España.
- RODRÍGUEZ, GREGORIO, GIL, JAVIER, GARCÍA, EDUARDO. 1999. *Metodología de la investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe. España,
- SCHMILCHUK, G. (2003). Venturas y desventuras de los estudios de públicos, [En línea] pp 1-10. en Museos y Público de Venezuela. [http://museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico0006\(2\).shtml](http://museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico0006(2).shtml). (Revisado 10-05-2003).
- SCREVEN, C. G. (1993) En los Estados Unidos, una ciencia en formación, en *Museum Internacional* (UNESCO), 178: 6-12. Paris, Francia.

-SEGUEL, ROXANA . 1999. Patrimonio Cultural y sociedades de fin de siglo: una mirada desde las principales tendencias que marcan los nuevos escenarios socioculturales, en *Conserva*, 3: 5-19.

-SOCIEDAD DE MUSEOS QUEBEQUENSES. 2001. *Conozca a sus visitantes. Guía de encuesta por sondeo*. Programa de Ayuda a los Museos, del Ministerio del Patrimonio Canadiense y Museo de la Civilización de la Ciudad de Québec. Primera edición. Canadá.

-STAVENHAGEN, 1970. *Las clases sociales en las sociedades agrarias*. Editorial Siglo XXI. México.

-TAYLOR, S. J. Y BOGDAN, R. 1998. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Editorial Paidós. 4ª reimpresión. España.

-TOURAINÉ, ALAN. 1996. *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: El destino del hombre en la aldea global*. Editorial Fondo Cultura Económica, México.

-YÚDICE, GEORGE. 2002. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Editorial Gedisa. España.

## ANEXOS

CUESTIONARIO – TESIS – MUSEO Y REPRESENTACIONES SOCIALES

Ob. General: • **Comprender los tipos de representaciones sociales que ha construido el personal de museos, sobre los propios museos y de la dinámica museo-comunidad.**

• **Explorar la existencia de un *habitus museal*, característico de los funcionarios de los museos de la Dibam y posiblemente del país.**

Ítem y Objetivos Específicos.

<p>I Ítem. Representación del Museo.</p> <p>-Distinguir desde los sujetos seleccionados tipos de representaciones sociales sobre los museos.</p>	<p>1.- Observando la (Imagen N° 1) comente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ¿En que se parecería la fábrica a un museo?</li> <li>➤ Con relación al museo donde trabaja: ¿ En qué se parecen?, ¿Por qué?</li> </ul> <p>Recordar hacer preguntas referidas a la distribución interna de una fabrica y a su fachada. Ahondar en el tipo de relaciones que se dan al interior del museo (trabajadores-dirección, usuarios-trabajadores, etc). Esto podría dar luces de la jerarquía (o no) con la que se observa el sistema de relaciones al interior de los establecimientos, algo que, para el caso de los usuarios/as, también podría contribuir al alejamiento de los mismos</p>
<p>-Identificar la conceptualización de público, usuario y/o cliente en relación con la representación social del museo.</p>	<p>1.2.- Al observar la imagen N° 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ¿Qué elementos considera similares y/o distintos al museo donde trabaja?</li> <li>➤ Intentar averiguar cuál es el rol que cumplen los usuarios/as del museo bajo la representación que se tiene de la institución.</li> </ul>
<p>II Ítem. Museo y comunidad.</p> <p>-Identificar que representaciones sociales de museos se constituyen en posibilitadoras o obstaculizadoras de la relación museo-comunidad.</p>	<p>2.- Observando los Volcanes (imágenes N° 3, 4 y 5):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ver si existe alguna diferencia entre <i>usuario/a-comunidad</i> o si son actores que se homologan bajo su representación.</li> <li>➤ ¿Qué sensaciones y/o reflexiones le provocan con relación a los museos?</li> <li>➤ ¿Qué asimetrías visualiza o existen entre volcanes y museos?</li> <li>➤ ¿Cuál imagen de volcán representa mejor al museo donde trabaja?, ¿Por</li> </ul>

	<p>qué?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ¿Qué imagen expresa de mejor manera la relación que hoy existe entre museo y comunidad?</li> </ul>
<p>III ítem. Formación Museológica.</p> <p>-Analizar la forma cómo la presencia o ausencia de formación especializada en museología incide en la constitución de representaciones sociales.</p>	<p>3.- Con relación a su profesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ¿Cuál es su formación de base?</li> <li>➤ ¿Qué aspectos le han ayudado en su desempeño actual?</li> <li>➤ ¿Cuáles considera menos favorables?</li> <li>➤ ¿A cuántos cursos de museología a asistido?, ¿Cuándo?</li> <li>➤ ¿Podría mencionar algunos?</li> <li>➤ ¿Cómo evaluaría la capacitación recibida?</li> <li>➤ ¿Qué aspectos considera destacables y cuáles no?</li> <li>➤ ¿Le parecen necesarios?, ¿Por qué?,</li> </ul>

IMAGEN 1



IMAGEN 2

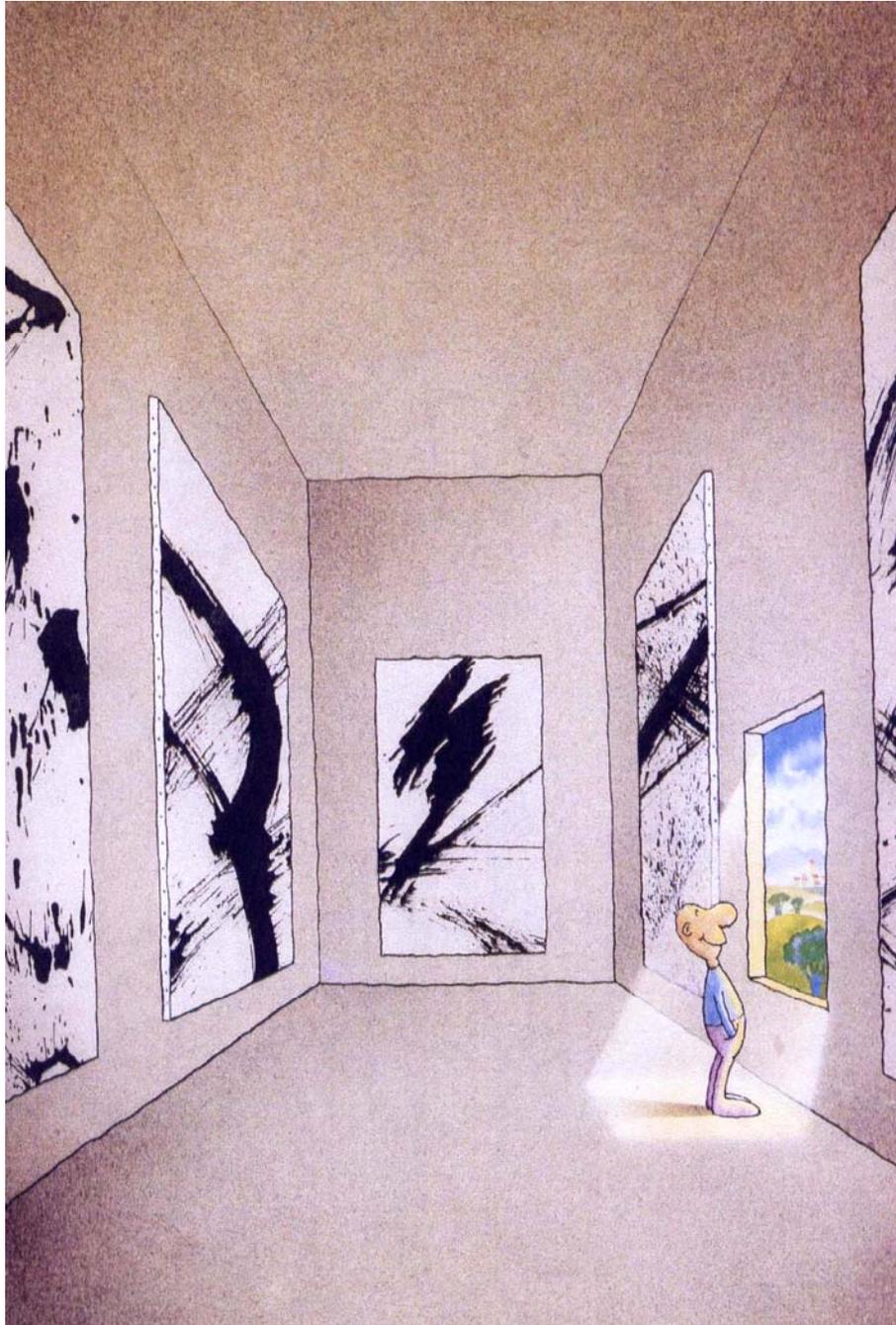


IMAGEN 3

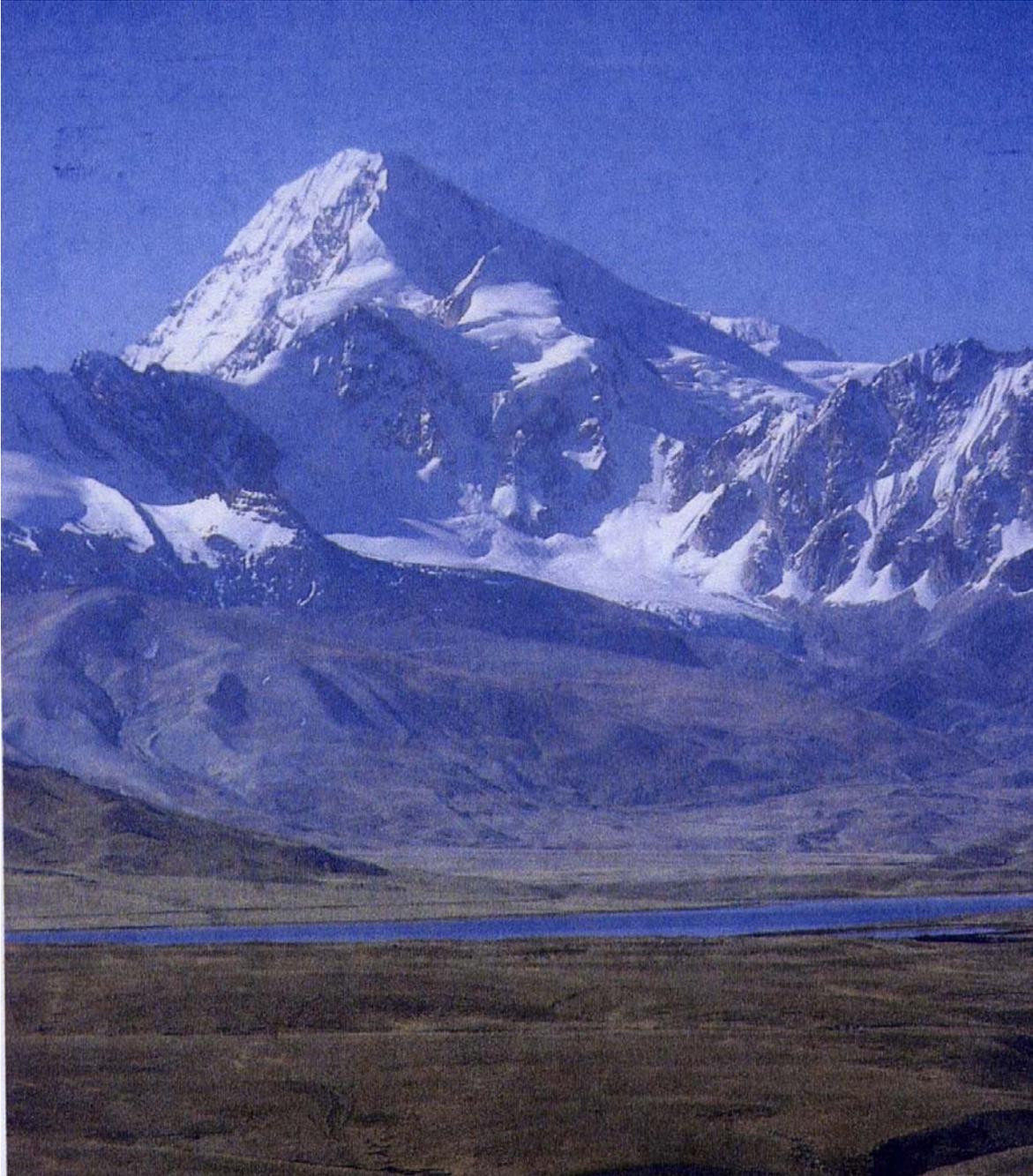


IMAGEN 4



IMAGEN 5

