

La museología social como estrategia de activación al Museo del Periodismo y las Artes Gráficas

Social museology as a strategy to revitalize the Museum of Journalism and Graphic Arts

Cristina Martínez Avendaño¹

Universidad de Guadalajara

México

cristinamtz.molino@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6280-4862>

DOI: 10.32870/rhgc.a3.n1.5.23d

Obra bajo licencia internacional:

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



Recibido: 18/10/2020 / Revisado: 12/11/2020 / Aprobado: 08/12/2020

Resumen

Los museos como instituciones culturales tienen más de 300 años de existencia, el concepto debido a su antigüedad es asociado a un espacio de conocimiento, sacralizado e incluso reservado para sectores poderosos o acaudalados, marginando a una gran parte de la población que desconoce que son sitios abiertos al público y fueron creados para dar servicio a la comunidad. Bajo esta última premisa, son muchos los museos del mundo que implementan en su gestión, estrategias innovadoras de la nueva museología social, fundamentada en que las personas y las relaciones humanas son las que hacen el museo, así que se trabajan los contenidos, con, por y para las personas, teniendo en cuenta la diversidad de públicos y perfiles, comprobando que la creatividad es el principal motor para trabajar con la memoria y patrimonio que los museos resguardan.

La presente investigación fue dirigida al Museo del Periodismo y las Artes Gráficas de Guadalajara, Jalisco, un museo en crisis porque fue cerrado desde finales del 2006. El sitio patrimonial ubicado en el corazón del centro histórico de la ciudad se encuentra en abandono y sin miras a futuro, un espacio lleno de historia, misticismo, leyendas y recuerdos de múltiples personas. Poner en acción una estrategia de museología social en un museo que perdió su posicionamiento de más de 20 años, conllevó a conocer los antecedentes y proponer que el museo saliera a buscar a sus visitantes asiduos y nuevos públicos con perfiles afines al sitio, para recordar que el museo sigue ahí y constatar que el edificio encierra una narrativa que puede ser compartida más allá de sus paredes. *Palabras clave:* Museología social, activación, periodismo, gráfica

Abstract

Museums as cultural institutions have more than 300 years of existence, the concept due to their antiquity is associated with a space of sacred knowledge, reserved for powerful or wealthy sectors, marginalizing a large part of the population that does not know that museums are open public places and were created to serve the community. Under this last premise, there are many museums in the world that implement in their management innovative strategies of the new Social Museology, based on the fact that people and human relationships are what make the museum, so the contents are worked with the people and for the people, considering the diversity of audiences and profiles, proving that creativity is the main engine to work with the memory and heritage that museums safeguard.

This research was focused on the Museum of Journalism and Graphic Arts of Guadalajara, Jalisco, a museum that has been in constant crisis and closed since the end of 2016. This heritage site filled with history, mysticism, legends and memories is located right in the heart of the historic center of the city where is abandoned and without a clear future. To activate a Social Museology strategy in a museum that has lost its position for more than 20 years, led to a research focused in its history and its regular and new publics in order to remember that the museum is still there and to proof that the building contains narratives that can be shared beyond its walls. *Keywords:* Social museology, activation, journalism, graphics

1. Licenciada en Diseño para la Comunicación Gráfica por la Universidad Enrique Díaz de León. Diplomados por la Universidad de Medios Audiovisuales en Producción, Postproducción y Animación Digital. Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural por el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, por la Universidad de Guadalajara. <https://orcid.org/0000-0001-6280-4862>

Introducción

Los museos son comúnmente reconocidos como espacios de memoria, pero a su vez son sitios vigentes a nuestro servicio y deben mirar hacia el futuro como una evolución. De acuerdo con la ICOM (Consejo Internacional de Museos), se busca de forma colectiva una nueva definición que abarque lo que los museos ahora ofrecen al servicio de la sociedad; en septiembre de 2019, el diario El País publicó una nota titulada La discusión continúa, puesto que no ha sido posible llegar a una definición contemporánea que logre externar todo lo que los museos del futuro deben ofrecer.

La teoría de la museología social –también conocida como la nueva museología- llega para cuestionar la gestión tradicional del museo que sólo, exhibe, preserva y conserva los objetos, planteando así que los museos no tienen razón de ser si no hay visitantes. Hernández (2011) ,refiere a la sociomuseología como una “disciplina de carácter práctico, no elabora una serie de teorías expuestas de forma académica, sino que produce un acontecimiento que tenga su origen dentro de la propia comunidad para que esta pueda verse enriquecida y transformada” (p.332).

El término sociomuseología es relativamente contemporáneo en su correcta aplicación y fue adoptado en declaratorias internacionales desde hace 50 años como una reflexión de lo que se veía venir para el futuro de estas instituciones con referencia a su gestión; lo que se propone parte de una visión comunitaria con la intención de que el espacio gire en torno al visitante.

Metodología

La teoría de la museología social como lo abordan diversos autores, esta cimentada en la práctica, por ello fue necesario delimitar la investigación a un estudio de caso, utilizando técnicas cualitativas para la recogida y análisis de datos, ya que la misma teoría se destaca por la experiencia y los testimonios de los sujetos, dejando de lado la numeraria que en su momento llegó a tener en visitas el museo. Rosas (2019) cuestiona “¿Cuál es la prioridad en el presente de los museos? Más personas en el museo o más museos en las personas”, con esta reflexión se reafirma el compromiso de la investigadora, porque la implementación de las técnicas cualitativas sea tratada con carácter sensible.

Contexto histórico

Guadalajara tiene una invaluable riqueza patrimonial única y no renovable que nos identifica de otras regiones del país, herencia arquitectónica que destaca por sus características físicas situándonos en etapas cruciales que hospedaron un contexto intangible con testimonios generacionales vinculados directamente a lo que somos ahora.

El Museo del Periodismo y las Artes Gráficas esta hospedado en una finca patrimonial conocida por los tapatíos como “La Cada de los Perros”, una elegante casa estilo neoclásico que fue construida por el año de 1896 sobre la calle Santo Domingo –actualmente Paseo Peatonal Alcalde-, donde desde el año 2016 se comenzó la construcción de la tercera línea del tren eléctrico, provocando que la obra afectara los cimientos de múltiples edificaciones de la zona, incluidos daños irreparables al museo.

Debido a estas obras el museo cierra sus puertas en el año 2017, generando una serie de eventos desafortunados como el cese de sus actividades, el despido de su director desde el año 2018 y el abandono de la finca, la colección y la pérdida de su posicionamiento entre la comunidad que se había formado por más de dos décadas.

El estudio de caso del proyecto de investigación, se basa en la difusión de la narrativa histórica y colección permanente del MUPAG ¹, mediante una estrategia museológica que convoca a los visitantes asiduos, agentes cercanos al museo y estrategias de captación de públicos potenciales, ya que se desea comprobar, que el cierre al público del museo, no es una excusa para su cese de actividades. Debido a la antigüedad de la finca y los hechos históricos ocurridos antes de ser construida, fue necesario abarcar la recopilación de la información por lo menos en tres etapas históricas.

De esta forma, se comenzó la investigación consultando el Archivo Municipal de Guadalajara, abarcando desde el año 1792 con la primera imprenta de Guadalajara; 1994 fecha en que fue inaugurado el museo, hasta el año 2017 cuando sufre las afectaciones en su estructura y por seguridad, se restringe la entrada a los visitantes. Lamentablemente durante el proceso de investigación –que corresponde al marco teórico de la finca- se encuentra poco documentado, pues no se tienen los datos de su construcción y de la misma forma, existen periodos de tiempo en lo que no se encuentra justificado.

El Despertador Americano

La memoria de este museo data desde sucesos en torno a la guerra de independencia. Gracias a la impresión el primer periódico insurgente de América, se le otorgó al museo la vocación que hace honor a dos profesiones que continúan vigentes en la actualidad: el periodismo y las artes gráficas. Larrañaga, J.H. (2018) refiere que a mediados del siglo XIX la orden de Santo Domingo dominaba esa zona, más tarde se edificaría ahí el templo de San José según el diseño del Arquitecto Manuel Gómez Ibarra; al frente un jardín (Jardín Reforma) que después será modificado en los años 50 por Don Julio de la Peña y justo al frente, un espacio que para ese entonces, no se visualizaba la importancia y participación que tendría en la historia de la ciudad.

Como se menciona en el libro *50 Curso de información Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan* (2003) en primera instancia, el espacio era un solar que se adquiere por el año de 1788 donde se instaló una finca modesta. Don Mariano Valdés Téllez y Girón –hijo del editor e impresor de la Gaceta de México-, establece su imprenta en el año de 1793 pues solicitó y se le concedió por parte de su majestad el Rey de España: “Privilegio perpetuo y exclusivo, para que poniendo imprenta nueva y bien surtida en dicha ciudad de Guadalajara, ninguna otra persona pueda imprimir papel alguno en ella sin consentimiento expreso del suplicante”.

El Rey accedió el 10 de agosto de 1792 y en ese entonces, Fran Antonio Alcalde era el obispo de la ciudad y existía un interés particular en estas acciones por su gestión para fundar la Universidad, acto que se llevó a cabo el 3 de octubre de 1792. Parece esta una acción retrasada para la ciudad, considerando que la primera imprenta del Nuevo Mundo se instala en México alrededor del año 1539.

2. Museo del Periodismo y las Artes Gráficas

Una vez en funciones la imprenta de Don Mariano Valdés, se realizan pruebas impresas de novelas como La Señora de Aránzazu y La Señora de Santa Anita; pero la primera edición importante fue Los elogios fúnebres con que la Santa Catedral de Guadalajara ha celebrado la buena memoria de su prelado el ilustrísimo, reverendísimo Maestro Fray Antonio Alcalde y Barriga (Zepeda, 2003).

De acuerdo con la publicación Summa Mexicana (2010) en septiembre de 1810, el Sr. Cura Francisco Severo Maldonado se desempeñaba como cura del municipio de Mascota, cuando recibió noticias del arribo de fuerzas insurgentes a Guadalajara decide trasladarse a la ciudad para brindar su apoyo a la causa independentista. El 29 de octubre se entrevista con Don Miguel Hidalgo y Costilla, quien lo comisionará para publicar un periódico insurgente considerado el primer periódico independiente en América: El Despertador Americano. Correo Político Económico de Guadalajara.

El objetivo principal de la publicación era dar a conocer las intenciones del movimiento que encabezaba Don Miguel Hidalgo –esto para atraer partidarios-, en especial entre los americanos que eran convencidos por las autoridades virreinales. El 20 de diciembre de 1810 se publica el primero de siete números para llegar al 17 de enero de 1811 con la última edición, cada uno con un número de dos mil ejemplares, los cuales llegaron a ser conocidos incluso fuera de la ciudad de Guadalajara.

Durante La Guerra de los tres años (1858-1861), la zona de Santo Domingo sufrió severos daños en las edificaciones por el asalto de fuerzas liberales. El gobierno no tuvo más remedio que mandar a demoler el frente del convento y la iglesia de Santo Domingo por el peligro que representaba.

La Casa de los Perros

De acuerdo con el estudio del Arquitecto Sergio Zepeda Castañeda, la original “Casa de los Perros” fue construida en la calle de Santo Domingo, por el coronel, abogado e ingeniero, Arnulfo Villaseñor Carrillo (1872-1953) por petición de un rico hacendado de Tequila, Don Jesús Flores de 72 años, quien compra la finca colonial en abandono, ordenando la construcción de una planta. Al casarse por segunda vez por la Srta. Ana González Rubio, ella pide que se agregue el segundo piso al proyecto original así, el resultado de la construcción fue na casa habitación suntuaria de estilo porfiriano y afrancesado de la época.

De estilo neoclásico con dos plantas -la primera amarilla y la segunda de color gris, remarcando las dos etapas constructivas-; los detalles se componían de dos vitrales y emplomados en los dos niveles, un ingreso de zaguán, pasillo y cancel que permitía mostrar el patio de arquería, mientras que el segundo piso estaba techado con láminas de zinc importadas. El inmueble disponía de amplios salones finamente decorados; dos de ellos con vista a la calle desde donde era posible apreciar los candiles, ornamentos, cortinas y muebles elegantes. Al interior había cochera, caballerizas y un jardín exterior con una pequeña alberca techada con cerámica poblana.

La parte superior es rematada con una balaustrada de terracota roja que, en sus extremos por petición de Doña Ana González Rubio, se colocaron dos esculturas metálicas de perros pointers fabricadas de la casa J.L Mott Iron Works de Nueva York, uno tiene el cuerpo dirigido hacia el norte y la cabeza hacia el oriente y el otro, tiene el cuerpo hacia el sur y la cabeza girada hacia el oriente.

Figura 1. Fachada de “La casa de los perros”, calle Santo Domingo antes de ser ampliada como Av. Alcalde.



Recuperada del Archivo Municipal de Guadalajara (3 de octubre de 2019).

Don Jesús Flores solicita una segunda construcción al Ingeniero Villaseñor, un elegante mausoleo en el panteón de Mezquitán que utilizaría él más tarde tras su muerte. Posteriormente, Doña Ana contrae matrimonio con el administrador de los negocios de Don Jesús flores, un personaje de toda su confianza, Don José Cuervo, quien se muda con Doña Ana a una finca que aún existe en las calles de Miguel Blanco y Colón.

La leyenda

México es un país que vive del realismo mágico y la creación de leyendas que forman parte del misticismo único que nos da identidad, “La casa de los Perros” tiene una leyenda particular. García (1996) en su recopilación de Leyendas, tradiciones y personajes de Guadalajara, cuenta que el ánima de Don Jesús Flores prometió regalarse la casa a quien se atreviera a rezarle un novenario a las doce de la noche, en su mausoleo ubicado en el panteón de Mezquitán, soportando que las contestaciones del rezo corrieran a cargo del difunto que con voz de ultratumba respondería desde el interior de la sepultura, así al terminar el rosario cumpliría una promesa que le hizo a las almas del purgatorio (p.83).

Se menciona que muchos valientes lo intentaron y al escuchar la voz corrieron aterrorizados. Es común escuchar entre las personas que conocen el misterio que guarda este lugar, testimonios de haber visto como se movían las estatuas de los perros, los cuales se dice sobran vida o desaparecen a partir de la media noche. Las leyendas permiten que siga viva la historia que en algún momento involucró a personajes emblemáticos del sitio, otorgándoles así una importancia que no tiene vigencia y que pasa de generación en generación.

El inicio del Museo del Periodismo y la Artes Gráficas

Como lo narra Zepeda (2003), el gobierno de José de Jesús González Gallo se destacó por las grandes obras de infraestructura que llevó a cabo en la ciudad, la transformación que tuvo le dio la proyección

que ahora tiene. Sin embargo, muchos espacios fueron afectados por ampliaciones y derrumbes que se consideraron necesarios en la época para lograr mutar al futuro.

Hacia 1949 arquitectos e ingenieros planearon la ampliación de la calle Santo Domingo hasta la Avenida Alcalde de 25 metros de ancho derribando fincas patrimoniales. En la zona centro fueron derribadas manzanas completas pero a pesar de ello, se trató de recuperar la fachada de la Casa de los Perros, la cual terminó con nueve metros menos al frente, haciendo maniobras de arquitectura como lo relata el Arq. Zepeda:

[...] “desmontar por partes los sillares y elementos numerándolos y ordenándolos para posteriormente liberados de la argamasa, reubicarlos en el nuevo alineamiento designado, para tratar de mantener en la forma más cercana posible el aspecto de la finca, que lógicamente ya no es la original.” (p.147)

Figura 2. Fachada de “La casa de los perros”, Av. Alcalde ya ampliada, con el icono del restaurante Cazadores en la parte superior.



Recuperada del Archivo Municipal de Guadalajara (3 de octubre de 2019)

La siguiente información también fue tomada de la Compilación del 50 Curso de Información del Dr. José Barba Rubio (2003), el Arq. Gonzalo Villa Chávez se encargó posteriormente de las últimas intervenciones acertadas o no, como quitar la herrería de la segunda planta y reemplazar por vidrio filtrasol, todo esto antes de darle un nuevo uso de suelo al espacio que se convertiría en el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas.

Después de las explosiones del 22 de abril de 1992 en el centro de la ciudad, el Ayuntamiento de Guadalajara adquiere la finca y el 11 de agosto de 1994 se inaugura en presencia del presidente en turno Carlos Salinas de Gortari. Por los antecedentes del Despertador Americano se fusionan las dos profesiones que honra el museo y la colección fue formada por la CANAGRAF (Cámara Nacional de

la Industria de Artes Gráficas de Jalisco), Fundación Álvarez del Castillo que corresponde al periódico El Informador, Televisa Guadalajara y otros donantes del rubro. Al crear la museografía se respetó el interior para evitar agredir la edificación, las máquinas y el quipo como linotipos, prensas, cabinas de radio y cámaras, siendo colocados y resguardados para su exhibición.

Con lo anterior se destaca la importancia de considerar para la creación de la estrategia museológica opiniones, expresiones y sentimientos compartidos por personas cercanas al museo. El museo en su trayectoria, ha permeado en diferentes sectores de la comunidad, la aplicación de éste método consiste en recopilar las experiencias y relaciones sociales con la institución, su narrativa y contenido, porque en base a esto, puede construirse el pasado y cimentar una propuesta funcional a futuro hacia un museo integral.

Para recopilar esta información, se realizó una investigación sobre la oferta cultural que ofrecía el MUPAG y quienes formaban parte de estas actividades, así como cuales tenían más éxito y mayor convocatoria entre la comunidad. Lo que une al sector invitado a dar su testimonio, son los factores significantes y nostálgicos en común vividos en este espacio. Aunque se anhele una época en que el inmueble tuvo sus mejores momentos, no podrá reincidir; el presente y futuro del museo son inciertos. La estructura tuvo un riesgo debido a las obras de construcción concernientes a la línea tres del tren eléctrico y a pesar del interés en común por reactivar las actividades dentro o fuera de la finca, concierne únicamente al gobierno.

Aplicando la etnografía como método en este estudio de caso, posibilitará la interpretación que desempeña el museo dentro de la comunidad, desde sus antecedentes hasta el presente, ya que esta metodología es pertinente para lograr establecer diversos aspectos relacionados con la vida cotidiana del grupo social tapatío, datos que representan una historia y parte de su vida para ciertos sectores involucrados.

En dicho sentido, Abero (2015) sostiene que “las técnicas cualitativas para la recogida de datos son: la entrevista, la observación y documentos. Los soportes son aquellos instrumentos que auxilian la labor del investigador en la recogida de información” (p. 148).

Para continuar con el estudio de los sujetos y valorar las afectaciones desde la clausura de “La Casa de los Perros”, se implementó la técnica de la entrevista, en virtud de ser uno de los instrumentos utilizados para recabar los testimonios de personalidades cercanas al museo, las cuales pueden compartir sus anécdotas y el impacto causado por su cierre. Una gran parte de la información recopilada durante la investigación, proviene de dos fuentes: el archivo municipal de Guadalajara –para el estudio histórico del caso- y la oral por medio de las entrevistas. Davison (2017) señala el método de la entrevista como el “más usado en estudios de públicos para tener acceso a las opiniones, actitudes y percepciones del visitante antes, durante o después de la experiencia museal.

También puede ser usada más allá del museo para recabar los puntos de vista de grupos minoritarios y/o de interés especial, así como de los no-visitantes. Como lo determina Davison (2017), el método cualitativo de la entrevista es el que mejor retroalimenta la recogida de datos para medir

la experiencia vivida en la visita a un museo, se recomienda escuchar, ver con atención y tomar nota de gestos o expresiones, pues el entrevistado puede decir mucho, incluso en los lapsos de silencio al pensar qué responder.

Desde el principio, fueron considerados los antecedentes de la finca y su primer uso como casa habitación. No existen registros históricos a profundidad y conforme a la metodología etnográfica, fue posible establecer los rastros culturales de la época con ayuda de la memoria histórica de los entrevistados, cronistas, visitantes y personajes importantes que en sus memorias personales mencionaron en algún momento los acontecimientos relevantes suscitados en el museo.

Al respecto, Salgado (2013) refiere que:

Para el conocimiento de la relación recíproca entre la sociedad y el museo, el requisito previo necesario para un uso creativo de las colecciones, es dejar de ser exclusivamente un <<tesoro que proteger>> para convertirse en un recurso verdaderamente colectivo. No solamente un lugar cultural sino un lugar social (p.19).

El museo no sólo es conformado por el edificio y la colección. La museología social tiene una mirada centrada en la comunidad y su futuro, por ello existen personas dedicadas profesionalmente a los museos y otras, cuyas inclinaciones natas por estas instituciones las llaman a entregarse en tiempo y estilo de vida. El museo no es nada si no hay quien lo visite; así, debe ser explorado lo que significa para la comunidad. Todos los elementos relacionados con el tema y los segmentos a estudiar serán divididos por públicos, perfiles e intereses.

Como consecuencia de la contingencia ocasionada por la pandemia del COVID-19 y el cese de actividades presenciales debido al confinamiento a partir de marzo de 2020, los meses siguientes fueron impredecibles y la investigadora debió planear cuidadosamente la selección de entrevistados, quienes aportaban de forma significativa el estudio por su experiencia y vinculación con el museo.

McMillan, J. & Schumacher (2005) hablan sobre la investigación histórica y el papel de los historiadores orales quienes “recopilan y preservan la historia oral antes de que se pierda para las generaciones futuras” (p. 538). La principal ventaja con la que contaba la investigadora, fue la previa relación con el medio periodístico y gráfico de la ciudad, puesto que las primeras entrevistas se realizaron con mayor familiaridad, posteriormente dichos entrevistados fungieron como un portero para recomendar la investigación y el apoyo con los que no se tenía una relación previa.

Diseño del instrumento

Es de suma importancia el diseño y la pertinencia del instrumento para garantizar que la información sea fidedigna conforme a los objetivos y no existan desviaciones que desvirtúen la investigación o influyan en aspectos ajenos al estudio.

El diseño de instrumentos de entrevistas semiestructuradas con actores seleccionados relacionados con el espacio, permitirá tener un eje rector para recopilar con objetivos la información que arroje cada persona de acuerdo a su segmento.

Abero (2015) menciona que:

Toda la teoría general y sustantiva a la temática a indagar colabora en la confección del instrumento. El instrumento es su diseño; dicho de otra manera, su confección, ya que aportará los datos imprescindibles para interpretar, contrastar, explicar o describir la situación investigada (p. 148).

El cuestionario fue breve para que pueda aplicarse como una charla donde las preguntas propicien respuestas llenas de recuerdos y tejidos personales que permitan mostrar que los entrevistados eran lo que conformaban el museo, pues como dice el experto en museología Mario Chagas, “La memoria es un derecho de todos”.

La primera pregunta es planteada con la finalidad de fundamentar el vínculo del museo con el entrevistado y conocer desde cuánto estuvo presente en sus vidas “La Casa de los Perros” o el museo:

1. ¿Cuál fue su primer acercamiento con el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas?

La segunda pregunta, permite a los entrevistados sentirse libres de expresar su opinión personal sobre la espacialidad tangible del museo y como era percibido cuando estuvo abierto:

2. ¿Qué piensas de este espacio?

La tercera pregunta se presenta en medio del cuestionario por ser detonante en torno a la problemática presente desde 2016 hasta el 2020, año en que se desarrolla la investigación. Esta pregunta estimula situaciones nostálgicas, en gran parte porque la mayoría de los entrevistados vivieron momentos significativos y entregaron parte de su tiempo a darle vida al museo. La situación afecta dos aspectos: el patrimonial y la cancelación de actividades ofrecidas al público:

3. ¿Cuál ha sido para ti el impacto del cierre del museo desde 2016?

La cuarta pregunta cuestiona a los entrevistados obteniendo dos posturas, la opinión de los que pertenecen a las profesiones que hacen honor al museo y la respuesta de los visitantes que no desempeñan labores periodísticas o gráficas, pero pueden evaluar si la institución ofrecía atención real a las dos disciplinas. El resultado de esto también debate a conocer las estrategias con las que se gestionaba el museo y conocer sus éxitos o fracasos:

4. ¿Consideras que el museo ha representado al rubro del periodismo y las artes gráficas mientras estuvo abierto?

La última pregunta fue planeada para que una vez establecido el rapport con las preguntas anteriores, pudieran sentir la confianza de abrirse a narrar alguna experiencia en el museo; ésta podía ser nostálgica, cómica e incluso paranormal, pues es sabido que “La Casa de los Perros” guarda un misticismo particular:

5. ¿Puedes compartir alguna anécdota vivida en el museo?

Denscombe (2010) explica que cuando se realiza la entrevista, el papel del investigador es clave para mostrarse cordial, receptivo e imparcial, su finalidad es que el entrevistado se sienta en confianza. El investigador demostrará su actitud de profesionalismo, con una actitud en un “punto medio”, no siendo tan rígido, pero tampoco exagerando en simpatía o antipatía por lo compartido en las respuestas del entrevistado.

Debe evitarse poner en riesgo el material reunido en las entrevistas, con ayuda de terceros obteniendo como resultado que la transcripción no sea fiel. Además, en ciertos casos la confidencialidad es uno de los factores que validan la confianza en el investigador y son respaldados por su ética. Es imprescindible considerar que el trabajo del investigador es individual, pues cada aspecto que genera es un hallazgo para compartir en los campos de estudio a los que corresponde, por ello se destaca lo delicado de la difusión y resulta necesario explicar al sujeto cual será el uso de material para obtener su autorización.

Resultados

No es novedad la situación por la que atraviesa este espacio, desde finales de 2016 hasta el 2020 que se encuentre cerrado, sin director y sin fecha para reanudar sus actividades, dejando un gran vacío en su disfrute, la asistencia a sus talleres y eventos en la salas o el auditorio; el museo quedó en coma y están comenzando a olvidarse los más de 20 años que estuvo en función. ¿Si la comunidad y los vínculos humanos son los que hacen el museo, por qué no continuar con un programa de actividades para distintos públicos?

ENCRyM-INAH (2016) cita a Eilean Hooper-Greenhill (2006) refiriendo que:

“el estudio de públicos es un término sombrilla que agrupa todo tipo de investigación y evaluación que involucre a los museos y sus públicos actuales, potenciales o virtuales; diferentes áreas o personas realizan, con distintos propósitos, los estudios propiamente dichos, para lo cual utilizan diferentes paradigmas”.

Una estrategia con múltiples vertientes, resulta de la aplicación de técnicas variadas con base a una metodología. Generalmente las instituciones públicas utilizan cifras para destacar su éxito en la comunidad, sin embargo, los estudios de públicos y la teoría de la museología social, deja a un lado los números de visitantes y se preocupan por la experiencia de este, van en busca de testimonios cualitativos que validen, evalúen y modifiquen para bien el rol que tienen el museo en la sociedad actual.

Ugarte, Arias & Levi (2016) definen que “la labor del museo es fortalecer formas de acercamiento que promuevan en los visitantes posibilidades emotivas, creativas, interpretativas y colaborativas para no solamente enriquecer su experiencia museística, sino su experiencia de vida”.

El proceso que se llevó a cabo para crear la estrategia se titula ¡Se mueve! proyecto de museología social con su primera edición inspirada en el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas. La investigación se basó en antecedentes que se desarrollan haciendo referencia a los hechos históricos ocurridos en el sitio donde se ubica el museo, la construcción de la finca en su uso como casa habitación y cómo a partir de estos sucesos se convocó a la creación de un museo que les hiciera honor a los dos profesiones del periodismo y las artes gráficas.

Ugarte, Arias & Levi (2016) reafirman que las prácticas creativas vinculadas con el patrimonio, permiten desarrollar procesos y sistematizarlos, que permiten comprender, observar, formar y construir la realidad que nos rodea. Con esta última reflexión se debe enfatizar que la consideración de los públicos potenciales con la construcción del contenido de la estrategia, será fundamental para que ellos se perciban tomados en cuenta y considerados para un material y proyecto que se pensó por y para ellos.

El contenido se traduce en cinco actividades, tres de ellas apegadas al estudio de caso y dos que son inspiradas en la teoría. Cabe destacar que la planeación de las actividades, fueron gestionadas en recurso de la iniciativa privada y facilidades del gobierno municipal que tiene bajo resguardo el MUPAG, tomando en cuenta los protocolos sanitarios para poder invitar a participar a los públicos de una forma segura y aprovechar las bondades tecnológicas para permear con la oferta propuesta.

La primera actividad se apega al alma del MUPAG como un espacio de exposición, ya que el fotoperiodismo estuvo presente y muy mencionado entre los entrevistados. Con esa información se planificó una convocatoria y el resultado de esta, traducido en una exposición en el espacio público generando activación en tres sectores de la sociedad: los participantes de la convocatoria con los ganadores y la selección de menciones honoríficas que se expuso en el espacio público de la galería urbana del Paseo Chapultepec del municipio de Guadalajara y los transeúntes o espectadores que a partir de la instalación de la exposición, se han podido realizar sesiones de observación para conocer el impacto de estas acciones.

De manera conmovedora, por medio de la observación, se ha sido testigo de cómo se logró integrar a las nuevas generaciones y públicos asiduos al museo por medio de estas actividades, ya que los ganadores han llevado a su familia y amigos a presenciar la propuesta expositiva como homenaje al MUPAG, ya que después de cuatro años de su cierre sale a la calle a buscar a sus visitantes y despertar el interés por este espacio cerrado que a pesar de su futuro incierto, se comprueba que puede continuar generando contenidos para diferentes tipos de públicos.

Otra de las actividades propuestas como parte de la estrategia de activación al MUPAG, atendió al exitoso taller de gráfica que residía en el museo, que por más de siete años ininterrumpidos trabajó de forma gratuita y con acciones comunitarias, la transmisión de la técnica del grabado a cargo de una experta en la gráfica como lo es Margarita Vega, creadora de la iniciativa y quien propuso desde 2010 la oferta de clases.

Debido al éxito que tuvo en diversos públicos, los entrevistados expusieron una recopilación de testimonios propios de alumnos del taller y generaciones de artistas gráficos y grabadores, por estas razones fue imprescindible agregar una sesión del taller de grabado a las actividades de la estrategia museológica de activación.

Actividades de museología social

Al proponer y llevar a cabo estas actividades basadas en las opiniones de los públicos, se pensó en un espacio horizontal para compartir dicha experiencia con otro tipo de público que tuviera interés particular en los museos.

Así se creó el taller de imaginación y poéticas museales, así como el espacio horizontal entre trabajadores y educadores de museos, mismos que fueron impartidos por el museólogo argentino Germán Paley, quien en su currículum destaca su vasta experiencia como conocedor y practicante de la museología social, así como por sus cursos de mediación de museos e inclusión, creados por el Museo Tamayo, el MUAC y la creación de contenidos para la Secretaría de Cultura Federal.

La invitación al taller era gratuita, sólo se solicitaba llenar un formato en donde se recabaron múltiples perfiles no sólo de México, también con participantes de Colombia, Ecuador, Guatemala y Argentina, quienes interesados, se dieron cita para asistir a una sesión en línea por la plataforma *Google Meet* con una duración de tres horas. Fueron recibidas más de 40 solicitudes donde sólo fueron seleccionados 18 perfiles a participar pues fue necesario tener un cupo limitado para que la sesión pudiera tener la participación de todos los asistentes y tener retroalimentación para enriquecer la experiencia a pesar de ser en modalidad virtual.

La participación de todos los asistentes fue constante y enriquecedora, donde como lo tituló el museólogo German Paley, se pudieron hacer ejercicios de imaginación a tu museo ideal o poetizar la misma definición de museo. En suma, la actividad otorgó a la investigadora y al museólogo, material suficiente para poder socializar un contenido amigable con autorización de los participantes e incluso, la planeación de un manifiesto de lo que los visitantes esperan que una institución museística a su servicio les ofrezca.

La segunda actividad apegada a la teoría de la museología social, titulada *Conversatorio hacia la Activación Museal: ascendiendo la Dimensión Social y Comunitaria*, fue dirigida a un público específico, para los trabajadores, directores y profesionales de museos.

En todos los ámbitos y no sólo para el gremio cultural, la crisis sanitaria hizo un cambio radical en las dinámicas y gestiones a los que se estaba acostumbrado y con la inundación de contenidos de ofertas culturales en la virtualidad, había una saturación de *webinars*³, con perfiles profesionales y expertos para todos los temas, donde sólo basta conectarse en la sesión de diversas plataformas y escuchar a personalidades que en su momento (antes de la pandemia) se percibían inalcanzables.

Así fue como la investigadora en conjunto con el museólogo Germán Paley, quien fungió como moderador de dos sesiones, cada una de dos horas, planearon un contenido horizontal, donde ahora no era el experto quien hablaba de las situaciones actuales, sino que se abrió el diálogo a iguales, trabajadores de museos que estaban padeciendo las mismas crisis de no saber cómo manejar ahora a sus públicos, cómo acercar el contenido y crearlo a partir de un contexto con tantas desigualdades -desde el acceso a red de internet o lo que se vivía en cada país-, ya que la participación estuvo conformada por museos de la República Mexicana y Latinoamérica, teniendo en la sesión museos chilenos, argentinos y peruanos.

Ambas sesiones también generaron contenidos en su mayoría de reflexión y de escucha entre profesionales, puesto que no era común encontrar en la oferta web espacios para poder comentar los problemas que aquejan y tener retroalimentaciones entre los asistentes, originando un ambiente de confianza y *rapport* para la comunidad museística realmente preocupada por sus públicos.

3. *Webinar* hace referencia a un curso, taller, charla, conferencia, seminario, o cualquier actividad similar, a través de Internet en un formato de vídeo.

Conclusiones

Cuando se implementa la teoría de la museología social, esta tiene la capacidad de ser un detonante generador de comunidad, un propulsor del cambio en las dinámicas de gestión en las instituciones museísticas. La transformación de los museos frente a la crisis sanitaria global, conlleva al análisis de las acciones que se habían estado llevando en diversos rubros, ahora es importante cuestionar que se hacía antes, qué era exitoso o cual es la evolución como gestores culturales ante la nueva normalidad.

¡Se mueve! llega como una propuesta de activación a los museos, pensando en sus públicos y preferencias, investigando los antecedentes que generaron que el museo llegara ser lo que se conoce y analizando los mejores momentos de este, para poder materializar los sentires y pensamientos de la comunidad, procurando la inclusión y otorgando la importancia a cada una de las personas que hicieron al museo parte de sus vidas.

El Museo del Periodismo y las Artes Gráficas es posible que no vuelva a abrir sus puertas, su futuro es incierto y la emblemática “Casa de los Perros” puede que llegue al abandono como ha sido en los últimos años. Pero ¡Se Mueve! llego para recordar que existe un museo, que su colección está presente, su público cautivo y el nuevo público que llegó a interesarte en el museo por medio de ¡Se Mueve! está motivado a volver a entrar a este lugar. También, la expectativa que llegó a generar este proyecto entre la iniciativa privada, ofrece la esperanza en los proyectos culturales futuros, para demostrar que existen empresarios preocupados por su patrimonio y por las nuevas generaciones.

Webgrafía

Chagas, M. (s. f.). Estudios del Patrimonio Cultural. Recuperado 19 de octubre de 2019, de <https://www.uexternado.edu.co/estudios-del-patrimonio-cultural/la-memoria-es-un-derecho-de-todos-mario-chagas/>

Hooper-Greenhill, E (Ed.). (2016). *Estudios sobre públicos y museos*. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica, volumen, I. Ciudad de México, México: Publicaciones ENCRyM. Recuperado de <https://ilamdocs.org/documento/2526/>

Riaño, P. H. (2019b, septiembre 7). *ICOM decide aplazar la nueva definición de museo*. El País. Recuperado de <https://elpais.com>

Bibliografía

Abero, L. (2015). Técnicas de recogida de datos. In Clacso (Ed.), *Investigación educativa. Abriendo puertas al conocimiento* (pp. 147–158). Montevideo, Uruguay: Clacso.

Davidson, L. (2017). Comprendiendo la experiencia del visitante a través de la investigación cualitativa. En *Estudios sobre públicos y museos. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica* (Vol. II, pp. 73-77). Ciudad de México, México: Publicaciones digitales ENCRyM-INAH.

García, P. H. (1996) *Leyendas, tradiciones y personajes de Guadalajara* (2ª ed.) Guadalajara, Jalisco, México: H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara.

Hernández, F (2011). *El museo como espacio de comunicación* (2ª ed.). Asturias, España: Trea.

Larrañaga, J. H. (2018). *Guadalajara identidad perdida transformación urbana en el siglo. XX* (4ª ed.). Jalisco, México: Creator.

McMillan, J. H, & Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa. Una introducción conceptual* (5ª ed.). Madrid, España: Pearson.

Maure, M (1996). “La nouvelle muséologie –qu’est-ce-que c’est?” In: SCHÄRER, Martin R. (Ed.). *Museum and community II*. Vevey, Switzerland: Alimentarium Food Museum, p. 127-132 (Icofom Study Series, 25)

Rosas, M.A. (octubre de 2019). 17º Festival Cultural Universitario del ITESO. *Formar públicos en la era digital: redefiniciones, ambigüedades y desafíos*. Llevado a cabo en Guadalajara, Jalisco, México.

Salgado, M. (2013). *Diseñando un Museo Abierto*. Buenos Aires, Argentina: Wolkowicz Editores.

Summa Mexicana (2010). *El Despertador Americano*. Ciudad de México, México: CONACULTA/Dirección General de Publicaciones.

Ugarte, P. TA, Arias, N. Z, & Levi, D. E. (2016). Menú para visitar museos. Mexico, Mexico: NodoCultura.

Zepeda, C.S. (2003) La Casa de los Perros. En: Torres, R. M. *50 Curso de información Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan*. Dr. José Barba Rubio 1914-1999. Guadalajara, Jalisco. (p. 145-151).