



La experiencia significativa: elementos para una metodología de interpretación dirigida a guías de museos

Meaningful experience: elements for an interpretative methodology focused on museum tour guides

Ricardo Hernández López

Doctor en Historia del Arte. Profesor Investigador Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-7145-3782>

Héctor Favila Cisneros*

Doctor en Antropología Física. Profesor Investigador Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-1070-0118>

Andrés López Ojeda.

Doctor en Antropología. Profesor Investigador Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-4069-2219>

Celia Guzmán Hernández.

Maestra en Estudios Turísticos. Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9979-2279>

Información del artículo

Recibido:
19/01/2021

Aceptado:
25/04/2023

Publicado:
01/01/2024

*Autor de correspondencia

hfavilac@uaemex.mx

Páginas:
007 - 026

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

DOI <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i46.15893>

Resumen

Las visitas guiadas en los museos se constituyen todavía como una de las principales estrategias para acercar al público a sus exposiciones. Cada institución prepara sus recorridos y a sus guías, no obstante, son escasas las metodologías que profesionalicen a los responsables de brindar este servicio a sus públicos. En esta propuesta cualitativa, basada en trabajo etnográfico, se presentan elementos que contribuyen al desarrollo de los recorridos guiados en los museos centrada principalmente en el guía, pero con el fin de lograr una experiencia significativa en el visitante.

El trabajo de campo se realizó de mayo de 2019 a junio de 2022 en dos museos, un centro cultural y una galería de arte, ubicados en la ciudad de Toluca, México, Museo de Arte Moderno, Museo Universitario Leopoldo Flores, Centro Cultural Universitario Casa de las Diligencias y Galería Fernando Cano. La metodología empleada consistió en un acompañamiento y registro de las narrativas utilizadas por los guías de museos, entrevistas semiestructuradas a guías y público, así como en la observación de las reacciones de los visitantes. Como resultado de la investigación, se presenta una propuesta basada en los aportes teóricos de Umberto Eco, Jan Mukarovsky y Pierre Bourdieu que consta de siete elementos a considerar: inicio de la visita; contenidos; estructuras narrativas; ética del guía; desarrollo de la visita; usos y reproducciones de la vista; perspectivas del guía. Estos elementos pretenden aportar para la conformación de una metodología de interpretación que permita el desarrollo en las áreas educativas de los museos.

Palabras clave:

museos, metodología de interpretación, guías de museos.

Abstract

Guided tours in museums are one of the most important strategies to get visitors to their exhibitions. Each institution plans and organizes tours and tour guides. However, there is a lack of methodologies to make the ones responsible for providing visitors with this service more professionally. In this qualitative proposal which is based on ethnographic work, elements that contribute to the improvement of guided tours focused on the guide. The objective is to make visitors live a meaningful experience.

The fieldwork was done from May 2019 to June 2021 in two museums, a cultural center and an art gallery located in Toluca City: Museo de Arte Moderno, Museo Universitario Leopoldo Flores, Centro Cultural Universitario Casa de las Diligencias and Galería Fernando Cano. The methodology used consisted of guidance and registration of the narrative used by the museum guides, semi-structured interviews for museum guides and visitors and the observation of the visitors' reactions as well.

The result of this investigation is a proposal based on some theory of Umberto Eco, Jan Makarovsky and Pierre Bourdieu which consists of seven elements to bear in mind: start of the tour; contents; narrative structures; guides' ethics; development of the visit; use and reproduction of the tour; museum guide perspective. These elements aim at confirming the interpretative methodology which allows the development in the educative areas of museums.

Keywords:

museums, interpretative methodology, museum guides.

Introducción

Las áreas educativas de los museos tienen como principal objetivo atender al público, ya sea mediante cita o de manera directa a las diferentes exposiciones. Consideran también investigar, desarrollar y aplicar programas, teorías y metodologías para dar una mejor atención a sus visitantes.

A la fecha, en la mayoría de los museos mexicanos, los esfuerzos de estas áreas se han centrado en las visitas guiadas, debido a que, como resultado del sistema educativo, nuestra educación tradicional nos empuja a buscar un guía para comprender lo que un objeto expuesto nos transmite, de ahí que es el propio público quien le adjudica a los guías de museos y a los *corpus textuales* el papel de transmisores de la información.

Se ha observado que el público de los museos en México se divide generalmente en cuatro grupos: a) el primero está constituido por los escolares que llegan mediante excursiones organizadas por instituciones educativas con la finalidad de complementar o servir de apoyo a los programas educativos oficiales; b) el segundo lo conforman familiares o grupos de amigos que acuden al museo por voluntad propia o para realizar alguna tarea escolar; c) el tercero son los grupos que asisten por actividades como inauguraciones, actos especiales, reuniones de trabajo, eventos sociales, actividades académicas o de investigación; d) finalmente está el grupo de turistas que acuden al museo como objetivo de sus recorridos o como parte de sus itinerarios.

Para satisfacer las necesidades de información básica acerca del museo y de sus exposiciones, en México se han implementado, al menos, tres tipos de visita: autoconducida, cuentada y guiada:

1. La visita autoconducida es la herramienta permanente mediante la cual se introduce a la temática del museo por medio de cédulas portátiles o digitales (dependiendo del museo se pueden encontrar textos en otros idiomas), que los visitantes pueden descargar en sus teléfonos inteligentes, si es que son digitales o llevar con ellos durante el recorrido si son impresas (de uso frecuente durante las exposiciones temporales), así, mediante breves textos se orienta al visitante y se le proporciona información relativa a la exposición en general y a ciertos objetos en particular, casi siempre a los más representativos. Algunas veces en estas cédulas se plantean una serie de preguntas que el visitante va contestando para sí o para el grupo que lo acompaña. Una variante son las audioguías y, recientemente, las apps y los códigos QR.

2. La visita cuentada es otra estrategia educativa y contribuye también a lograr un acercamiento visitante-objeto, ésta se lleva a cabo por un cuentacuentos, de ahí el término, aunque también son recurrentes los actores o personal del mismo museo. Independientemente de la profesión del cuentacuentos, se requiere de una gran capacidad narrativa y actoral con la finalidad de guiar al público por la exposición mediante una historia estructurada basada en los objetos. Este tipo de visita regularmente es programada y no siempre está disponible.

3. Finalmente, el servicio más recurrente y solicitado es la visita guiada, misma que ofrece a los visitantes la posibilidad de recorrer la colección permanente y las exposiciones temporales en los museos acompañada de un experto en el tema. Regularmente se dan en español y en

horarios establecidos. Este servicio educativo es casi siempre gratuito y puede solicitarse con anticipación. Las visitas guiadas tienen una duración de aproximadamente una hora y se proporcionan, dependiendo del museo, a grupos de más de cinco personas. El nivel de explicación de las visitas guiadas varía de acuerdo con la edad, características y formación del público visitante, así como del discurso curatorial o museográfico establecido por el museo. Los responsables de guiar esta actividad son por lo regular empleados del museo con experiencia en los servicios educativos, aunque también se han implementado programas para captar y apoyarse con estudiantes universitarios de diferentes carreras, quienes cubren así su servicio social o prácticas profesionales, generalmente no reciben remuneración.

Dada la importante labor educativa, que se lleva a cabo en los museos, se ha tenido la constante inquietud de crear y establecer diversas estrategias para acercar a los visitantes, principalmente estudiantes, a los objetos que integran las diversas exposiciones. Al respecto, los museos han desarrollado actividades o estrategias acordes con la naturaleza de sus exposiciones y a las características de sus públicos.

Una revisión a las investigaciones en torno al tema muestra que algunos estudios analizan las estrategias visuales con soportes teóricos psicológicos (Pizzinato *et al.*, 2012); otros realizan comparaciones entre recorridos guiados y nuevas formas de brindarlos (Roldan *et al.*, 2017); otro más diseña vistas guiadas para museos de ciencias (Guisasola *et al.*, 2007); para acercarse a la cultura clásica (Domínguez-Sales *et al.*, 2010); o para acercar de manera diferente a los turistas a una experiencia oscura (González, 2020).

Estas investigaciones demuestran el interés de los museos por innovar en los procesos para acercar a los públicos a las exposiciones, porque en la actualidad en las instituciones museísticas ya no basta con adquirir, conservar, investigar, exhibir y difundir sus acervos, al menos no de la forma tradicional, porque transcurridas ya más de dos décadas de este siglo XXI, la comunicación en los museos se ha tornado en un paradigma en el cual se prioriza hacer partícipe al visitante de una manera más activa, donde el público –niño, joven, ama de casa, estudiante, empleado, profesor, por citar algunos– se olvide del mundo distante y abstracto que es el museo y realmente disfrute su visita.

Es la búsqueda de este acercamiento público-museo, donde el guía se constituye en uno de los ejes de esa comunicación, no como un mero repetidor del mensaje, sino como un generador de experiencias, al respecto menciona Díaz que:

al público se le brinda al momento el discurso necesario para comprender lo que se presenta. En el museo, puede existir la figura del guía, quien sólo repite una serie de premisas ya aprendidas, pero en muchas ocasiones, no se encuentra presente, por lo que el espectador tiene que enfrentar en soledad al objeto cultural, lo que se dificulta sin conocimiento previo (2016: 9).

De ahí que, establecida la importancia del guía de museo no como un simple informante, sino como un profesional que genera vivencias memorables, la “experiencia significativa” es una alternativa cualitativa que pretende contribuir al desarrollo de los recorridos guiados en los museos centrada principalmente en el guía como generador de experiencias significativas para el visitante.

Los elementos para una metodología de interpretación, que aquí se proponen, están basados en trabajo etnográfico durante el cual se realizó un registro de las narrativas empleadas por los guías de museos especializados en arte, así como en la observación de las reacciones del público durante un año, de mayo de 2019 a junio de 2022, durante los recorridos guiados tanto a colecciones permanente como temporales en cuatro espacios museísticos mexiquenses, ubicados en la ciudad de Toluca, Museo de Arte Moderno, Museo Universitario Leopoldo Flores, Centro Cultural Universitario Casa de las Diligencias y Galería Fernando Cano.

Para lograrlo, se acompañaron 160 visitas guiadas completas en los cuatro espacios museísticos, recorridos otorgadas a diferentes públicos y de distintas edades, desde niños hasta adultos mayores, durante las cuales se observaron, registraron y analizaron las estrategias de recepción de los públicos; la cantidad, tipo y estructura de los contenidos; la ética y la objetividad de los guías durante los recorridos; la duración, desarrollo y conclusión de la visita; los mensajes que se transmitían y su posible aplicación en la vida cotidiana; la evaluación del guía al final del recorrido. Se registraban las opiniones y se entrevistaron tanto a guías como a visitantes para determinar las diferencias y alcances de los recorridos. Además, se realizó un análisis de los libros de comentarios ubicados a la salida de cada exposición para conocer el sentir de los visitantes al terminar su visita.

A la par de este proceso descriptivo, se reflexionó también sobre el cambio de paradigma estático y receptivo del visitante de los museos de arte al de reflexivo interpretativo y, sobre todo, cuáles son los elementos para ser considerados por los guías de los museos para la estructuración de una visita significativa. Alderoqui y Pedersoli coinciden al plantear la siguiente pregunta:

¿Cómo se pasa de modelos estáticos, de narrativa única, monólogos centrados en el conocimiento y en los objetos, donde los visitantes son considerados “no expertos”, a procesos dinámicos, multidisciplinarios, que tomen en cuenta múltiples perspectivas en las que predominen el diálogo y el foco en la experiencia de los visitantes? (2011: 57).

Los elementos propuestos pretenden dar una respuesta a esa pregunta, es decir, pasar de un modelo informativo receptivo a uno activo de experiencia significativa. Por ese motivo, el objetivo es que el espectador logre una experiencia directa, personalizada y, sobre todo, significativa con los objetos que conforman los discursos museográficos, rescatando, a la vez, el papel fundamental de la persona que brinda la visita guiada.

Por lo anterior, los elementos que se proponen determinan que la función de quien conduce un recorrido no es memorizar y repetir mecánicamente un texto, sino interactuar con el público y facilitarle la tarea de mirar, reaccionar, pensar y juzgar. En resumen, derivado del papel relevante del guía, que el visitante interprete por sí mismo algunos de los objetos exhibidos con la finalidad de llevar y aplicar la experiencia en su vida cotidiana.

Los elementos que se consideran para generar una “experiencia significativa” tienen como sustento teórico los aportes de tres pensadores: el primero de ellos es el italiano Umberto Eco, quien establece una hipótesis que nos ayuda a plantear una postura para el desarrollo de este trabajo: “que todos los fenómenos de cultura pueden convertirse en objetos de comunicación...en otras palabras: una semántica desarrollada no puede ser otra cosa que el estudio de todos los aspectos de la cultura vistos como significados que los hombres se van comunicando paulativamente” (Eco, 2005: 31).

En este sentido, considerando sus aportes semióticos, durante las visitas guiadas se pretende integrar los objetos a un proceso comunicativo, y sobre todo, significativo, donde el principal actor es el visitante, intérprete de los objetos expuestos; otro es el checo Jan Mukarovsky (1977), de quien se retoman sus ideas que permiten integrar a los objetos en un proceso histórico general y evolutivo; finalmente los elementos propuestos se apoyan también en el pensamiento del francés Pierre Bourdieu (2010), quien afirma que, aunque los objetos son considerados como un bien simbólico, sólo existen como tal para quien posee los medios de apropiárselos mediante el desciframiento, es decir, para quien posee el código históricamente constituido. Así, los marcos teóricos de estos tres pensadores ayudan a crear un entramado fundamental en los elementos propuestos (gráfico 1).

Gráfico 1. Bases teóricas de los elementos para la conformación de una metodología de interpretación para guías de museos

Teórico	Elemento de análisis	Eje de análisis	Postulado
Eco	Obra	Comunicación y significación	Considera los objetos dentro de un proceso comunicativo y, sobre todo, significativo, donde el principal actor es el espectador, interprete de ese patrimonio cultural (Eco, 2005).
Mukarovsky	Contexto	Hecho histórico	Estudia las leyes generales que permiten integrar el patrimonio en un proceso histórico general y evolutivo (Mukarovsky, 1977).
Bourdieu	Receptor	Capital cultural	Afirma que, aunque el patrimonio cultural es considerado como un bien simbólico, sólo existe como tal para quien posee los medios de apropiárselo mediante el desciframiento, es decir, para quien posee el código históricamente constituido (Bourdieu, 2010).

Fuente: Elaboración propia con base en Eco (2005), Mukarovsky (1977) y Bourdieu (2010).

Como resultado de la investigación, una vez acompañados los recorridos guiados a diferentes públicos en los cuatro espacios museísticos especializados en arte, entrevistado a ocho guías, dos por cada espacio, y al diferentes públicos que realizaron los recorridos, se presenta una propuesta que consta de siete elementos a considerar que aportan para la conformación de una metodología de interpretación: 1) inicio de la visita; 2) contenidos; 3) estructuras narrativas; 4) ética del guía; 5) desarrollo de la visita; 6) usos y reproducciones de la visita; 7) perspectivas del guía. Finalmente, para un mejor contraste, se presenta un cuadro con los elementos diferenciadores entre un guía tradicional y uno de experiencia significativa elaborado a partir del marco teórico ya descrito, de las experiencias y comentarios de los guías de los museos considerados.

Elementos para una metodología de interpretación de experiencia significativa

A la fecha, las visitas guiadas en los museos se llevan a cabo basadas en un guion básico establecido, y, de acuerdo con la información de las cédulas de sala, con la capacidad de los guías, su formación y a su experiencia, éstas se desarrollan teniendo como principal objetivo acercar a los visitantes a los contenidos de la exposición.

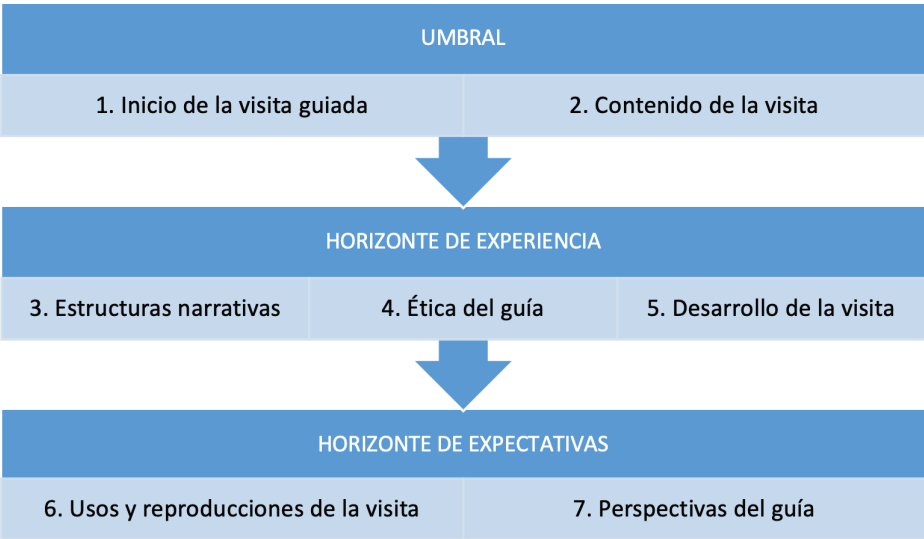
De ahí que la revisión y en su caso el replanteamiento, tanto de los objetivos como de la estructuración de las visitas guiadas en los museos, independientemente de su naturaleza, temática o financiamiento, se convierte en una prioridad. Al respecto menciona Páez-Michel:

El punto es que se necesita ir más allá de las adaptaciones de la información neta proveniente de los expertos, para hacerla asequible al público; se requiere tomar en cuenta la pertinencia de la información e intentar, en la medida de lo posible, reflexionar acerca de la forma en que va a ser manejada por el público y sobre sí, en efecto, irá en la dirección que los objetivos del museo plantea (2014: 230).

Para lograrlo, es necesario partir de los guiones museográfico y museológico considerando los diferentes tipos de recorridos, la disposición espacial de los objetos, la temática, los tiempos de observación, las tipologías e intereses de los visitantes, entre otros. Lo anterior repercute también en la formación de nuevos guías, ya que son escasos los mecanismos de transmisión del conocimiento y de la experiencia adquirida. De igual manera se carece de una herramienta básica para su capacitación y preparación. Lo que da como resultado que cada nuevo guía inicie de “cero” su trabajo.

De manera global, los elementos para una propuesta metodológica de interpretación para las visitas guiadas integra tres partes: umbral, que refiere a las condiciones de inicio de la visita guiada; horizonte de experiencia, corresponde al conocimiento y vivencias previas (capital cultural), tanto del visitante como del guía; y horizonte de expectativas, que considera siete variables (gráfico 2): 1) Inicio de la visita guiada; 2) contenidos de la visita; 3) estructuras narrativas; 4) ética y objetividad del guía; 5) desarrollo de la visita; 6) Usos y reproducción de la visita; 7) perspectivas del guía (gráfico 2).

Gráfico 2. Elementos para la conformación de una metodología de interpretación para guías de museos



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Inicio de la visita

Es relevante el marco inicial del recorrido guiado que considera la recepción del visitante, el conocimiento del grupo y la aplicación de métodos de sensibilización como paso primordial para entablar una comunicación guía-público que permita generar una experiencia significativa (fotografía 1).

Menciona Sánchez (2007: 115) que “con el objeto de mejorar su oferta educativa, es indispensable que el museo conozca y comprenda las características, expectativas y necesidades de sus visitantes”, de ahí que, como primer elemento para una experiencia significativa, es necesario reformular la recepción que se le hace al visitante, todos los detalles cuentan. La aplicación de ejercicios de sensibilización permite, a la vez de un conocimiento básico del grupo, un proceso de integración del guía con los visitantes. Se hace necesario, que, una vez ganada la confianza y atención del público, y mediante una serie de preguntas previamente ya establecidas y conocidas por el guía, se conozcan los intereses, motivos de visita, lugar y entorno de procedencia, así como el nivel académico. De esta manera, el guía no inicia el recorrido sólo dando información, sino que, mediante dinámicas variadas y pertinentes, se integra al grupo.

Fotografía 1. Guía iniciando la visita a la exposición temporal “Monstruo Contemporáneo” de David Octavio Morales en el Centro Cultural Universitario “Casa de las Diligencias” de la UAEMÉX



Fuente: Ricardo Hernández López (26 de febrero de 2019).

Contenidos de la visita

Este elemento considera los argumentos de la visita guiada y sus efectos en el visitante a partir de lo que dice el guía y lo que recibe el público, como afirma Sánchez que:

sólo podrán ser diseñados equipos de museo con calidad educativa con la participación de quien conozca los contenidos científicos y sepa comunicarlos a la audiencia, pues sin las tácticas interpretativas que hacen evidentes los fenómenos, o sin el uso de un lenguaje familiar o cercano a su vida, el visitante se ve perdido en un mar de información que carece de sentido para él (2007: 117).

Por tanto, el problema de las visitas guiadas en los museos estriba en cómo hilar una serie de textos-ideas-conceptos determinados en un objeto particular (la obra como eje de comunicación y significación), a una perspectiva general y, por consecuencia, cómo seleccionar los métodos adecuados para convertir, a partir del objeto, la pasividad del recorrido en actividad, la observación en contemplación, la visita en vivencia, la realidad ajena a la vida cotidiana. Sobre todo, cómo transmitir los contenidos del museo y que estos realmente se reciban sin ambigüedades, dependerá del público darle otros enfoques o interpretaciones, pero que la estructura conceptual sea recibida como tal, y a partir de ella, el visitante elabore o reflexione sobre el conocimiento adquirido. Para lo cual, la estructura narrativa contribuye a la transmisión objetiva de la información.

Estructuras narrativas

La cantidad y tipo de información que se proporciona durante el recorrido está en relación directa, principalmente, con el nivel de percepción visual. Para esto, el conocimiento de las teorías sobre

los niveles de desarrollo estético o histórico ayuda a establecer el “termómetro” de la visita guiada. Cabe recordar, y teniendo como base a Mukarovsky (el contexto histórico como eje de análisis), que: “el relato se relaciona con la historización de la narración, su cronología, y la trama, a su vez, es entendida como el conjunto de teorías en las que se basa aquel que narra, sus concepciones, visiones y valores” (Pizzinato *et al.*, 2012: 3).

Durante el trabajo de campo se identificaron en los museos al menos cuatro tipos de público y, por tanto, cuatro estructuras que ayudan a la transmisión de los contenidos de la exposición: narrativa, contextual, objetual y simbólica.

a) La estructura narrativa está enfocada en el tipo de visitantes que presta su atención a las historias o anécdotas en torno a los objetos más que en los objetos mismos. En esta estructura las personas expresan sus opiniones basadas en el horizonte de su experiencia cotidiana, es decir, y considerando los aportes del capital cultural de Bourdieu, recordará al museo y sus acervos más por lo que se ha contado en torno a él que por el discurso museográfico.

b) A partir de la postura teórica de Mukarovsky, se considera que la estructura contextual es acertada para el público que tiende a analizar los objetos situándolos en un tiempo y en un espacio determinado, sus comentarios giran alrededor de los entornos sociales, económicos, tecnológicos, políticos, históricos o religiosos, con lo cual recordará su visita al museo por las relaciones del objeto con su medio histórico (fotografía 2).

Fotografía 2. Guía situando la obra en un tiempo y en un espacio durante el recorrido a la exposición permanente de la Sala “El Laberinto” del Museo Universitario “Leopoldo Flores” de la UAEMÉX



Fuente: Ricardo Hernández López (25 de septiembre de 2019).

c) La estructura objetual centra su atención directamente sobre los objetos y sus características técnicas o estéticas. Prioriza las formas, los materiales, los volúmenes, el estado de conservación. Es adecuada para visitantes con un gran recorrido por los museos o las manifestaciones culturales.

d) Finalmente, considerando a Umberto Eco, la estructura simbólica está determinada por aquellos visitantes que rebasan la materialidad del objeto y centran su recorrido en las significaciones, es decir, en las estructuras de signos y códigos que van descubriendo y que, como consecuencia, otorgan un valor simbólico a los objetos (fotografía 3).

Fotografía 3. Guía propiciando el descubrimiento de símbolos durante un recorrido a la exposición Permanente del Museo de Arte Moderno de Toluca



Fuente: Ricardo Hernández López (19 de abril de 2019).

A la par de las cuatro estructuras narrativas señaladas, es necesario aclarar que el público infantil presenta ciertas características a considerar durante los recorridos guiados, por ejemplo, los niños disfrutan elaborando narraciones de las imágenes que ven, por esta razón, la primera estructura narrativa es la adecuada para trabajar con este tipo de público, desarrollando más esta característica inherente a ellos. Es más importante escucharlos que darles información, permitirles que relacionen lo que ven con sus experiencias cotidianas.

Durante los recorridos interpretativos, y en relación con la cantidad y calidad de información que se debe proporcionar al público visitante, es recomendable delimitar los contenidos del mensaje, con el fin de no cansar a las personas. Se debe tomar en cuenta que el cerebro tiene limitaciones para comprender y retener información en un cierto tiempo.

Además, si se considera que la comprensión está ligada a la memoria, la cual retiene lo que el sujeto ha entendido, es necesario conocer los distintos tipos. Según Samuels (s/f.: 67, citado en Larios, M. & Sadurni, N. (s/f)), la gente tiene distintos tipos de memoria, tres de los cuales son indispensables para el aprendizaje y el posterior recuerdo de la información brindada.

El primero es la reserva o almacenamiento de las imágenes en la retina óptica. La cantidad de información que se puede almacenar en esta reserva de información visual es bastante amplia, es lo que se encuentra en el campo visual del observador. La información puede entrar o permanecer en esta reserva; sin embargo, su permanencia en ésta es tan sólo de uno o dos segundos, después se pierde.

La segunda se refiere a la memoria a corto plazo, la información que se retiene en la reserva de información visual puede pasar a ésta. La entrada y su recuperación son rápidas a pesar de que la capacidad de la memoria a corto plazo es muy limitada (20 segundos como máximo), esto significa que pasan de tres a veinte segundos antes de que la información se pierda.

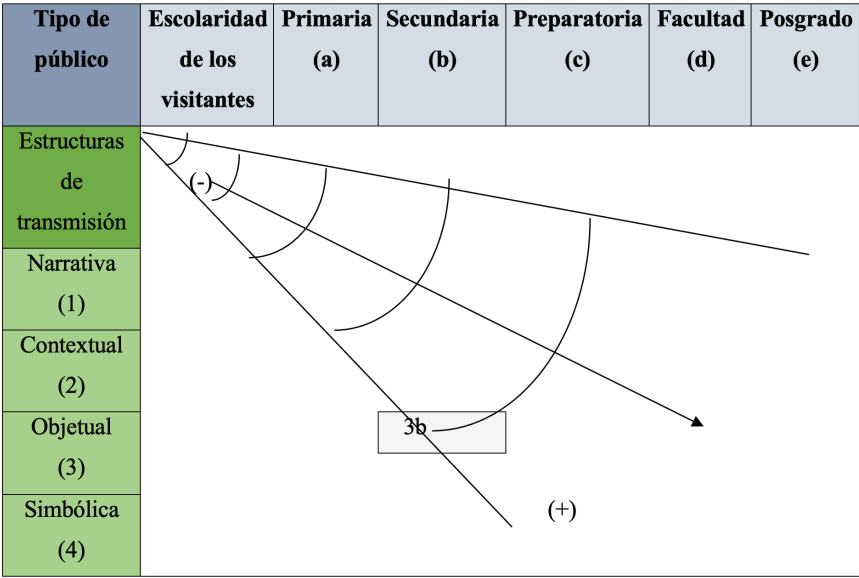
La memoria a largo plazo sería la tercera, en donde la información entra lentamente y requiere de un gran entrenamiento. Sin embargo, una vez que la información se almacena, queda retenida de por vida. Recientemente otro tipo de memoria refiere al recuerdo de experiencias:

En los últimos años, el tipo de memoria que ha estado más asociada con el hipocampo es la memoria episódica –por ejemplo, el recuerdo de las experiencias personales pasadas. Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los niños, a medida que alcanzan la etapa preescolar, puede evocar recuerdos autobiográficos en forma detallada acerca de “qué, cuándo y dónde” ocurrieron esos eventos, así como recordar más información espontánea, contenidos emocionales y reflexiones personales que los niños de menor edad (Fivush *et al.*, 2008, citado en Ortega & Ruetti, 2014).

En síntesis, los asiduos visitantes a los museos procesan más información que los que asisten por primera vez; ya que los primeros cuentan con un mayor repertorio de imágenes. Si nos basamos en la teoría de Samuels, se puede determinar que la información demasiado técnica o saturada de datos es más difícil de retener. Partiendo de estos conocimientos, y para lograr una experiencia significativa, se insiste en que las visitas guiadas que se llevan a cabo deben ser más participativas y menos informativas, donde se dé prioridad a las observaciones y comentarios de los visitantes, ya que esto permite un mayor acercamiento personal a los objetos, es decir, ocuparnos más de la experiencia emocional que de la percepción.

En el gráfico 3 se muestra un ejercicio de niveles de transmisión de la información para los recorridos guiados, el cual determina un acercamiento práctico al establecimiento de tipos de visita de acuerdo con las características del público. Las variables presentadas pueden ser sustituidas por otras.

Gráfico 3. Niveles de información para la Experiencia Significativa



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

El gráfico 3 muestra un ejemplo de aplicación de transmisión de la información tomando en cuenta los diversos tipos de público y sus niveles de escolaridad que debe considerar el guía de museo para estructurar su recorrido guiado. Así, de una manera gráfica, y leyendo de arriba abajo y luego de izquierda a derecha, es decir, considerando primero la estructura narrativa y luego el nivel de escolaridad, se pueden definir algunos tipos de visita: un grupo 1a es aquel con una escolaridad de primaria y con una estructura de transmisión de la información de nivel narrativo. A este tipo de público se le asignan características homogéneas en cuanto a edad, intereses, grupo social, entre otros. El grupo 3b que está marcado con recuadro indica por lo tanto que es un grupo con una estructura de transmisión de la información de nivel objetual (3) y escolaridad b (secundaria).

Al cruzar los niveles de transmisión de la información con la de niveles de escolaridad, surgen los niveles de profundidad de la visita guiada, señalado por las líneas en dirección a la flecha, y asignados por la apertura del abanico, el nivel de profundidad en este ejemplo se dirige de menos a más o viceversa en proporción directa a los niveles de percepción/compreensión y el grado de escolaridad.

Cabe mencionar que el abanico de niveles de profundidad es cambiante y puede moverse más a una variable que a otra y el grado de amplitud se aumenta o disminuye de acuerdo con las características de los grupos.

Ética del guía

Este elemento considera las formas de manipulación ideológica, el ocultamiento y deformación de la realidad, de los contenidos o de los mensajes, porque si se pretende que las visitas guiadas realizadas bajo una metodología de experiencia significativa, es decir, “no tradicionales”, los guías deben de

estar conscientes de que también deben ser diferentes; no obstante, conocer las maneras en que los visitantes miran, leen, interpretan, disfrutan y aprenden de los objetos es una labor verdaderamente exhaustiva y ambiciosa, por tanto, el recorrido de experiencia significativa implicar de antemano sentir algo, comprometerse con ese algo, por tanto, es necesaria su aceptación e integración con el recorrido y con los contenidos, en resumen involucra ser cómplice, participe y protagonista.

Hay que tomar en cuenta que el museo, al exponer los objetos se apropia simbólicamente de ellos, los “manipula” con un fin determinado, pero no hace lo mismo con el concepto, ideologías o historias, eso lo trae consigo el visitante, lo extrae de sí mismo durante la visita, siempre y cuando el guía a través de mecanismos adecuados lo motive.

De esta manera, el público se apropia simbólicamente de los objetos expuestos y de su contenido en un proceso mental estructurado sobre una apuesta museográfica, simbólicamente se lleva los objetos a su realidad cotidiana y los guías, en mayor o menor medida, contribuyen a esa apropiación, pero tienen que hacerlo sin ideologías propias, deben entender que se constituyen como vehículo para llevar al visitante a su destino con los objetos, pero cuidando en todo momento las subjetividades personales.

El visitante es el mejor valuator de las colecciones y los acervos, durante su visita él mismo confirma la “autenticidad” de los objetos expuestos, y no sólo en los términos de originalidad, histórico o artístico, sino de incorporación sensible al discurso museográfico. Disfruta de lo expuesto en un sentido de vivencia y si las experiencias no fueron significativas, lo olvida para emprender un nuevo recorrido simbólico por otros museos. Por tanto, los recorridos de experiencia significativa deben estar libres de ataduras políticas, ideológicas, conceptuales, estéticas o religiosas. Debe prevalecer una ética por parte del guía, no inducir al grupo a través de cuestiones o razonamientos personales, ya sea para influir o para controlar al grupo, porque entonces el recorrido estará cimentado en los prejuicios del guía, limitando el libre pensamiento y la libertad de acción perceptual del público.

Desarrollo de la visita

Durante el trabajo de campo se observó que en los cuatro espacios museísticos analizados se realizan recorridos previos a la inauguración, unas veces impartidos por el guía con más experiencia o incluso por los mismos artistas expositores. Posteriormente, e independiente de los discursos previamente planteados, los guías investigan sobre los temas a abordar: historia de los objetos; la vida y obra de los artistas; del edificio que alberga la colección; de los sucesos políticos, naturales o sociales paralelos al discurso de la exposición.

Se corrobora entonces que el ejercicio de visita guiada previa a la exposición ayuda a determinar las estrategias comunicativas a emplear ya en los recorridos formales. Se sugiere seleccionar los datos sobresalientes que permitan resaltar los conceptos que interesa queden claros durante la visita y los cuales irán entretejiéndose con detalles curiosos y notas fuera de lo común para que así se llame la atención de niños, jóvenes y adultos (la rapidez con que el artista pinta, las leyendas acerca del edificio que alberga el museo, anécdotas contadas por otros visitantes, es decir, la materia prima de las estructuras narrativas).

Es conveniente dejar de lado los datos que, a pesar de ser importantes, no corresponden a la estructura de la visita guiada que se presenta en ese momento o al nivel perceptivo de los visitantes, es decir, se debe cuidar de no saturar al público con nombres y fechas, sino centrar su capacidad de observación en elementos que para ellos son sobresalientes y les despierte algún sentimiento o emoción, para que de esta manera, durante el recorrido, el público tenga una experiencia significativa, esto significa personal y única, algo que en otros museos no haya sentido y que además despierte su capacidad de reacción ante los objetos. Cabe recordar que “las narrativas (visuales o no) funcionan en la comunicación interpersonal por configurarse como relatos cargados de valor simbólico, involucradas por palabras que incorporan secuencia, tiempo y lugar, constitutivas de las identidades sociales y personales” (Pizzinato et al., 2012: 4).

En el caso de los niños, no es tan necesario recalcar el método de experiencia significativa, porque para ellos casi la totalidad de sus acciones lo son. La experiencia marca que la capacidad de atención sobre una obra no depende de lo que el guía diga, sino de lo que el guía o los demás niños hagan, ya que el niño regularmente está más interesado en lo que están haciendo sus compañeros que en lo que está diciendo el guía.

Por otra parte, es necesario recordar que el recorrido en los museos es, casi siempre, visual, no existen los elementos que ayuden a utilizar los otros sentidos como el tacto, olfato, gusto o el auditivo, este último es utilizado porque en algunos museos existe un sonido ambiental durante el recorrido, pero casi nunca está enfocado directamente al conocimiento o interpretación de los objetos.

Al respecto menciona Canclini (2003: 130) que “los espectadores no entrenados sienten que los resúmenes de la historia del arte que les suministran en una exposición no anulan la distancia entre todo lo que las obras modernas llevan como conocimiento implícito y lo que puede digerirse en el rato de la visita”; por consecuencia, en casi la totalidad de los recorridos, el éxito depende del grado de integración personal con los visitantes.

De ahí que el guía debe ser capaz de interactuar con el público: sondear sus intereses, costumbres, hábitos, ideas, nivel de escolaridad, pretensiones estéticas o históricas, motivo de la visita, nivel de lectura, su conocimiento inicial sobre el tema o los objetos expuestos, sus prejuicios o ideas, sus limitaciones de tiempo, así como seleccionar las actividades o acontecimientos que probablemente “valgan la pena” para determinados grupos de visitantes, es decir, los primeros diez minutos de la visita se constituyen como básicos para el buen desarrollo de la misma, ya que si en ese lapso de tiempo no se logra conocer al visitante y “romper el hielo”, el objetivo de la visita no se cumplirá totalmente.

Este conocimiento elemental del grupo que será conducido ayuda a los guías a adoptar posiciones realistas y asumir una responsabilidad con los visitantes. Toda esta información determina en gran medida el contenido y estilo de las visitas, la elección de los objetos, áreas de mayor interés, información más relevante, el diseño de las instrucciones o restricciones, sugerencias y en general, la estructura del recorrido. Hay que saber observar e interpretar al público, establecer las preguntas del sondeo preliminar con pasos firmes y seguros. En resumen, qué se quiere saber del visitante, para lo cual es necesario cuestionarlo sin que lo perciba, conocer su realidad, pero ésta no responde si no se le pregunta.

De ahí la necesidad de relacionarse con el visitante con el fin de darle confianza para que exprese sus sentimientos, ideas, emociones, puntos de vista y, sobre todo, interpretaciones. Algunas veces, a pesar de los esfuerzos del guía, el visitante no participa, no se interesa por interpretar o al menos por hacer algún comentario respecto a los objetos expuestos, las personas lo que quieren es una visita tradicional, interesarse por un breve instante, conocer datos que al momento recordará, pero que no se quedan en la memoria de mediano plazo.

Otros públicos recordarán la visita al museo por lo que ellos comentaron durante su recorrido, en estos casos, la participación del guía es fundamental al inicio, después el público toma el mando y a la par de observar los objetos también recrea experiencias personales. Para este tipo de público, un elemento, una forma, un color, un concepto o simplemente un momento histórico, lo relacionan con su vida personal, entonces quieren hacer participe al guía de aquellos momentos vividos, es decir, quieren ser escuchados, y hay que saber hacerlo, es cuando el prestarles atención vale más que decir mil palabras.

Los recorridos deben ser agradables, en algunas ocasiones se impone la seriedad de la información y de las frases, pero es necesario resaltar que cuando el visitante se relaja, es decir, que no va tenso por tener que ir acompañado de un extraño que lo cuestiona y obliga a dar respuestas, los resultados de acercarlos a los objetos se logran de mejor manera (fotografía 4).

Fotografía 4. Guía brindando recorrido a la exposición temporal César Menchaca Pasiones por México en la Galería "Fernando Cano" de la UAEMÉX



Fuente: Ricardo Hernández López (29 de abril de 2022).

Usos y reproducciones de la visita

La visita guiada en el museo tiene repercusión en el visitante no sólo durante el recorrido, sino que trasciende la experiencia a su vida cotidiana. Hacen falta en los museos estudios de público enfocados en los usos y reproducciones de las visitas. Alderoqui y Pedersoli (2011: 78) afirman

que “los significados profundos se relacionan con los modos en que los museos pueden impactar profundamente en la vida de las personas”. Por consiguiente, lo importante, en la mayoría de las veces, no son los recursos sino lo que se puede lograr con ellos.

Se desprende, por tanto, que la transmisión dentro del museo y el uso, reproducción o aplicabilidad de sus mensajes se lleven a los ambientes personales, familiares y sociales. Por ende, la experiencia vivida debe contribuir a la extensión de su contenido hacia espacios que no corresponden al museo, pero que influyen de manera positiva tanto en usos individuales como sociales.

Por ejemplo, en los museos que cuentan con una sala introductoria, donde regularmente se muestran los videos relativos a la exposición, a veces, la simple colocación de un espejo de gran tamaño para dar la sensación de amplitud también sirve para que el visitante se observe. Con la colocación de un espejo en una sala introductoria, el espacio del museo transgrede de ser un simple receptáculo de bienvenida, y se convierte en un espacio mágico que se constituye como parte ritual del recorrido, debido a que, para el desarrollo de las visitas guiadas se puede emplear para fines de sensibilización de los visitantes y, por tanto, apoya y otorga sentido al esquema vivencial de la visita.

La proyección de objetos (el mismo visitante) en una secuencia infinita de imágenes, la semioscuridad, lo desconocido, el qué seguirá, son elementos que se utilizan para crear sensaciones nuevas y diferentes, despertar curiosidad y principalmente, despertar los sentidos, “estar alerta”, ya que el cuerpo está al pendiente de algún suceso (fotografía 5). En un primer acercamiento, la experiencia significativa inicia con una mirada a nosotros mismos, no en la privacidad del entorno personal, sino en un espacio público, rodeados de personas e imágenes, de lo real e irreal que permite al visitante empezar por su figura, su historia personal, a reconocerse y percibir cómo lo observan los demás.

Fotografía 5. Sala introductoria del Museo Universitario “Leopoldo Flores” de la UAEMÉX



Es a partir de la multiplicidad de imágenes proyectadas en un espejo de una sala introductoria que se asigna un valor real al cuerpo y a las ideas. El visitante se sitúa en el centro del universo y a partir de él es cuando se provoca un desdoblamiento imaginario a raíz de su presencia. De repente, frente al espejo, surge el movimiento, la perspectiva, el infinito. Por consecuencia, el museo se transforma también en una gran sala de espejos donde el visitante se reflejará en los objetos expuestos, como individuos o como sociedad, verá el reflejo que le conviene o simplemente aquel que piensa es el que le corresponde.

Es la representación en el espejo lo que acerca al visitante a la idea de que no es él lo que ven los otros, sino que necesita simbólicamente el complemento, la mitad que no se puede ver ni palpar, pero no por eso deja de existir, y sin la cual estaría incompleto. Ese reflejo es la otra parte que a veces él mismo no conoce o no reconoce, quizá es la parte espiritual, cognoscitiva, ideológica, que en la realidad cotidiana no tiene oportunidad de apreciar o que no quiere reconocer, el reflejo puede mostrar, por ejemplo, al Minotauro que todos llevamos dentro, individualmente o como sociedad, el cual se oculta en un laberinto posmoderno. Es decir, un simple espejo ayuda en los recorridos guiados de experiencia significativa para mostrar que toda persona puede ser capaz de comprenderse a sí misma y comprender, por consecuencia, al mundo que le rodea y, también, cuestionarse sobre el papel que desempeña en su mundo habitual y situarse asimismo en su papel de ser humano.

Perspectiva del guía

En toda visita guiada hay satisfactores emotivos y elementos de distracción, de ahí que la estructura del recorrido implica elementos no contemplados que afectan en mayor o menor rango el logro del objetivo de la visita guiada, “las interferencias” o “ruidos” deben ser manejados sutilmente porque es sabido que existen factores que son determinantes para la transmisión de los contenidos: personas ajenas al grupo, ruidos de ambientes externos, clima, presencia de personal de seguridad, fatiga del grupo, entre otros.

El grado de interacción con el público, así como la recepción de los mensajes conforma un estado emocional positivo o negativo en el guía. No es la misma satisfacción llegar al final del recorrido simbólico por el museo-conciencia-sociedad, intuyendo que el mensaje y contenido hicieron mella en el visitante a aquellos en que se sabe no respondieron en absoluto al entusiasmo del guía y por consecuencia al recorrido. Entonces, es el mismo conductor de grupos quien cuestiona y evalúa la actuación de su papel como tal, repasa y repiensa las imágenes del recorrido, reestructura sus ideas, asigna nuevos valores a sus palabras y a su lenguaje corporal.

En síntesis, el recorrido no termina al llegar a la salida y despedirse, por el contrario, da inicio a nuevas etapas; visitante y guía construyen conceptos diferentes e imaginan nuevas interpretaciones. Pero es evidente que es el guía el que requiere repensar el proceso, ya que es él quien continuará con su labor. El visitante no fue simplemente un consumidor de arte, historias, objetos, de ideas y de tiempo, su asistencia al museo también se convierte en parteaguas para que los guías asuman nuevos roles en las visitas, tal es así que la “visita de mañana” se convierte en un nuevo reto, reivindicación, constancia, mejoría, nuevas experiencias, nuevos procesos, otras explicaciones, diferentes públicos y la búsqueda de recursos novedosos.

¿Qué resta después de terminar con un recorrido guiado? ¿Qué conclusiones y satisfacciones obtiene el conductor del grupo? Quizá lo motivante es el papel de cupido cultural, al provocar sentimientos entre los objetos y su público, entre el discurso y el visitante, de haber sido testigo del nacimiento de nuevos paradigmas, nuevas actitudes y cambios en la forma de ver la vida a partir de su labor en el museo.

Conclusiones

Se está consciente de que los métodos aplicados para acercar al público a las obras expuestas son escasos y mantienen margen de aplicación debido a su versatilidad para ser llevados a cabo, pero hay que tomar en cuenta que las metodologías de la mayoría de los departamentos de servicios educativos antes de tener una fundamentación teórica y pedagógica, han realizado sus programas en la observación y experiencia diaria, lo que marca la pauta para ir conociendo al público al que se dirigen e ir mejorando, actualizando y elaborando nuevas metodologías y propuestas a fin de brindar una mejor atención al público.

Para modificar las estructuras establecidas no basta simplemente con cambiar de nombre a las cosas para que éstas se transformen, es necesario modificarlas en todos sus elementos con el fin de conseguir metas definidas con base en los objetivos que se persiguen.

Es común escuchar que hay que acercarse a los museos, a las exposiciones y a los objetos, lo que no se dice es cómo lograrlo. Y quizás mediante una atenta vigilancia en la constitución de marcos metodológicos precisos y adecuados a una realidad local, se pueda contribuir al entendimiento e interpretación del constante movimiento museográfico y museológico en la difícil tarea de acercar al público con los objetos expuestos.

El museo, el público y los guías, como la vida y la sociedad, cambian, se transforman, incluso durante los recorridos, la gente ya no es la misma. Por lo cual, la visita guiada se constituye como un ritual complejo que converge dentro del museo y requiere profundizar en el diseño de los sistemas de descripción, clasificación, formalización, transmisión, recreación e interpretación, así como estar conscientes de que es necesario dedicarles esfuerzo y tiempo a los distintos procesos de construcción de la identidad del museo y no dejar al visitante indefenso ante los objetos.

Los elementos para una metodología de interpretación propuestos son el resultado de acompañar más de un centenar de visitas guiadas y de escuchar la voz del público y de seis guías de los cuatro museos analizados y, pretenden brindar a los guías de museos una herramienta de interpretación que apoye en su diaria labor en sus centros de trabajo. Son aportes derivados de un trabajo de gabinete y de campo en cuatro museos especializados en arte e la ciudad de Toluca y que, sin mayor pretensión pretenden contribuir a la construcción de una metodología que involucre dinámicas emocionales de los visitantes que se convierta en lo que denominamos una experiencia significativas que, a un mediano plazo ayuden en la formación de público y que permita un involucramiento de todas las áreas de los museos teniendo como eje central al público, como lo planteó ya hace más de cuatro décadas la llamada nueva museología, pero considerando lo que podríamos llamar una museología experiencial.

Referencias

- Alderoqui, S. y Pedersoli, C. (2011). *La educación en los museos, de los objetos a los visitantes*. Argentina: Paidós.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Argentina: Ed. Siglo XXI.
- Díaz de la Torre, J. M. & Palacios Aguirre, S. E. (2016). Consumo simbólico del museo. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, XI(21), 168-195. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2110/211049494006>, [8 de octubre de 2020].
- Domínguez-Sales, C. & Guisasola, J. (2010). Diseño de visitas guiadas para manipular y pensar sobre la ciencia del mundo clásico grecolatino. El taller “Logos et Physis” de Sagunto. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 7(2), 473-491. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=920/92013012002>, [10 de noviembre de 2020].
- Eco, U. (2005). *La estructura ausente, introducción a la semiótica*. México: Random House Mondadori.
- García Canclini, N. (2003). *Culturas híbridas; estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- González Rosas, E. L., Brida, G., Zapata Aguirre, S. (2020). Visita al museo de las momias en el destino turístico de Guanajuato. *El Periplo Sustentable*, (39), 289-321. Disponible en <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/12314>, [07 de diciembre de 2020].
- Guisasola, J., Solbes, J., Barragués, J. I., Moreno, A. & Morentin, M. (2007). Comprensión de los estudiantes de la Teoría Especial de la Relatividad y diseño de una visita guiada a un museo de la ciencia. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 4(1), 2-20. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=920/92040102>, [10 de noviembre de 2020].
- Larios, M. & Sadurni, N. (s/f). Servicios educativos en el Museo de San Carlos. Investigación sin publicarse, cortesía de las autoras.
- Mukarovsky, J. (1977). *Escritos de estética y semiótica del arte*. España: Gustavo Gili.
- Ortega, I. S. & Ruetti, E. (2014). La memoria del niño en la etapa preescolar. *Anuario de Investigaciones*, XXI, 267-276. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3691/369139994074>, [10 de noviembre de 2020].
- Pçaez-Michel, A. L. (2014). Principios de apoyo para la elección de la temática y el perfil de un museo plural sobre la biodiversidad. En Rico Manzard, L. F. *Nuevas aportaciones a la museología mexicana*. México: UNAM.

- Pizzinato, A., Cé, P., João & de Oliveira-Machado, R. (2012). Apuntes metodológicos para el análisis narrativo de datos visuales en psicología. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8(1), 13-27. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=679/67923973001>, [2 de octubre de 2020].
- Roldán, A. I., Ulloa, D., Vargas, L. Chura, Z. & Pacheco, L. F. (2017). Comparación entre recorridos guiados tradicionales y recorridos guiados indagatorios en el Museo Nacional de Historia Natural, La Paz-Bolivia. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 14(2), 367-384. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=920/92050579006>, [8 de octubre de 2020].
- Sánchez, M. C. (2007). La función educativa de los museos de ciencias. En Rico Mansard, L. F., Sánchez Mora, M. C., Tagueña Parga, J., Tonda Mazón, J. (coords.). *Museología de la ciencia: 15 años de experiencia*. México: UNAM.