



Universidad Autónoma de Zacatecas

“Francisco García Salinas”

Unidad Académica de Docencia Superior

Maestría en Investigaciones
Humanísticas y Educativas

Orientación: Desarrollo Humano y Cultura

**ADOLESCENTES, PÚBLICOS POTENCIALES DE MUSEOS DE ARTE
DE ZACATECAS: PERCEPCIÓN DE LOS MUSEOS, HÁBITOS Y PRÁCTICAS
CULTURALES DE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA**

TESIS

Que para obtener el grado de:
Maestra en Investigaciones Humanísticas y Educativas

Presenta
Roberta García Baccio

Director de tesis
Mtro. David Eduardo Rivera Salinas

Codirector de tesis
Dr. Javier Zavala Rayas

Zacatecas, Zac febrero de 2024.



SOMOS
ARTE, CIENCIA Y
DESARROLLO
CULTURAL



Dra. Ma. De Lourdes Salas Luévano
Responsable del Programa de Maestría en
Investigaciones Humanísticas y Educativas
P R E S E N T E

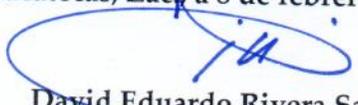
El que suscribe, certifica la realización del trabajo de investigación que dio como resultado la presente tesis, que lleva por título: **“ADOLESCENTES, PÚBLICOS POTENCIALES DE MUSEOS DE ARTE DE ZACATECAS: PERCEPCIÓN DE LOS MUSEOS, HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES DE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA”**, de la C. **Roberta García Baccio**, alumna de la Orientación en Desarrollo Humano y Cultura de la **Maestría en Investigaciones Humanísticas y Educativas** de la Unidad Académica de Docencia Superior.

El documento es una investigación original, resultado del trabajo intelectual y académico del alumno, que ha sido revisado por pares para verificar autenticidad y plagio, por lo que se considera que la tesis puede ser presentada y defendida para obtener el grado.

Por lo anterior, procedo a emitir mi dictamen en carácter de Director de Tesis, que de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Escolar General de la Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”: **La tesis es apta para ser defendida públicamente ante un tribunal de examen.**

Se extiende la presente para los usos legales inherentes al proceso de obtención del grado del interesado.

A T E N T A M E N T E
Zacatecas, Zac, a 8 de febrero de 2024


David Eduardo Rivera Salinas
Director(a) de tesis



SOMOS
ARTE, CIENCIA Y
DESARROLLO
CULTURAL



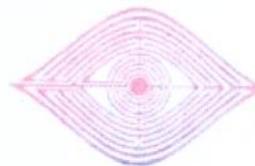
A QUIEN CORRESPONDA

La que suscribe, **Dra. Ma. De Lourdes Salas Luévano**, Responsable del Programa de Maestría en Investigaciones Humanísticas y Educativas de la Unidad Académica de Docencia Superior, de la Universidad Autónoma de Zacatecas

CERTIFICA

Que el trabajo de tesis titulado **“ADOLESCENTES, PÚBLICOS POTENCIALES DE MUSEOS DE ARTE DE ZACATECAS: PERCEPCIÓN DE LOS MUSEOS, HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES DE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA”**, que presenta **Roberta García Baccio**, alumna de la Orientación en Desarrollo Humano y Cultura de la Maestría en Investigaciones Humanísticas y Educativas, no constituye un plagio y es una investigación original, resultado de su trabajo intelectual y académico, revisado por pares.

Se extiende la presente para los usos legales inherentes al proceso de obtención del grado del interesado, a los ocho días del mes de febrero de dos mil veinticuatro, en la ciudad de Zacatecas, Zacatecas, México.



UNIDAD ACADÉMICA DE DOCENCIA SUPERIOR
INVESTIGACIONES HUMANÍSTICAS Y EDUCATIVAS

Dra. Ma. de Lourdes Salas Luévano
Responsable del Programa de Maestría en
Investigaciones Humanísticas y Educativas
PRESENTE

Por medio de la presente, hago de su conocimiento que el trabajo de tesis titulado **“Adolescentes, Públicos Potenciales de Museos de Arte de Zacatecas: Percepción de los Museos, Hábitos y Prácticas Culturales de Estudiantes de Secundaria”**, que presento para obtener el grado de Maestra en Investigaciones Humanísticas y Educativas, es una investigación original debido a que su contenido es producto de mi trabajo intelectual y académico.

Los datos presentados y las menciones a publicaciones de otros autores, están debidamente identificadas con el respectivo crédito, de igual forma los trabajos utilizados se encuentran incluidos en las referencias bibliográficas. En virtud de lo anterior, me hago responsable de cualquier problema de plagio y reclamo de derechos de autor y propiedad intelectual.

Los derechos del trabajo de tesis me pertenecen, cedo a la Universidad Autónoma de Zacatecas, únicamente el derecho a difusión y publicación del trabajo realizado.

Para constancia de lo ya expuesto, se confirma esta declaración de originalidad, a los ocho días del mes de febrero de dos mil veinticuatro, en la ciudad de Zacatecas, Zacatecas, México.

ATENTAMENTE

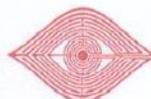


Roberta García Baccio

Alumna de la Maestría en Investigaciones Humanísticas y Educativas



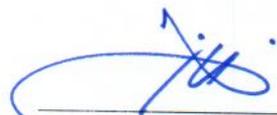
SOMOS
ARTE, CIENCIA Y
DESARROLLO
CULTURAL



DICTAMEN DE LIBERACIÓN DE TESIS
MAESTRÍA EN INVESTIGACIONES HUMANÍSTICAS Y EDUCATIVAS

DATOS DEL ALUMNO	
Nombre:	Roberta García Baccio
Orientación:	Desarrollo Humano y Cultura
Director de tesis:	David Eduardo Rivera Salinas
Título de tesis:	“ADOLESCENTES, PÚBLICOS POTENCIALES DE MUSEOS DE ARTE DE ZACATECAS: PERCEPCIÓN DE LOS MUSEOS, HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES DE ESTUDIANTES DE SECUNDARIA”
DICTAMEN	
Cumple con créditos académicos	Si (X) No ()
Congruencia con las LGAC	
Desarrollo Humano y Cultura	(X)
Comunicación y Praxis	()
Literatura Hispanoamericana	()
Filosofía e Historia de las Ideas	()
Políticas Educativas	()
Congruencia con los Cuerpos Académicos	Si (X) No ()
Nombre del CA:	UAZ-172 “Teoría. Historia e interpretación de las Artes”
Cumple con los requisitos del proceso de titulación del programa	Si (X) No ()

Zacatecas, Zac. a 8 de Febrero de 2024.



David Eduardo
Rivera Salinas
Director de Tesis

UNIDAD ACADÉMICA DE
DOCENCIA SUPERIOR



MAESTRÍA EN INVESTIGACIONES
HUMANÍSTICAS Y EDUCATIVAS



Dra. Ma. De Lourdes
Salas Luévano
Responsable del
Programa

Agradezco a la Universidad Autónoma de Zacatecas y a la Maestría de Investigaciones Humanísticas y Educativas de la Unidad de Docencia Superior, por abrirme las puertas. A los Doctores David Eduardo Rivera Salinas y Javier Zavala Rayas por acompañarme en este proceso.

Mi sincero agradecimiento al CONAHCYT por el apoyo económico brindado para permitirme dedicar el tiempo completo al desarrollo de esta investigación, así como al personal de la UAZ que amablemente me ayudaron en las gestiones correspondientes.

Me gustaría agradecer también a todos los docentes de la Maestría y a los compañeros de generación, por el aprendizaje académico y personal.

Agradezco al director de la Escuela Secundaria Emiliano Zapata, Avel Rodríguez, a los docentes, especialmente a los alumnos, por su tiempo y colaboración y sin los cuales este trabajo no sería posible.

Gracias a mi familia por estar siempre y para siempre.

A mi hijo Ricardo, con la esperanza de que su lúcido pensamiento no encuentre resignación; que no calle nunca su voz.

Índice

Resumen y abstract.....	2
Introducción.....	4
Planteamiento del Problema.....	6
Pregunta de Investigación.....	7
Objetivo General.....	7
Justificación.....	7
Antecedentes.....	10
Capítulo 1. El museo	
Origen del Museo.....	14
Evolución y Funciones del Museo.....	15
Museos como Agentes de Cambio Social y Desarrollo.....	17
Democratización de la Cultura y Museos.....	19
La Educación en la Evolución de la Museología.....	21
Museos en México y Zacatecas.....	23
Capítulo 2. El Arte y su Consumo	
La Importancia del Arte en el Ser Humano y en la Sociedad.....	26
Apreciación Estética y apreciación Artística.....	27
Consumo Cultural.....	32
Consumo Artístico.....	35
Hábitos y Prácticas Culturales.....	37
<i>Habitus</i> , Capital Cultural y Poder Simbólico.....	40
Estudios de Público y Estudios de Consumos Culturales.....	49
Públicos en Museos.....	51
Adolescencia.....	54
Capítulo 3. Metodología y resultados	
Método.....	58
Objetivo General.....	59
Procedimiento.....	59
Resultados.....	60
Conclusiones.....	94
Referencias bibliográficas.....	97
Anexos.....	106

Resumen

Este estudio consiste en describir algunas de las percepciones de adolescentes de los museos, así como hábitos y prácticas culturales de alumnos de la Escuela Secundaria Emiliano Zapata, perteneciente a la RedPEA de la UNESCO.

Se empleó la metodología cualitativa, utilizando dos instrumentos: entrevista semi estructurada a informantes clave: dos directivos de museos, al director y dos docentes de la escuela participante y cuestionarios a 45 adolescentes de 11 a 15 años, de tres grados.

Algunos resultados de esta investigación referentes a la percepción del museo son:

La mayoría de los adolescentes piensan que la importancia y la función del museo es exhibir la cultura, otras culturas y/o historia, pocos mencionaron el disfrute estético o preservar bienes artísticos.

Los participantes reconocen los museos de su localidad a través de escuela, familia y medios de comunicación de los cuales sobresalen los dos primeros; los medios no destacan como promotores del museo.

La interactividad es lo que más recuerdan los estudiantes de sus visitas a los museos y es también la razón por la cual existe preferencia de algunos de ellos.

En general, se detecta que existe poco interés en las actividades culturales, particularmente las artísticas, tanto en producción como consumo. Pocos participantes mencionan experiencias significativas con el arte a través del museo; los recuerdos se asocian con objetos o experiencias que preponderan en los museos de ciencias.

Los adolescentes asistentes a los museos, realizan tareas, van en grupo escolar, o acompañan a familiares; raramente asisten con amigos. No se considera como ocupación del tiempo libre. Es fundamental que el museo se dirija a este público específico, involucrando a escuelas, brindando herramientas que favorezcan el disfrute y apropiación, para convertirse así en públicos asiduos.

Palabras clave: museos, públicos de museos, adolescentes, consumo cultural, hábitos y prácticas culturales

Abstract

This study consists of describing some of the perceptions of adolescents of museums, as well as the cultural habits and practices of students of the Emiliano Zapata Secondary School, belonging to UNESCO's RedPEA, was selected.

Qualitative methodology was employed, using two instruments: semi-structured interviews with key informants: two museum directors, the principal and two teachers of the participating school, and survey to 45 students aged 11 to 15 years from three grades.

Some of the results of this research concerning the perception of the museum are the following: most adolescents think that the importance and main function of the museum is to exhibit their own culture, other cultures and/or history. Only few participants mentioned the aesthetic enjoyment or preserving artistic goods.

Participants recognize their local museums through school, family and media, the first two of which stand out significantly; the media do not stand out as promoter of the museum.

Interactivity is what students remember the most about their visits to museums and this is also the reason why there is a preference for some of them.

In general, it is detected that there is little interest in cultural activities, particularly artistic ones, both in terms of production and consumption. Only few participants mention meaningful experiences with art through the museum; memories are associated with objects or experiences that are prevalent in science museums.

Adolescents attending museums, do homework, go in a school group, or accompany family members; they rarely attend with friends. It is not considered a leisure time occupation. It is essential that the museum addresses this specific audience involving schools, providing tools that favor enjoyment and appropriation, in order to become regular audiences.

Key words: museums, museum audiences, adolescents, cultural consumption, cultural habits and practices.

Introducción

En la presente tesis, se describe y analiza un estudio de hábitos y prácticas culturales de la población escolarizada de nivel secundaria, atendiendo de manera particular a la percepción que los adolescentes tienen de la institución museo, debido a que se les puede considerar como público potencial para los museos de arte cercanos a su escuela y a su lugar de residencia.

Se parte de las premisas de que la escuela y el museo tienen en común el propósito de transmitir conocimientos que contribuyan a la formación de los individuos de una sociedad; en conjunto propician una educación más eficiente y vinculada a la formación con base en vivencias y experiencias y no solo en el cúmulo de la información, tal como lo asienta Franco-Avellaneda (2013) aludiendo a investigaciones desde una perspectiva socio-cultural de Vygotsky, Dewey, Freinet y Freire, quienes

enfatan en la activa participación de la mente en el aprendizaje y reconocen que el aprendizaje no es una simple adición de información. Señalan, por el contrario, que este conlleva a la transformación de esquemas mentales que involucran una participación activa de las personas que aprenden, que construyen significados permanentes sobre la realidad. (p. 44)

La propuesta no pretende señalar fallas o logros de autoridades escolares o de museos, más bien su objetivo, en calidad de estudio de consumos culturales de adolescentes, es analizar la percepción que éstos tienen de los museos, así como su hábitos y prácticas culturales y la relación que existe entre éstos y su entorno familiar y escolar; éste proyecto se integrará a estudios similares y podrá sentar las bases para futuras investigaciones o proyectos que pretendan desarrollar estrategias para generar públicos e incrementar así el interés de los adolescentes por el arte, por los museos de arte y por los museos en general.

La importancia de estudiar este tema, es que el arte es sustancial en la vida de las personas y ello radica en que la percepción de la realidad se da, sobre todo, a través de los sentidos; la imaginación tiene como base las síntesis representativas de esta realidad y se manifiesta como una concepción abstracta de la inteligencia humana. El arte, en sus diversas manifestaciones, produce estímulos que derivan en el desarrollo de la sensibilidad

y de las capacidades del pensamiento abstracto, enriqueciendo el mundo interior del individuo.

Particularmente en la etapa de la adolescencia se activa un proceso importante de configuración e interpretación del mundo debido al desarrollo intelectual y cognitivo que estriba en una mejora del sistema nervioso central, sin embargo esto no es condición suficiente para un desarrollo cognitivo pleno, más bien es interdependiente del entorno, es decir, sin una suficiente estimulación de las funciones intelectuales o de un contexto socio-cultural enriquecedor que brinde la oportunidad para el pensamiento divergente y la construcción de conocimientos, no se produce el desarrollo cognitivo durante la adolescencia; así pues el pensamiento requiere de la interacción con los objetos de conocimiento, bien por la exposición directa o por mediación de personas o instituciones especializadas (Yuni & Urbano, 2016) por ello, el arte constituye un recurso particularmente valioso en esta etapa de la vida, que puede influir profundamente en el adolescente. Entre otras cosas, el acercamiento al arte puede aportar al desarrollo del pensamiento creativo, así como aprender no lo común a otros sino actitudes específicas conforme a su bagaje único y sus capacidades, construyendo conceptos que le conduzcan a la reflexión de sí mismo y del entorno.

En el capítulo I se discurre del Museo, sus orígenes y cómo ha ido evolucionando al día de hoy, considerando las funciones que ha ido adquiriendo con el transcurrir del tiempo y cómo se perciben como agentes de cambio social, contribuyendo al desarrollo del ser humano. Se considera, en otro apartado, cómo la democratización de la cultura tiene una relación estrecha con los museos y sus objetivos, también se reflexiona en el papel de la educación en las funciones del museo, considerando la evolución de la museología. Por último, se describe de manera somera el surgimiento de los museos en México y en la ciudad de Zacatecas.

En el capítulo II, se profundiza en los aspectos del Arte y su consumo, explicando la importancia del arte, no solo en los individuos sino en la sociedad; se expone la diferencia entre la apreciación estética y artística, según la teoría de Juan Acha. Se dilucidan en sendos sub apartados, los términos referentes a consumo cultural, el consumo artístico y hábitos y prácticas culturales; también se desentrañan los conceptos de *habitus*, capital cultural y poder simbólico, terminología creada y utilizada por Pierre Bourdieu a quien se tiene de referente principal.

En este capítulo se detallan los estudios de público y los estudios de consumos culturales, así como los diferentes tipos de públicos de los museos. Por último, en este

apartado se inspecciona en algunos de los aspectos de la adolescencia, tanto a nivel biológico como sociocultural.

En el Capítulo III se define y explica la metodología empleada, especificando los objetivos de la investigación, así como el procedimiento que se realizó. En un apartado se describe el análisis y los resultados obtenidos; en el último apartado se manifiestan las conclusiones de este trabajo de investigación.

Planteamiento del problema

Los museos de arte de Zacatecas son visitados preponderantemente por turistas, los habitantes locales que suelen visitarlos son en su mayoría adultos; se sabe que las escuelas secundarias suelen realizar visitas guiadas a los museos, de igual manera, con frecuencia se ven forzados a visitarlos con la familia, sin embargo, son pocos los adolescentes que de manera voluntaria acuden a un museo.

En las escuelas, las iniciativas por establecer nexos con los museos de una manera sistemática son escasas o se ven disminuidas por múltiples factores; no existe sinergia entre la educación artística que se imparte en las escuelas y los contenidos de los museos, contribuyendo aún más a la indiferencia de los adolescentes por asistir a los mismos. La asistencia a partir de las visitas escolares está descontextualizada de su quehacer educativo, dejando una experiencia aislada y sin impacto en la formación educativa del estudiante en el ámbito del arte y la cultura.

Hay que puntualizar que los museos en sí no tienen estrategias específicas de acercamiento; ni a través de escuelas ni de manera general ya que los programas y actividades de museos de arte en la Ciudad de Zacatecas dirigidos a públicos adolescentes en edades de 11 a 15 años son escasos y su impacto no es significativo para consolidar a este público específico.

Los públicos adolescentes requieren estrategias de acercamiento a las actividades y exposiciones que forman parte de la oferta cultural de los museos, dado que su perfil responde de manera diferente a las que han sido diseñadas para adultos o niños, cada uno con intereses y motivaciones particulares.

Además, no hay suficientes estudios de públicos en los museos de Zacatecas que aborden al público adolescente; tampoco existen estudios de consumo cultural enfocados en este grupo etario; este hecho afecta negativamente el desarrollo de estrategias de acercamiento y consolidación de públicos adolescentes.

Este estudio de consumos culturales que aborda algunas de las actividades que se llevan a cabo en el tiempo libre y considera algunos aspectos de las experiencias en los museos y en la percepción que se tiene de los mismos, puede ser una herramienta de gran utilidad para poder diseñar estos planes y estrategias.

El acercamiento de los adolescentes a los museos implica romper las barreras que se han perpetuado de manera no intencionada: prejuicios, omisiones, sacralización de espacios. Romper para construir un hábito cultural en la población adolescente, con una participación significativa, que perdurará a lo largo de su existencia.

Debido a este planteamiento, surge la siguiente

Pregunta de Investigación

¿Cuáles son los hábitos y prácticas culturales, así como la percepción de los museos de adolescentes de 11 a 15 años de la Escuela Secundaria Emiliano Zapata?

Objetivo General

Describir hábitos y prácticas culturales, así como la percepción sobre los museos en adolescentes de la Escuela Secundaria Gral. Emiliano Zapata.

Justificación

El arte produce estímulos que derivan en el desarrollo de la sensibilidad y las capacidades del pensamiento abstracto, enriqueciendo al mundo interior del individuo; desarrolla un papel en la creación de la realidad, pues ésta es un constructo social y las artes contienen representaciones de la misma, ya que almacenan parte del discurso que se genera en cada época.

Lowenfeld y Brittain (1980) señalan que las artes contribuyen al desarrollo del pensamiento creador; la capacidad creadora según la perfilan, es dada por algunos investigadores como flexibilidad de pensamiento o fluidez de ideas, así como la aptitud para concebir ideas nuevas o ver relaciones nuevas entre las cosas, incluso, esta capacidad creadora es, en algunos casos, definida como la aptitud de pensar en forma diferente de los demás; generalmente se le considera como un comportamiento constructivo.

Las artes en su representación de la realidad recurren a sistemas simbólicos diferentes propios de cada período de la historia, por lo que se debe de conocer su lenguaje; el arte puede ser incomprensible, así como su interpretación y su sentido. A esto hay que agregar que las prácticas culturales se dan desde la asimetría, de manera particular, existe

una inequitativa distribución de instrumentos para la apropiación y significación del arte; se requiere de ciertos esquemas de apreciación, lo que requiere de inversión de tiempo, dinero y esfuerzo.

El museo, como una entidad que conlleva en su naturaleza y definición a la educación, debería ser una herramienta de investigación activa y facilitar los procesos de interpretación que el arte como sistema cultural implica, usando metodologías de participación, propias de la educación, atendiendo también al contexto de la producción artística, su exhibición y las formas diversas de interpretación y distribución. Sin embargo, la falta de profesionalización del personal del museo y de una visión profunda hacia los fines educativos del mismo, aunado a los constantes problemas de presupuesto, generan vacíos en el área educativa y, por ende, en experiencias significativas para los públicos adolescentes.

Los estudios de consumos culturales enfocados en los adolescentes de 11 a 15 años en México son escasos; este es un segmento de la población que se encuentra relegada, no solo en el enfoque del diagnóstico sino de proyectos específicos fundamentados de creación y formación de públicos, lo cual denota una urgente necesidad de abordaje.¹

La falta de interacción con los museos de arte locales en una etapa temprana de la adolescencia significa hacer a un lado la posibilidad de emplear los recursos potenciales que existen en la ciudad de Zacatecas para enriquecer la formación de los estudiantes de manera integral.

Así, el presente proyecto se enfocará, a partir de los tópicos anteriores, en el eje responsable de vincular el tema de los museos con los adolescentes: los estudios de consumos culturales. Asimismo, pretende exponer los pros y contras que han salido a la luz durante la búsqueda del punto de equilibrio en la responsabilidad de la creación de estos públicos específicos.

Este proyecto surgió con la intención de realizar una propuesta para la creación y formación de públicos en dos museos dirigida al rango de edad de 11 a 15 años, en colaboración con dos escuelas secundarias que se encuentran cercanas a estos museos; por tal motivo, se habían concertado entrevistas previas con los directivos de las cuatro instituciones, estando de acuerdo en la colaboración para la investigación por lo que se

¹ En este documento en el apartado de antecedentes se nombran los pocos estudios de públicos y estudios de consumos culturales encontrados, enfocados a un segmento de la población cercano al del presente estudio, sin embargo, ninguno es tan acotado, lo mismo sucede con los proyectos dirigidos al público adolescente o juvenil, ya que la mayoría de ellos se proyectan para edades de 15 años en adelante.

solicitó el apoyo de la coordinación de la Maestría para realizar las peticiones de manera oficial.

Durante el trayecto, fue poco factible acercarse de una manera más profunda a una de las escuelas participantes, no logrando realizar las entrevistas, ni a la persona a cargo de la dirección ni a la encargada de la materia de artes, siendo el subdirector el que accedió a nombre de la directora a contestar el cuestionario, así como hacerle llegar el correspondiente al docente de artes. Las respuestas, sin embargo, fueron escuetas y no hubo oportunidad de ahondar más, argumentando una sobrecarga de trabajo. A pesar de que ya se habían realizado los cuestionarios a los estudiantes se optó por no considerar a esta escuela, debido a la información incompleta.

Coincidiendo con el museo que estaba cercano a esta escuela, algo similar ocurrió con el directivo del museo a quien después de mucho insistirle accedió también solo a contestar el cuestionario, argumentando un exceso de trabajo, sin embargo, hubo que solicitar de manera reiterada estas respuestas, no obteniéndolas para la fecha límite en que se esperaba, haciéndolas llegar mucho tiempo después, luego de intentos fallidos de comunicación.

En el otro museo participante, sí hubo respuesta, sin embargo, por causas de enfermedad del director, la comunicación se hizo difícil y no se le pudo entrevistar, en cambio sí se pudo tener una charla con el subdirector, quien de manera amable respondió a este proyecto, aunque fuera del tiempo que se había considerado en la planeación.

Debido a los contratiempos expuestos, por un lado, una de las escuelas participantes con información a medias y por el otro la de la información de los museos a destiempo, se reconsideró el planteamiento original del proyecto, de tal manera que se ha acotado la investigación a una de las escuelas secundarias, con la aprobación del director.

Se considera que aun cuando se tiene información valiosa de los estudiantes de la otra escuela, más que alterar el análisis de los resultados, lo hace un poco más accesible por el volumen de la información y permite un análisis más detallado. Con respecto a uno de los museos, al no tener la certeza de si se podría contar con esa información, para cuando se había logrado concertar la cita y hacer la entrevista, ya se había tomado la decisión de acotar el estudio, no obstante, se seguirán considerando estas respuestas en el análisis, aun cuando no se hará una propuesta para los museos.

Antecedentes

La revisión que se ha llevado a cabo abarca dos aspectos: por un lado, se menciona a la literatura, proyectos y estudios de públicos en donde se considera a los adolescentes como públicos potenciales; por otro lado, se describen de manera somera algunos de los estudios de consumos culturales realizados específicamente a jóvenes. Cabe resaltar que no se han identificado los que están enfocados en el rango de edad que aquí se estudia, esto es de 11 a 15 años, siendo generalmente esta última edad la mínima que se considera para las investigaciones; también se ha encontrado poca bibliografía que se dirija al estudio del consumo en los museos de arte por parte de adolescentes del rango de edad ya mencionado.

La Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRyM), ha editado tres volúmenes acerca del museo y su relación con los públicos. En el Volumen I, se ha integrado un artículo titulado “Los adolescentes en los museos”, de Lara (2016) quien refiere a su vez dos artículos publicados en la Gaceta de Museos del INAH, en donde se asoma el interés por integrar al público joven. En el primer artículo “Museos: Adolescentes y sexualidad ¿Cómo atraer a un público difícil?”, Vallejo (1996) relata su experiencia a través de un proyecto impulsado por el Museo Nacional de la Culturas del Mundo, en la Ciudad de México, que buscaba interesar a los jóvenes en temas antropológicos, generando contenidos con los que se sintieran identificados.

En el segundo artículo “Los jóvenes, ¿un público olvidado en los museos?”, de Larios Morales (1996) analiza proyectos llevados a cabo por diversos museos, donde se destaca la poca atención que históricamente se ha dado a este sector de la población; se hace referencia a otros proyectos, por ejemplo uno en el Museo Nacional de Arte (MUNAL), que se llevó a cabo para jóvenes en situación de calle; otro por parte del Museo Galería de Historia, que vinculó los temas del museo con los programas de historia del Colegio de Bachilleres, o el Museo Tamayo, el cual intentó acercar a los jóvenes al surrealismo, por medio de una exposición sobre las creaciones de André Bretón.

Otro trabajo interesante que se menciona en este artículo es el creado por el Antiguo Colegio de San Idelfonso con el apoyo del Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes que elaboró un proyecto basado en gustos, intereses y hábitos de jóvenes para crear juegos interactivos de cómputo con temas prehispánicos (Lara, 2016).

Existen dos aportaciones importantes más que están dirigidas a jóvenes de bachillerato como público potencial; el primero, desarrollado en el 2008, se llevó a cabo en dos partes: 1.- “Investigación de públicos potenciales en el Museo Nacional de las Culturas”,

y 2.- “La escasa asistencia de estudiantes de primer año del nivel medio superior del Distrito Federal, al Museo Nacional de las Culturas del Mundo”.

Ambos trabajos se complementan ya que, derivado del primero, se concluye que la asistencia es escasa al museo y se ofrecen propuestas con fundamento en la investigación de los públicos potenciales. La razón de retomar este estudio como una de las referencias principales para el presente proyecto es la claridad y pertinencia de los diversos análisis cuantitativos y cualitativos que presenta, aun cuando el rango de edad es a partir de jóvenes bachilleres del primer año, es decir, la edad promedio es de 16 años (Colín et al., 2008).

Livier Jara García², ha realizado una investigación dentro del marco de los estudios de públicos para plantear la construcción de un canal de comunicación entre el Museo de Arte Carrillo Gil y una comunidad específica: jóvenes de 15 a 18 años; para el momento de realizar su trabajo no contaba con actividades especialmente dirigidas a este sector y no constituían una audiencia relevante. Para su desarrollo ha utilizado la investigación documental como herramienta de diagnóstico, ante la ausencia de datos directos³, mediante el análisis de cinco estudios de caso de diferentes museos en Estados Unidos y en España para crear un modelo, tomando como referente los resultados de estos proyectos en el extranjero como el que pretendía realizar (Jara, 2017).

El punto de coincidencia con el presente proyecto es precisamente en su objetivo: la adolescencia como público potencial y sus tácticas de integración, como el invitarlos a compartir sus opiniones y reflexiones en el contexto del museo, es decir, crear un grupo asesor adolescente que permita recibir las colaboraciones de sus propios interlocutores.

En cuanto a los estudios de consumos culturales enfocados en los jóvenes, se localizó un estudio (Cortés et al., 2021) realizado en el 2018 en el que participaron jóvenes tanto de zonas rurales como urbanas, con rango de edad entre los 18 y 29 años, considerando varios aspectos, pero destacando los que realizan en su tiempo libre, entre los que se encuentran, leer, jugar videojuegos, escuchar música, utilizar la computadora, visitar exposiciones, asistir a conciertos y practicar algún deporte, entre otros. Como se ha observado ya, el rango de edad es mayor que el del presente estudio.

² Asevera que los estudios de público en los museos de arte en México resultan insuficientes para identificar la cantidad y frecuencia sobre la asistencia de los jóvenes. Resalta que en la Encuesta a públicos de museos 2008–2009 y en el Estudio a visitantes de museos, en el 2010, llevados a cabo por el CONACULTA, se incluyen resultados obtenidos de personas mayores de 20 años, por lo que complementó la información con estudios y reportes de Dinamarca, Reino Unido, Australia y Estados Unidos. (Jara, 2017)

³ Habla de un estudio realizado por el propio equipo de trabajo del Museo en 2012, éste no se publica y se usa solo de manera interna, detectando que el grupo de edad entre 12 y 18 años representaba únicamente el 12% de los asistentes (Jara, 2017).

Los resultados muestran que lo que más hacen los jóvenes de ese rango de edad en el Estado de Colima es navegar en internet, siguiendo la actividad de escuchar música; siendo los del rango de 18-21 los que obtienen un mayor porcentaje en estas actividades; ver televisión y leer se encuentran más o menos en el mismo rango de actividades de tiempo libre aunque destaca que obtiene un mayor porcentaje leer en los jóvenes de 18-21 años, contrario a ver televisión en donde el rango con más porcentaje es el de 26 a 29 años; por último destaca que ir a conciertos y exposiciones tienen un lugar muy bajo en los resultados (Cortés et al., 2021).

En este estudio se analiza a la educación como posible diferenciador de actividades culturales, aunque solo se mencionan los hábitos de lectura son muy significativos ya que las diferencias evidencian que jóvenes sin estudios y primaria no dedican tiempo a esta actividad en su tiempo libre, en cambio, los jóvenes con posgrado el 100% lo hace; destaca que son más los jóvenes de bachillerato con (40.3%) que los de licenciatura (35.8%) los que leen en su tiempo libre.

La misma Universidad realizó otro estudio en 2011, pero enfocado solo en los estudiantes universitarios comprendidos en sus delegaciones universitarias, mencionando que fueron 332 los encuestados; los objetivos de este estudio eran identificar las prácticas de consumo cultural con mayor y menor índice de preferencia; identificar los medios de difusión cultural que emplean los jóvenes del nivel superior y por último analizar las percepciones de los estudiantes respecto a la oferta cultural que ofrece la Universidad (Arellano & Ceballos, 2013).

Ambos estudios son importantes, sobre todo porque está contextualizado en un área determinada y con rangos de edad enfocados en la juventud; el segundo mencionado es uno de los estudios más extensos que se han encontrado de consumo cultural enfocado en jóvenes y abarca prácticamente todo el Estado de Colima, por lo que vale la pena mencionarlo aun cuando también se aleja del rango de edad y no se enfoca en el consumo artístico, ni de museos, abordándolo de manera muy general, centrado en número de visitas y no en la experiencia propiamente.

Vale la pena mencionar un reciente estudio de consumo cultural que se ha llevado a cabo por (Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM], s.f.) denominado Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumo Cultural 2020 y que se enfoca principalmente en los efectos y la transformación del sector cultural durante la pandemia del COVID-19, por lo que gran parte de la indagación versa sobre el uso del internet y el consumo cultural a través de medios digitales. La encuesta fue aplicada de manera digital en octubre de 2020

a 8,780 participantes y las regiones con una respuesta mayor fueron el Centro y Centro Occidente del país, siendo el porcentaje de 48.7 por ciento proveniente de la Ciudad de México y el resto de otros puntos de la República. Aunque no había un rango de edad determinado destaca que más del 50% de los participantes se encuentra entre el rango de 15 a 29 años.

En este estudio se habla de actividades culturales realizadas previas al confinamiento y se cuestionó sobre tres actividades culturales de preferencia en el tiempo libre y la asistencia a los museos ocupa el segundo lugar, luego de ir al cine, no hay sin embargo, una indagación mayor sobre la frecuencia o el tipo de museos que se frecuentaban, aunque sí se especifica que es una actividad ligeramente más femenina que masculina y que es preferida por jóvenes con un poco más de escolaridad y menores ingresos. La ciudad de México es en donde se tiene esta mayor preferencia (UNAM, s.f.).

Por último, se hace referencia al último estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2022), el MODECULT, que proporciona información sobre la asistencia a eventos culturales en doce meses anteriores al levantamiento, realizado en mayo de 2022. Esta encuesta considera a participantes de 18 años en adelante y es independiente su condición de asistencia. Las actividades culturales que consideran son: cine, conciertos, espectáculo de danza, exposición y obras de teatro. La definición de exposición es: presentación de serie de objetos que forman parte de una colección con afinidad temática y valor histórico o económico. Su particularidad reside en cómo se organizan para su exhibición, es decir, en esta encuesta no se pregunta expresamente por museos y tampoco se abordan las exposiciones de arte específicamente.

Se destaca que a pesar de que las actividades culturales se incrementaron en asistencia con respecto a 2021, aún no alcanza la asistencia que había en el 2019 y que era significativamente más alta, por ejemplo, la asistencia a exposiciones en el 2019 se alcanzaba un 15.2 % de asistencia y en 2022 solo llega al 7.5%. En cuanto a la frecuencia de asistencia a exposiciones, es baja para 3 y 4 o más veces, siendo del 6.2% para la primera cifra y del 10.2% para la segunda (INEGI, 2022).

Capítulo 1

El Museo

Origen del Museo

Egipto y Mesopotamia, con un auge económico creciente son los lugares donde se favorece la producción artística, sacerdotes y príncipes son los consumidores, sin embargo es la civilización griega la que abre las puertas al comercio artístico romano y con esto, al coleccionismo; todas las obras de carácter religioso, depositadas en los santuarios, se custodiaban en los *tesauroi* (León, 2000).

Es Grecia una civilización preocupada por reunir y conservar objetos producto de la creación humana. La Grecia clásica dota al mundo del origen etimológico y la significación del patrimonio histórico artístico, ya que el arte tenía un gran sentido social y formaba parte de la cotidianidad. En la Grecia antigua surgen los conceptos de *museion* y *pinakothekai* (Poveda, 2018).

El coleccionismo helenístico fue reemplazado por las pautas de la cultura romana, civilización en la que sobresale la visualidad, la imagen lo es todo y por medio de ella el aparato estatal consigna al pueblo su voluntad. El comercio artístico en Roma tiene cimientos además de su propia producción, en la exportación, expoliación y botines de guerra, precedente para el coleccionismo romano; aquí no solo se forjó el valor hedonístico y económico del arte sino el que las obras de arte fueran en beneficio público (León, 2000).

León (2000) expone que, el Imperio Bizantino, a través de las obras propias o importadas como botín, se expresa la suntuosidad de un imperio teocrático de gobierno, en donde el soberano pertenece más que un mundo terrenal, a uno con poder sobrenatural; Constantino instituyó que, durante las fiestas religiosas, se exhibieran las obras de propiedad de la realeza, semejando a los museos de hoy día, en vitrinas de exposición.

En la Edad Media, la Iglesia es la única forma de museo público. Entre las expresiones que pudieron liberarse del monopolio eclesiástico, está Carlomagno, Teodorico y Federico II quienes impusieron un programa cultural para dar nueva vida a la Antigüedad Romana. Aquí, es en donde emergen obras realizadas conforme a normas clásicas innovadas, es en donde reside el germen de la cultura humanista del Renacimiento (León, 2000).

Es en el Renacimiento en donde se facilitan las condiciones para que tanto la Iglesia como los gobernantes y aristócratas formaran colecciones, habiendo interés en piezas de arte que se concentraban y custodiaban en gabinetes, estancias o palacios. Es Italia el

epicentro artístico de Europa y aquí a mediados del siglo XVI la mención a la palabra *museum*, aparece en un escrito y se define como lugar donde se conservaban objetos o colecciones artísticas (Casado, 2020).

En esta época también se sintetiza el arte religioso con el arte profano, el objeto artístico se dispone de culto. El concepto de patrimonio artístico ha surgido y con él la fundación del museo. Sin embargo, es a finales del siglo XVIII cuando se asocian colección e historia, así como también se da la renuncia a la propiedad privada de las obras de arte para que se conviertan en patrimonio universal (Hernández, 2011).

Evolución y funciones del museo

En el período de la Ilustración, comienzan los intentos por democratizar el conocimiento: los espacios dedicados a la colección y exhibición de objetos raros, artísticos, históricos o religiosos se convirtieron en la institución llamada Museo, también surgió la idea de Museo Público, lo que generó entusiasmo por el valor de la educación: las colecciones que habían sido para el placer y conocimiento de unos pocos, tenían que ser accesibles para todos. Este cambio en la concepción del museo, evoluciona hasta la institución moderna que de alguna forma perdura: los ciudadanos ya no son meros espectadores que contemplan pasivamente los tesoros, sino que es una población a la que hay que transformar con la educación (Arriaga, 2011).

Iregui (2008) afirma que desde una perspectiva espacial, la idea de museo está con un edificio, una forma de relacionarse con el espacio y una forma de moverse a través de él. A partir de principios del siglo XIX se desarrollaron en Francia e Inglaterra prácticas expositivas que como otros espacios tales como pasajes y ferias mundiales, servían al mismo fin. El museo de la modernidad, que exalta el progreso como filosofía, nace del deseo de educar, sobre todo desde la lógica del capital para educar a las masas. El museo de arte, desplegará una lectura de sus colecciones en géneros variados, como retratos, paisajes, escenas de caza, maestros de la pintura o como lo presentaría el Museo del Louvre a mediados de ese siglo, por las escuelas que desarrollaron los cánones occidentales del arte.

Sin embargo, el museo dejaría de ser una mera colección de objetos que se exhiben, y se convertiría en un espacio comunitario donde se aprecia el arte. Se trata de contemplar plenamente la obra de arte porque forma parte del continuo histórico y cultural que está determinado por tiempo y espacio y se presenta a quien la contempla como un

objeto capaz de abrir el espíritu a una experiencia que lo supera. El mejor escenario para esta experiencia es el museo (Hernández, 2011).

A partir de la creación de los museos pedagógicos en el siglo XIX se plantea que además de ser un centro de creación y difusión de la cultura, el museo debe ser considerado como un lugar de instrucción. Del origen de su concepción como modelo de museo-iglesia, que preserva y exhibe las obras de arte, adoptará el modelo museo-escuela con una apertura mayor. Es entonces, dentro de la museología del objeto, que surge el museo didáctico, en donde las representaciones museográficas consideran no solo al objeto sino a los elementos que van a dar forma al discurso expositivo (Hernández, 2011).

León (2011), por su parte, afirma que el hombre del siglo XX desequilibrado en su idea de ser transitorio, tiende a buscar en los museos su tradición; el hecho de que los museos ahora también conservan objetos que están en proceso de desaparecer de la civilización y no solo aquellos ya desaparecidos es prueba de ello. Hernández (2011) asegura que es la museología del objeto que, a través de la exhibición de los objetos dentro del museo, propicia un encuentro entre el visitante y los objetos, ofreciendo una concepción diferente del tiempo y el espacio; también se prevé que será un encuentro sencillo porque el museo es el que facilitará la comprensión y el conocimiento.

Particularmente los museos de ciencias recurren a la interactividad, término que hace referencia no solo al conjunto de elementos museográficos, sino que “es un concepto más amplio, que ofrece al público la oportunidad de experimentar fenómenos, de participar en los procesos de demostraciones o en la adquisición de informaciones para un mejor conocimiento de la ciencia” (Hernández, 2011, p. 232).

Dentro del proceso de aprendizaje, las nuevas tecnologías y los medios interactivos favorecen la comprensión de aquello que se desea transmitir, ya que el visitante no se limitará a contemplar de manera pasiva, sino que se involucrará activamente, a través de la manipulación y la experimentación (Hernández, 2011).

Los museos, propone León (2000) deben tener como misiones primordiales: la educativa (que implica la estética), la científica y la difusora y social. La misión educativa es, la primordial debido al desarrollo y perfeccionamiento de las facultades humanas (intelectuales, culturales, artísticas, ideológicas, perceptivas, afectivas, etc.).

El museo no debe de ser sólo receptivo sino expansivo a doble nivel: a) Difundiendo objetos consagrados que se desacralizan al ser manipulados por medios difusores aún no consagrados y b) Proyectando los objetos no sagrados todavía por el uso

cotidiano que ofrecen valiéndose de los grandes medios de difusión, llevando la cultura de los museos a la calle. (León, 2000, pp. 319, 320)

Museos como Agentes de Cambio Social y Desarrollo

La función social del museo debe originarse internamente y extenderse a la sociedad. Al respecto León (2000) cuestiona algunas de las nociones predominantes que han formado la base de la misión social y ofrece soluciones más prácticas. En primer lugar, aclara que no se trata de adoptar posturas demagógicas que inciten al gran público en menoscabo de otros sectores sociales, sino de emprender acciones que beneficien a una sociedad convencional, sesgada por complejos intereses que impiden el desarrollo de una existencia armónica, orgánica y natural. El museo necesitaría tomar un camino más largo para que su empeño sea fructífero: educar y socializar al hombre “fuera del museo”, es decir que ejerza:

Una influencia tan directa sobre el individuo que al salir del museo pueda seguir actuando con la libertad que le ha deparado al ofrecerle ayuda para su educación, conocimiento de sí mismo y la colectividad, para el desarrollo de su sensibilidad y de sus aptitudes vitales, intelectuales y espirituales. (p.323)

Con frecuencia la primera causa de aversión al museo surge al tener que pagar una cuota de ingreso, pues según León (2000) cuando las actividades culturales y educativas son gratuitas, el público se siente sociológicamente más familiarizado con ellas y hace uso de un derecho público que es suyo. Sin embargo, la tendencia es que la acción cultural y educativa sea gratuita, lo que significa que la auténtica misión social del museo actúa como fuerza activa en la política nacional, colaborando en una transformación sociocultural importante: que la cultura privilegiada se convierta en privilegio de la toda la población.

Por tanto, el museo ha tenido que recorrer un largo camino para integrarse en esta dinámica colectiva. La Oficina Internacional de Museos (International Museum Office) se estableció en 1926 para discutir los puntos de vista que criticaban cada vez más la situación de los museos que se habían transformado en depósitos de artefactos y obras de arte. A medida que avanzaba el siglo XX se incrementaron las posiciones a favor de la filosofía en donde el museo era considerado una institución educativa debido a las necesidades y deseos de la comunidad a la que servía (Pastor, 2004).

El Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés) se crea en 1946 promoviendo el cambio constante de la institución museo en relación con la sociedad, así, surge la Nueva Museología que planteaba cambiar el paradigma que imperaba del

museo tradicional, esto es, como transmisor y conservador del patrimonio y alejado de la sociedad, invirtiendo su papel a centro del trabajo en función de una comunidad. Bajo este paradigma predominan los conceptos de territorio, patrimonio y comunidad; el territorio adquiere una dimensión mucho más compleja con la globalización, debido a la urgencia de una nueva regeneración de la identidad; en este contexto surge la denominación de las Industrias Creativas o Culturales.

El concepto de patrimonio cultural también está en constante transformación pues está sometido al valor que se le da desde un centro específico, típicamente un núcleo de poder, donde se separa algo de su realidad concreta para ubicarlo en un contexto cultural. Bajo este tenor es donde se inserta el bien o el producto cultural en la comunidad, ya que categorizarlo como patrimonio implica hacerlo colectivamente y ser reconocido por todos los miembros de una comunidad.

Bajo el paradigma de la Nueva Museología, la institución Museo se convierte en un espacio para el diálogo, la mediación y participación social, sin olvidar sus valores fundamentales de conservar, investigar y difundir, surgirán las acciones para una comunicación fluida y efectiva a la comunidad, pero no unidireccionalmente, sino abierto al debate de ideas y necesidades.

En México, el enfoque de desarrollo humano del (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], s.f.) plantea que el propósito final del desarrollo se encuentra en cada uno de sus habitantes y en las posibilidades que ellos tienen para elegir una vida en la que puedan realizar a plenitud su potencial como seres humanos. El concepto trascendió más allá del progreso económico, con indicadores que proveen información que refleja el derecho fundamental de tener una vida larga y saludable, creativa y digna.

El Consejo Internacional de Museos desde el 2016 a raíz del éxito de una serie de conferencias en España sobre la inclusión social de los museos, ha seguido trabajando en esa dirección: que los museos asuman su función social y organicen e implementen actividades que promuevan la justicia social y la inclusión. En el 2012 se emitió por encargo la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), una Recomendación Relativa a la Protección y Promoción de los Museos y Colecciones, su Diversidad y su Función en la Sociedad. El documento se basa en el principio que establece que los museos comparten un número de objetivos, entre los que se incluyen la educación y divulgación de la cultura, y que trabajan en pro de la justicia, la libertad y la paz, puesto que contribuyen en la construcción de una solidaridad moral e intelectual entre los pueblos

y garantizan el acceso a la educación para todos por igual (Consejo Internacional de Museos [ICOM], s.f.).

Las consecuencias sociales de la comunicación a través de museos, en la era de la globalización y la sociedad del conocimiento, provocan la lucha por un espacio más democrático y participativo, sobre todo si se trata de museos públicos, que son mayoritarios en México; así, los objetivos del Museo deben de estar dirigidos a la sociedad reconociendo su potencial en el desarrollo social.

Democratización de la Cultura y Museos

Los museos son instituciones que han ido cambiando a lo largo del tiempo, actualmente predomina el papel de educadores y creadores de conocimiento. Como resultado, el enfoque de la Museología Crítica que propone Hernández (2011) del museo como espacio de comunicación exige una acción continua para cambiar la realidad en un diálogo constante entre el museo y la comunidad dejando de lado su discurso tradicional y cambiarlo por uno más abierto en correspondencia a las exigencias socioculturales, para de esta forma democratizar el acceso a la cultura.

Puede haber muchas motivaciones para visitar un museo, el espectador no solo busca aprendizaje, sino que tal como menciona Hernández (2018) podría ser “la mera curiosidad personal, el buscar nuevas relaciones sociales, identificarse con personas de un determinado estatus, pasar un rato agradable y también puede ser querer contemplar, descubrir y experimentar sensaciones y significados nuevos” (p.75).

Hernández (2011) dice que, en los museos, los departamentos de comunicación se han desarrollado para satisfacer las demandas de información que producen, así como para comunicar los mensajes que quieren transmitir y recibir. La comunicación entendida como intercambio y difiere de la información, que es un mensaje unidireccional. El museo se ha actualizado con herramientas como los medios digitales para llegar a más audiencias; por la capacidad de internet y las redes sociales se rompen las barreras físicas y se construyen nuevas comunidades.

Hay que recalcar que los públicos o consumidores se convierten en productores de contenido por la necesidad de participar activamente. En consecuencia, el museo es un mecanismo de apoyo para formar ciudadanos sensibles y reflexivos, fortalecer la identidad cultural y fomentar la creatividad; el papel educativo del museo también se ve reforzado por el avance de la sociedad del conocimiento, complementa a la educación formal con experiencias de aprendizaje significativas.

León (2000) establece que el museo ya no es ese lugar caduco en donde su razón de ser gira en torno a la colección y su conservación como principal actividad, desechando cualquier otro tipo de actividad cultural; continente y contenido formarán parte del tejido museístico al servicio del visitante, quien es ahora el sentido del museo, “e incluso haciendo un juicio más valorativo de las células sustanciales del museo podemos decir que se trata de una sociedad que exige las funciones resultantes del continente y contenido” (p. 75).

La democratización de la cultura ha fomentado la difusión del conocimiento entre el gran público; el museo que una vez cumplió un propósito claro de exhibir al público objetos con valor patrimonial, ha perdido parte de su enfoque como resultado de la reestructuración de la sociedad y la necesidad de cambiar y adaptarse a los nuevos tiempos, en donde la educación no formal es una prioridad que se dirige a un público diverso.

Hernández (1994) que considera al museo como un medio de comunicación de masas, asegura que tiene que llegar a un público cada vez más amplio, para lograrlo hay que diferenciar al público real -los que visitan el museo- y el público potencial. Desde este punto de vista, el museo debe hacer uso de la promoción, difusión, señalización en las ciudades, folletos, en fin, todo lo que esté a su alcance para poder atraer a este público potencial y hacer válido este supuesto de democratizar al museo.

Las políticas culturales y las políticas de los museos específicamente, han luchado por el acceso a la cultura, democratizando la participación social. La promoción y el desarrollo de la cultura ha estado en las agendas de los Estados desde mediados del siglo pasado, sin embargo, su auge se da en el presente siglo, pues se concibe a la cultura como un elemento integrador de la sociedad, valorándose también en su dimensión económica.

Hervás et al. (2018) señalan que democratización cultural y democracia cultural son conceptos que se pueden confundir, sin embargo, denotan conceptos diferentes; la democratización cultural surge con el convencimiento de los gobiernos del valor “civilizador” de la cultura, pretensiones de reducir o eliminar las desigualdades culturales. La cultura es un bien colectivo que tiene que estar al alcance de la mayoría de las personas y se activa por los medios y las industrias culturales.

La democracia cultural, en cambio, cuestiona a quienes deciden qué es un valor cultural o no, por lo que desde este paradigma lo importante no es ampliar a la población consumidora sino la participación de los ciudadanos como protagonistas de la creación de la cultura, partiendo de sus intereses y necesidades, decidiendo que es lo mejor y más conveniente para ellos (Hervás et al., 2018).

Hay que agregar que los museos son objeto de crítica ya que se les ve como simples aparatos para el entretenimiento que siguen perpetuando el sistema de exclusión social y el refuerzo de estereotipos, además de imponer un consumismo populista en exposiciones con afán democratizador; esta crítica atañe también al doble discurso de la democratización de la cultura pues pareciera que hacer llegar los bienes culturales a partir de las instituciones legitimadas (en este caso el museo) implica imponer criterios, ideologías y gustos artísticos que corresponden a una clase social alta.

León (2000) argumenta también que los museos contribuyen a los desniveles culturales o al menos no afrontan esta situación a pesar de los esfuerzos de la Museología “por abolir las fronteras creadas no solo entre el museo y el público sino en la misma sociedad, situación que acentúa su conflictividad y permanente contradicción al proponer unos postulados de total aceptación en teoría, asfixiados por la práctica museográfica” (p. 173).

Para que los museos puedan tener un papel más significativo en el acceso de públicos, es importante romper con las barreras que se han creado, inintencionadamente; se considera a dos como las más importantes, Pastor (2004) las describe:

Las barreras actitudinales o emocionales son aquellas que crean en el visitante un sentimiento de recelo, desconfianza, prejuicio e incluso, hostilidad, hacia la institución museística que le impulsa a no acudir a la misma; ... las barreras informativas son aquellas que impiden al público el conocimiento de la oferta educativa y de todo tipo de la que dispone el museo. (pp. 138,139)

La Educación en la Evolución de la Museología

El ICOM define al Museo de la siguiente manera:

Un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos. (International Council of Museums [ICOM], s.f.)⁴

⁴ En Praga, la Asamblea General Extraordinaria del ICOM aprobó la nueva definición de museo el 24 de agosto de 2022 (consultado el 05 de abril del 2023).

La *Nueva Museología* se concibe en la Mesa de Santiago realizada en Chile en 1972 y tiene como fin adaptarse al nuevo paradigma del museo; el museo ya no solo conserva, resguarda y exhibe, ahora es comunicador y la educación y el estudio son parte de sus objetivos; este paradigma influyó ampliamente en la museología de los años ochenta del siglo pasado. Esta corriente ha puesto el énfasis en la vocación social del museo y su carácter interdisciplinario.

La *Museología Crítica* surge de la crisis constante del concepto de museo como espacio en donde confluyen público-colección-política cultural. Es una forma de repensar los museos como zonas de conflicto⁵ e intercambio: concuerdan significados sociales, valores como cultura, patrimonio, identidad, etc. Las exposiciones atienden a discursos expositivos que seleccionan y ordenan contenidos⁶ y los visitantes se conciben como grupos específicos, comunidades o redes construyendo una relación activa, constructiva y educativa.

El museo, bajo esta nueva reflexión, se entiende como una comunidad de aprendizaje, resultado de un proceso de negociación entre diferentes poderes; y en un marco más amplio se introduce dentro de la pedagogía crítica: el museo como espacio de enseñanza no formal, espacio favorable en donde se crea una comunidad de aprendizaje mediante la negociación y el diálogo con el público (Flores, 2006).

Esta postura replantea la función de investigación de museos como herramienta desde la educación, superando el paradigma del museo comunicativo de la nueva museología hacia uno de negociación y participación: el visitante es la razón de ser del museo, se promueve un contexto de interacción y reciprocidad entre ambos para generar una experiencia positiva y valiosa; busca promover el contexto que favorezca la creación de un vínculo relevante entre el museo y sus públicos y no solo el aumento de los mismos (Jara, 2017).

Desde el punto de vista de la pedagogía crítica, el museo presenta un marco cultural específico: contenidos de culturas diversas, equipos humanos y filtros de diversa índole, que es menester conocer y saber leer para valorar e interpretar significativamente las obras

⁵ Padró (2004) dice que se entiende al museo como: "lugar de duda, de pregunta, de controversia y de democracia cultural...Estaríamos ante una cultura postmoderna revisionista, donde se considera que para entender las formas del conocimiento y de comprensión se debe partir de la noción de lucha y de conflicto"

⁶ Teóricos como (Padró, 2004) enfatizan el carácter interpretativo de museos y de cómo su discurso se transcribe en diferentes tipos de políticas culturales.

de arte. El trabajo educativo habrá de explorar lo que el museo “oculta” para dotarlo de sentido y que su uso pueda darse tras canalizar a los públicos (Rodrigo, 2008)⁷.

Museos en México y Zacatecas

En México, las primeras colecciones museográficas se formaron en la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX, en 1785 la Real Academia de San Carlos, en 1790 el Museo de Historia Natural y en 1825 el Museo Nacional. Los museos cobraron forma al tiempo que se fueron asentando los conceptos de memoria y de identidad nacional, mientras el país se consolidaba como nación independiente.

Morales (2007) señala la coexistencia entre el museo templo y el museo foro, pertenecientes a un mismo proceso de formación del Estado moderno; el precursor, Museo Nacional de México, tuvo un papel en el proceso de laicismo de la mirada devota a la mirada curiosa.

Es a partir de la Revolución que se reformulan los acontecimientos nacionales y sus héroes, así como la recolección de objetos relacionados con este proceso; también había que justificar el orden social y político que buscaba el nuevo orden establecido, aunque para entonces ya se había logrado cierta interpretación del pasado con una visión positivista de progreso y una idea de nación para todos; esta construcción de conciencia nacional desde el Museo se establece de una manera parcial al incorporarse el quehacer de las misiones culturales, promoviendo la preservación del patrimonio cultural; es así que surgen o se consolidan los museos regionales (Schmilchuk, 1995).

El arquitecto Mario Pani fue el principal promotor del primer Museo de Arte concebido como tal, quien aproximadamente desde 1930 reunió las obras de arte del Museo Nacional y las de la Academia de San Carlos y fundó el Museo de Artes Plásticas en el Palacio de Bellas Artes en septiembre de 1934, aunque solo duró hasta 1938. Es en 1947 que se retoma la iniciativa al fundarse el Instituto Nacional de Bellas Artes y se inaugura el Museo Nacional de Artes Plásticas. En 1960 que se inaugura el Museo de San Carlos y ya en 1964 el INBA inaugura la Pinacoteca Virreinal, el Museo del Palacio de Bellas Artes y el Museo de Arte Moderno (Schmilchuk, 1995).

Según indica Morales (2007) en los años posteriores a 1968, el concepto hegemónico de Museo Nacional, entró en crisis de legitimidad académica debido a que el pasado prehispánico se había convertido en la estética de la identidad colectiva mexicana;

⁷ “Lo públicos se representan en comunidades que van logrando autonomía a través de recursos que potencien participación e integración desde su marco contextual propio”. (Rodrigo, 2008, p. 3)

desde la época de Porfirio Díaz, las colecciones precolombinas, su narración y referencia a los mitos fundadores de la identidad nacional, fueron las que adquirieron significado en su forma institucional de museo, operando como manifestaciones del nacionalismo en los diversos museos que se agrupaban en la capital del país, tales como el Museo Nacional de Antropología y el Museo Nacional de Historia, entre otros.

Al fracturarse la ideología nacionalista, a principios de los ochenta, se abre el Museo Nacional de Arte, en donde el carácter de “nacional” representa al arte de la nación independiente y revolucionaria; se define también como nacional en oposición a internacional; cada idea de nación mexicana y cada proyecto modernizador ha intentado “musealizar” conceptos y valores a través de colecciones y decidir qué es lo que es arte y qué no, así como en qué necesitamos diferenciarnos para delimitar la identidad (Schmilchuk, 1995).

Aludiendo a la concepción del museo en México, Morales (2007) relata: “Bonfil Batalla hablaba de una función meta narrativa del museo que debía entenderse en el contexto más amplio de lo que en su visión particular aparece como una escisión entre el México imaginario/europeo y el México profundo/indígena” (p. 36).

A mediados de los años ochenta del siglo XX, en México se replanteó la función del museo y su interacción con el público, a partir de su función educativa y también de su esparcimiento cultural. En el momento en que la museología comenzó a reflexionar sobre la cultura como objeto-signo y por lo tanto como construcción de reflexiones, se incrementó el interés por las comunidades que asisten a los museos (Morales, 2007).

Zacatecas es una ciudad rica por su cultura y su arquitectura, en 1993 es nombrada por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Su devenir museístico ha sido un proceso fomentado sobre todo por Federico Sescosse, figura preponderante en la cultura zacatecana, quien fue quien realizó gestiones para la fundación de la mayoría de los museos de arte en la ciudad de Zacatecas (Estrada, 2020).

El primer museo que se estableció en el Estado fue el Museo de Guadalupe fundado en 1917 y es a la fecha una de las pinacotecas virreinales más importantes del país, pertenece al INAH desde 1939. En 1978 se inauguró el primer museo de arte en la capital del Estado, 18 años después de la muerte de Francisco Goitia dándole su nombre y albergando la colección más completa de artistas zacatecanos nacidos a finales del siglo XIX y la primera mitad del XX, incluyendo una buena parte de la obra de este artista (Estrada, 2020).

El segundo museo de arte creado fue El Universo de Pedro Coronel, con la propuesta y gestión de Federico Sescosse y con el apoyo del gobernador Cervantes Corona con quien consolidó su labor como defensor del patrimonio. Fue en 1982 cuando en el edificio que alojara al Colegio de San Luis Gonzaga albergó la obra del artista zacatecano, pero fue inaugurado hasta 1983 (Estrada, 2020).

El tercer museo se inaugura en 1990 y corresponde a la colección de Rafael Coronel, quien además de artista, es coleccionista de arte mexicano; el museo se encuentra en donde estaba el exconvento de San Francisco; don Federico Sescosse también tuvo un papel importante en este proyecto, remodeló y adecuó el inmueble que alberga una de las colecciones más atractivas de máscaras de distintas regiones del país y del mundo. Además del arte mexicano cuenta con una sala que exhibe la colección de pintura de caballete de Rafael Coronel (Estrada, 2020).

El Museo de Arte Abstracto Manuel Felguérez abre sus puertas en 1998, el único en el continente especializado en arte abstracto. El propio artista conformó su colección y fue donada por él y por su esposa, compuesto de más de 800 piezas, entre pintura, escultura, grabado y objetos personales. Su edificio se encuentra en lo que fuera el Seminario Conciliar; el gobierno del Estado donó el edificio en 1999 para que se llevara a cabo la ampliación del museo. Cuenta en su colección con obras de importantes artistas de la ruptura (Estrada, 2020).

Capítulo 2

El Arte y su Consumo

La Importancia del Arte en el Ser Humano y en la Sociedad

Enfrentado a sus experiencias en el mundo, el ser humano necesita del arte para expresar ideas y sentimientos. Aunado a la creación artística se necesita de un receptor que interprete creativamente e inicie un diálogo, convirtiéndose en un círculo de retroalimentación. Este conocimiento del mundo mantiene activas las facultades de percepción.

Howard Garner en su estudio *Arte, Mente y Cerebro*, analiza los postulados de varios teóricos, incluido Cassirer, quien rastrea el significado de los símbolos no como herramientas o mecanismos del pensamiento sino como el funcionamiento mismo de él, ya que es imposible entender la actividad de simbolización como algo separado de la imaginación y la creatividad: una persona vive inmersa en un mundo simbólico, crea sentido, resuelve y crea problemas de forma imaginaria y creativa. Cassirer reconoció que el arte proporciona una imagen más rica, más vívida y colorida que la realidad y permite una comprensión más profunda de su estructura formal (Gardner, 1997).

El arte en todas sus manifestaciones y en el caso que nos ocupa, las artes visuales y plásticas, han servido para expresar los asuntos del espíritu, así como lo mental y físico como miedos, sueños, recuerdos, etc. haciéndose visibles a través de las obras de arte que cumplen la función como tal al hacerse públicas, ya que otros pueden participar de esta creación y así, las nociones de una cultura se pueden entender en una significación colectiva. Otra función del arte es activar la sensibilidad, da vida a lo concreto, especialmente a aquello que puede pasar desapercibido.

Eisner (1998) sostiene que el artista está influenciado por el mundo en el que vive y utiliza el arte para expresar valores y verdades sobre la condición humana, la sociedad. A través de metáforas visuales expresadas en el arte, nace una crítica social y la obra contribuirá a redescubrirla, ampliando la conciencia, especialmente para aquellos con una menor capacidad de percepción posibilitando que vean lo que parece oculto.

Para Acha (2015) al artista le interesa más la relación del hombre con la realidad física que el fenómeno visual. A través de lo visible, expresa realidades no visibles y permite que el espectador las identifique con esa representación, equiparándolas, aunque sean diferentes. Sin embargo, se complementan: la realidad, la imagen mental y la imagen real o gráfica. El ser humano recibe conocimientos desde los tiempos más remotos a través de

la percepción que se da por los sentidos; el conocimiento comienza en la percepción, que es una construcción individual como social, sin olvidar las posibilidades fisiológicas, pero también históricas de los sentidos.

Las obras de arte se constituyen como sistemas sociales de producción, distribución y consumo, sin embargo, pueden alejarse de lo estético y lo artístico cuando tienen otros fines, que pueden ser educativos, informativos, religiosos o políticos. Acha (2015) sostiene que el arte y su relación con la sensibilidad radica en que emerge y retorna a ella como producto artístico, de tal forma que se enriquece, renueva o corrige y en este proceso adquiere alcances sociales, sistémicos, o individuales y para el autor, esta es la principal función del arte.

Toda acción humana tiene un trasfondo político y el arte no es una excepción; esto es especialmente cierto cuando estas estructuras políticas utilizan el arte para promover objetivos políticos (Acha, 2015). Esta afirmación sirve de base para fundamentar la importancia del arte, pues su papel es mucho más revelador en la sociedad de lo que inicialmente parece, especialmente a la luz del hecho de que el Estado y las corporaciones transnacionales actuales, debido al neoliberalismo y la globalización, son los que gobiernan y controlan la distribución de medios intelectuales y materiales.

Según Acha (2015), la apreciación del arte implica un diálogo entre el creador y el espectador, que puede interpretar y ser creativo, con cierta libertad dependiendo de la cultura estética o ecoestética que se le imponga. La falta de acceso a los recursos necesarios para una experiencia plena de las artes, aunado a un proceso de elitismo, coexisten en este proceso de consumo estético. Se debe hacer una distinción entre apreciación o consumo estético del artístico.

Apreciación Estética y Apreciación Artística

Acha (2015) distingue entre apreciación estética y apreciación artística. Con una profunda exploración del tema, afirma que la estética es una forma de existir de los objetos y fenómenos, expresando pensamientos y emociones y para ello debe estar relacionada con el sujeto. La sensibilidad no solo va seguida de la razón, también la precede y la acompaña; contiene lo estético y está conectado con los sentidos y las emociones, pero no es hasta que la razón y la sensibilidad prevalecen sobre los procesos sensoriales, lo artístico se efectúa.

Todos poseemos sensibilidad porque es necesaria para la supervivencia; sin embargo, su función y la de la razón varían según la circunstancia, persona,

acontecimiento, época y cultura. La sensibilidad llenaría los vacíos dejados por el desconocimiento de la razón de ciertos aspectos de la realidad, dedicándose a las actividades estéticas, necesarias porque no hay manera de sustraerse de las categorías estéticas de la realidad; por otro lado, lo artístico puede ser ignorado. Lo estético y lo artístico tienen un comportamiento dialéctico, como un todo y la parte; lo estético involucra lo artístico y viceversa, lo artístico incluye lo estético, entre otras cosas (Acha, 2015).

Ampliando lo anterior, Acha (2015) afirma que la estética está conectada con la sensibilidad, como consumo inmediato y espontáneo, directo, emocional, identificado con el gusto, está ligado al placer emocional así como a los valores preestablecidos, por lo que el objeto estético es un producto cultural y se enfrenta a la subjetividad del sujeto. Bajo este tenor, el autor menciona que los objetos bellos son independientes del receptor que los percibe y del contexto en el que se encuentran, por lo que se cree que son valiosos por sí mismos; es la novedad lo que sorprende y atrae, estableciéndolos como ornamentos o símbolos de algo único.

El arte utiliza categorías estéticas (bello, feo, sublime, etc.) como materia prima, se consume racionalmente, esto es, junto con lo estético se incluyen procedimientos racionales con información histórica y conceptual, lo que requiere de una educación adecuada para reconocerlo. Por ejemplo, podemos decir que los dibujos que realizan los niños son más bien estéticos y no artísticos, porque las actividades artísticas se sustentan en teorías y técnicas que se transmiten de generación en generación en una cultura determinada.

Acha (2015) nos dice que, al percibir realidades, el ser humano las reconoce. La percepción construye imágenes y combina en este proceso tres actividades cognitivas; sensorial, sensitiva y teórica; la mezcla de estas tres es clave para una percepción profunda, es decir, artística. (Bourdieu, 2002) hablará sobre el ideal de percepción “pura” de una obra de arte como tal, debido a un largo proceso de “depuración” e implica la abstracción de las funciones mágicas o religiosas, correspondiente a la formación de una categoría socialmente diferenciada de expertos en la producción artística.

Las operaciones sensoriales son aquellas que se producen a nivel fisiológico de los sentidos y que, en relación con la percepción, tienen causas ecológicas relacionadas con el objeto mismo, la sociedad y la cultura de la que formamos parte, así como con los niveles cognitivos y estéticos. Las operaciones sensitivas tienen como núcleo a la sensibilidad construida por las civilizaciones y es lo propio de las artes y lo estético (Acha, 2015).

La sensibilidad, es la capacidad humana para sentir propiamente, así como percibir y utilizar correctamente las operaciones sensoriales y traducirlos en sentimientos, que son subproductos de estados del espíritu o psíquicos, derivados de situaciones o realidades determinadas; son el resultado de una relación objeto-sujeto establecida por la realidad de estos (Acha, 2015).

Acha (2015) señala que las operaciones teoréticas son aquellos que usamos para evaluar mientras percibimos o interpretamos, pero después de ese proceso los seguimos usando por las valoraciones son esenciales para nosotros. Las de tipo artístico son sistémicas y son proporcionadas por las obras de arte, retroalimentando al mismo sistema e incluye las implicaciones personales y sociales del consumo de arte. Este tipo de valoraciones son las que corresponden a las operaciones teoréticas, siendo las personas interesadas y con inclinaciones artísticas las que tienen el conocimiento y la experiencia apropiadas para evaluar de manera imparcial, objetiva, racional y artística a una obra de arte.

Esta valoración, que puede ser objetiva y racional, puede ser agradable y producir placer, pero no es estético, sino intelectual o artístico; la subjetividad es superada por el juicio racional. La actividad teorética va más allá de lo sensorial y sensitivo. Lo estético depende del gusto y lo artístico se sustenta en un conjunto de ideas, conceptos y teorías, es decir, lo artístico va más allá de lo estético, puesto que la apreciación artística permite la separación de lo estético (Acha, 2015).

Bourdieu (2002) señala al respecto que existe una diferencia entre una obra de arte y el resto de objetos hechos por el hombre, debido al acercamiento estético a los objetos socialmente considerados como obras de arte, que merecen ser percibidos con una intención estética, que sea capaz de reconocerlos y construirlos en obras de arte. Si bien este autor no distingue entre términos de percepción estética y percepción artística, utilizando la primera en lugar de la segunda conforme al enfoque de Acha, es importante subrayar que sí se refiere a una “forma estética” en el sentido de tener un deseo o disposición particular para abordar a objetos que han sido designados socialmente como obras de arte.

La ecoestética, otro de los términos empleados por Acha (2015), hace referencia a las relaciones de la sensibilidad con el medio ambiente, que son respuestas en las que interviene tanto la educación familiar como la comunitaria, con el sello de las normas y la ideología que le es propia. En la formación de estas necesidades de la sensibilidad interviene también la demoecología que interviene en la formación de comportamientos

sensitivos, y determinan el refuerzo de la imitación de ciertas conductas sensitivas con la ecología de los objetos, creando hábitos y reflejos condicionados. La sociedad en su conjunto trabaja en la creación de sensibilidades, pues toda práctica social o modo de vida participa en ella.

Acha (2015) también afirma que es el sistema político y social el que crea la ecoestética y no para satisfacción humana, sino para su objetividad estética, es decir, para su eficacia en la configuración de los componentes estéticos con respecto a la sensibilidad; dichos componentes cumplen funciones sociales, por lo que objetos, comportamientos, valores y normas, son lo primordial que los sistemas estéticos distribuyen en el entorno, así "las ideologías generales del arte terminan modelando con más fuerza a los públicos sin contacto artístico ni formación intelectual, cuyo sistema de decisiones depende de su cultura estética" (p.229).

Dentro del sistema político, está inserto el sistema educativo, entre otros sistemas, por lo que la postura de Read (2011) que critica a la instrucción pública es pertinente y lo es en el sentido de que inculca el conocimiento intelectual a través de "la memorización, el análisis, enumeración, clasificación y generalización, facultades que pueden ahogar o disminuir la sensibilidad estética, cuyo desarrollo exige concreción, agudeza de los sentidos, espontaneidad emocional, atención, contemplación, amplitud de visión o de percepción" (p. 127).

Existe una realidad objetiva visible y una realidad biológica del ojo. Se considera que la realidad objetiva interfiere con las dimensiones sensoriales y espaciales de la materia definiéndola con una representación gráfica. Es el ser humano mental y sensorialmente perceptivo, sin embargo, cuando la mente interviene sucede algo definitivo; no aspira a ver la realidad para localizarla sino más importante, conceptualizarla. El realismo mental se desarrolla, tanto conceptual como visualmente, a medida que el concepto se vuelve visual a través de esta capacidad de reconocimiento mental. Se tiene que aprender la realidad para expresarla, todos somos capaces de esta expresión, aunque el sistema de representación cambia con el tiempo, siempre está en los límites de la relación realidad-ojo-mente (Acha, 2015).

Este aprendizaje cognitivo, es una realidad representada, pero no como si la fotografiara, sino como una realidad que ya está fotografiada en la memoria, de modo que los detalles desconocidos a menudo no se ven; nos adaptamos a nuestra realidad. La visión no es un fenómeno secundario y mucho menos una actividad pasiva, porque implica una intervención creativa, que no es lo mismo que invención. El ver implica elección y al hacerlo

establecemos, es decir que no creemos lo que vemos, sino que vemos lo que creemos. Esta visión de lo que creemos es la visión teórica, producto social e histórico; la visión-realidad se define en ojo-mente, que juega un papel muy importante: de las percepciones que tenemos, la más intelectual es la visión (Acha, 2015).

La representación-realidad, significa representar gráficamente la realidad visible, es decir que a través de imágenes se representa la percepción de la realidad que se vive según las posibilidades y limitaciones de la visión teórica. La relación productiva entre las artes y la realidad se establece en el proceso de representación-realidad, que es histórico, porque las artes enseñan a ver la realidad imponiendo patrones de realidad visible y de fidelidad visual. Tanto las artes como los lenguajes sociales son productos sociales e históricos con una formación dialéctica; imponen a nuestra vista formas específicas de percibir la realidad visible y no son aleatorias ni se desarrollan por generación espontánea. Son necesarias las condiciones para las formas de representar gráficamente la realidad, debido a la realidad y al ojo humano; en el proceso de representación-realidad, se crea la imagen-realidad. En la relación entre una imagen y la realidad en términos de fidelidad, el artista no expresa lo que ve o percibe la realidad fiel: inventa las configuraciones que representa (Acha, 2015).

La visión-representación incluye a la percepción artística y, en general a la realidad observable. La percepción incluye representaciones no artísticas de la realidad visible, las de la vida cotidiana o de la comunicación visual colectiva. Realizamos el proceso de imaginar la realidad a través de los procesos de percepción y uso del lenguaje. Imaginamos que la realidad visible se significa en presencia de símbolos, emblemas, signos o textos y la capacidad de identificación visual se activa en presencia de imágenes de las realidades visibles (Acha, 2015).

Imaginamos lo que vemos y en este proceso se realiza otro, que es el de la relación figura-realidad figurada. En comparación con nuestra visión directa de la realidad, nuestra capacidad para comparar y contrastar dos cosas diferentes tiene una mayor influencia en cómo percibimos las representaciones icónicas. Si solo vemos imágenes distorsionadas o parciales, las corregimos y completamos usando la mente e imaginación reproductiva; para esto, las imágenes requieren de una capacidad de identificación más fuerte, así como una mente creativa más imaginativa (Acha, 2015).

La calidad de la información visual o la presencia o ausencia de detalles definitorios o tipificadores de la realidad figurada, determina la eficacia de la comunicación o identificación. Esta cualidad también depende del uso de los sentidos imaginativos porque cada figura transmite tanto con lo que dice, como con lo que no dice. Por ser igualmente

importante en la comunicación cotidiana, la metáfora visual actúa y exige una identificación mental y sensible que no es exclusiva del arte, por ello se utiliza el diseño con la adición de recursos estéticos para la persuasión inconsciente (Acha, 2015).

(Acha, 2015) asegura que cuando el ser humano siente que es importante usar su imaginación creativa y sentido crítico la activa y se pone en defensa de las imágenes sobrecargadas de información. Sin embargo, cuando se trata de algunas imágenes como las fotográficas utilizadas en diseño y marketing, la gente no puede defenderse de ellas porque van más allá de la información icónica y la realidad fotografiada; aquí se habla de percepción cotidiana, no percepción artística. Las imágenes cotidianas tienen potencial artístico y portan recursos estéticos además de sus denotaciones y connotaciones.

Consumo Cultural

La definición de consumo según la Real Academia Española es: "Acción y efecto de consumir (comestibles u otros bienes)" (Real Academia Española, s.f., definición 1). Consumir se define como "Utilizar comestibles y otros bienes para satisfacer necesidades o deseos" (Real Academia Española, s.f., definición 2)

A partir de estas definiciones, podemos ver que el consumo está siempre ligado a una necesidad y su satisfacción. También está implícito en esta definición que los bienes que se consumen, eventualmente se desgastan o se destruyen. Aunque se pueden utilizar para satisfacer necesidades y deseos, los servicios no se consideran "consumibles" *per se*, sin embargo, puede haber un desgaste (recursos de cualquier índole) y puede haber una transformación en el usuario de estos servicios.

Los desafíos teóricos y metodológicos para el consumo cultural han sido planteados por García Canclini (2006) quien se ha adentrado en el tema. Dado que el término está asociado con el "consumismo", además del sesgo de ciertas connotaciones "espirituales" en los bienes artísticos o culturales, el término se ha vuelto complejo; así, sienta las bases para una mejor comprensión de las prácticas y consumos culturales en su propuesta teórica para el estudio del consumo cultural.

Rama (2003) analiza la producción y la economía de los productos culturales y precisa que es menester diferenciar entre consumo y consumo cultural, a saber: el primero, lo que la economía dice en cuanto a intercambios de tipo económico y el segundo, lo que antropólogos y sociólogos estudian sobre reglas de convivencia y conflictos, así como del uso de bienes como transmisiones de información y significado, estudiado por las ciencias de la comunicación, entre otras disciplinas.

Como no existe una lógica de valor de uso, en este estudio se ha rechazado una concepción naturalista de las necesidades. Como ejemplo a los automóviles, donde moverse no es una necesidad sino la lógica de la ganancia y la diferencia de clases. Entre las cosas y las necesidades no hay correspondencia natural; asimismo no existe una correspondencia artificial, o si la hay, todas lo son, puesto que todo es condicionamiento sociocultural (Rama, 2003).

García Canclini (2006) define al consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (p.80). Describe el consumo en seis puntos, de los cuales solo consideraremos tres pues en éstos se ha establecido la función simbólica de los bienes.

En el modelo tres como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos establece que el consumo es en donde se construyen y comunican las diferencias sociales y no por lo objetos que se poseen sino por la forma en que se utilizan: rituales para comer, espectáculos que se prefieren; Bourdieu (1998) es una de sus referencias básicas para hablar de esta apropiación y uso simbólico de bienes y servicios, y en sus estudios se revela que, para ocultar las diferencias económicas, se justifica la distinción social por los gustos que separan a las clases sociales.

En el modelo cuatro como sistema de integración y comunicación, plantea que hay bienes que se vinculan a todas las clases, aunque tengan diversas apropiaciones; este tipo de consumo favorece la sociabilidad, como reunirse para comer o ir en grupo al cine. Consumir es también un intercambio de significados: los miembros de una sociedad comparten los sentidos y son comprensibles para todos, tanto los que están incluidos como los que no, en cierto tipo de consumo, como un diploma universitario o una casa en una determinada zona (García Canclini, 2006).

Al hablar de consumo como un proceso ritual en el modelo seis, mediante el cual la sociedad fija determinados significados que son producto de acuerdos colectivos, García Canclini (2006) asevera que es la sociedad quien, para regularse, selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, estos significados. Los rituales más eficaces utilizan objetos que establecen los sentidos y las prácticas que preservan lo que el consenso general juzga valioso; cuanto más costosos, más fuerte la ritualización que fije los significados.

García Canclini (2006) resume que consumir sirve para pensar, pues la apropiación de los bienes distingue simbólicamente, al tiempo que integra, comunica, objetiva deseos y ritualiza su satisfacción; los actos de consumo, entonces, son hechos culturales. Distingue al consumo cultural debido que en la modernidad se ha logrado una parcial independencia

de los campos artísticos e intelectuales. Independencia lograda en parte por la secularización global de la sociedad, así como transformaciones en la circulación y el consumo, propias del capitalismo, la expansión de la burguesía y sectores medios y la educación generalizada que forma públicos para las artes conformando mercados diferentes.

De acuerdo a García Canclini (2006) el consumo cultural es: “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (p. 88).

La asimilación, rechazo o negociación de mensajes culturales no es pasiva porque involucra múltiples fuerzas tanto del emisor como del receptor; intervienen también otras instancias como la familia y la escuela quienes pueden afectar estas acciones. El consumo actúa como estímulo del pensamiento al producir significados inesperados una vez incorporados a las redes cotidianas de las personas porque existe una lógica de reutilización de los bienes, en particular los de carácter cultural o artístico (García Canclini, 2006).

Ortega (2011) desarrolla un estudio sobre el consumo cultural y propone la idea de que el consumo es una actividad cultural en la que se ponen en juego categorías sociales que se redefinen constantemente. También lo asimila como un ritual, al establecer una serie de significados que son convenciones sociales, constantemente repetidas y reconocidas tanto por quienes participan de ellas como por quienes las observan. En consecuencia, el autor afirma que todo consumo es cultural porque forma parte de una cultura. La creación de significados, es el fin específico de los bienes y las prácticas culturales, utiliza para ello recursos socialmente establecidos en un campo social conocido como producción cultural -es decir, a través instituciones del arte que se legitiman y legitiman el arte, los artistas e incluso los medios de comunicación- y tienen una intención explícita cuando se elaboran para expresar o comunicar porque se originan este campo.

Debido a que los bienes culturales se insertan en un campo de producción intelectual o cultural, tienen una especificidad única que los convierte tanto en mercancía como en significación. Dado que agentes o instituciones externas median con el interior del campo en parte o en su totalidad, el arte ha estado relativamente aislado de las condiciones externas; como en todos los otros campos, también en este existen luchas entre los subcampos que lo conforman (Bourdieu, 2003).

Entre el campo de la producción cultural, existen dos subcampos en constante lucha, el de producción cultural restringida identificado principalmente con las bellas artes y que cuenta con museos, galerías, bibliotecas, entre otros y la producción cultural a gran escala o de masas, que cuenta con los medios de comunicación masiva (Rama, 2003).

Bourdieu (1998) ha analizado los aspectos simbólicos y estéticos del consumo y la racionalidad de las relaciones sociales debida a la construcción de signos de estatus y las maneras de comunicarlos; para este investigador, en las sociedades contemporáneas más que ser una lucha por medios de producción y satisfacción de necesidades, lo es por apropiarse de estos medios de distinción simbólica.

Consumo Artístico

Reinterpretar una obra de arte conducirá a un conocimiento racional que permitirá una variedad de visiones del mundo y aceptará la diversidad con empatía. La importancia del arte se encuentra en el hecho de que es una forma única de actividad a través de la cual el hombre intenta traer el mundo visible a su conciencia bajo la influencia de su propia naturaleza Read (1976).

Read (1975) expone que el arte no es un intento de aprehender la realidad como un todo, sino más bien es un reconocimiento fragmentario y la fijación de aquello significativo de la experiencia humana; la actividad artística es la concreción, desde el sentimiento, de formas simbólicas; sobre esta base, se hace posible un discurso simbólico donde la religión, la filosofía y la ciencia surgen como modos de pensamiento.

Según Rancière (2009), las prácticas artísticas son modos de hacer que “intervienen en la distribución general de las maneras de hacer y en sus relaciones con maneras de ser y formas de visibilidad” (pp. 10-11); la relación entre estas prácticas y la política -que versa de lo que se ve y dice en un tiempo y espacio determinados- sería la representación a través de la imagen.

Debido a su inclusión en la moda, el diseño y los estereotipos relacionados con el consumo masivo, el arte se ha banalizado, dándole un sentido de vanidad más que de capacidad crítica, de transformación y significación, ya que el espectador permanece en un rol pasivo de consumo, sin crítica, sumiso y con *clichés* de éxito como el dinero, la juventud y la belleza; dicho en otras palabras, cualquier cosa que se centre más en el parecer que en el ser.

La función social del arte adquiere sentido dado que puede ser interpretado de muy diversas maneras, teniendo en cuenta una variedad de experiencias de vida, facilitando la

comunicación a través de signos e interpretación crítica a partir de obras artísticas que son tanto un fenómeno de comunicación como una práctica. Romeu (2008) propone que el arte, en un diálogo social y significación entre sujetos y objetos, podría servir como herramienta de movilización colaborativa para el pensamiento crítico que sea capaz de enfrentar al vacío o inconsciencia imperante en el sistema social actual, desafiando la realidad, demostrando necesidades y lo más importante, participando de la acción en su potencial para la transformación desde lo colectivo.

De acuerdo con Díez (2008), aprender y relacionarse con el arte son actividades que ayudan a una persona a desarrollar cualidades, actitudes e inteligencias. Tres características están presentes en el aprendizaje y consumo del arte: la creatividad, la inteligencia cualitativa y la actitud representativa. Para crear algo nuevo primero se debe generar un problema mental, a partir del cual se desarrolla una idea, concepto, acción o forma; el hecho de que este nuevo producto exprese el deseo y la necesidad de encontrar un sentido es su característica más significativa. El desarrollo personal es un proceso que se expresa a través de actividades creativas; en el contexto de la educación implica un comportamiento espontáneo, no repetitivo, una actitud proactiva hacia la solución de problemas, con una voz propia y la capacidad de reconocerse a sí mismo.

La investigadora destaca que, fruto de las presiones sociales que favorecen el conformismo, en nuestra sociedad no se fomenta la creatividad, condenando de manera directa o indirecta, los desvíos de esta norma. Para que la sociedad alentara a la creatividad: “tendría que incorporar un sistema de valores que implicase una visión positiva del cambio y de la innovación. Esto no ocurre porque vivimos en sociedades apoyadas en sistemas desiguales que necesitan de individuos conformistas para mantenerse” (Díez, 2008, p. 584).

Destacan algunos aspectos importantes de la creatividad: ayuda a satisfacer importantes necesidades humanas ya que el proceso creativo incluye la lectura de la realidad, el procesamiento de la información y la producción y realización de ideas, no solo en el ámbito artístico, sino que también revisa las categorías en las que se percibe el mundo, las formas de pensar y procesar la información, así como las estrategias para la resolución de problemas; es una capacidad colectiva e histórica, produce respuestas diferentes a cómo estar en el mundo, requiriendo para ello un espacio dónde decidir y crear, al ser colectivo hace uso de la diversidad de mentes que conscientemente o no intervienen para proponer soluciones diversas; finalmente la diversidad sería la materialización de esa creatividad acumulada (Díez, 2008).

La inteligencia, según Eisner (1998), es más que una habilidad innata porque puede convertirse en una forma de comportarse de las personas a través de la experiencia, lo que a su vez amplía nuestra comprensión del universo y su significado. Considera a la capacidad de crear arte, así como de criticarlo o reflexionar sobre él, como resultado de tener inteligencia cualitativa, que sería también producto de la educación. Hay una tendencia a separar el arte del intelecto y el pensamiento del sentimiento; el arte no es solo una forma de liberar afecto, emoción o como catarsis, los artistas reflexionan profundamente y tienen sentimientos intensos, esto tiene la capacidad de ser transformado en obras de arte; esta habilidad depende de visualizar y controlar estas cualidades, lo que resulta en un acto de pensamiento cualitativo.

La inteligencia cualitativa se usa no solo en el campo de la producción, sino también en la crítica de arte -la crítica no para aprobar o desaprobado una obra, sino para ayudar a otros a entenderla- se usa cuando esta habilidad es necesaria para experimentar las cualidades que la conforman, es decir, configuran su forma, valoran su expresividad y luego la traducen a la forma de expresión discursiva que se refleja de vuelta en la obra (Eisner, 1998).

Así, según las opiniones de (Eisner, 1998) y (Díez, 2008) es posible comprender por qué el aprendizaje y el consumo artístico tiene mucho que ver con el desarrollo humano, pues la inteligencia cualitativa es una herramienta fundamental para el desarrollo pleno del ser humano en la complejidad del mundo en que vivimos; además de que la creatividad se considera como una parte integral en la formación de ciudadanos para así poder transformar sus vidas y las de quienes los rodean.

Hábitos y prácticas culturales

Para hablar de hábitos y prácticas culturales, habría que especificar que estas se llevan a cabo principalmente en el tiempo que no se dedica a otras tareas que son consideradas como “productivas”, es decir el tiempo dedicado al estudio formal o al trabajo remunerado; se está hablando de personas que no se dedican de manera profesional a alguna actividad artística o cultural, aunque se entiende que los profesionales del campo cultural y artístico también pueden usar su tiempo libre para las prácticas culturales.

Así pues, habría que discutir del tiempo de ocio y del tiempo libre, son constructos occidentales que surge con la revolución industrial, debido a que se comenzó a diferenciar este tiempo de trabajo o productivo del que no lo era. Según Brinnitzer (2003) es el tiempo libre de obligaciones lo que da pauta al desarrollo y la autorrealización, puntualiza que “La

satisfacción lograda por el ocio será mayor cuanto mayor sea la percepción de libertad con respecto a la toma de decisiones del contenido del propio tiempo” (p. 224).

Del ocio, concepto que generalmente tiene una connotación negativa, Brinnitzer (2003) afirma que cualquier actividad que se lleve a cabo bajo este esquema necesita de un tiempo de gestación y desarrollo, dado que el tiempo es medible y objetivo, el ocio sería admitido como una vivencia humana, relacionada con el ámbito personal y por lo tanto subjetivo. El tiempo libre, alude a un espacio de posibilidades que dependen del individuo y en donde no hay obligaciones.

Se adentra en el concepto de tiempo disponible en el que se podría hacer con él lo que a cada quien se le ocurra, aunque, menciona, está plagado de ocupaciones autoimpuestas, por compromiso, como ir a la iglesia, por ejemplo; el tiempo no disponible, es aquel en el que tenemos una serie de obligaciones en donde el tiempo ya está ocupado; el tiempo libre, formaría parte de ese llamado tiempo disponible en el que lo llenamos de cosas que o bien marcan nuestra vida positivamente o todo lo contrario (Brinnitzer, 2003).

El ocio es un tiempo del que nos hemos liberado de todo tipo de ocupaciones y que atiende más al desarrollo personal:

El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad. (Dumazeider, 1971, como se citó en Brinnitzer, 2003, p.18)

Brinnitzer (2003) expone que una definición de ocio tendría tres requerimientos: disponer de un tiempo no ocupado por obligaciones; que el individuo actúa con plena autonomía y obtiene un placer personal de la actividad y, en tercer lugar, el tipo y valor de las actividades que libremente se realizan durante el tiempo libre.

García Canclini (2006) da un aspecto más del tema pues, aunque sí lo considera una especie de escape de los tiempos productivos, asevera que “el ocio es ese tiempo en el que se inscriben trayectos y rutinas que se escapan de las disciplinas de la producción, aunque no deje de responder a sus reglas” (p.59).

Terrero (2006) profundiza, puesto que hace una clara mención al poder de sociabilidad y vinculación de las prácticas que se realizan el tiempo de ocio sin dejar de lado a barreras y diferenciación a través del mismo:

El ocio es una actividad productiva con beneficios para quien lo practica ya que incrementa la intensidad de las relaciones sociales y puede constituirse en el espacio de vinculación, movilidad y figuración social que complementa la actividad profesional; es el medio de promoción social y actúa como barrera de estatus, espacio de distinción y diferenciación social. El ocio estaría constituido de tiempo y recursos. (p.210)

Así pues, se entiende que los hábitos y prácticas culturales estarían ligados indefectiblemente al tiempo llamado de ocio, podrían ser parte del desarrollo personal y de crecimiento espiritual o de conocimiento, y como ya se ha visto, este tiempo está supeditado a los tiempos ocupados por la productividad.

Para adentrarnos al tema de las prácticas culturales, Coelho (2009) dice que “una práctica cultural es una actividad de producción y recepción cultural” de manera más específica, las prácticas culturales se encuentran relacionadas con hábitos culturales, entendidos estos como “disposiciones duraderas y adquiridas por la repetición de un acto”. Las prácticas culturales se refieren a las actividades que movilizan una conducta grupal o de una comunidad hacia una dirección estética, ideológica, etc. que ha sido definida previamente (p.258).

El hábito cultural, según Coelho “es una figura, una forma cultural que identifica o representa a un individuo o grupo y que es, de uno y otro su quintaesencia” (p. 165). Apunta que el conocimiento de los hábitos ha detectado lo que es (relativamente) estable y continuo (o idéntico) en grupos y también aquello que se les presenta como alternativo (o diferente) y que puede indicar un deseo más o menos consciente. También asegura que parte considerable de la cultura es puro hábito y que el arte en su entendimiento contemporáneo es lo opuesto del hábito (2009).

Estos hábitos y prácticas culturales son un indicador del nivel del capital cultural ya sea de un individuo o de un grupo, para ello hay que apuntar que el término de capital se relaciona con lo económico indefectiblemente y el capital cultural forma parte de éste, indica Coelho (2009) que los recursos económicos posibilitan la constitución y el usufructo del conjunto de bienes simbólicos; existe una relación íntima entre la distribución del capital económico de los diversos segmentos de la sociedad y la estructura de distribución (participación) del capital cultural de una sociedad. Sin embargo, hay desequilibrio entre el capital cultural de producción y el capital cultural de consumo, se puede tener acceso al capital cultural vía consumo, pero no en la producción.

En líneas anteriores se ha hecho referencia a las teorías y conceptos de Pierre Bourdieu, destacando el de capital cultural; enseguida se verá de una forma más detallada este y otros generados por este investigador para una comprensión mayor de la diferenciación social, vinculando sus teorías y estudios en torno a la dominación simbólica, referentes ineludibles para la comprensión de la producción y recepción de los productos y servicios culturales, particularmente los artísticos.

Habitus, capital cultural, poder simbólico

Bourdieu (2012) señala que las regularidades asociadas a un entorno socialmente estructurado producen *habitus*, que son “sistemas de disposiciones duraderas, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, en tanto que principio generador y de estructuración de prácticas y representaciones que pueden ser objetivamente “regladas” sin ser el producto de la obediencia a las reglas” (p. 201).

(Alonso, 2005) explicita que los *habitus*, tienen en su principio interiorizar lo externo, las prácticas serían sistemas de disposiciones estructurados fuertemente, como las relaciones sociales en sí mismas, de las que acaban siendo una forma incorporada, no superpuestas mecánicamente a los sujetos, sino como parte de su expresión, visiblemente observado en el asunto del consumo.

Las disposiciones de los hábitos, dice Bourdieu (2012) se organizan en las condiciones objetivas que destinan el lugar de los agentes dentro de la estructura social, en las relaciones de producción, condiciones de existencia, etc. Según su posición en la red de relaciones sociales, todo modo de existencia genera hábitos; asevera que “Las disposiciones durablemente inculcadas por condiciones objetivas engendran aspiraciones y prácticas objetivamente compatibles con condiciones objetivas y de alguna manera preadaptadas a sus exigencias objetivas” (p. 204).

Los comportamientos de consumo son así no sólo el resultado de necesidades objetivas, sino también hábitos de clase preestructurados que se desarrollaron de acuerdo con la dinámica de una posición social particular. La práctica, que va revisando las reglas habituales, tiende a replicar las circunstancias objetivas que dieron lugar a la creación de estas reglas: las prácticas generadas por el hábito se rigen por la expectativa implícita de sus resultados (Alonso, 2005).

Para (Bourdieu, 1998), el *modus operandi* hace que:

todas las prácticas y todas las obras de un mismo agente estén objetivamente armonizadas entre sí, fuera de toda búsqueda intencional de coherencia, y

objetivamente orquestadas, fuera de toda concertación consciente, con las de todos los miembros de una misma clase: el *habitus* engendra continuamente metáforas prácticas, transferencias y trasposiciones sistemáticas. (p. 172)

Andión (1999) describe al *habitus* como un operador de cálculo no consciente que permite la orientación correcta en el espacio social sin la necesidad de reflexión. Sin embargo, las numerosas experiencias pedagógicas que tiene el agente le permiten tanto adquirir como también modificar las habilidades necesarias para mantener favorablemente su posición dentro del juego social y es desde este punto de vista que el *habitus* y su sistema de competencias o disposiciones se desarrollarán y tendrán ese doble significado de conocimiento y el derecho socialmente reconocido de ejercerlo.

Y es que las prácticas no se conciben desde principios generales sino como respuestas particulares surgidas del enfrentamiento de un *habitus* y la contextualización de condiciones objetivas, Bourdieu (2012) especifica:

La práctica es a la vez necesaria y relativamente autónoma en relación a la situación considerada en su inmediatez puntual porque ella es el producto de la relación dialéctica entre una situación y un *habitus*, entendido como un sistema de disposiciones durables y transportables que, integrando todas las experiencias pasadas, funciona en cada momento como una matriz de percepciones, de apreciaciones y de acciones. (p. 205)

El *habitus*, es cómo se reproducen las relaciones sociales a través de actos y actores concretos generados por los principios de percepción y de acción de determinada posición social, o la “posición social hecha práctica”. Adicionalmente se convierte también en “la práctica hecha posición social” debido a las experiencias concretas de grupos sociales que han seguido trayectorias semejantes; construyendo su propio espacio social, construyen su *habitus* (Alonso, 2005), al respecto Bourdieu (1998) plantea:

hay que construir la clase objetiva como conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposiciones homogéneas, apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes y que poseen un conjunto de propiedades comunes, propiedades objetivadas, a veces garantizadas jurídicamente o incorporadas, como los *habitus* de clase. (pp. 99, 100)

La relación recíproca entre las dos capacidades que definen el *habitus* -crear prácticas y obras y capacidad de distinguir y valorar prácticas y objetos- es lo que constituye el juicio de interés o gusto; las condiciones económicas y sociales están relacionadas con

estas características distintivas. Esta correspondencia compleja se hace comprensible con la idea de *habitus* como fórmula generadora porque permite dar razón, tanto de prácticas y productos socialmente significados, como de los juicios que se hacen de ellos, juicios que se encasillan y que constituyen un sistema de signos distintivos (Andión, 1999).

El sentido práctico inculcado como sistema de juicios pertinentes, es lo que permitiría explicar el carácter razonable, sensato y conveniente que los agentes hacen de sus aspiraciones; en consecuencia, viven sus elecciones como la expresión de la voluntad personal y desconocen que toda elección implica una censura o restricción objetiva que provoca la negación de otras posibilidades (Andión, 1999).

(Andión, 1999) afirma que la justificación del examen del consumo cultural de Bourdieu se basa en la crítica al juicio estético y demuestra cuán infundado surge el concepto de gusto de una concepción de un agente sin intereses. Es decir, los gustos que parecieran regir las decisiones de consumo, serán el resultado de la interiorización de la necesidad, la “incorporada” de las condiciones de existencia y no decisiones calculadas conscientemente, es decir, “lo que la estadística registra bajo la forma de un sistema de necesidades no es otra cosa que la coherencia de las elecciones de un *habitus*” (Bourdieu, 1998, p. 382).

Una de las apuestas más importantes en las batallas en el campo del sentido dominante y la producción cultural es el gusto, valor que se le puede dar al sistema de juicio; el *habitus* señala sobre una disposición adquirida, lo que se traduce en poseer algunas herramientas de apropiación simbólica que, al ser utilizadas, distinguen el modo de apropiación. “Entonces, el gusto aparece designando el sistema de clasificación incorporado y que solo opera en dependencia de las referencias, objetos o bienes que le provee el campo general de la producción simbólica” (Andión, 1999, p.58).

Andión (2000) manifiesta que desde la perspectiva sociológica de Bourdieu, el problema de la investigación sobre la producción cultural, la recepción estética y el consumo, requiere que las obras de arte y las obras de medios masivos sean concebidas por igual, ya que son productos culturales que pertenecen a un campo con su mercado de bienes simbólicos; a esto se le conoce como la teoría del campo.

El entorno social creado alrededor de algo que es valorado se denomina campo. Todo campo es relacional, histórico y relativo y es creado por las fuerzas que rodean a aquello por lo que se contiene; define las posiciones de los sujetos entre sí, por sus diferentes formas de capital, así como por sus estrategias (Alonso, 2005). Según Bourdieu (1998) existe una homología entre los campos “que se organizan según la misma estructura

fundamental, la del espacio social determinado por el volumen y la estructura de capital” (p. 205).

La noción de campo es importante porque se centra en el campo de las relaciones de sentido y también de fuerza, dentro del cual actúan los miembros. Este espacio relacional se realiza como resultado de acciones pasadas, las acciones presentes se basan en su objetivación y delimita a las futuras (Andión, 2000). Señala que:

El campo consiste, así, en la estructura de las relaciones objetivas y potenciales, estructuradas históricamente y estructurantes de las prácticas, que admiten una dinámica específica (un juego con un capital determinado por ser apropiado), que estipulan reglas permitidas y estrategias posibles a los agentes, dado que han sido incorporadas por el agente como estructuras mentales o *habitus* específico de un campo, como competencias culturales. (Andión, 2000, p. 278)

Las relaciones asimétricas resultan de la distribución y composición desigual del capital de quienes participan en el campo, así como de la competencia permanente para cambiar el estado actual de las fuerzas. Como resultado, se cuestiona la legitimidad de quienes dominan, lo que conduce a un intento constante de los dominadores de infligir violencia simbólica a los dominados, no solo imponiendo su sentido de campo, sino también tratando de menospreciar y culpabilizar a los dominados de una supuesta incapacidad para dominar, haciendo parecer natural lo que es social y políticamente creado (Alonso, 2005).

Los sistemas simbólicos representan las relaciones de fuerza, pero su poder consiste en que solo aparecen allí bajo la forma desconocida de relaciones de sentido, su propia fuerza está en esta transformación. La idea de poder simbólico está en consonancia con la afirmación anterior porque incluye la capacidad de persuadir y la habilidad de demostrar la “verdad” del mundo social a partir de los marcos de reconocimiento producidos por la legitimidad cultural y reproducidos en los sistemas educativos y en la creación de material simbólico (Andión, 2000).

Bourdieu (2011) asegura que lo distintivo en la transmisión de la cultura está conectado a los instrumentos de apropiación, más que a los bienes en sí mismos. Sostiene que

El capital cultural, es un principio de diferenciación tan poderoso como el capital económico, ... la gestión de las relaciones es muy sutil, muy refinada, muy compleja, y en particular la gestión de la dimensión simbólica de la dominación, de lo que en la dominación se ejerce a través de la cultura. La violencia simbólica es una forma

suave de dominación simbólica que se ejerce con la complicidad arrancada por la fuerza (o inconsciente) de aquellos que la sufren. (pp. 69-72)

Andión explica que en México se han instaurado nuevas formas de mecenazgo cultural, con una lógica de legitimación por redistribución, de forma privada, a través de donaciones y financiamiento a instituciones “desinteresadas”; de manera pública, conforme a las políticas sociales de redistribución de la riqueza de los bienes simbólicos, sin embargo, destaca el acceso diferencial debido al capital cultural: “La problemática política de la reproducción cultural tiene analogías con los mecanismos de negación, con la disimulación de los efectos legitimadores determinados por los accesos diferenciales al capital cultural” (p.268).

El concepto de capital que Bourdieu (2007) aborda en sus teorías, engloba lo económico, social, cultural y simbólico y se refiere a todo aquello que realizan los actores sociales para “jugar” en el campo de la dominación social, como instrumento de apropiación de las oportunidades que supuestamente están al alcance de todos.

Para construir un complejo sistema de distinciones y diferencias que configuran estilos de vida, el capital sería un principio de jerarquía con dos dimensiones fundamentales de acción: la económica y la cultural. Por ello, no es solo capital económico, sino que se extiende a todo lo que se pueda reconocer. Esta valoración es subjetiva, pero no falsa y se basa en la noción relacional de que los hombres se interesan naturalmente por las cosas y que estas tienen valor (Alonso, 2005).

Según la explicación que hace Alonso (2005) de las teorías de Bourdieu, existe un componente simbólico del capital que se utiliza para la apropiación de los recursos que fijan y definen el sentido de lo social; su lógica es de distinción y diferenciación y su núcleo es la desigualdad, la dominación y la violencia simbólica, impuesto por códigos de legitimidad. Este aspecto se define en un sistema de capitales únicos, incluyendo el capital cultural y el capital simbólico.

Siguiendo el análisis de Bourdieu, la homologación de consumos y la clase ocupacional se corresponden y explican las relaciones entre posición de clase y estilos de consumo. La clase social se define no solo por la posición en los sistemas de producción, sino también por el *habitus* de clase que se asocia con esa posición. Se conoce como estilo de vida al sistema de *habitus* a partir de una combinación de capitales que genera un sistema de gustos o disposiciones comunes (Alonso, 2005).

Existen tres marcos definitorios para los estilos de vida: clases dominantes por “el sentido de distinción”, clases medias como una “buena voluntad cultural” o por el deseo de

imitar a las clases dominantes y el de las clases populares definido por “gustos de necesidad”; estos hábitos están conectados entre ellos porque han sido impuestas por las clases dominantes y son las normas de consumo aceptadas (Alonso, 2005).

La asignación de recursos, según Andión (2000), es uno de los factores que determinan si un bien simbólico es “deseable”, ya que uno de los factores de demanda es la larga preparación que implica debido a los esquemas de valorización que se requieren para consumir y apropiarse del bien requerido, es decir, hay trabajo o inversión antes del acto de consumir bienes culturales.

En su análisis del gusto, Bourdieu (1998) concluye que es el que tiene que ver con la disposición estética y el capital cultural acumulado, que es el que permite expresar la experiencia estética y la constituye al expresarla. Afirmando que en esta relación es la dependencia de la disposición estética con respecto a las condiciones materiales de la existencia lo que forma la condición tanto de su constitución como de su realización; así la acumulación de un capital cultural solo puede ser adquirido al precio de una especie de desvío de la necesidad económica. En esta situación, la disposición estética tiende a excluir cualquier tipo de respuesta “ingenua” y a poner entre paréntesis la naturaleza y la intención del objeto representado.

Bourdieu (1998) asevera que la familia y la escuela funcionan tanto como instituciones de inculcación como de mercado, debido a que la competencia cultural se define por los términos de su adquisición y se perpetúa por su uso, funcionando como una “marca de origen”. Lo que se aprecia a través indicadores como nivel educativo u origen social, son principios de los diferentes modos de producción del *habitus* cultivado, no solo por habilidades adquiridas sino también por las formas en que se practican.

Alderoqui (1996), propone que la escuela es la instancia que se encarga de introducir al niño al mundo de la cultura, y que los museos los encargados de mostrar esa parte de la producción cultural. Ambas instituciones están socialmente designadas para llevar a cabo las funciones de relaciones culturales en los niños. Según la autora, estas entidades necesitan que los niños entren en contacto e interactúen con las obras de arte por una variedad de razones que se complementan.

Bourdieu (1998) reafirma que a través de dos modalidades diferentes de competencia cultural y su uso, los conflictos ideológicos del gusto natural son dos modos de adquirir cultura: el aprendizaje total, efectuado desde la primera infancia en el seno de la familia prolongado por un aprendizaje escolar que lo reconoce y lo perfecciona. Distingue entre este aprendizaje y uno posterior, metódico y acelerado, no tanto por la durabilidad de

su efecto, que es lo que quiere la ideología del “barniz” cultural”, sino por la modalidad de la relación con la cultura que tiende a propagar.

Bourdieu (1971) afirma que “aquellos para quienes las obras de la cultura erudita hablan una lengua extraña, están condenados a imponer a su percepción de la obra de arte categorías y valores extrínsecos, aquellos que organizan su percepción cotidiana y orientan sus juicios prácticos” (p.51); en otras palabras, si se carece de estas herramientas de apropiación simbólica, que permiten percibir a las obras de arte en su unicidad, se utilizará inconscientemente un código admitido para descifrar los objetos del mundo familiar (Bourdieu, 2000,). Alderoqui (1996) menciona que no todos los miembros de la sociedad se apropian simbólicamente de los bienes que la cultura les ofrece porque carecen de los prerequisites intelectuales y sensibles para hacerlo. Además esta práctica no se transmite a las generaciones posteriores como una necesidad o una posibilidad.

Esta falta de apropiación o apropiación que se podría llamar “superficial” se genera tanto desde la familia, como desde la escuela, ésta supeditada a su operación por necesidades, con un mínimo de racionalización de lo que transmite. Todos los agentes que estén expuestos a su acción retendrán y podrán reconstruir lo que se transmite de manera casi idéntica, debido a que se conserva el conocimiento en la memoria. Al proporcionar los medios de expresión que permiten fijar preferencias y prácticas a un razonamiento casi sistemático y organizarlas en torno a principios explícitos, el sistema educativo posibilita el dominio simbólico de los principios prácticos del gusto (Bourdieu, 1998).

Sin denominarla como tal, a esto que se alude es a la ecoestética, término descrito en un apartado anterior y que proporciona una definición útil de cómo la apropiación simbólica se relaciona con un capital cultural que no está disponible para todos los miembros de una sociedad: “La educación familiar y la pública marginan a las mayorías demográficas el acceso a las artes. Solo unas cuantas personas se benefician con la distribución de los recursos intelectuales y sensitivos necesarios para disfrutar las manifestaciones contemporáneas de las artes” (Acha 2015, p. 37).

La adquisición de competencias culturales sería, acorde a Bourdieu (1998):

inseparable de la adquisición insensible de un sentido de aplicación productiva de las inversiones culturales, que, al ser producto del acoplamiento a las posibilidades objetivas de hacer valer la competencia, favorece la adaptación anticipada a esas posibilidades y es ella misma una dimensión de una relación con la cultura próxima o distante, desenvuelta o reverente, mundana o académica, forma incorporada de

la relación objetiva entre el lugar de adquisición y el *hogar de los valores culturales*. (p. 84)

Las competencias específicas en cada una de las manifestaciones artísticas dependen de las oportunidades que ofrecen de modo inseparable los diferentes mercados -familiar, escolar o profesional- para su acumulación, ejecución y valorización (Bourdieu, 1998).

Para Bourdieu (2007) el sentido práctico es:

La necesidad social devenida naturaleza. La necesidad social es convertida en esquemas motores y en automatismos corporales; porque eso es precisamente lo que hace que las prácticas (en y porque en ellas descansa, oscura a los ojos de sus productores y por donde se traicionan los principios intersubjetivos de su producción) sean sensatas; esto es, habitadas por un sentido común, esa es la razón por lo que en el sentido práctico los agentes no saben jamás completamente lo que hacen, que lo que hacen tiene más sentido que lo que saben. (p. 111)

Para la realización de las prácticas culturales, se requiere una condición previa de apropiación de las herramientas que hacen posible su uso y pertinencia. Andi6n (1999) sostiene que es significativo que la estratificaci6n cultural se deba a la desigual distribuci6n de recursos econ6micos y, en consecuencia, de bienes culturales porque "la existencia de la convertibilidad entre los capitales econ6mico y culturales, en ambas direcciones, posibilita que una inversi6n cultural pueda ser convertida en capitales econ6micos y permite definir a la cultura como una especie de capital" (p. 59).

El sistema educativo no solo se relaciona con la educaci6n formal; para la teoría de Bourdieu es crucial ya que en t6rminos del aspecto socializador y tambi6n hist6ricamente al evolucionar hacia un sistema de certificaci6n de conocimientos, dio lugar a un mercado de capital cultural donde, por ejemplo, los títulos servían como moneda. Bourdieu se referirá al conjunto de recursos que se intercambian y valoran entre los agentes del espacio social como capital (Andi6n, 1999).

Bourdieu (1987) expone que el capital cultural puede existir en tres formas, en el estado incorporado, en estado objetivado y el estado institucionalizado, este último es una forma de objetivaci6n muy particular ya que otorga propiedades totalmente originales al capital cultural, que supuestamente deben garantizar los títulos.

En cuanto al estado incorporado, este es el que se manifiesta como disposiciones duraderas del organismo. El desarrollo y acopio del capital cultural demanda incorporaci6n, ya que implica un esfuerzo personal por parte del sujeto vía el trabajo de inculcaci6n y

asimilación, con la inversión de tiempo personal; es un trabajo del sujeto sobre sí mismo. Para Bourdieu (1987) el capital cultural es:

un tener, transformado en ser, una propiedad hecha cuerpo, que se convierte en una parte integrante de la persona, un *habitus* y la característica es este capital personal es la imposibilidad de ser transmitido instantáneamente, lo que lo diferencia con los otros estados del capital cultural, presenta además un mayor grado de disimulación que el capital económico, con propensión a funcionar como capital de prestigio simbólico, y es la mediación del tiempo necesario para la adquisición, que se podrá establecer el vínculo entre el capital económico y el capital cultural. (p. 12)

En cuanto al estado objetivado, se revela en la forma de bienes culturales, que pueden ser objeto de apropiaciones tanto simbólicas como materiales, lo que supone capital cultural para la primera y capital económico, para la segunda; estas apropiaciones no necesariamente se llevan a cabo simultáneamente. El capital cultural en este estado objetivado, es producto del acontecer histórico, sin embargo, aparece como un universo autónomo con sus propias leyes que trascienden a los individuos y subsiste como capital material simbólicamente activo en la medida que es apropiado y se arriesga en la apuesta que se juega en las luchas cuyos campos de producción cultural y de clases sociales son el lugar en donde se obtienen los beneficios ganados por el dominio de este capital, y por lo tanto en capital incorporado (Bourdieu, 1987).

(Andión, 1999) refiere que el capital cultural objetivado tiene propiedades relativas, definidas conforme al capital cultural incorporado; una propiedad específica es la gran facilidad con que se transmite, igual o incluso mejor que el capital económico, esta característica facilita su uso como recurso de poder. El autor indica que para Bourdieu lo que se transfiere predominantemente en ese estado del capital cultural es la propiedad de un objeto de uso. La condición para esta apropiación específica del capital objetivado será ostentar los instrumentos de uso y consumo, que tienen la forma del *habitus* como “cultura encarnada” en el agente. La apropiación de objetos simbólicos se regirá por la transmisión de la familiarización progresiva.

El autor expone que la forma institucional, oculta su estado inicial: la posición social ocupada de origen y las oportunidades que ofrece para una apropiación temprana incorporada, lo que permite pasar como éxito personal lo que no se debería más que a la consecuencia de la posición privilegiada, así como a las posibilidades que ofrece el capital social, para hacer efectivas y con más oportunidades las inversiones; el tiempo es

determinante en el carácter de incorporado, es intransferible debido a la estrecha vinculación con el trabajo que le precede.

Este capital cultural en estado incorporado solo puede medirse como un tiempo de adquisición que no se reduce al tiempo escolar; la forma social que adquiere como recurso enmascarado es la precocidad del inicio de la transmisión y la acumulación, lo que se ve por las diferencias que proporciona el capital económico que permite disponer de un mayor tiempo libre, no destinado a la producción de recursos para la supervivencia, brindando un mayor acceso al capital cultural posible (Andión, 1999).

Se sabe que en México la mayoría de los ciudadanos no cuentan con los recursos para poder tener un capital cultural alto de manera “natural” o incorporado, no obstante, existen mecanismos en la actualidad que permiten poder apropiarse o incrementarlo sin tener que pagar -o pagar poco- por esos servicios; la cuestión es, probablemente, en que existe una apatía general hacia las cuestiones artísticas, relacionadas muchas de las veces con la “alta cultura” si aún se permite el término. Es decir, que el *habitus* de clase impide acercarse a esas nuevas formas de adquirir o incrementar el capital cultural, puesto que como ya se ha dicho, no necesariamente están relacionados con la parte institucionalizada del mismo, aunque es cierto que sigue teniendo un gran poder simbólico un título o un papel que acredite los conocimientos.

El arte, sin embargo, no quiere de esta acreditación, pues como ya se ha planteado, su función va más allá del reconocimiento social, pues es una experiencia personal.

Estudios de Público y Estudios de Consumos Culturales

La labor de los profesionales de los museos es desarrollar las formas más eficaces de transmitir, mediante un espacio museográfico, aquellas ideas y objetos que van a comunicar un mensaje a la comunidad. El objetivo de este trabajo es ayudar a que el público no sólo conozca el espacio y los bienes patrimoniales, sino que sienta, reflexione, aprenda, aprecie e incluso que cambie su percepción sobre un tema, dicho de otra manera, que amplíe su panorama del mundo.

Los estudios de públicos pueden ser definidos de diversas maneras, pero el concepto central es el mismo: obtener información de manera sistemática de los visitantes a los museos. Son pocos los museos que investigan a los posibles visitantes -denominados públicos potenciales- y conocer sus motivaciones para no asistir o asistir ocasionalmente a los mismos; este tipo de estudios es mucho menos común porque requiere más infraestructura y preparación.

La intención de los estudios de públicos va mucho más allá de las estadísticas cuantitativas, ayudan a conocer el perfil sociocultural de la población y sus motivaciones para visitar a los museos, esto coadyuva a la planeación de las futuras exposiciones, a su museografía, y a la implementación de herramientas didácticas o interactivas, tanto para retener a los públicos frecuentes como para atraer a nuevos públicos, generales o específicos.

En México los estudios de visitantes comenzaron a difundirse en el ámbito de consumo cultural, Muñoz-Areyzaga (2017) señala que este ámbito es un campo general de estudio de procesos de comprensión de las prácticas, comportamientos, actitudes e imaginarios de los individuos en torno a las experiencias vividas en espacios concebidos para la comunicación y el esparcimiento, abarcando no solo a los museos sino a otros centros de divulgación científica y recreativa, considerando la articulación de estas prácticas con el contexto sociocultural, político y económico.

Estudios de público es como generalmente se conoce a los estudios de consumos culturales en el medio museístico y atañe básicamente a lo que acontece dentro del museo en relación con sus visitantes, esto es, se evalúan las exposiciones acorde a sus objetivos; si el estudio se lleva a cabo sin importar estos objetivos o la idea general que el museo quiere comunicar en su conjunto, el sentido está más orientado a las motivaciones de los visitantes; ambos estudios se complementan y la idea fundamental es retroalimentar a los profesionales de los museos para mejorar.

En la actualidad, los estudios de público se consideran no solo como investigaciones internas sino también externas que tienen propósitos diversos, siendo el principal, el de acercar a los museos con sus públicos creándose la necesidad de su estudio, no solo para conocer qué tipo de personas son quienes visitan a los museos, sino sus motivaciones y los contextos para que ello ocurra.

Los investigadores Nivón y Sánchez (2012), definen a los estudios de consumo cultural de la siguiente manera:

Son aquellos que analizan las condiciones en que los bienes y servicios que una determinada sociedad considera “culturales” son adquiridos y/o utilizados por los ciudadanos, así como sus efectos en la organización social del espacio -nacional, urbano o doméstico-, en sus relaciones sociales y su precepción de las diversas estructuras de la vida social. El consumo cultural es una práctica consciente, material –que se expresa básicamente en términos económicos– y simbólica –que se traduce en imágenes de integración o diferenciación– que produce efectos en

todos los aspectos de la vida social: organización del tiempo y el espacio cotidianos, autoestima o estigmatización de algunos sectores, identidad, desarrollo económico, gobernanza, legitimidad, etcétera. (p.61)

Tanto Mantecón (2002) como Nivón y Sánchez (2012) exponen que los estudios de consumos culturales están originalmente referidos al campo de la comunicación, sin embargo, en México, tienen una expansión a partir de la década de los noventa y las investigaciones ya no se desarrollan conforme a las prácticas cotidianas que estructuran estos usos sociales de la comunicación sino a los espacios; así como la comprensión no solo de la recepción de un producto, sino el conjunto de procesos que atraviesan y condicionan esta recepción. Se renuevan los estudios de públicos de museos, de música, de radio, de televisión y de patrimonio, así como la exploración de formas particulares de consumo bajo movimientos sociales determinados.

En este trabajo de investigación se habla de estudio de consumo cultural, aunque cabe señalar que se está considerando a los adolescentes como públicos potenciales de los museos de arte de la ciudad, esto porque la indagación que se llevó a cabo, además de otros consumos culturales que se determinaron, gira en torno a la percepción del museo que se encuentra cercano a su ámbito escolar y a las posibles experiencias de visitas anteriores; toda persona que no asiste a un museo es público potencial, máxime si los museos está en cercanía física con una escuela o lugar de residencia, posibilitando las visitas o el acercamiento voluntario por parte del adolescente, en este caso.

Se espera que los resultados podrían servir como base para que, en el futuro, desde la institución museo, sea posible hacer un análisis desde el interior, con estudios de públicos sistemáticos y que pueda dar las pautas para una planeación de futuras actividades para ese público específico y así crear público frecuente; el presente trabajo, partiendo de un diagnóstico (vía estudio de consumos culturales) pretende establecerlo.

Públicos en Museos.

Según el diccionario de Conceptos de Museología del ICOM, *público* “designa el conjunto de los usuarios del museo (el público de los museos) pero también, por extrapolación a partir de su destino público, el conjunto de la población a la cual cada establecimiento está dirigido”. La noción de público asocia la actividad del museo con sus usuarios, los que son los visitantes -el gran público- en quienes se piensa en primer término a tal punto que se da cabida a nombres surgidos a lo largo del tiempo: públicos específicos, pueblo, gran público, público numeroso, no-público, públicos alejados, impedidos o

disminuidos, utilizadores o usuarios, visitantes, observadores, espectadores, audiencia, etc. (International Council of Museums [ICOM], s.f.).

El Laboratorio Permanente de Público de Museos creado por la Subdirección General de Museos Estatales (2012) con sede en España realiza un informe en donde se analiza la percepción de los ciudadanos sobre estas instituciones y en este desmenuzar y diseñar las bases teóricas para los estudios que realizan, se demuestra que no solo interesa el aspecto sociodemográfico sino que se ha ido más allá al investigar las características psicográficas que la teórica e investigadora de la interacción del visitante y los museos Marilyn G. Hood propone, estas se centran en definir las respuestas de un individuo en su ambiente, sus valores, actitudes, percepciones, intereses y satisfacciones. Al identificar criterios que definen atributos de la forma de emplear el tiempo libre: interacción social, hacer algo útil, sentirse cómodo en el entorno, experimentar algo nuevo, oportunidad de aprender y participación activa, los enlaza con un estudio de públicos aplicado y resulta que además de la clasificación de participantes y no participantes, existe un criterio de participantes ocasionales.

En este informe también se enfatiza que desde la institución museo hay una relación hacia los visitantes, describiendo las clasificaciones que Zahava D. Doering hace de cómo es que el museo los trata: Como extraños. Esta actitud es cuando el museo cree que su responsabilidad primaria es la colección y no el público; estos museos están dentro de la concepción más antigua, asociados con códigos que alejan más que acercar a los públicos. Como invitados. Desde este punto de vista, el museo quiere “hacer el bien” a los visitantes, en un sentido de misión, a través de actividades educacionales definidas institucionalmente como “objetivos de aprendizaje”; la tarea del museo es meramente educadora, sí se preocupa por ellos y la institución procura un entorno mucho más atractivo, ofreciendo además otros servicios. Como clientes. Este papel del museo sugiere que la tendencia social forzaría al museo a adoptar actitudes y comportamientos en los cuales el museo es responsable ante el visitante; estas instituciones tendrán el conocimiento de que los visitantes, como clientes, tienen necesidades, expectativas y esperan que el museo esté obligado a comprenderlos y atenderlos. Expone, asimismo, cuatro experiencias que ocurren en el museo: centradas en el objeto, cognitivas, introspectivas y sociales (Doering, 1999).

Morris, Hargreaves, y McIntyre, equipo británico especialista en públicos en Reino Unido, también citado en este informe, considera que a partir de los objetos se construyen significados y pueden diferenciar al público en cuatro grupos: curiosos, los que requieren información; seguidores, los que seleccionan objetos, acorde a temas de interés y requieren

de una narrativa; *buscadores*, aquellos que conocen y entienden la temática y consumen toda la información disponible que el museo proporciona y por último los investigadores son los que conocen de sobra los temas y la información que requieren es muy especializada. Se apunta a que para muchas personas el solo hecho de visitar pasiva o reactivamente al museo es disfrute y una experiencia en sí misma, pero en la medida en que haya más implicación en cada visita, se sentirán más satisfechos (Subdirección General de Museos Estatales, 2012).

En el informe de la Subdirección General de Museos Estatales (2012) se hace referencia al punto de vista John H. Falk quien dice que la construcción de significados a partir de su experiencia en el museo y valores e intereses previos determinan inconscientemente en qué parte se centran las personas, segmenta entonces a cinco tipos de públicos: explorador, que valora el contenido y aprendizaje con la diversión; facilitador, los que actúan como intermediarios llevando a hijos o amigos con más interés en lo que se ofrece en lo social que en lo intelectual; buscador de experiencias, el que busca lo más conocido del museo, las piezas más publicitadas y reconocidas de la colección; profesional, el que es experto en el tema y el más crítico que el resto, acude a eventos relacionados con las exposiciones, por último el recargador que es el visitante más espiritual, va al museo para refugiarse, más atraído por el aspecto del museo que por su contenido.

McCarthy Jinnnet, por su parte, en referencia al *no público*, dice que este segmento de la población se frena por barreras de percepción, que tiene que ver con factores relacionados con el entorno cultural y social, así como con los antecedentes personales, participantes ocasionales, aquellos que tienen barreras prácticas como la falta de comunicación, precios inadecuados, horarios, localización, etc. y los participantes frecuentes (Subdirección General de Museos Estatales, 2012).

Hernández (1994) asienta que en términos generales se diferencia al público de visitante porque los primeros frecuentan los museos y se interesan por sus actividades mientras que los segundos realizan el “gesto” de entrar o hacer la visita incluso contra su voluntad, la teórica clasifica como “visitantes prisioneros” a aquellos que forman parte de un viaje o grupo organizado y se sienten obligados a visitar siguiendo al grupo; “visitantes incómodos” serían aquellos que por la posición social piensan que tienen el deber de visitar un museo y por último los “visitantes accidentales” que entran por razones ajenas. Diferencia también entre público real que es el que frecuenta el museo y el público potencial que se autoexcluye, ya sea porque ignora la existencia del museo y sus múltiples recursos, o lo imagina anticuado, aburrido, irrelevante, difícil, entre otras cosas.

La investigadora pormenoriza que dentro del público se considera al público global (también llamado público general) que visita al museo por iniciativa propia considerándose éste como el visitante medio y el público específico, diferente del tipo medio por cuestiones de edad, sexo, cultura, condición socio-profesional. Existen diferenciaciones por edad, considerando a veces a los adolescentes como niños y otras veces como jóvenes, porque esta clasificación es arbitraria y no obedece a ningún criterio específico. Dentro del rubro de público especializado se tiene a los que consideran al museo como un centro de investigación. Existe el público culto y gran público, el primero formado por personas de determinadas características socioculturales, generalmente de mayores recursos económicos y un capital cultural mucho más amplio. El gran público es el público de las clases medias generalmente, con títulos universitarios, trabajadores y estudiantes en general (Hernández, 1994).

Para este estudio se han considerado hasta el momento los términos de público, públicos específicos, que son los que se segmentan en este caso por edad, no público y público potencial, considerando como tal, tanto al que no ha asistido nunca a un museo, como a aquél que ha sido visitante ocasional, ya sea por ser un “visitante prisionero” al ir en grupos familiares o escolares o bien al haber sido un “visitante accidental” por haber llegado al museo de manera no premeditada o intencional.

Adolescencia

Esta etapa de la vida se desarrolla entre la niñez y la vida adulta; comienza aproximadamente a los 12 o 13 años, coincidiendo con los cambios de la pubertad y concluye aproximadamente entre los 18 y 20 años, que es cuando el individuo se ha integrado a la sociedad como adulto (Echeburúa & Requesens, 2012).

La adolescencia debe entenderse como un entramado social resultado de su contexto histórico con diferentes representaciones, habiendo diferencias entre hombres y mujeres acorde a interpretaciones biológicas, religiosas y culturales “La adolescencia es una construcción sociohistórica, fruto de los cambios sociales, culturales y económicos de las sociedades industriales y postindustriales” (Brinnitzer, 2003, pp. 222-223).

La adolescencia es un largo período de cambios y transformaciones; en esta etapa se da un modo particular de afrontar conflictos y entra en juego la variación de aspectos infantiles y adultos, entre lo que se pierde y lo que se gana; en esta etapa el ser humano se desenvuelve de manera progresiva pero no lineal.

Según las investigadoras López y Castro (2014), en el desarrollo del ser humano intervienen diversos factores que actúan de forma interdependiente: lo cognitivo, lo emocional y lo social; en la adolescencia adquieren un valor que solo es posible interpretar en un determinado contexto y marco de funcionamiento. Los procesos mentales de los adolescentes están dirigidos a consolidar su identidad y a ser aceptados en un grupo social de referencia.

El adolescente percibe la posibilidad de irse convirtiendo en el que quiere ser, resulta extraño para él y para los que le rodean, pues está en búsqueda de independencia, cuestionamiento e incluso rechazo de valores familiares, lo que desequilibra la relación con padres y otros que tienen autoridad con él, constituyendo una crisis (López & Castro, 2014).

Acorde a Echeburúa y Requesens (2012) la familia deja de ser el eje fundamental y los amigos comienzan a ser importantes en la socialización; de ahí la presión social que se ejerce en la ocupación del tiempo libre. La escuela también desempeña un papel fundamental pues las actividades no son puramente académicas, sino que se convierte en una vía para socializar y para compartir experiencias.

Coleman y Hendry (2013) explican que en el desarrollo cognitivo del adolescente se producen cambios constantes; las alteraciones en la función intelectual tienen implicaciones para comportamientos y actitudes, son estos cambios los que hacen posible el paso hacia la independencia del pensamiento y la acción.

El cerebro está en crecimiento desde antes del nacimiento hasta entrada la edad adulta y un momento crucial en este desarrollo es en la adolescencia. Los años de la primera infancia tiene períodos críticos de desarrollo cerebral: miles de millones de neuronas en el cerebro intercambian mensajes a través de la sinapsis y permiten que las partes del cerebro funcionen de manera coordinada. Inicialmente hay una superproducción de sinapsis, para luego dar la competencia entre ellas; la eliminación de estas neuronas depende en exclusiva de las experiencias y demandas ambientales ya que las utilizadas con mayor frecuencia se fortalecen y las que no, se eliminan, esto es conocido como poda sináptica (Torralva, 2019).

También explica que hay un notable aumento de las sinapsis justo antes del surgimiento de la pubertad y otro periodo prominente de poda sináptica y plasticidad durante la adolescencia; también hay un aumento de la materia gris que se da justo antes de la pubertad, para luego comenzar a descender. Esta reducción se traduce como el marcador de madurez, un período de “recableado” de sinapsis, sensibles a las influencias del medio ambiente. Por otro lado, la sustancia blanca aumenta su volumen desde el

prenatal hasta la edad adulta, sin embargo, la maduración de esta sustancia no se lleva de igual manera en las partes del cerebro, de tal manera que algunas regiones ya están maduras en la adolescencia y otra continúan hasta la temprana adultez (Torralva, 2019).

La investigadora comenta que diversos científicos apuntan a que la maduración de la sustancia blanca en ciertas regiones está relacionada con la inteligencia, las habilidades de lectura, habilidades visuoespaciales, inhibición verbal y procesos de memoria; ella comenta que algunas partes están ligadas al control emocional, cognitivo y conductual. Lo que se quiere destacar es lo que comenta de la demostración por estudios realizados, esto es, de cómo el ambiente y la experiencia pueden generar cambios estructurales y funcionales en la sustancia blanca y gris, por el contrario, la falta de estimulación cerebral puede limitar este crecimiento (Torralva, 2019).

Así, la experiencia del arte, en un consumo artístico más que estético, que requiere de la inteligencia cualitativa que ya se ha mencionado, puede contribuir a esta estimulación, ya que la disponibilidad de las nuevas tecnologías ha propiciado que pasen una buena parte de su tiempo conectados al internet, que, según Echeburúa y Requesens (2012) seduce por la respuesta rápida, recompensa inmediata, interactividad y poder hacer múltiples actividades al mismo tiempo. Las redes sociales son de las actividades favoritas pues tienen un componente emocional que estimula la comunicación y el diálogo, aunque puede tener una contraparte cuando se abusa y puede provocar aislamiento y/o inducir a la ansiedad.

En esta etapa es cuando debido a su lucha por la identidad, el adolescente hace uso de la libertad de decisión (parcialmente) en el uso del tiempo libre y de ocio: busca vivirlo separadamente de la familia y más con los grupos de amigos. En los últimos años se han abierto nuevos espacios para el ocio, y también, aunque de manera más reducida, se han incrementado las empresas de carácter cultural para competir por este público ávido de nuevas experiencias.

En el consumo cultural de los adolescentes, reflexiona Pallavacini (2008) : “entra en juego la dinámica de la personalización que según Lipovetsky (1990) se traduce en multiplicación y diversificación de la oferta de dispositivos que privilegian la individualidad y el interés propio”(p. 35) proceso a través de las prácticas de consumo mediante la satisfacción de deseos, motivados por intereses personales que concuerdan con sus esquemas de significación; estas prácticas están en estrecha dependencia con la imagen de sí mismo que busca proyectar ante el otro.

Los adolescentes asisten a los museos básicamente por dos cosas; realizar tareas que les encargan sus maestros y cuyo trabajo consiste mayormente en copiar lo que está

en las cédulas, o bien porque van en una visita en grupo escolar o en visita con familiares, raramente con amigos. Es muy extraño que un adolescente asista por curiosidad a un museo, que surja esta iniciativa de un interés personal.

Capítulo 3

Metodología y Resultados

Método

Para conocer los hábitos y prácticas culturales que tienen los adolescentes de nivel medio de la Escuela Emiliano Zapata, se empleó la metodología cualitativa con enfoque nomotético que según Gibss (2012) intenta “mostrar lo que las personas, acontecimientos y entornos tienen en común y explicarlo en función de esos rasgos comunes” (p. 24), constructivista, entendiendo que “el constructivismo es una versión del idealismo que pone énfasis en que el mundo que experimentamos deriva de realidades múltiples construidas socialmente. Estas construcciones se crean porque los individuos quieren dar sentido a sus experiencias. Muy a menudo son compartidas” (p.26).

Se utilizaron dos instrumentos:

- 1) la entrevista semi estructurada a informantes clave, realizadas dos directivos de museo y al director de la escuela participante, así como a docentes de la misma, uno responsable de las visitas a museos y el otro encargado de la materia de artes
- 2) se realizaron cuestionarios destinados a los adolescentes participantes seleccionados por conveniencia, 45 alumnos de tres grupos, uno de cada grado, con edades de los 11 a los 15 años.

Los adolescentes son alumnos de la Escuela Secundaria Gral. Emiliano Zapata, se encuentra ubicada en la Colonia Pedro Ruiz González, en la ciudad de Zacatecas, forma parte de la Red del Plan de Escuelas Asociadas de la Unesco (redPEA) por lo que sus objetivos empatan con los principios que propone la UNESCO, relacionados con temas como la cultura, la paz, los derechos humanos, la igualdad entre las personas y el medio ambiente, entre otros (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], s.f.). A través de las pláticas con el director de la institución, se ha establecido que fomentado por esta asociación las actividades extracurriculares están relacionadas con el arte y la cultura, de tal suerte que las visitas a museos son parte de sus actividades.

En cuanto a las entrevistas, la que se realizó a los directores de museos averiguaba en primer término los aspectos de los servicios educativos de la institución, así como acciones y relaciones con escuelas secundarias, para luego generalizar en las labores

específicas para atraer a los adolescentes, la última parte ahondaba en los estudios de público y sus usos.

La entrevista destinada al director de la escuela, descubría la relación de la escuela con los museos, además de saber de manera general de actividades culturales dentro del ámbito escolar. Se exploraba la idea de una posible relación entre las instituciones museo y escuela, cómo se podría implementar partiendo de la escuela.

Para indagar lo que corresponde a los docentes, en la entrevista en la primera parte se preguntó sobre actividades culturales y de visitas a museos en particular en relación con los planes académicos. También se preguntó referente a los museos de las experiencias, la continuidad y la vinculación con la escuela.

Los cuestionarios realizados a los estudiantes, constaban en una primera parte de información socio cultural, para determinar si el lugar de residencia estaba cercano a su escuela y al museo, así como la ocupación de los padres para tener una noción del capital cultural con que contaba cada alumno, esto con el fin de determinar la influencia en su consumo.

La segunda parte abarcaba propiamente las prácticas y consumo cultural, eligiendo algunas actividades que se piensa pueden ocupar su tiempo libre, entre las que se encontraban la lectura, realizar actividades artísticas y la asistencia a actividades culturales o artísticas. Se pidió que se especificara de los tiempos que dedicaban a las actividades, así como el tipo de actividad que se realizaba.

La última parte correspondía a la percepción de los museos, de las experiencias previas ya sea como parte de visitar escolares, así como las realizadas de manera personal; también se indagaba en los recuerdos y en lo que se piensa que es un museo.

Objetivo General

Describir hábitos y prácticas culturales, así como la percepción sobre los museos de arte en adolescentes de la Escuela Secundaria Gral. Emiliano Zapata.

Procedimiento

La recogida de datos se realizó en dos etapas, dos fechas muy próximas en la escuela, por la disponibilidad del horario de la materia de artes, que fue en el tiempo en que se realizaron los cuestionarios, y las entrevistas a los docentes y al director en una visita posterior.

En la fase de análisis, en la primera fase, se ha capturado y sistematizado la información en el programa Excel. Se ha realizado un análisis de contenido temático cualitativo, se establecieron categorías a partir de fragmentos de la percepción de museos para establecer vínculos con la teoría presentada; dichas categorías fueron construidas en base a los hallazgos principales.

Bardin (1996) define al análisis de contenido como “un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes”. (p.29) Indica también que, para sacar partido de los mensajes y su tratamiento, los manipula para inferir apreciaciones sobre los emisores de los mensajes, como su ambiente, por ejemplo. Lo que se pretende establecer con el análisis, continúa el autor, se haga conscientemente o no, es una relación entre estructuras semánticas o lingüísticas con estructuras psicológicas o sociológicas de lo declarado: conductas, creencias, ideologías y actitudes

El cotejo se realizó acorde al contenido semántico, acorde a Krippendorf (1997) que involucra: análisis de designaciones: proporciona la frecuencia con que se hace referencia a determinados objetos; análisis de atribuciones: proporciona la frecuencia con que se remite a ciertas caracterizaciones de un objeto; análisis de aseveraciones: proporciona la frecuencia en que ciertos objetos son caracterizados de un modo particular. El análisis de designaciones y el de aseveraciones equivalen a un análisis temático.

Resultados

Hábitos y prácticas culturales de los adolescentes

En la primera parte del cuestionario se indagó sobre el tiempo dedicado en el tiempo libre de algunas de las actividades que se presume pueden realizar los adolescentes, se les indicó que si había alguna actividad que realizaran y no aparecía lo podrían indicar, ningún participante lo hizo.

Los resultados demuestran que, en el tiempo libre, lo que más consume tiempo de los adolescentes es navegar en internet, le sigue la actividad de practicar deporte; en tercer lugar, salir con amigos; leer y ver televisión ocuparían el cuarto lugar; en quinto lugar, jugar en consolas de videojuegos y practicar alguna actividad artística.

Pocos adolescentes son los que le dedican más tiempo a realizar actividades culturales, de hecho en la indicación de especificar qué es a lo que menos tiempo le dedican, la de practicar alguna actividad artística es lo que menos se hace en tiempo libre;

jugar en consolas de video juegos es la actividad que seguiría, es decir, le dedican un poco más de tiempo que la práctica artística; salir con amigos ocuparía el tercer lugar; ver televisión y realizar actividades culturales ocuparía el siguiente puesto, en quinto lugar leer y practicar deportes, y como corresponde en base a lo que más se dedica en el tiempo libre, navegar en internet es el último de lo que a menos tiempo se le dedica.

Se aprecia que los hábitos y prácticas que tienen una relación directa con la cultura, entendiéndola desde su manifestación artística, no son ocupación constante de los adolescentes; también aunque no es a lo que menos le dedican tiempo, dos actividades como realizar actividades culturales y leer, si están en el misma frecuencia que ver televisión y practicar deportes; estos hábitos y prácticas no son los que predominan en el tiempo libre de los adolescentes y si quitamos la actividad de ver televisión, las otras se pueden considerar como benéficas para el desarrollo del adolescente, asimismo se piensa que no se ve más televisión en el tiempo libre porque el internet ha reemplazado esta actividad.

En cuanto a lo que hacen específicamente cuando navegan en internet, en primer lugar, está la actividad de ver videos, navegar en redes sociales, es una práctica elevada también, le siguen realizar tareas, jugar video juegos, escuchar música y por último ver películas. Lo que ven en televisión, en primer lugar, ver series, en segundo lugar, ver caricaturas, le sigue ver películas y después, novelas, en cuarto sitio, ver futbol y música, por último, se habla de ver videos y programas de comedia, así como el uso de la televisión para jugar videojuegos.

Los deportes que realizan los adolescentes son: el futbol, con una gran diferencia con respecto a otras actividades deportivas, el basquetbol es el que le seguiría y posteriormente correr, en la misma posición se ocupan la natación, el voleibol, caminar y hacer ejercicio en general.

Las actividades que realizan en su tiempo libre con amigos, en primer término es jugar, platicar y pasear en segundo lugar, se responde también que salir por helados y a comer que se podría considerar como parte de salir a pasear; la actividad que sigue en frecuencia es la de jugar videojuegos y llama la atención que no ocupe un lugar más alto, probablemente ya es más común que se juegue con desconocidos que con amigos, debido al internet; en cuarto lugar se habla de ver películas, diferenciado de ir al cine, que ocupa el mismo lugar, se infiere que ver películas se puede hacer en las casas, aun así, ambas ocupan un lugar muy bajo en frecuencia. Otras respuestas que se obtuvieron fueron salir a

correr, de compras, deportes y una persona dice que no le gusta salir y otra simplemente que no sale.

Los adolescentes que leen, prefieren en primer lugar a los cuentos, le siguen comics y posteriormente se habla de lecturas para la escuela, con una misma frecuencia se menciona a la ficción de terror, sobrenatural y suspenso y a las novelas, dos participantes han mencionado libros de historia, pero no se sabe si es para la escuela o por gusto del tema, en última frecuencia se tienen a los mangas, las novelas románticas, ciencia ficción y leyendas.

Aquellos que practican alguna actividad artística refirieron a la música en primer lugar, sin embargo, no refieren a la práctica de algún instrumento o aprendizaje de canto, sino solo escuchar música, le sigue la actividad de dibujo, después, danza como una práctica que hace uso de técnica, a la par que la fotografía; en última instancia se menciona la actividad de artes y bailar.

Dentro de la escasa frecuencia de realizar actividades culturales, en primer término, está el cine; le sigue el ir a museos; posteriormente asistir a espectáculos de danza; dos actividades mencionadas son ir al teatro y realizar una actividad religiosa, ir a una peregrinación, esta respuesta llama la atención porque el participante la ha considerado como una actividad cultural, cuando lo común es que no se considere como tal.

Se puede apreciar claramente que los consumos de los adolescentes están definidos por la ecoestética que rige en su ambiente; en el tiempo dedicado a internet no hay búsqueda de información de manera particular, ni tampoco actividades que puedan ser de tipo cultural propiamente, si bien se puede considerar que las series y las películas forman parte de las industrias culturales, se debe de entender que están diseñadas para llegar a las masas y con excepciones, no aportan algo más significativo que el mero entretenimiento.

Los hábitos de lectura además de ser escasos, se orientan también al entretenimiento; al hablar de cuentos, no se sabe si están haciendo una diferenciación entre comics, mangas o cuentos tradicionales, pero se piensa que hacen referencia a los dos primeros, entendiéndose los primeros como aquellos que provienen de Estados Unidos y los segundos los que provienen de Japón, ambos en auge; quizá se haga referencia a las historietas de producción nacional, aunque se sabe que el mercado nacional ha declinado en esa área al no poder competir con las grandes industrias editoriales.

El fútbol como actividad deportiva ocupa un lugar preponderante, aunque hay que acotar que muchos de los participantes hablan del fútbol en actividades con amigos y

también lo refieren como deporte, aunque no se haga de manera sistemática y con entrenamientos formales; se piensa que es por la facilidad de practicarlo casi en cualquier parte y porque no requiere de equipamiento especial, este deporte es importante en la cultura e imaginario de una gran cantidad de mexicanos.

Percepción y experiencia de los adolescentes en los museos

A la pregunta realizada de los museos cercanos a su escuela, la mayoría ha identificado el Museo Rafael Coronel como el más cercano, lo que es cierto ya que se encuentra a solo 850 metros del edificio escolar, en segundo lugar de frecuencia identifican como al más cercano al Museo de Arte Abstracto Manuel Felguerez y aunque no es así tal cual, son 50 metros de diferencia con el otro museo mencionado, por lo que se podría decir que distan lo mismo.

Se mencionan a otros dos museos con la misma frecuencia, al museo del Zigzag y el Francisco Goitia, aunque la cercanía a la escuela no es tal, ya que se encuentran ambos al otro lado de la ciudad. Se mencionan otros dos, en menor frecuencia y una tercera parte de los que respondieron dice que no sabe, o no recuerda, uno más dice que no hay museos cercanos.

Es notable que sí se identifiquen a dos museos cercanos y que la mayoría haya respondido de forma correcta. El hecho de que se mencionen otros más lejanos, probablemente se deba al recuerdo de visitas previas. Cabe aclarar que más de la mitad de los estudiantes viven en el centro de la ciudad, en colonias cercanas, o en la misma colonia en donde se ubica la escuela, por lo que podría ser que sí reconozcan a los dos museos cercanos por el hecho de pasar constantemente por ahí.

A la pregunta de la recomendación de maestros de asistir a un museo, la frecuencia de los que han respondido que sí ha sido muy alta, lo que indica que el tipo de escuela y sus dinámicas tiene una clara preocupación por todo aquello que atañe al arte y la cultura; en cuanto a las materias que imparten estos maestros que han hecho la recomendación, también se hace evidente que han sido los que de una manera directa tienen incidencia e interés en el tema, esto es, la materia de artes en primer lugar e historia, en segundo lugar.

Llama un poco la atención de que en esta escuela se tiene un taller de turismo y solo en el tercer lugar se ha mencionado al maestro de esa materia, que ha hecho la recomendación, quizá porque no todos los alumnos que han respondido llevan ese taller; se ha mencionado en cuarto lugar a la materia de español, en tercero geografía y matemáticas y por último inglés y formación cívica y ética. Es muy destacable que haya

recomendaciones de maestros que no tratan en las aulas algo propiamente relacionado con los museos, esto se podría deber a la naturaleza de la escuela, como ya se ha mencionado anteriormente.

En cuanto a la asistencia a un museo por tarea escolar y qué se pidió hacer en esa tarea, la mayoría ha respondido que solo les han pedido conocerlo, enseguida se declara que fue para investigar de algo en específico, en tercer lugar de frecuencia se responde que fue para pintar, dibujar algo o tomarse fotos, como cuarta respuesta se tiene que se pedía investigar de museos en general, le siguiente respuesta en frecuencia fue el hacer un reporte o indican que no ha sido por tarea, así pues han ido por recomendación de maestros, por último, también con la misma frecuencia, no se recuerda lo que se pidió hacer y no se pidió hacer nada.

A la pregunta si han visitado museos en grupo escolar, la mayoría ha respondido que sí y las respuestas de sus actividades en esa visita, en mayor frecuencia solo se pedía ver lo que había, la siguiente respuesta indica que son actividades que han sido propuestas por el museo, en tercer lugar de frecuencia son dos respuestas, hacer el recorrido y jugar, otras respuestas dadas con la misma frecuencia fueron hacer manualidades, tomar fotos, tomar apuntes y que no recuerdan o no han contestado.

Se puede detectar que las actividades que han realizado en la visita escolar, o no lo recordaron e inventaron la respuesta, o sí y corresponde a una de las experiencias vividas en el museo (aunque no necesariamente hayan asistido en grupo escolar) y que más o menos recuerdan, pero llama la atención que la mayoría indique que solo vieron, cuando la generalidad es que al ser una visita programada en grupo escolar, al menos les hagan la visita guiada, esto demuestra el poco impacto que ha tenido esa visita.

A la pregunta de si se considera importantes los museos, son pocos los que dieron una respuesta amplia, limitándose a decir que sí, sin embargo, los que respondieron se apegaron mucho a las respuestas de la función de un museo, a saber, que son importantes para saber de cultura, de otras culturas, o de la historia (hechos pasados), un participante no le da el mismo valor a todos los museos e indica que solo algunos son importantes, pero sin más detalle.

Categoría: Difusión del museo a través de la escuela

¿Cómo se enteró de la existencia de los museos que ha visitado y que no fueron por visitas escolares previas?	Teoría
Por la clase de historia Por la escuela En la primaria Porque en la escuela nos hablaron de esos museos Por parte de historia y por salidas que nos daban en la primaria En la escuela nos contaban	“La escuela es la encargada de introducir al niño al mundo de la cultura y los museos los encargados de mostrar esa parte específica de esa producción cultural; ambas instituciones han sido socialmente designadas para asumir algún tipo de función en la relación niño-cultura. Ambos necesitan con razones distintas y complementarias que los niños tomen contacto e interactúen con las obras de arte” (Alderoqui, 1996, p. 242). El consumo cultural no es pasivo, pues múltiples fuerzas operan en él, tanto de quien emite los mensajes como de quien los recibe puesto que hay otras instancias que intervienen en su asimilación, rechazo o negociación, como la familia y la escuela (García-Canclini, 2006).

Categoría: Difusión del museo a través de la familia

¿Cómo se enteró de la existencia de los museos que ha visitado y que no fueron por visitas escolares previas?	Teoría
Por el trabajo de mi mamá Por la escuela y mi familia me cuenta Por los maestros de primaria y mis abuelos Por mi familia o mis profesores Por mis familiares Por medio de familiares Por abuelito Mis papás me dijeron Preguntándoles a mis padres En viajes familiares	La familia y la escuela funcionan como instituciones de inculcación y al mismo tiempo como mercado, ya que la competencia cultural se define por sus condiciones de adquisición, perpetuadas por el modo de utilización y funcionan como una “marca de origen”; lo que se capta mediante indicadores como nivel de instrucción u origen social, son modos de producción del <i>habitus</i> cultivado, principios de diferencias no solo en competencias adquiridas sino también en las maneras de llevarlas a la práctica (Bourdieu, 1998, p.63)

La transmisión de conocimientos se produce desde el hogar y la escuela, acorde a la teoría que ya hemos desarrollado, se reafirma que estas instituciones son las que inculcan las competencias culturales y cómo se llevan a la práctica, puesto que estas instancias intervienen en la asimilación, rechazo o negociación. El conocimiento de la existencia de los museos es parte del capital cultural que se transmite desde la familia y el ámbito escolar.

Categoría: Difusión del museo a través de medios de comunicación

¿Cómo se enteró de la existencia de los museos que ha visitado y que no fueron por visitas escolares previas?	Teoría
Por las noticias Por internet Los investigué por internet	Hernández (1994) que considera al museo como un medio de comunicación de masas, asegura que tiene que llegar a un público cada vez más amplio, para lograrlo hay que

Por el internet

diferenciar al público real -los que visitan el museo- y el público potencial. Desde este punto de vista, el museo debe hacer uso de la promoción, difusión, señalización en las ciudades, folletos, etc.

Hernández (2011) afirma que en los museos han surgido departamentos de comunicación que satisfacen las necesidades: de la información que generan y los mensajes que quieren transmitir y recibir. Aunado a esto, la comunicación en los museos ha experimentado un gran cambio a la hora de adoptar estrategias para hacerse presente en internet y las redes sociales, mismas posibilitan romper con barreras físicas.

El museo como espacio de comunicación debe de realizar un máximo esfuerzo para su difusión, incrementando, en la era del conocimiento, aquellas herramientas a las que más fácilmente acudirán los jóvenes de estas nuevas generaciones, las redes sociales a través de internet. Sin embargo, son pocos los adolescentes que han hecho mención de estos u otros medios de comunicación, por lo que el museo no está cumpliendo con su misión de difusión de una manera apropiada, ya que no logra impactar a este sector de la población. Los que tienen conocimiento a través de los medios digitales, son los que tienen un interés expreso, que puede derivarse en su propio capital cultural.

Categoría: Objetos

¿Qué es lo que más se recuerda de la última visita a un museo?	Teoría
Una sala con una maqueta del sistema solar colgante	“Dentro de la museología del objeto, como una evolución de los modelos anteriores, surge lo que algunos autores han denominado museo didáctico. Su objetivo se centra en las representaciones museográficas que tienen en cuenta no sólo el objeto, sino también una serie de elementos que van a configurar el discurso expositivo” (Hernández, 2011, p.136).
Una piedra muy bonita que tenían en una vitrina	
Una momia	
Todas las máscaras antiguas	
Una momia	
Máscaras de colores	
Piedras, minerales, un tren y una tienda de recuerdo	
Artesanías, la música	
Las monedas muy antiguas	

Se consideran dos vertientes, por un lado, el museo que ha ido adquiriendo diferentes modelos, profesionalizándose y creando representaciones museales que consideran a los objetos y sus elementos, configurando un discurso expositivo atrayente; en el otro lado, están los objetos *per sé*, que se recontextualizan en el ámbito museístico y crean un vínculo con el espectador, estos objetos al mostrarse bellos o exuberantes permite que sean instituidos como algo valioso o memorable.

Categoría: Arte

¿Qué es lo que más se recuerda de la última visita a un museo?

Teoría

Pinturas rupestres
Los cuadros de Manuel Felguérez
Pinturas
Nos enseñaron pinturas y su historia
La pintura de Francisco Goitia
Las pinturas

“El ideal de la percepción “pura” de la obra de arte como obra de arte es producto de un largo trabajo de “depuración” que se inicia a partir del momento en que la obra de arte se despoja de sus funciones mágicas o religiosas” (Bourdieu, 2000, p.1)

“La distinción entre las obras de arte y el resto de los objetos fabricados por el hombre y la definición, indisociable ésta, de la forma propiamente estética de abordar los objetos socialmente designados como obras de arte, es decir como objetos que exigen y merecen a la vez ser percibidos según una intención propiamente estética, capaz de reconocerlos y de constituirlos en obras de arte” (Bourdieu, 2000, p.1)

Los objetos recordados que serían propiamente obras de arte, son reconocidos como tales porque han sido designados socialmente, sin embargo, su recuerdo en el adolescente es factible por la intención estética que se ha depositado en él, se ha percibido como arte al ser despojado de otros atributos que pudiera tener, como el religioso o mitológico.

Categoría: Actividades/Conceptos

¿Qué es lo que más se recuerda de la última visita a un museo?	Teoría
Sobre las astronomías, sensores térmicos, química, fluidos no newtonianos	“La interactividad es un concepto más amplio, que ofrece al público la oportunidad de experimentar fenómenos, de participar en los procesos de demostraciones o en la adquisición de informaciones para un mejor conocimiento de la ciencia” (Hernández, 2011, p. 232)
Actividad interactiva de energía	
El magnetismo	“Las nuevas tecnologías y los medios interactivos ocupan un lugar privilegiado dentro del proceso de aprendizaje hasta favorecer la plena comprensión de los mensajes que se desean transmitir. El visitante no se va a limitar a contemplar pasivamente los mecanismos que han producido los objetos, sino que va a implicarse activamente, manipulando y experimentando de formas diversas cada uno de ellos” (Hernández, 2011, pp. 263, 264).
Nos platicaron de la luna	
Los juegos	
Que nos enseñaron el cambio climático con gráficas	

En cuanto al recuerdo en adolescentes de conceptos y actividades en el museo, es mucho más comprensible porque la interactividad permite participar activamente con los objetos relacionados con concepciones específicas de ese objeto o acción; al dejar a un lado la pasividad el proceso de aprendizaje y memoria se fortalece.

Categoría: Interactividad	
¿Por qué te ha gustado más el museo?	Teoría
Porque es interactivo	“Las nuevas tecnologías y los medios interactivos ocupan un lugar privilegiado dentro del proceso de aprendizaje hasta favorecer la plena comprensión de los mensajes que se desean transmitir. El visitante no se va a limitar a contemplar pasivamente los mecanismos que han producido los objetos, sino que va a implicarse activamente, manipulando y experimentando de formas diversas cada uno de ellos” (Hernández, 2011, pp. 263, 264).
Porque haces interacciones	
Ofrecía muchas actividades	

En las respuestas de la razón de por qué ha gustado más un museo determinado, la respuesta más frecuente es la que tiene que ver con la interactividad, lo que reafirma el apartado anterior en donde se hacía referencia a que un involucramiento activo refuerza el aprendizaje y la memoria, si la actividad produce placer, se incrementa. Es claro que a los adolescentes les atrae y les gusta más tener interrelación con los objetos, en vez de tener un consumo pasivo.

Categoría: Arte

¿Por qué te ha gustado más el museo? Teoría

Por sus pinturas Por la variedad de pinturas Porque hay muchas actividades y mucho arte Por sus pinturas	“El museo, no es, sin embargo, solo una colección de objetos que se exhiben sino un lugar en donde se invita a disfrutar, en comunidad, de la belleza del arte, disfrute que consiste en contemplar y admirar la obra de arte en su totalidad; lo que significa que la obra expuesta participa de una continuidad histórica y cultural, determinada por tiempo y espacio, al tiempo que se presenta como un objeto capaz de abrir el espíritu de quien lo contempla a una experiencia que le sobrepasa. El museo, sigue siendo el espacio más apropiado para la realización de cualquier experiencia estética”. (Hernández, 2011, pp. 91, 92).
---	---

A los participantes que les ha gustado más por el arte, es porque el museo ha cumplido una parte de su función, la que facilita la experiencia estética, a través de la museología, por otro lado, el receptor ha sido capaz de contemplar y admirar la obra de arte, al grado de que sí ha dejado huella, de tal forma, lo recuerda con agrado.

Categoría: objetos	
¿Por qué te ha gustado más el museo?	Teoría
Tenía muchas cosas que me gustaban	“Así, los objetos bellos se independizan del receptor que los percibe y del contexto en que se encuentran. Hemos elaborado la capacidad de aislarlos, y al hacerlos resaltar creemos que valen por sí mismos. Su novedad nos sorprende y atrae, para que luego los instituyamos en ornamentos, testimonios o símbolos de algo valioso” (Acha, 2015, p. 40)
Porque tiene muchas cosas atractivas	
Tiene muchas cosas bonitas	
Porque tiene cosas que me gustan	

Los objetos que contiene el museo son valiosos porque comunitariamente se les ha designado esa importancia, por lo que necesariamente han de tener un carácter especial, esto impacta en los jóvenes que también le dan importancia y se sienten gratificados por la novedad que implica su contemplación, sorprenden y atraen, por lo que son susceptibles de ser recordados con placer.

Categoría: Experiencia	
¿Por qué te ha gustado más el museo?	Teoría
Era de noche y me dio terror	“Diversos son los motivos que llevan al público a visitar los museos, que pueden estar entre la mera curiosidad personal, el buscar nuevas relaciones sociales, identificarse con personas de un determinado estatus social, pasar un rato agradable o contemplar, descubrir y experimentar sensaciones y significados nuevos” (Hernández, 2018 p. 75).
Porque me gusta lo antiguo	
Porque fue el último viaje con mi grupo	
Porque es el único que he visitado	

La experiencia en los museos puede ser el motivo por lo que agrada más su visita, esto puede estar ligado con el museo propiamente, al ser la primera vez que se visita puede impactar no solo por su contenido sino por el edificio en sí y por todo lo que rodea a una visita. Los motivos para visitar un museo están relacionados con estas experiencias, que

incluyen la apreciación de bienes culturales, pero que no se queda meramente en eso, sino que va más allá e implica la significación de estos bienes y más allá, porque implica relacionarse socialmente, tener un momento placentero de ocio o experimentar algo nuevo.

Categoría: Adquirir conocimiento

Te gustaría visitar los museos que no has visitado ¿por qué?	Teoría
Sí, para saber que contiene y que pueda aprender de ello	“En el año 1926 se constituye la International Museum Office que se creó para debatir las opiniones que criticaban, cada vez más, la situación de los museos que se habían
Sí, para conocer más cosas, algunas historias, el arte y más sobre la historia	convertido en contenedores de objetos y obras de arte. Hacia las primeras décadas del siglo XX se da un amplio desarrollo en las
Sí, para saber más de la cultura y las pinturas o las diferentes cosas que hay	prácticas educativas; a medida que avanzaba el siglo se dio un aumento en las posturas a favor de la filosofía en donde el
Sí, porque quiero conocer más de mi Estado	museo se consideraba una institución educativa que se debía a las necesidades y deseos de la comunidad a la cual servía” (Pastor, 2004).
	“El museo, se entiende como una comunidad de aprendizaje, resultado de un proceso de negociación entre diferentes poderes; y en un marco más amplio se inserta dentro de la pedagogía crítica: el museo como espacio de enseñanza no formal, espacio propicio en donde se crea una comunidad de aprendizaje mediante la negociación y el diálogo con el público (Flores, 2006)

Categoría: Conocimiento del museo y de su contenido

Te gustaría visitar los museos que no has visitado ¿por qué?	Teoría
Sí, para saber que son y que hay	“Los factores que tradicionalmente daban su razón de ser al museo fueron en primer lugar la colección (contenido) en torno a la cual giraba una institución caduca encargada de tutelar y conservar los fondos del museo, desechando cualquier otro tipo de actividad cultural (León, 2000, p.74). “Contenido y continente entrarán a formar parte de la trama museológica al servicio del espectador que es para quien tiene razón de ser el museo” (León, 2000, p.75). “E incluso haciendo un juicio más valorativo de las células sustanciales del museo podemos decir que se trata de una sociedad que exige las funciones resultantes del continente y contenido” (León, 2000, p. 75).
Sí, para tener conocimiento de su contenido	
Sí, porque nunca he estado en uno	
Sí, para conocerlos como son por dentro	
Sí, porque me gustaría ver cosas nuevas e interesantes	
Sí, me gustaría ver las cosas que antes existían	

Un tópico muy común es que se espera aprender algo cuando se visita un museo, esto está relacionado estrechamente con la postura que perdura del museo como institución educativa, posición que se origina primordialmente en el museo y se ha reproducido en la comunidad, como parte del reconocimiento a esta institución. Esta imagen se ha intentado modificar, si bien los museos quieren transmitir un mensaje a través de su colección, se han abierto al diálogo con los visitantes, que son ahora la razón de ser del museo. Sin embargo, hay que demarcar que la imagen del museo como lugar de aprendizaje, sigue siendo muy fuerte y se da poco espacio para pensar en un museo como un lugar placentero de vivencias estéticas y artísticas; tan es así que pocos adolescentes hacen referencia a visitarlo para disfrutar del arte.

Es importante hacer referencia a que un museo despierta cierta curiosidad, se espera encontrar algo novedoso o diferente, atrae primeramente por su edificio que

generalmente se sale de lo ordinario y quizá esto propicia una expectativa de que el contenido del museo puede ser tanto o más atractivo que su continente; aunado a lo que se menciona anteriormente, es decir, si existen objetos maravillosos con los que podemos aprender algo, se desea conocer museos, desafortunadamente muchas veces los museos no cumplen estas expectativas y por ello se pierde el interés en continuar visitándolos.

Categoría: Interesante/Curiosidad/Experiencia	
Te gustaría visitar los museos que no has visitado ¿por qué?	Teoría
Si, pues sería interesante	“Diversos son los motivos que llevan al público a visitar los museos, que pueden estar entre la mera curiosidad personal, el buscar nuevas relaciones sociales, identificarse con personas de un determinado estatus social, pasar un rato agradable o contemplar, descubrir y experimentar sensaciones y significados nuevos” (Hernández, 2018 p. 75).
Sí, porque me gustaría ver cosas nuevas e interesantes	
Sí, por curiosidad e interés	
Sí, porque me gustan las nuevas experiencias	

La experiencia que se espera vivir está en las motivaciones para conocer a un museo, se tiene curiosidad y se espera que pueda ser interesante esta experiencia. Como ya se mencionó en un apartado anterior, el museo implica muchas cosas que no se pueden apreciar a simple vista, pero de alguna manera, a través de la propagación de la idea de la institución museo, genera ciertas expectativas.

Categoría: Desinterés/Disgusto/Desconocimiento

Te gustaría visitar los museos que no has visitado ¿por qué?	Teoría
No, la mayoría no me interesan	“Las instituciones culturales -y, en este caso, el museo- favorecen y contribuyen a estos desequilibrios de clases y desniveles culturales o, al menos, no salen
No, porque casi no me gusta ir a los museos	enérgicamente al encuentro de esta situación -pese a los reiterados esfuerzos de la
No, casi no sé qué tienen la mayoría de los museos	Museología por abolir las fronteras creadas no solo entre el museo y el público sino en la misma sociedad-, situación que acentúa su conflictividad y permanente contradicción al proponer unos postulados de total aceptación en teoría, asfixiados por la práctica museográfica” (León, 2000, p.173) “Barreras actitudinales o emocionales: Son aquellas que crean en el visitante un sentimiento de recelo, desconfianza, prejuicio e incluso, hostilidad, hacia la institución museística que le impulsa a no acudir a la misma” (Pastor, 2004, p. 138) “Barreras informativas: Son aquellas que impiden al público el conocimiento de la oferta educativa y de todo tipo de la que dispone el museo” (Pastor, 2004, p. 139)

Es muy significativo que muy pocos de los participantes hayan dicho que no les gustaría visitar los museos que no han visitado, podría deberse a la llamada espiral de silencio o la deseabilidad social, en donde los adolescentes bajo estas dos perspectivas, responden a lo que podría esperarse de ellos, sin embargo, al ser anónima la participación y las respuestas, se esperaría que fuesen más los que no tienen interés por visitar museos, por lo que se deduce que realmente son más a los que sí les interesa.

En las respuestas se percibe un desinterés enfocado en los museos, uno de ellos expresa el disgusto abiertamente, así que es pertinente mencionar que son los museos los que no han logrado derribar las barreras para ser accesibles a este público, puede ser que la museografía sea ya obsoleta o que toda su acción siga contribuyendo a mostrar un discurso hegemónico, dificultando aún más el acercamiento por el desnivel cultural que persiste en el país.

Ambas situaciones, el museo como lugar que ostenta elitismo y el desnivel cultural se manifiesta en el poco capital cultural de la mayoría de la población, pueden generar prejuicios hacia el museo aunado al sentimiento de desconfianza ocasionando que no haya interés o incluso hostilidad hacia él.

Otro de los aspectos a tomar en cuenta es que el museo, a pesar de que ya hace uso de las herramientas digitales para su promoción y difusión, muchos carecen de estrategias específicas dirigidas al público adolescente para llamar su atención y que sientan curiosidad por visitarlos.

Categoría: Adquirir conocimiento

¿Para qué sirve un museo?	Teoría
Considero que para saber sobre objetos e historias antiguas	En el año 1926 se constituye la International Museum Office que se creó para debatir las opiniones que criticaban, cada vez más, la situación de los museos que se habían convertido en contenedores de objetos y obras de arte. Hacia las primeras décadas del siglo XX se da un amplio desarrollo en las prácticas educativas; a medida que avanzaba el siglo se dio un aumento en las posturas a favor de la filosofía en donde el museo se consideraba una institución educativa que se debía a las necesidades y deseos de la comunidad a la cual servía (Pastor, 2004).
Para saber lo que había antes y estudiar lo que nos enseñen o explorar	“El museo, se entiende como una comunidad de aprendizaje, resultado de un proceso de negociación entre diferentes poderes; y en un marco más amplio se inserta dentro de la pedagogía crítica: el museo como espacio de enseñanza no formal, espacio propicio en donde se crea una comunidad de aprendizaje mediante la negociación y el diálogo con el público (Flores, 2006).
Para recordar la historia y los artículos que se utilizaban en esos tiempos	
Para conocer el arte y la historia	
Para saber sobre la historia o contexto de algún acontecimiento	
Porque es parte de la historia	
Para conocer más sobre la historia y nuestros antepasados	

En la indagación de la función del museo, la razón principal que se da es que a través de él se va adquirir conocimiento, es decir, los adolescentes asumen que la función del museo es proporcionar saberes; esto se había mencionado con anterioridad y quizá es la idea preconcebida del museo que por tradición se le considera como un lugar para el aprendizaje.

Categoría: Exhibición de objetos

¿Para qué sirve un museo?

Teoría

Para mostrar al público los mejores objetos que se encuentran en un lugar

“El hombre del siglo XX, desequilibrado en su concepción temporal, tiende a la búsqueda de su tradición, tradición que se encuentra en el

Sirven para conocer las cosas que tiempo atrás no conocíamos

museo. Prueba de ellos es que el museo antes guardaba los objetos ya “desaparecidos” de la civilización, pero hoy día también se albergan

Para ver cosas que fueron encontradas

las obras del hombre que están en vías de desaparecer” (León, 2000, p. 73).

En otras respuestas se alude a la exhibición de objetos, como función, estas respuestas quizá están ligadas a la adquisición de conocimientos, puesto que lo se exhibe en un museo está relacionado con la historia del hombre, así, los adolescentes asumen que los museos cumplen la función de mostrar los objetos que están ligados a ciertos acontecimientos importantes.

Categoría: Exhibición de arte

¿Para qué sirve un museo?

Teoría

Para conocer el arte y la historia

Para ver esculturas antiguas

“Por tanto, el museo templo es algo más que «una colección de objetos expuestos al visitante» (Eco, 1989, 65). Es, más bien, el lugar sagrado donde se nos invita a disfrutar, comunitariamente, de la belleza del arte. Y el disfrute no reside tanto en ver, cuanto en contemplar y admirar celebrativamente la obra de arte en su totalidad” (Hernández, 2011, p. 91)

“Esto significa que la obra expuesta en el museo participa de una continuidad histórica y cultural, que viene determinada por el tiempo y el espacio. Y, al mismo tiempo, se presenta como un objeto que es capaz de abrir el espíritu de quien lo contempla a una experiencia mística y estética que le sobrepasa, más allá de sus propios límites. Y el museo sigue siendo el espacio más apropiado para la realización de cualquier experiencia estética (Hernández, 2011, p.92).

Han sido pocos los participantes que asumen que la función del museo tiene que ver con el arte, se menciona que es para poder conocer el arte, por lo que las obras que forman parte de una colección de un museo, adquieren la categoría de arte y su función sería transmitirlo y que la gente pueda conocer; otra de las respuestas que involucran al arte está relacionado con la antigüedad de ese arte, por lo que se asume que este reconocimiento de la función del museo estaría implicando tanto arte como historia.

Comparación de hábitos y prácticas culturales, percepción y experiencia del museo conforme al capital cultural de los padres de los adolescentes.

Para este análisis se parte de la premisa de que los adolescentes son propensos de contar con un capital cultural más elevado acorde al entorno en el que se desenvuelven. Acorde a las teorías propuestas de Bourdieu, con un nivel mayor de capital cultural institucionalizado por parte de sus padres, el ambiente sería más favorable para que sus hábitos y prácticas culturales, así como las percepciones de los museos podrían ser más significativos en comparación con aquellos cuyos padres tienen un capital cultural menor.

Se establece entonces, para propósito de este análisis, que un capital cultural mayor lo detentan aquellos que poseen estudios superiores, incluyendo a los estudios técnicos; se incorporan a aquellos estudiantes que al menos uno de sus padres haya tenido estudios de estos niveles. Se han adjuntado a dos participantes que no especifican el grado de estudios de sus padres, sin embargo, sus ocupaciones están relacionadas con el arte y la cultura, lo que supone que esto generaría cierto capital cultural.

Los padres considerados con un capital menor son los que no se ha especificado el nivel de estudios o es bachillerato lo más; si no se ha especificado el nivel de estudios se considera por la ocupación, esto es, obrero, empleado o algún oficio; aunque podrían ser profesionistas que por la situación económica y laboral tienen que realizar trabajos que no están relacionados con su profesión,

Los padres de estudiantes con capital cultural alto son casi una tercera parte; estos adolescentes deberían de tener un entorno proclive al desarrollo de actividades culturales y una apreciación diferente de los museos que el resto de sus compañeros, que tienen padres con un capital cultural bajo.

Tema	Capital Cultural Alto	Capital Cultural Bajo	Comparativa
Práctica artística	<p>Ninguno de los adolescentes tiene a la práctica de una actividad artística como aquella a la que le dedican más tiempo, sin embargo, uno de ellos especifica que es a lo segundo a lo que dedica más tiempo.</p> <p>Las actividades que realizan son la música en primer lugar, aunque no se especifica si tocan algún instrumento o solamente la escuchan, como clarifica una persona al decir el tipo de música que le gusta. Otro participante habla de la danza en general y otro que le gusta bailar, se deduce que el primero sí se dedica sistemáticamente a eso y el segundo, no. La otra actividad mencionada es el dibujo.</p>	<p>Tres son los que le dedican el mayor tiempo a una práctica cultural y uno más le sigue en tiempo, siendo la fotografía esta actividad; el dibujo es la otra actividad a la que se le dedica más tiempo, el otro participante no especificó la actividad.</p> <p>De las otras actividades mencionadas con variación de tiempo dedicado con una tendencia a lo que menos se le dedica del tiempo libre están la música, en primer término, luego el dibujo, y se menciona también artes en general y fotografía.</p>	<p>En ambos segmentos se aprecia que en la mayoría de adolescentes no hay una preponderancia a dedicar el mayor tiempo libre a realizar una actividad artística como disciplina.</p>
Actividades culturales	<p>Tres de ellos dedican tiempo a actividades</p>	<p>Las actividades culturales que se</p>	<p>En ambos segmentos un miembro de cada grupo</p>

	<p>culturales, pero ninguno lo hace el mayor tiempo libre, siendo el cine el que aparece con mayor frecuencia, uno de los participantes dice que los fines de semana dedica tiempo a actividades culturales varias como ir a museos, teatros, espectáculos de danza.</p>	<p>refieren en más tiempo de ocupación en tiempo libre son de un participante y es ir a museos, otras actividades que le siguen, aunque con variación de tiempo, serían por igual ir a museos y a danzas y lo que predomina es la visita al cine.</p>	<p>asegura que lo que a más tiempo se le dedica es a realizar actividades culturales</p>
Lectura	<p>Hay un participante que afirma que es a lo que más tiempo le dedica, aunque no ha sido el único, ya que otros participantes de un entorno de nivel de capital cultural menor, también tienen a la lectura como la actividad a la que le dedican más tiempo.</p>	<p>Tres le dedican el mayor tiempo libre a esta actividad y uno que es el que le dedica más tiempo en segundo lugar; son variadas y predomina lectura de cuentos y lecturas para la escuela.</p>	<p>Pareciera que existe una contradicción de la teoría pues la frecuencia de los que leen entre los que tienen un capital más alto es la misma comparativamente con el otro segmento, por lo que esto no sería un factor determinante para esta práctica cultural.</p>
Visitas a museos	<p>En cuanto a la relación con los museos, la mayoría de ellos ha visitado el museo de manera personal, es decir, fuera de las visitas programadas por la escuela y excepto uno de</p>	<p>La visita a museos de manera personal, son realizados por más de la mitad de los participantes de este segmento y casi todos han sido acompañados por</p>	<p>Las diferencias aquí son pocas, aunque en el segmento de capital cultural alto predomina la visita acompañada de familia, del otro segmento mencionan a amigos o compañeros de escuela</p>

	ellos que asegura haber ido con amigos, los demás han asistido al museo en compañía de su familia.	familiares, otros argumentan que han sido amigos o compañeros de la escuela. Uno de ellos ha sido acompañado por un fotógrafo, por lo que su estancia ahí no fue de visita al museo propiamente sino a sus instalaciones.	por lo que es probable que las visitas que comentan son las realizadas en grupo escolar.
Como se enteraron de la existencia de esos museos	Una tercera parte alude a su familia como comunicador de este tipo de recintos, la mitad de ellos se han enterado por la escuela (algunos mencionan ambos, familia y escuela); destaca que de estos uno de ellos menciona que ha sido a través de búsquedas en internet, por lo que se deduce que hay un interés particular por conocerlos.	Es ligeramente superior el cómo se han enterado de la existencia de los museos a través de familiares que la de la escuela, se mencionan a adultos que lo han mencionado sin especificar la relación, también se alude al internet y las noticias y algo que destaca es que los reconocen porque pasan por ahí, esto lo mencionan dos participantes.	No hay diferencia significativa en los segmentos, en ambos familia y escuela son los que han transmitido la existencia de museos, quizá sobresalga la respuesta de un adolescente de capital cultural alto que muestra interés personal; también en el otro segmento se menciona que lo reconocen físicamente, es muy probable que este reconocimiento sea por visitas anteriores.

Lo que más se recuerda en la última visita a un museo	Destacan dos respuestas de los participantes que mencionan específicamente a las pinturas de dos museos que poseen y exhiben la colección de sendos artistas plásticos; dos más recuerdan conceptos muy específicos realizados, se piensa, por actividades interactivas de un museo de ciencia, dos más hablan del contenido del museo de manera general.	Generalizan en cuanto a las obras de arte y no mencionan a algún artista en particular, sin embargo, en lo concerniente a conceptos de ciencia sí hay también dos personas que aluden a conceptos específicos, se presume que por actividades realizadas en un museo de ciencia.	No difieren mucho ambos grupos, la diferencia significativa sería que en el segmento de capital cultural alto se mencionan las obras de dos artistas por su nombre, el otro segmento se presenta la generalización del arte (referido así o como pinturas, cuadros y esculturas), no sucede lo mismos en cuanto a conceptos científicos, por lo que se deduce que los museos de ciencia repercuten de la misma manera.
Razones por las que ha gustado más un museo	Las respuestas son variadas pero específicas, es decir, se habla de la temática, de los espacios, la variedad de lo que se exhibe e incluso se menciona a la interactividad; uno de ellos hace referencia a una experiencia sensorial que le provocó un sentimiento y otro asegura que le ha gustado porque es el único que ha visitado, es decir, se deduce que su	Razones varias, pero muy generales, a excepción de un adolescente que expresa que le gusta lo antiguo, y otro que refirió que los pusieron a dibujar, los demás responden: por las pinturas, que el espacio o que todo estaba bonito o grande, o que les pareció interesante o que tenía cosas	Las respuestas del grupo de capital cultural alto son más específicas, incluso uno de ellos hace referencia a una emoción; los del otro segmento generalizan más en las razones de ese gusto por el museo, aunque también hay uno que menciona la emoción, aunque por causas extrínsecas al museo.

	<p>experiencia fue grata en el museo a pesar de que no tiene puntos de comparación.</p>	<p>atractivas, por ejemplo. Un par de adolescentes especifican uno, una actividad que le gustó y otro lo recuerda emocionalmente por ser su último viaje en grupo.</p>	
<p>Se conocen museos a través de internet y recorridos virtuales</p>	<p>En cuanto al recorrido virtual en un museo dos de ellos conocen museos a través de internet, pero solo uno de ellos ha realizado este recorrido virtual y argumenta que le ha gustado “más o menos” ya que no estaba tan divertido.</p>	<p>Los adolescentes que conocen museos a través de internet es la quinta parte en este segmento y solo la mitad aseguran haber realizado recorridos virtuales, a la mayoría de ellos no les gustó la modalidad porque no es la misma emoción y porque no se ven los objetos personalmente.</p>	<p>En ambos grupos se percibe en primer término, que la mayoría no ha visitado museos, de hecho, del segmento de capital cultural alto solo uno realizó el recorrido virtual sin gustarle del todo, lo mismo sucede en el otro segmento, los pocos que han realizado recorridos virtuales, no los disfrutaron de la misma manera, aludiendo a la emoción de la visita personal.</p>
<p>Se sabe lo que se encuentra en los museos que no se han visitado</p>	<p>Solo uno de ellos ha contestado que sabe lo que se encuentra en los museos que no ha visitado</p>	<p>La pregunta de si se sabe que hay en los museos que no se han visitado un poco más de la tercera parte no sabe, los que dicen saber son una marcada minoría,</p>	<p>Pocas diferencias en ambos segmentos, no se sabe en general que es lo que contienen los museos de su entidad.</p>

		es decir, casi el mismo número que en el otro segmento, pero comparativamente, dado el universo de este segmento, el porcentaje sería mucho menor.	
Les gustaría visitar los museos que no han visitado y las razones	La mayoría han dicho que sí, predominando el querer conocer y aprender más; tres de los participantes han aludido a cosas determinadas, uno de ellos habla de pinturas (entre otras cosas); dos más a objetos, uno de los cuales se refiere a unos muy específicos (flechas y huesos de dinosaurios).	Lo mismo que en el otro segmento, en este la mayoría ha respondido que sí les gustaría visitar los museos que no conocen, con respuestas muy similares al otro segmento, es decir, para conocer más, aunque destacan frases como que les parecería interesante o por curiosidad.	En general no diferencias en ambos segmentos, la mayoría han respondido que les gustaría conocer los museos que no conocen, la diferencia es que hablan de cosas más específicas en el segmento del capital cultural alto, en el segmento de capital cultural bajo las frases son más generales, hablan de que podría ser interesante o sienten curiosidad
Función del museo	Mas de la mitad dice saber para qué sirve un museo, aunque no todos lo especifican sin embargo sí la mayoría y las razones: mostrar lo mejor de algún lugar y para saber de historia y	La mayoría han respondido a la función del museo, decir se habla de aprendizaje, de conocimiento de otras culturas y de	Las diferencias son mínimas, en ambos grupos se dice saber de la función del museo y las razones tampoco varían significativamente, se habla de aprendizaje,

	conocer los objetos relacionados con esta.	cosas referentes a la historia.	conocimiento de otras culturas, historia.
Se sabe de la importancia de los museos y las razones	La mayoría piensa que son importantes, uno de ellos especifica que solo algunos, sin embargo, no menciona el criterio para considerar la importancia de algunos; las pocas razones que se dieron de esta importancia las dieron dos participantes y son porque se conocen hechos pasados o la historia y para mostrar objetos que han sido encontrados, se deduce entonces que es para conservar los objetos materiales del pasado.	También la mayoría ha contestado de que se considera a los museos importantes, pero son escasos los que argumentan las razones, se habla de cosas valiosas, de aprender de arte y turismo y de saber de otras culturas.	En ambos grupos se reconoce la importancia del museo y en ambas las razones son similares, estas razones de su importancia están muy ligadas con la función del museo.

Análisis de las entrevistas a personal de la Escuela Emiliano Zapata

El director de la escuela informa que sí hay información que les hacen llegar a través del Instituto Zacatecano de Cultura, la Universidad Autónoma de Zacatecas y el Consejo Zacatecano de Ciencia y Tecnología, principalmente a través de la RedPEA de Unesco, conforme a este último es como se programa su trabajo. Así mismo plantea que tienen vínculos con el Museo Zigzag, así como al Museo de Ciencias de la UAZ.

Las actividades que realizan los estudiantes están dirigidas al patrimonio cultural, lo que implica la visita a museos; antes de la pandemia se realizaban 7 visitas en promedio, lo que se redujo a 5 por esta contingencia sanitaria. Aun así es muy significativo que no hayan dejado de lado las actividades hasta donde se pudo hacerlo por las restricciones.

Al director le interesaría establecer vínculos con los museos y piensa que una manera de llevar a cabo estas relaciones es en primer término, contando con la información de las exposiciones de manera oportuna y luego que exista un acercamiento por parte del museo para llevar a los grupos con visitas guiadas o bien teatralizando lo recorridos, ya que afirma que esto causó una gran impresión en los adolescentes.

En conclusión, la apertura por parte del director ha existido desde el primer contacto, posiblemente por la naturaleza de la escuela se presta mucho más, tanto para la investigación como para posibles vínculos con los museos, destaca la actividad de las visitas guiadas teatralizadas como parte de las relaciones sólidas de la Escuela-Museo, de lo que se infiere que se ha detectado el impacto que ha causado en los adolescentes, por lo que se considera una estrategia apropiada para seguir usando.

Los docentes que están involucrados con las artes y las visitas a museos, aseguran que la promoción de las actividades culturales se imparte a los estudiantes tanto a través de la RedPEA de la Unesco, como internamente, es decir, en la materia de artes se realizan actividades como danza, teatro, música y éstas se promocionan a su vez hacia afuera, como Escuela, a través de prensa y programas de radio.

A la pregunta de si se realizan visitas a los museos como parte de las actividades académicas, una persona ha respondido que sí y que están planeadas de antemano para solicitar los permisos; la otra persona que ha respondido comenta que es la clase de Historia la que lleva a cabo esta acción y que la promoción se da en las materias de artes y el taller de turismo.

Cabría aquí mencionar una ligera contradicción, pues los alumnos no han manifestado actividades en el museo que tengan que ver con la materia de historia de una manera específica, sin embargo, coincide en que los alumnos han mencionado a los maestros de estas tres materias que les han recomendado asistir a los museos.

Ambos docentes coinciden que es a través de la RedPEA Unesco que se elabora una programación a diferentes museos de la entidad; una docente asegura que la dinámica de estas visitas requiere de un reporte de visita y puede ser solicitado según la asignatura.

También coinciden en que los museos contribuyen al proceso de formación de los estudiantes, por un lado, porque adquieren cultura general, al aprender e interactuar, por otro lado, se considera que los Museos están en estrecha relación con la educación, pues mediante la exposición, investigación y comunicación, promueven un aprendizaje constante a través de la difusión del patrimonio.

Para fortalecer los procesos formativos de los estudiantes en referencia a los museos, se plantea que podría ser elaborando un plan de trabajo con visitas guiadas y talleres acorde a cada museo; se menciona que podría ser construyendo la identidad del alumno enfatizando la preservación cultural en la que está inmerso, para que identifique la multiculturalidad.

Aquí se puede apreciar que los planes de trabajo que habían mencionado se llevan a cabo solo en la escuela y que no están involucrados los museos en este proceso; se percibe la importancia que se da al tema de la identidad y que los museos son parte indispensable para este tema. Para ambos docentes es fundamental tener información de los museos antes de la visita, ya que de esta manera se podrían realizar actividades transversales de las distintas materias.

En ambas materias, Historia y Artes, se da continuidad a la visita realizada al museo, elaboran un reporte, además de que presentan exposiciones en clase, así como otras como periódicos murales y se indaga de su experiencia, así como de si les ha gustado y si volverían al museo. Ambos docentes aseguran que la experiencia de la visita a los museos es que muestran interés, por un lado, cuando existe cierta interactividad o elaboración de objetos, así como la teatralización del recorrido, se asegura que se muestra la motivación por difundir a la comunidad estudiantil lo que han aprendido.

También los docentes han manifestado conocer museos de manera personal, sin embargo, uno de ellos refiere a actividades realizadas con alumnos, se han enterado de ellos por visitas anteriores (posiblemente a través de la escuela) y por redes sociales y la televisión.

En cuanto a la manera en que podría darse la vinculación del museo con la escuela, uno de los docentes plantea que, a través de la RedPEA, así como el ofrecimiento de cursos o talleres que sean fuera del horario de clase; para el otro docente asume la vinculación como algo que se realiza en la actualidad y menciona que se da a través de la transversalidad de asignaturas, poniendo en cada una de ellas un aprendizaje esperado, lo que conlleva al alumno a un conocimiento significativo dentro y fuera del contexto escolar.

Análisis de las entrevistas a directores de museos

En cuanto a los departamentos de educación o de servicios educativos, uno de los museos indica que no se cuenta con él, aunque sí realizan actividades de sensibilización tales como visitas guiadas y teatralizadas, talleres, charlas entre otros.

En el otro museo sí debería de haberlo ya que en el organigrama se tiene contemplada esta área, sin embargo, por falta de recursos y personal no está activa, no obstante, con los recursos humanos y económicos con los que se cuenta se realizan actividades de servicios educativos de manera aleatoria, coordinados con algunas instituciones educativas, de iniciativa privada y de gobierno; estas actividades generalmente son las de ofrecer visitas guiadas a diferentes niveles.

Las acciones que se han realizado por parte de los museos para las escuelas secundarias, en el museo que no cuenta con servicios educativos no especifica que acciones se han llevado a cabo, solo menciona que se han atendido más de 25 grupos de ese nivel escolar a lo largo del año, estas se han gestionado por las escuelas. El otro museo aclara que las acciones que se han llevado a cabo no son de manera formal (no sistemática) y las visitas se solicitan de las instituciones educativas en su mayoría 85%, el resto lo gestiona el museo; se realiza un conteo mensual de personas atendidas.

En uno de los museos las visitas se agendan a través de un oficio de solicitud, mismo que tiene que ser aprobado en la dirección para posteriormente coordinar los detalles de la visita, así como nivel educativo de la población por atender. En el otro museo además de este mecanismo que puede ser directamente al museo o a través del instituto zacatecano de cultura, también se puede solicitar por llamadas telefónicas o correos electrónicos.

Hay que resaltar que en uno de los museos se considera el nivel educativo de la población que realizará la visita, esto con el afán de establecer cierto grado de comunicación, aun cuando no haya una dirección pedagógica sistematizada por edades o grados.

Ninguno de los dos museos tiene vínculos formales con las escuelas secundaria o las autoridades educativas de la entidad, pero en ambos se muestra interés, el directivo del museo que cuenta con departamento educativo en su organigrama comenta que se han hecho diversos acercamientos, no solo con secundarias sino con primarias e incluso con la población vecinal en general; sin embargo, estos acercamientos se han quedado en eso, pues no se da continuidad debido a la falta de recursos y personal.

Tampoco existen mecanismos de difusión específicos para las escuelas secundarias, se menciona que hay promoción de visitas guiadas a través de redes sociales y por invitación directa, así como a través del área de Enseñanza del Instituto Zacatecano de Cultura, se crean programas para la integración de instituciones educativas a los distintos espacios museísticos que están insertos en él, sin embargo, no se ha mencionado qué programas son ni en lo que consisten.

No existen programas o proyectos específicos enfocados en adolescentes de 11 a 15 años, puesto que se menciona consultar con el área específica mencionada antes, es evidente que estos programas no se canalizan a través de los museos, por otro lado la ausencia de estos proyectos es debido a la falta de personal con el perfil profesional adecuado para atenderlos.

En uno de los museos se ha respondido que sí hay estudios de público, sin embargo, estos son más bien conteos mensuales de visitantes, tanto los que asisten al museo como los que son atendidos en las diversas actividades que realizan cotidianamente, en cuanto a la pregunta de algún agente externo que realice los estudios de público se ha mencionado al INEGI como parte de los censos que realizan, hay que aclarar que esta información es de tipo cuantitativa y no cualitativa; el otro museo ha respondido que no se realizan estudios de público ni de manera interna ni externa.

Por último, hay que señalar que los directivos de uno de los museos han mostrado apertura hacia la investigación en sí y han sido receptivos para el planteamiento, es decir tienen una consciencia plena de que el área de servicios educativos debe de ser parte sustancial de la difusión y promoción de sus acervos culturales, dirigidos a públicos específicos.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo de investigación fue determinar los hábitos y prácticas culturales y la percepción que tienen de los museos los adolescentes que cursan la educación secundaria. Se han establecido algunas actividades que se pueden realizar en el tiempo libre, para que especifiquen un aproximado del tiempo ocupado, así como las actividades en sí mismas. Se ha pedido que describan estas actividades y se ha preguntado acerca de las experiencias en los museos y algunos elementos para determinar cuál es la percepción que se tiene de ellos.

Teniendo como base la teoría de la democratización de la cultura en la producción y la recepción de los bienes culturales, se considera que existe un acceso igualitario a la cultura y las artes y que son las instituciones culturales las que median entre el patrimonio y la comunidad, contribuyendo así a su desarrollo. Se adhiere a esta teoría, la de la interculturalidad, en donde se conceptualiza a la cultura derivada del pensamiento y la reelaboración de la misma a partir de los propios miembros de esa comunidad.

Sin embargo, en esta exploración se aprecia que existe muy poco interés en las actividades culturales, particularmente las artísticas, tanto en la producción como en el consumo, siendo que el capital cultural del adolescente podría ser un factor importante en este desinterés, ya que no existe un ámbito apropiado para que el adolescente adquiera las competencias necesarias para su disfrute y el desinterés, como consecuencia.

Destaca la propuesta de Acha en la separación de lo estético y lo artístico, y que el consumo del Arte se complementa con lo estético al adquirir y ejercer las valoraciones teóricas y que al incrementarse se puede obtener un mayor placer, que no se demerita si el conocimiento es menos profundo, aunque aunado al placer sensorial o estético, se podría obtener un placer intelectual, es decir, artístico. Pocos participantes han hablado de experiencias significativas con el arte a través de los museos, aunque sí sobresale que dos de ellos hacen referencia a nombres específicos de artistas, creemos que no es casualidad que pertenezcan al segmento que tiene un entorno considerado de capital cultural alto.

Tampoco se considera una casualidad que los recuerdos en museos se asocien más con objetos o con experiencias surgidas por la interactividad que prima en los museos de ciencias, que, con el arte en sí, pues existe una cultura estética que se ha definido por grupos sociales en donde priman los juicios convencionales. El gusto ha sido dictado por todo tipo de ideologías: políticas, religiosas y culturales, dejando poco espacio para otras propuestas que llamen a la reflexión y al cambio. Las estructuras de poder se empeñan en

construir estereotipos humanos y sociales idealizados, la realidad no se comprende, sino que es aceptada como tradición. Ante estos argumentos, es necesario romper con la cultura estética definida.

Bourdieu, teórico al que se ha referido constantemente en este trabajo, nos da la pauta para relacionar lo económico con lo simbólico, es decir, esto como una forma de poder que contribuye a la reproducción y diferenciación social. Perdura la hegemonía del campo cultural artístico y las prácticas culturales son las consecuencias secundarias de estos principios de exclusión o selección.

Los adolescentes asisten a los museos básicamente por dos cosas; realizar tareas encargadas por maestros, cuyo trabajo consiste mayormente en copiar las cédulas, o bien porque forman parte de una visita en un grupo escolar o bien, acompañando a familiares. Raramente van con amigos; es muy extraño que los adolescentes consideren la visita a un museo como ocupación de tiempo libre o que asistan por curiosidad a un museo, es decir, que surja esta iniciativa como interés personal.

Aunado a esto y debido a su inclusión en la moda, el diseño y los estereotipos relacionados con el consumo masivo, el arte se ha banalizado, otorgándole un sentido de vanidad más que de capacidad crítica, de transformación y significación, ya que el espectador permanece en un rol pasivo, sin crítica, sumiso y llevando consigo *clichés* de éxito como el dinero, la juventud y la belleza; dicho en otras palabras, cualquier cosa que se centre más en el parecer que en el ser.

Teniendo en cuenta lo anterior, es fundamental brindar a los adolescentes las herramientas que fomenten su imaginación a través del arte, permitiéndoles desarrollar un ojo crítico ante las imágenes que se utilizan en el día a día, dirigidas sobre todo a consumir, más que a elevar el espíritu humano, como podría ser el caso de la apreciación del arte.

No se puede pasar por alto que la educación es reproductora de la cultura, contribuye quizá más veladamente que antes a ciertas representaciones y formas de comportamiento en donde los roles sociales ya han sido impuestos. Una educación de mala calidad o poco accesible debido al capital cultural que se posee, aunado a la hegemonía cultural, genera prejuicios y auto exclusión, así como el escaso acceso a determinadas prácticas culturales, resultando en violencia simbólica.

No obstante, la institución escolar también reproduce e inculca valores positivos de la cultura, forma ciudadanos en donde median los intereses sociales, y es en donde los individuos aprenden a comportarse como parte de los colectivos a donde pertenecen, es decir, es eficaz para la socialización aun cuando en la actualidad, ha tenido un

debilitamiento en su posición frente a los medios de comunicación de masas, perdiendo parte de su legitimidad y credibilidad. La sociedad del conocimiento genera cambios acelerados y continuos en la manera de producir y valorar los conocimientos de la humanidad.

Así pues, esta institución tiene que trabajar al respecto, si bien, el hecho de que la escuela en donde se ha realizado la investigación tenga una vocación y preocupación por el enfoque hacia la cultura y sus actividades sí se encaminen hacia la comprensión de la misma, del arte y sus manifestaciones, queda mucho por hacer: primero, que exista continuidad en el aula de lo que se experimente fuera de ella y luego, forjar relaciones más estrechas no solo con los museos, sino con todas las instituciones que están involucradas con el arte y la cultura, para facilitar el acceso y conocimiento de los recursos con los que cuentan.

Los museos, ocupan aun una posición en la estructura de las relaciones de poder, debido a las representaciones simbólicas con las que se identifican aquellos con una posición de prestigio; existen dentro de él fuerzas y luchas que no son visibles a simple vista. El discurso oficial es el de la democratización de la cultura: hacer llegar a la población la propuesta cultural-artística-patrimonial.

Sin embargo, los museos eluden hasta cierto punto su responsabilidad en este tema, en la teoría existen buenos propósitos para buscar y consolidar públicos, en la práctica no se lleva a cabo y aunque lo cierto es que las más de las veces es por la falta de recursos - económicos, humanos, estratégicos- también es porque muchas veces no existen proyectos y metas concretas, pensar a largo plazo, también existe una falta de voluntad para buscar alternativas a la resolución de estas carencias.

Aun cuando falta mucho por hacer en lo que respecta a los estudios de consumo cultural y que se reconozca la importancia que tiene el arte en el desarrollo del ser humano, este estudio ha permitido reforzar la creencia de que la institución Museo sigue siendo inaccesible para los adolescentes; si consideramos que es esta etapa en donde están formando sus gustos, atender a este público específico debería de ser una prioridad en las estrategias de comunicación de los museos de arte.

Referencias bibliográficas

- Acha, J. (2015). *El consumo artístico y sus efectos*. Trillas.
- Alderoqui, S. (1996). *Museos y escuelas: socios para educar*. Paidós.
- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Siglo XXI.
- Altarejos, F., y Naval, C. (2004). *Filosofía de la Educación*. Madrid: EUNSA.
- Andión, E. (1999). *Pierre Bourdieu y la comunicación social*. Cuadernos del TICOM No. 44. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/3053>
- Andión, E. (2000). Desigualdad y diferencia cultural: juegos, campos y sentido práctico. En M. Piccini (Ed.) *Recepción artística y consumo cultural* (pp. 263-315). Conaculta/INBA/Ediciones Juan Pablos.
- Arellano, A., y Ceballos, G. (2013). Consumo cultural y jóvenes universitarios: una reflexión desde la comunicación. *Interpretextos*, 10, 121-150.
http://ww.ucol.mx/interpretextos/pdfs/853_inpret1011.pdf
- Arnheim, R. (2006). *Arte y percepción visual*. Alianza Editorial.
- Arriaga, A. (2011). Desarrollo del rol educativo del museo: narrativas y tendencias educativas. *Revista digital LAV*, 0 (7), 13-36. doi:
<https://doi.org/10.5902/198373483070>.
- Arteaga, C., & Solís, S. (Coords.). (2005). *Necesidades sociales y desarrollo humano: un acercamiento metodológico*. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/75693>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal.
- Bourdieu, P. (1971). *Sociología del arte. Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística*. Ediciones Nueva Visión.
- Bourdieu, P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *Sociológica. Revista del Departamento de Sociología*. UAM, 5, 11-17.
<https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>

- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (2002). Disposición estética y competencia artística. *Lápiz: Revista internacional del arte*, 187/188, 58-67.
- Bourdieu, P. (2003). *Campo de poder, campo intelectual*. Quadrata Editorial.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2011). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2012). *Bosquejo de una teoría de la práctica*. Prometeo Libros.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.-C. (1996). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Ediciones Fontamara.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.-C. (2003). *Los herederos. Los estudiantes y la cultura*. Siglo veintiuno editores.
- Brinnitzer, E. (2003). Adolescencia, pobreza y tiempo libre en mujeres y varones. *Revista de estudios de la mujer. La Aljaba, segunda época*, 8, 221-244.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/9904>
- Casado, D. (2020). El coleccionismo desde la prehistoria hasta el siglo XVI: Entre la motivación religiosa, el deleite artístico, los códigos de exhibición y el negocio. *La albolafia: Revista de humanidades y cultura*, 20, 13-33.
- Coelho, T. (2009). *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*. Gedisa.
- Coleman, J., y Hendry, L. (2013). *Psicología de la adolescencia* (4a. ed.). Ediciones Morata S.L. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/51799>
- Colín, A., Dávalos, J., Delgado, Y., Díaz González, J., Flores Lozada, T., Hernández Pedraza, P., Méndes Romero, C., y Montaña, R. (2008). *Investigación de públicos potenciales en el Museo Nacional de las Culturas del Mundo. La escasa asistencia de estudiantes de primer año de nivel medio superior del distrito federal, al Museo Nacional de las Culturas del Mundo*. [Tesis de licenciatura, Facultad de Estudios Superiores Aragón, UNAM]. Repositorio INAH
<http://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/informe%3A960>

- Coll, V., Rausell, P., y Abeledo, R. (2015). Estimación del impacto económico de los museos a través de las nuevas tecnologías de la información: el caso del museo Ene. Térmica. *Transinformacao*, 27(3), 265-275. <https://doi.org/10.1590/0103-37862015000300008>
- Consejo Internacional de Museos. (s.f.). *Democracia cultural e inclusión*. <https://icom.museum/es/nuestras-acciones/investigacion-y-desarrollo/democracia-cultural-e-inclusion/>
- Cortés, E., Arellano, A., Andrade, A., y Cuevas, A. (2021). *Identidades y consumos juveniles: diálogos, travesías y desafíos*. Universidad de Colima.
- Díez del Corral, P. (2005). *Una nueva mirada a la educación artística desde el paradigma del desarrollo humano*. [Tesis de doctorado] Universidad Complutense de Madrid. Repositorio institucional de la UCM <https://eprints.ucm.es/id/eprint/7251/>
- Doering, Z. (1999). ¿Extraños, invitados o clientes? Experiencias en Museos [Strangers, Guests, or Clients? Experiences in Museums.] *Curator*, 42 (2), 74-87. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1999.tb01132.x>
- Echeburúa, E., & Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Ediciones Pirámide.
- Eisner, E. (1998). *Educar la visión artística*. PAIDÓS.
- Estrada, J. (2020). Museos de arte en Zacatecas. Breve historia de su conformación. *Gaceta de Museos*, 75, 30-39. Mediateca INAH <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/gacetamuseos/article/view/15770>
- Flores, M. d. (2006). La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo: caso del museo de arte contemporáneo de Castilla y León MUSAC. *Revista de arte*, 5, 231-243. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2212499>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo.
- García Canclini, N. (2001). *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*. Siglo veintiuno editores.

- García Canclini, N. (2006). El consumo cultural: una propuesta teórica. En G. Sunke(Ed.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación* (pp. 72-95). Colección Agenda Iberoamericana.
- García Canclini, N. (2010). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Katz Editores.
- Gardner, H. (1997). *Arte, mente y cerebro. Una aproximación cognitiva a la creatividad*. Paidós.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Gilbert, L. (2011). *La gestión de museos: análisis de las políticas museísticas en la Península Ibérica (Tesis de doctorado)*. Universidad de Murcia.
- Gombrich, E. (2008). *Arte e ilusión. Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Océano.
- Goodman, N. (2010). *Los lenguajes del Arte. Aproximación a la teoría de los símbolos*. PAIDÓS.
- Hernández, F. (1994). *Manual de la Museología*. Editorial Síntesis.
- Hernández, F. (2011). *El museo como espacio de comunicación*. Trea Ediciones.
- Hernández, F. (2018). *Reflexiones museológicas desde los márgenes*. Trea Ediciones.
- Hervás, R., Tiburcio, E., y Tudela, R. (2018). Aproximación a la acción cultural de los museos de España. De la democratización a la democracia cultural. *ICOM Education*. 28, 49-68. <https://ceca.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/5/2023/02/ESP-ICOM-Edu-30-light.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI]. (20 de Julio de 2022). *Sala de prensa*. INEGI: <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=7455>
- International Council of Museums [ICOM]. (s.f.). Definición de museo: un camino a seguir: <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

- International Council of Museums [ICOM]. (s.f.). *Conceptos clave de museología [Archivo PDF]*. https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie_Espagnol_BD.pdf
- Iregui, J. (2008). *El museo fuera de lugar*. Ediciones Uniandes. <https://jaimeiregui.wordpress.com/tag/museo-fuera-de-lugar/>
- Jara, L. (2017). *Carrillo Gil, joven y contemporáneo. Proyecto de conformación de grupo de asesores adolescentes en el Museo de Arte Carrillo Gil*. [Tesis de maestría, Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía Manuel del Castillo Negrete]. Mediateca INAH <https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/tesis%3A3711>
- Köster, P. (2010). Economía y cultura. *Pensar en red ¿Qué queremos para los museos?. XII Seminario sobre patrimonio cultural* (pp. 42-65). Santiago de Chile: DIBAM.
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Lara, M. (2016). Los adolescentes en los museos. En L. Pérez (Coord). *Estudios sobre públicos y museos. Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido? 1(0)* pp. 280-302 Publicaciones ENCRyM. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/issue/view/693>
- León, A. (2000). *El museo. Teoría, praxis y utopía*. Ediciones Cátedra.
- López, A., & Castro, Á. (2014). *Adolescencia: límites imprecisos*. Difusora Larousse - Alianza Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/45363>
- Lowenfeld, V., & Brittain, L. (1980). *Desarrollo de la capacidad creadora*. Kapelusz.
- Mantecón, A. (2002). Los estudios sobre consumo cultural en México. En CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Ed.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100916030005/23mantecon.pdf>.
- Morales, L. (2007). Museológicas. Problemas y vertientes de investigación en México. *Estudios de Historia y Sociedad*, XXVIII(111), 31-66. <https://www.redalyc.org/pdf/137/13711102.pdf>

- Moreno, M. (2016). *Relaciones entre arte, política y educación desde la educación estética integral de Herbert Read*. [Tesis de Maestría, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145239>
- Muñoz, J. (2011). *Adolescencia y tiempo libre: Análisis y propuestas educativas en Salamanca*. Ediciones Universidad de Salamanca.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/52507>
- Muñoz-Arézaga, E. (2017). Desarrollo de estudios de públicos de Museos de México. Una visión introductoria. *La Colmena* 94, 67-83.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6128720>
- Nivón, E., y Sánchez, D. (2012). Consumos culturales en América Latina. Balances y desafíos. Algunas consideraciones sobre los estudios de consumo cultural en México y en Chile. *Alteridades*, 44, 59-79.
<https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/88/88>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (s.f.). Red de Escuelas Asociadas de la UNESCO:
<https://www.unesco.org/es/aspnet>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales*. UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- Ortega, L. (2011). *Cerca y lejos: aproximaciones al estudio del consumo de bienes culturales*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/40739>
- Padró, C. (2004). La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio. En J. Lorente (Ed.), *Museología crítica y arte contemporáneo* (pp. 51-70). Prensas Universitarias de Zaragoza.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/42771>

- Pallavicini, P. (2008). Los objetos de consumo en la construcción de los procesos de individuación de adolescentes. *Última Década*, 29, 29-46.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/11184>
- Panozzo, A. (s.f.). *Quienes son los visitantes en los museos. Particularidades de los públicos del fin de semana en el Museo de Arte de Tigre*.
<https://doi.org/10.1590/1982-02672020v28e11>.
- Pastor, M. I. (2007). *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Ariel.
- Pérez, L. (2016). Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas. En L. Pérez (Coord.) *Estudios sobre públicos y museos Volumen I Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* (pp. 20-45). Publicaciones ENCRyM.
<https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/issue/view/693>
- Poveda, A. (2018). La institución del museo: origen y desarrollo histórico. *Publicaciones Didácticas*, 96, 80-112.
http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/pd_096_jul.pdf
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (21 de 02 de 2022). *Desarrollo Humano*. PNUD México:
https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/ourwork/povertyreduction/in_depth/desarrollo-humano.html
- Rama, C. (2003). *Economía de las industrias culturales en la globalización digital*. Eudeba. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/66179>
- Rancière, J. (2009). *El reparto de lo sensible. Estética y política*. LOM Ediciones.
- Read, H. (1975). *Imagen e idea. La función del arte en el desarrollo de la conciencia humana*. Fondo de Cultura Económica.
- Read, H. (1976). *Arte y Alienación. El papel del artista en la sociedad*. Editorial Proyección.
- Read, H. (2007). *El significado del Arte*. Lozada.
- Read, H. (2011). *Al diablo con la cultura*. Ediciones Godot.
<https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/76640>

- Real Academia Española. (s.f.). Consumir. En Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 15 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/consumir?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). Consumo. En Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 15 de abril de 2022 de <https://dle.rae.es/consumo?m=form>
- Rico, J. (2014). *La museografía en la sociedad del conocimiento*. JCR21OFFICE Editions. https://www.academia.edu/35452702/9_La_museograf%C3%ADa_en_la_sociedad_del_conocimiento_pdf
- Rodrigo, J. (2008). Pedagogía Crítica y educación en museos. Marcos para una educación artística desde las comunidades. En O. Fernández, y V. Del Río (Eds.), *Estrategias críticas para una práctica educativa en el arte contemporáneo* (pp. 118-132). Museo Patio Herreriano. https://www.academia.edu/3499580/Pedagog%C3%ADa_Cr%C3%ADtica_y_educaci%C3%B3n_en_museos_Marcos_para_una_educaci%C3%B3n_art%C3%ADstica_desde_las_comunidades
- Rodríguez, N. (2015). *El campo de la producción cultural en la sociología de las prácticas de Bourdieu*. IX Jornadas de Sociología. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. <https://cdsa.academica.org/000-061/398.pdf>
- Romeu, V. (2008). De la 'estética trascendental' a la pragmática estética; esbozo de una teoría comunicativa del arte. *Observaciones filosóficas*. <https://www.observacionesfilosoficas.net/delaestetica.html>
- Sabido, A. (2009). El espacio museal como agente de cambio social y desarrollo. *Gaceta de Museos. El museo como agente de cambio social*, 46, 4-13. https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/issue%3A913
- Sacristan, A. (2013). *Sociedad del conocimiento, Tecnología y Educación*. Ediciones Morata. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/51850>
- Schmilchuk, G. (1995). Historia, antropología y arte. Notas sobre la formación de los museos nacionales en México. *RUNA: Archivo Para Las Ciencias Del Hombre*, 22(1), 21-38. <https://doi.org/10.34096/runa.v22i1.1314>

- Secretaría de Gobernación. (03 de 07 de 2020). *Secretaría de cultura. Programa Sectorial de Cultura 2020-2024*. Diario Oficial de la Federación:
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596142&fecha=03/07/2020
- Serrano, C. (2015). Escuela y Museos asociados en la educación de la sociedad del conocimiento. En AIDIPE, *Investigar con y para la sociedad*. Vol. 3 (pp. 1955-1962). Bubok Publishing. S.L.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5190743>
- Subdirección General de Museos Estatales. (2020). *Conociendo a todos los públicos: los jóvenes y los museos*. Ministerio de Cultura y Deporte de España.
https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/conociendo-a-todos-los-publicos-los-jovenes-y-los-museos_4086/
- Subdirección General de Museos Estatales. (2012). *Conociendo a todos los públicos ¿Qué imágenes se asocian a los museos?* Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/conociendo-a-todos-los-publicos-que-imagenes-se-asocian-a-los-museos_2687/
- Tamés, E. (2004). *La enseñanza del arte en la Educación Básica en México*. [Tesis de doctorado, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Repositorio del Tecnológico de Monterrey
https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/571992/DocsTec_1666.pdf;sequence=1
- Terrero, P. (2006). Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada. En G. Sunkel (Ed.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación* (pp. 207-226). Colección Agenda Iberoamericana.
- Torralva, T. (2019). *Cerebro adolescente. Riesgos y oportunidades*. Paidós.
- Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (s.f.). *Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumo Cultural 2020*. Cultura UNAM:
<https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural>

Anexo A. Entrevista a Directores de Museos

Museo de Arte Abstracto Manuel Felguérez

1. ¿Se cuenta o se ha contado con un departamento de educación o servicios educativos?

En el organigrama formal del museo si se tiene considerada esta área, sin embargo, por falta de recursos y personal no está activa, a pesar de ello, con los recursos, tanto humanos como económicos se realizan de manera aleatoria algunas actividades de servicios educativos en coordinación con algunas instituciones educativas, de la iniciativa privada y gubernamentales.

2. De ser así ¿cuáles han sido las acciones que se han llevado a cabo?

Por lo general se ofrecen visitas guiadas a diferentes niveles (primaria, secundaria, preparatoria y nivel superior)

3. ¿Se han realizado algunas acciones en particular con alumnos de las escuelas secundarias? ¿se tiene un estimado de cuantos grupos escolares de este nivel visitan el museo por ciclo escolar?

Si se han realizado más no de manera formal, por lo general la mayor parte de estas visitas se solicitan de manera directa por parte de diversas instituciones educativas, y mensualmente se hace un estimado de personas atendidas a través de este servicio.

4. ¿Estas visitas son gestionadas por el museo o por las escuelas? Si son ambos los gestores ¿en qué proporción aproximadamente?

Se solicitan de ambas partes, en una proporción aproximada de 85% por parte de diversas instituciones externas y un 15% por parte del museo.

5. ¿Describa brevemente cuál es la dinámica para la realización de visitas de escuelas secundarias al museo?

Las visitas se agendan a través de un oficio de solicitud, que pasa ha visto bueno de la dirección y posteriormente se coordina con la institución solicitante para revisar los detalles de la misma, como nivel educativo de la población por atender, así como los tiempos y horarios disponibles para realizarla.

6. ¿Existe algún vínculo o acuerdo con las escuelas secundarias o las autoridades educativas de la entidad?

No existe de manera formal ese vínculo.

7. De contestar afirmativamente ¿describa en qué consiste este vínculo y que tipo de actividades se realizan conforme a él?

No existe un programa establecido de manera oficial.

8. ¿El museo está interesado en establecer vínculos con las escuelas secundarias cercanas?

Sí, incluso se han hecho ya diversos acercamientos, no solo con secundarias sino con primarias e incluso con la población vecinal en general.

9. ¿Existe algún mecanismo de difusión que esté dirigido específicamente a las escuelas de educación básica particularmente a las de educación secundaria?

Solamente se promueven las visitas guiadas a través de redes sociales y por invitación directa a los interesados.

10. ¿Existen programas o proyectos específicos enfocados en adolescentes de 12 a 15 años?

No existen proyectos de este tipo debido a que no se cuenta con el personal con el perfil profesional adecuado para atenderlos.

11. ¿Se realizan estudios de público sí/no? ¿Con qué frecuencia?

Sí, se realizan de manera mensual, con el registro general de visitas al museo, y de públicos atendidos en las diversas actividades que aquí se realizan de manera cotidiana.

12. ¿Algún agente externo ha realizado estudios de público y se ha considerado la información resultante para planear actividades?

Solamente el Instituto Nacional de Geografía e Informática, como parte de sus censos eventuales.

13. ¿Algún comentario final que se considere relevante acorde a las preguntas formuladas?

Solamente comentar que como Museo estamos plenamente conscientes que es necesaria esta área que en definitiva debe ser parte sustancial de la difusión y promoción de nuestros acervos culturales hacia públicos específicos.

Museo El Universo de Pedro Coronel

1. ¿Se cuenta o se ha contado con un departamento de educación o servicios educativos?

No se cuenta con departamento de servicios educativos.

2. De ser así ¿cuáles han sido las acciones que se han llevado a cabo?

A pesar de que no existe departamento de servicios educativos se realizan actividades tendientes a la sensibilización como: visitas guiadas, talleres, visitas teatralizadas, charlas, entre otros.

3. ¿Se han realizado algunas acciones en particular con alumnos de las escuelas secundarias? ¿se tiene un estimado de cuantos grupos escolares de este nivel visitan el museo por ciclo escolar?

Se han atendido a más de 25 grupos de ese nivel educativo a lo largo del año.

4. ¿Estas visitas son gestionadas por el museo o por las escuelas? Si son ambos los gestores ¿en qué proporción aproximadamente?

Por las escuelas.

5. ¿Describa brevemente cuál es la dinámica para la realización de visitas de escuelas secundarias al museo?

Las instituciones educativas solicitan el servicio de visita guiada a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas, oficios que hacen llegar al propio Museo o al Instituto Zacatecano de Cultura y son canalizadas para su atención al Museo.

6. ¿Existe algún vínculo o acuerdo con las escuelas secundarias o las autoridades educativas de la entidad?

No actualmente.

7. De contestar afirmativamente ¿describa en qué consiste este vínculo y que tipo de actividades se realizan conforme a él?

8. ¿El museo está interesado en establecer vínculos con las escuelas secundarias cercanas?

Sí

9. ¿Existe algún mecanismo de difusión que esté dirigido específicamente a las escuelas de educación básica particularmente a las de educación secundaria?

A través del área de Enseñanza del Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, se crean programas para la integración de instituciones educativas a los distintos espacios museísticos que pertenecen al Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde.

10. ¿Existen programas o proyectos específicos enfocados en adolescentes de 12 a 15 años?

Se recomienda consultar directamente con el área.

11. ¿Se realizan estudios de público de sí/no? ¿Con qué frecuencia?

No.

12. ¿Algún agente externo ha realizado estudios de público y se ha considerado la información resultante para planear actividades?

No.

13. ¿Algún comentario final que se considere relevante acorde a las preguntas formuladas?

Anexo B. Entrevista a director de Escuela

Escuela Gral. Emiliano Zapata

1. ¿La institución cuenta con información actualizada de los museos de la entidad (sí/no) y cómo se obtiene esta información?

Sí hay información de la entidad, principalmente a través de los medios del IZC, UAZ, COZCyT y por parte de la RedPAE Unesco, les hacen llegar información para contemplarlo en el programa de trabajo.

2. ¿Existe algún vínculo entre la escuela y los museos de la ciudad?

Con el Museo de Ciencia y Tecnología (Zigzag) y Museo de Ciencias de la UAZ

3. ¿La escuela promueve actividades relacionadas con actividades culturales y específicamente con los museos de la ciudad?

Sí, están dirigidas a los museos y todo lo que implica el patrimonio cultural

4. ¿Cuántas visitas se llevan a cabo aproximadamente por ciclo escolar?

Antes de la pandemia se realizaban 7 en promedio, en pandemia se redujo a 5, aunque se siguieron haciendo al Museo de la Revolución y a la Fototeca

5. De manera personal ¿Ha visitado el museo Manuel Felguerez?

No, solo de manera virtual

6. ¿Por qué medio tiene usted conocimiento de este museo y sabe qué actividades se realizan en él?

Le conozco físicamente

7. ¿La institución que usted representa estaría dispuesta y/o interesada en establecer vínculos con este o algún otro museo?

Sí, tiene interés absoluto

8. ¿Cómo considera que la escuela podría establecer estas relaciones?

Con información a través de correo electrónico de manera oportuna.
Acercamiento para llevar grupos con visitas guiadas, que teatralicen los recorridos.

Observaciones: Con el director de la escuela ha habido una comunicación constante y abierta, aunque no se disponía de mucho tiempo para responder, por lo que se siente rapidez en las respuestas dadas; sin embargo ya se había platicado con el director en varias ocasiones y se sabe de algunas de las experiencias en los museos y de las ganas

que tienen de seguir fomentando las visitas constantes a los mismos así como a realizar actividades culturales. En una de esas pláticas había mencionado del éxito de las visitas guiadas teatralizadas y quizá por ello lo menciona en las relaciones permanentes de Escuela-Museo, ya que hubo una gran respuesta y entusiasmo y piensa que esta actividad ha dejado una huella significativa en los alumnos.

Anexo C. Entrevista a docentes

Escuela Emiliano Zapata

Docente de Historia (Enlace para la gestión de visitas a los museos)

1. ¿La institución promueve actividades culturales y cómo?

Sí, a través de la RedPEA Escuelas UNESCO

2. ¿Se realizan visitas a los museos como parte de las actividades académicas de determinadas materias?

Sí, se toman en cuenta en la planeación y con anticipación se solicita el permiso

3. ¿Cuál es la dinámica de estas visitas a los museos (por ejemplo, se considera importante para complementar alguna materia, es iniciativa del maestro/dirección, son iniciativa del museo, etc)?

Ya sea por la asignatura o por las Escuelas Unesco, los alumnos elaboran un reporte de la visita.

4. ¿Considera que los Museos contribuyen al proceso de formación de los estudiantes de secundaria? ¿Por qué?

Sí, por cultura general, conoce, aprende e interactúa

5. ¿Cómo cree usted que se podrían fortalecer estos procesos formativos de los estudiantes con las visitas en los museos?

Elaborando un plan de trabajo con visitas guiadas y talleres, dependiendo de cada museo

6. ¿Considera usted relevante conocer y tener información del museo antes de la visita de los estudiantes para elaborar estrategias que contribuyan a una mayor comprensión o sensibilización de lo que los estudiantes van a encontrar?

Sí, creo que es fundamental

7. Una vez que se realiza la visita al museo, ¿se le da continuidad en el aula?

Sí, con el reporte que elaboraron, se expone en clase, su experiencia, si les gustó o no y si volverían

8. Si se han realizado visitas a los museos ¿Cómo han sido las experiencias de la visita, en términos de actitudes o interés de los estudiantes?

Muestran interés, sobre todo cuando elaboran manualidades o la guía es teatral durante el recorrido

9. De manera personal ¿Ha visitado el museo Manuel Felguerez?

Sí, el Manuel Felguerez, el Rafael Coronel, la Bufa..

10. ¿A través de qué medios tiene conocimiento de este museo y sabe qué actividades se realizan en el mismo?

Por visitas anteriores, en el Rafael Coronel, los alumnos elaboraron máscaras

11. ¿Cómo considera que este museo podría vincularse con la escuela, aparte de lo que podría generarse de las materias de enseñanza artística que se imparten?

Con Escuelas Unesco y si el museo ofrece cursos o talleres extra clase o fines de semana

Docente de Artes

1. ¿La institución promueve actividades culturales y cómo?

Sí, mediante (agentes) internos y promoción a la escuela como: danza, teatro, música y programas de radio

2. ¿Se realizan visitas a los museos como parte de las actividades académicas de determinadas materias?

Sí, Historia. Al igual se promueve en Artes y Taller (Turismo)

3. ¿Cuál es la dinámica de estas visitas a los museos (por ejemplo, se considera importante para complementar alguna materia, es iniciativa del maestro/dirección, son iniciativa del museo, etc)?

Se realizan a través de escuelas UNESCO en donde se lleva una programación de visitas a diferentes museos

4. ¿Considera que los Museos contribuyen al proceso de formación de los estudiantes de secundaria? ¿Por qué?

Sí, éstos están estrechamente relacionados con la educación, cuya finalidad es promover un aprendizaje permanente a través de la difusión de nuestro patrimonio mediante la exposición, investigación y comunicación.

5. ¿Cómo cree usted que se podrían fortalecer estos procesos formativos de los estudiantes con las visitas en los museos?

Por medio de la construcción de la identidad del alumno en el cual se enfatice en la preservación del patrimonio cultural en el cual está inmerso y con ello identifique la multiculturalidad.

6. ¿Considera usted relevante conocer y tener información del museo antes de la visita de los estudiantes para elaborar estrategias que contribuyan a una mayor comprensión o sensibilización de lo que los estudiantes van a encontrar?

Sí, ya que se pueden realizar actividades transversales de indistintas materias

7. Una vez que se realiza la visita al museo, ¿se le da continuidad en el aula?

Sí, después se continúa con exposiciones, periódico mural, síntesis, etc.

8. Si se han realizado visitas a los museos ¿Cómo han sido las experiencias de la visita, en términos de actitudes o interés de los estudiantes?

De interés social en su entorno inmediato ya que se muestran motivados en difundir lo aprendido hacia toda la comunidad estudiantil

9. De manera personal ¿Ha visitado el museo Manuel Felguérez?

No, solo el Rafael Coronel

10. ¿A través de qué medios tiene conocimiento de este museo y sabe qué actividades se realizan en el mismo?

Redes sociales, T.V.

Se realizó una exposición de máscaras y el proceso de su construcción

11. ¿Cómo considera que este museo podría vincularse con la escuela, aparte de lo que podría generarse de las materias de enseñanza artística que se imparten?

Cabe resaltar que se da a través de la transversalidad de asignaturas, ya que en cada una de ellas se pone en práctica un aprendizaje esperado que conlleve al alumno a un conocimiento significativo dentro y fuera de su contexto escolar.

Observaciones: Se pudo platicar un poco más a fondo con la maestra ya que fue en su tiempo de clase que se realizaron los cuestionarios a los estudiantes, permitiendo tener una plática informal. Habiendo formado parte de varias de las escuelas de RedPEA, mostró una gran apertura a la investigación, comentando algunas de las limitantes que ha vivido en su labor docente, siendo la principal la escasez de recursos y de infraestructura. El conocimiento que imparte es general en artes y trata de vincularlo con las otras materias, se enfoca principalmente en la danza, aunque por razones de infraestructura se dificulta, fui testigo de que impartía clases de dibujo y fue notorio que los alumnos de su clase preguntaban menos de los nombres de los museos, e identificaban más su contenido.

ANEXO D. Cuestionario a estudiantes

Edad: _____ Femenino () Masculino ()

Escuela: _____

Grado: _____

Municipio donde vives: Zacatecas () Guadalupe () Otro
(especifica) _____

Colonia:

1. A qué se dedican tus papás

Mamá: _____ Papá: _____

Si vives con adultos que no sean tu papá o tu mamá, especifica con quienes y a qué se dedican

2. Del 1 al 8 marca las actividades que haces en tu tiempo libre siendo el **1** a lo que **más** tiempo le dedicas, el 2 el que sigue y así sucesivamente hasta llegar al **8** que es a lo que **menos** tiempo le dedicas

- a) **Ver televisión ()** Especifica qué es lo que ves
- b) **Practicar algún deporte ()** ¿Qué deporte?
- c) **Salir con amigos ()** Especifica actividades que realizan juntos
- d) **Navegar en internet ya sea con teléfono o computadora ()** Especifica qué es lo que más haces al navegar en internet (tareas, redes sociales, ver vídeos, etc.)
- e) **Leer ()** Especifica qué tipo de lectura (Para la escuela, novelas, comics, cuentos, etc.)
- f) **Practicar alguna actividad artística regularmente ()** Especifica (danza, música, fotografía, etc.)
- g) **Realizar actividades culturales ()** Especifica cuales (ir a museos, al teatro, cine, ver espectáculos de danza, etc.)
- h) **Jugar en consolas de video juegos ()** ¿Cuáles?

3. ¿Sabes qué museos se encuentran cercanos a tu escuela? Nombra los que recuerdes

4. ¿Alguno o varios de tus maestros te ha recomendado asistir a los museos de la ciudad?
5. Si has respondido que sí a la pregunta anterior ¿qué materias imparten estos maestros?
6. Si fue por tarea escolar ¿Qué fue lo que te pidieron hacer?
7. Por parte de la escuela ¿Tu grupo escolar ha visitado museos? ¿Cuál fue el más reciente que visitaste?
8. ¿Describe qué actividades realizaron en la visita?
9. Aparte de la escuela ¿Has visitado algún museo? ¿Quién te acompañó?
10. ¿Cómo te enteraste de la existencia de esos museos?
11. ¿Qué es lo que más recuerdas de tu última visita a un museo?
12. De todos los museos que has visitado ¿cuál te ha gustado más y por qué?
13. ¿Has conocido algún museo a través de internet y si ofrecen recorridos virtuales los has realizado?
14. Si la respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿te gustó esta modalidad virtual? ¿Por qué?
15. ¿Sabes lo que hay en los museos que no has visitado?
¿Te gustaría visitarlos?
Si ¿por qué?
No ¿por qué?
16. ¿Sabes para qué sirve un museo? ¿Consideras que los museos son importantes?

No. De Encuesta	Grado	Edad	Género		Municipio en donde vive				A que se dedican		
			Femenino	Masculino	Zacatecas	Guadalupe	Otro	Colonia	Mamá	Papá	Persona con la que vive
1	3	14	1		1			Centro	Empleada en Gobierno	Herrero	
2	3	14	1		1			No contestó	Trabajadora Galería		
3	3	14		1	1			CLC (No se sabe a qué colonia se refiere)	Limpieza	Albañil	
4	3	14		1		1		Valles del Conde	Empleada en tienda		
5	3	14		1	1			Alma Obrera	Maestra de primaria	Empleado de Gobierno en nivel alto	
6	3	13	1			1		Progresistas	Comerciante	Abogado	
7	3	13	1		1			Centro	Enfermera	Empleado de Gobierno	
8	3	14		1	1			Díaz Ordaz	Empleada en tienda	Amo de casa	
9	3	14	1		1			Casa Blanca	Empleada de Gobierno	Desempleado	
10	3	14		1	1			No contestó	Educadora	Mantenimiento	
11	3	14		1	1			Pedro Ruiz González	Ama de casa		
12	3	14	1		1			Díaz Ordaz	Empleada en servicios	Panadero	
13	3	14	1		1			Díaz Ordaz	Ama de casa	Mecánico	Hermanas mayores, una de ellas enfermera y la otra estudia para maestra de preescolar
14	2	13	No contestó		1			Lomas	Ama de casa	Pepenador	
15	2	13		1	1			Centro	Ama de casa	Empleado de gobierno	
16	2	13	No contestó			1		No contestó	Ama de casa	Minero	
17	2	13	1		1			No contestó	No contestó		
18	2	14	1		1			Díaz Ordaz	Promotora de ventas		
19	2	14		1	No contestó						
20	2	13		1	1			Centro	Guía de turistas		Mi abuela, ama de casa
21	2	13	No contestó		1			No contestó			
22	2	13	1		1			La Pinta	Promotora de ventas	Herrero	

23	2	12	1		1			Díaz Ordaz	Ama de casa	Taxista	
24	2	13		1	1			No contestó	Ventas	Albañil	
25	2	13	No contestó		1			La Pinta	Educadora	Entrega correos	
26	2	13		1	1			La Pinta	Propietaria de tienda de abarrotes		Con abuela (no menciona a qué se dedica)
27	2	13	1		1			Pedro Ruiz González	Ama de casa	Seguridad	
28	2	13		1	1			Díaz Ordaz	Ingeniera		
29	2	13		1	1			Pedro Ruiz González	Enfermera	Música y abogado	
30	2	13	1			1		Quintas	Mesera	Albañil	
31	1	12		1	1			No contestó	Ama de casa	Mecánica y albañil	
32	1	12		1	1			Díaz Ordaz	Empleada de Gobierno	Empleado empresa privada	
33	1	12	1		1			Centro		Intendente	
34	1	12	1		1			Díaz Ordaz	Empleada de hotelería		Con abuela (ama de casa) y tía (no especifica a que se dedica)
35	1	11		1			Pánuco		Empleada en fábrica	Albañil	
36	1	12		1	1			No contestó	Ayuda en casa	Carpintero	
37	1	12	1		1			No contestó	Ama de casa	Militar	
38	1	12	1		1			Díaz Ordaz	Secretaria, contadora	Jardinero, herrero	
39	1	12		1	1			Díaz Ordaz	Ama de casa	Radiólogo	
40	1	11		1	1			La Pinta	Ama de casa	Repartidor	
41	1	12	1		1			La Pinta	Empleada doméstica	Empleado farmacia (análisis)	
42	1	12	1		1			Díaz Ordaz	¿Enredar cables? Probablemente es operadora en fábrica	No contestó	Abuela (se dedica a la casa)
43	1	12		1			Pánuco		Enfermera	Campo	
44	1	12		1	1			Las Margaritas	Empleada en empresa de comunicaciones	Empleado en hotelería	
45	1	12	1		1			Centro	Policia	Empleado de Gobierno	Tía (se dedica a poner uñas)

No. De Encuesta	Tiempo que se dedica a las actividades							
	Ver televisión	Practicar algún deporte	Salir con amigos	Navegar en internet (teléfono o computadora)	Leer	Practicar alguna actividad artística regularmente	Realizar actividades culturales	Jugar en consolas de video juegos
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	7	6	2	1	0	3	8	5
3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0
5	8	8	0	6	7	0	6	6
6	2	5	3	1	4	0	0	0
7	8	2	8	5	1	8	8	8
8	3	4	5	2	6	8	7	1
9	5	3	8	2	1	1	8	3
10	5	4	3	1	8	6	7	2
11	0	0	0	0	0	0	0	0
12	5	1	6	8	7	2	1	2
13	3	0	2	1	0	0	0	0
14	1	2	3	4	5	6	7	8
15	8	1	2	3	6	4	5	4
16	1	2	3	4	5	6	7	8
17	0	0	2	1	3	0	5	4
18	6	3	4	1	1	8	5	7
19	1	2	8	4	3	6	5	7
20	8	7	6	1	3	5	4	2
21	0	0	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	0	0	0

23	3	4	2	1	5	6	7	0
24	4	1	2	5	6	7	8	3
25	4	3	1	2	6	7	5	8
26	5	6	1	4	2	7	3	8
27	5	3	7	1	4	6	8	2
28	6	1	2	3	7	8	5	4
29	4	2	6	1	5	8	7	3
30	0	0	3	4	0	0	0	0
31	3	1	8	4	2	5	7	6
32	7	5	6	2	8	4	5	1
33	2	0	3	1	4	0	0	0
34	1	0	0	1	0	1	0	1
35	7	2	1	3	4	8	6	5
36	4	5	1	2	6	8	7	3
37	2	8	3	7	1	5	6	4
38	7	5	8	1	4	2	6	3
39	3	4	1	2	5	8	7	6
40	8	6	8	1	7	8	6	5
41	2	1	5	3	4	7	6	8
42	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	0
44	2	1	5	3	6	4	7	8
45	3	0	2	1	0	1	0	0

No. De Encuesta	Lo que se realiza en cada actividad							
	Ver televisión	Practicar algún deporte	Salir con amigos	Navegar en internet (teléfono o computadora)	Leer	Practicar alguna actividad artística regularmente	Realizar actividades culturales	Jugar en consolas de video juegos
1	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Salir al centro o a lugares como plazas 3 veces o 4 a la semana 3 horas	Ver videos, redes sociales, tareas 4 horas	Para la escuela	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo
2	No especificó	No especifico	Hablar, caminar	Redes sociales y videos	No se especifica tiempo	Dibujo	No especificó	No especificó
3	No se especifica tiempo	Futbol	Echar reta	Ver videos	Cuentos	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Call of Duty
4	Películas	Futbol	No se especifica tiempo	Tarea, ver películas, videos, juegos y redes sociales	Por mi escuela	Escuchar música	Pocas veces voy al cine	PS4
5	Futbol	Futbol	No se especifica tiempo	Solo tareas y redes sociales	Novelas y comics	No se especifica tiempo	Ir a museos, al teatro, cine, ver espectáculos de danza. Los fines de semana	X-box series 5 2 1/2 horas al día
6	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo
7	No la veo tanto	¿basketbol? (no se entiende la palabra)	No me gusta	Más que nada para las tareas	Libros	No se especifica tiempo	Nada	No me gusta
8	Caricaturas y series	Basketball	Jugar	Redes sociales y videos	Comics, mangas y cuentos	No se especifica tiempo	Cine	Xbox 360 Nintendo Switch PSP Nintendo 64
9	Caricaturas y series	Volleyball	Jugar	Redes sociales	Comics, novelas románticas e historias cortas de terror	Dibujo	Casi nunca salgo	Super Nintendo, SNES, Game Boy Advance y Famicom
10	Ver series	Futbol	Jugar deporte	Ver videos	Para la escuela	Música	Cine	Fortnite, warzone, fall guys y snow runner
11	No se especifica tiempo	Futbol (3 horas al día)	Jugar futbol y comprar algo en la tienda	Redes sociales	Cuentos	Música	No se especifica tiempo	Xbox warzone, fortnite, fall guys y snow runner
12	Novelas, películas	Natación	Ir a comer o a ira centros comerciales	Tareas, ver videos, reproducir música	Cuentos, libros para la escuela	Fotografía	A veces al museo	Frífrí (¿?) Call of Duty
13	Caricaturas o series	No se especifica tiempo	No especificó	Tareas, redes sociales, ver videos	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo
14	Caricaturas	Ejercicio	Jugar, correr y comer	No especificó	No especificó	Música	Cine	Videojuegos
15	La rosa de Guadalupe	Futbol	Jugar futbol	Tarea	Un libro	Música	Museo Rafael Coronel	No especificó
16	Caricaturas	Correr	Jugar	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
17	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Platicar y pasear	Jugar video juegos y redes sociales	Comics o libros de ciencia ficción	No se especifica tiempo	Cine	Play station 3
18	Películas, casi no veo tele	Futbol	Ir al cine u otro lugar	Ver videos	Novelas, comics o cuentos	Artes	Cine	Free fire, roblox, etc.
19	Series	Futbol	A dar la vuelta	Redes sociales y juegos	Comics	Música	Museos y cines	Free fire
20	Series	Futbol	Jugar videojuegos	Tarea, ver videos y jugar	Comics, terror	Danza	Cine	Xbox one terror y aventura
21	Videos	Futbol	Escondidas	Ver videos	Muchas (¿?)	No se especifica tiempo	Si (No especificó tiempo ni actividad)	Call of Duty, Fornite
22	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Redes sociales	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo

23	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No se especifica tiempo
24	Free fire y roblox	Futbol	Jugar futbol o videojuegos	Tareas y ver videos	Cuentos de terror	Dibujo	Ir a museos y a danzas	Free fire y Estambul Gats (legible esto último)
25	No especificó	No especificó	Vamos por un helado y platicamos	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
26	Vecinos, un rato	Ninguno	Salir a platicar	Carreras de trailers	Un libro de Bracho que explica de qué trata	Música	Voy a una peregrinación	No juego consola
27	Serías	Futbol	Juegos	Tiktok	El diario de Ana Frank	Danza	No se especifica tiempo	Mario Bros
28	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
29	Serías aleatorias	Futbol	Salir a comer	Redes sociales	Comics y cuentos	No especificó	No especificó	Xbox 360 Play 4
30	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Ir por una nieve	Tareas y redes sociales	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo
31	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
32	Novelas	Futbol	Jugar a las (ilegible)	Tareas, sociales, juegos y buscar videos	Cuentos	No especificó	No especificó	Xbox, fortnite
33	Novelas	No se especifica tiempo	Jugamos	Ver videos	Cuentos	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo
34	No especificó	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No especificó	No se especifica tiempo	No especificó	No se especifica tiempo	No especificó
35	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
36	No especificó	No especificó	Salimos a jugar a las escondidas o a las atrapadas	Redes sociales (subrayado en la pregunta)	No especificó	No especificó	No especificó	Minecraft
37	Programas de comedia o películas de terror	No especificó	Ir al centro a distraernos, comer, jugar, platicar	Tareas	Cuentos	No especificó	No especificó	No especificó
38	Caricaturas pero muy retirado	Un poco de todo	No salgo	Me gusta escuchar música con videos muy interesantes	Cuentos y comics	Bailar y escuchar música k-pop	No especificó	Roblox, minecraft, forza horizon, call of duty y algunos otros
39	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
40	No especificó	Correr	No especificó	Jugar, ver videos y buscar la tarea	No especificó	No especificó	No especificó	Mario Kart
41	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó	No especificó
42	Novelas y música	Caminar	Juego de mesa y película	Ver payasos y retos	La biblia de Dios, Historia de materias	Música	Ver espectáculos (tachado en la pregunta)	Juegos de teléfono
43	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Jugar o platicar	Ver videos	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo	Nintendo 3ds, Xbox one
44	Futbol, caricaturas y películas	Basketball	No especificó	No especificó	No especificó	Música	No especificó	No especificó
45	Música	No se especifica tiempo	Ir al centro, comer un helado, caminar y platicar	Tareas, redes sociales	No se especifica tiempo	Fotografía	No se especifica tiempo	No se especifica tiempo

Museos y escuela							
No. De Encuesta	Museos cercanos a la escuela	Recomendación de maestros a asistir a museos	Materias que imparten esos maestros	Asistencia por tarea escolar ¿qué se pidió hacer?	¿Se han visitado museos en grupo escolar?	A qué museo fue la visita más reciente en grupo escolar	Actividades realizadas en la visita escolar
1	Manuel Felguerez, Rafael Coronel	Sí	Historia	No contestó	No	Francisco Goitia	Ver los objetos
2	Manuel Felguerez, Rafael Coronel	Sí	Historia, Artes	No contestó	No	Manuel Felguerez	Ver y realizar actividades
3	Manuel Felguerez	Sí	Historia	No contestó	No		Ver las cosas y objetos
4	No contestó	Sí	Historia	Ir al museo de la Bufo para aprender	Sí	En la Bufo	Anotar lo que veíamos y estudiarlo
5	De las máscaras y Pedro Coronel	Sí	F.C.E. Artes, Historia, Español	Investigar algunos museos de Zacatecas	No		
6	Rafael Coronel	Sí	Historia	No contestó	No		
7	No recuerdo ninguno	Sí	Historia	No, es como visita	No		
8	De la máscara Rafael Coronel y Francisco Goitia	Sí	Historia	No contestó	No		
9	De la máscara Rafael Coronel y Francisco Goitia	Sí	Historia	No contestó	No		
10	No contestó	Sí	Español e historia	Escribir lo que vimos	No		Ver esculturas (en la primaria)
11	No contestó	No contestó	No contestó	No contestó	No contestó		
12	Museo Rafael Felguerez (¿?)	Sí	Artes, Historia	Ir a recorrer el museo	No		
13	Museo Rafael Felguerez (¿?)	Sí	Historia y profesor de talleres	No contestó	No, solo los llevaron a una		Terminar exposiciones (en biblioteca no en museo)
14	Museo Rafael Coronel, Museo de las máscaras	Sí	Poner atención (¿?)	Investigar	Sí	Rafael Coronel	No tocar, no comer
15	No contestó	Sí	Artes, Español	Hacer más información	Respuesta que no correspond		Jugar futbol (¿?)
16	No	Sí	Mate, Español e Inglés	Nada	No contestó		Jugábamos con las burbujas
17	Rafael Coronel	Sí	Artes, Turismo (Taller)	No contestó	Sí	El Zigzag	Pasamos por áreas con objetos creados por ciencia y nos
18	Museo Rafael Coronel, zigzag	Sí	Artes, Turismo	Investigar en museos, el de turismo ir a verlos	Sí	El Zigzag	Nada, solo me gusta observar
19	Museo de las Máscaras	Sí	Artes, Turismo	No contestó	Sí	Museo de la Bufo	Nos dieron un recorrido por todo el museo
20	Rafael Coronel	Sí	Artes y español	No contestó	Sí	El Zigzag	Conferencia de dinosaurios
21	Rafael Coronel	Sí	No contestó	Muchas cosas	No		Jugar consola (¿?)
22	Rafael Coronel	Sí	Turismo	No contestó	No contestó		

23	Rafael Coronel, Ramón López Velarde	Sí	Turismo	Tomarse una foto en un lugar turístico	No		
24	El museo de las máscaras o conocido como el de Rafael Coronel	Sí	Arte	Historia de Puebla	Sí	El Museo de las Máscaras	Fotografías
25	No contestó	Sí	Artes	Ir a un museo y contar que fue lo que más te gustó	Sí	Rafael Coronel	No contestó
26	Rafael Coronel	Sí	Turismo	Era tomar una foto	Sí	El Zigzag	Espacio, burbujas y electricidad
27	No contestó	Sí	Turismo, Artes, Geografía	Investigar danzas y tradiciones	Sí	El Zigzag	Hacer burbujas
28	Rafael Coronel	Sí	Artes	Historia del museo	Sí	El Zigzag	Actividades interactivas
29	No contestó	Sí	Turismo	Visitar algún museo de Zac	Sí	El Zigzag	Ver la función de cine y de la electricidad
30	Museo de las Máscaras, Rafael Coronel	Sí	Tareas; no especifica de qué materias	Visitarlos	Sí	El Zigzag	Fueron muchas
31	No contestó	Sí	Geografía y Artes	Que si conocían algun museo	Sí	El de la Catedral (¿?)	Conocer las figuras de antes
32	Museos de Catedral (¿?)	Sí	Respuesta incoherente	Dibujos	Sí	El de la Bufa	(ilegible) Ya no me acuerdo
33	No	No			No		
34	No contestó	No contestó	No contestó	No contestó	No contestó		
35	No contestó	Sí	Matemáticas	Divisiones con punto decimal (¿?)	No		
36	No hay	No			No		
37	El de la máscara	No			No contestó		
38	El de la máscara	No			No contestó		
39	No	Sí	Artes	Fue por recomendación	Sí	Francisco Goitia	Dibujamos y vimos las cosas
40	Museo de las máscaras	No recuerdo	No lo se	No recuerdo	No		
41	Museo Rafael Coronel, Museo de las Máscaras, Zigzag	No			Sí	Zigzag	El cambio climático
42	Museo de las máscaras	Sí	Tutoría (no especificó materia)	Conocer, aprender, etc.	Sí	El de las máscaras	Materiales artesanías
43	El que está en Pánuco	No			Sí	El de Pánuco	Ver las monedas y las figuras de arcilla
44	Museo Pedro Coronel	No contestó	No contestó	No contestó	Sí	Pedro Coronel	Vimos estatuas
45	El de la máscara	No			No contestó		

No. De Encuesta	Museos					
	¿Se ha visitado algún museo sin que sea parte de la escuela?	Acompañado por quién	Cómo se ha enterado de esos museos	Lo que más se recuerda de la última visita al museo	El museo que más ha gustado de todas las visitas (Escolares o no)	Razón de por qué ha gustado más
1	No		Por la primaria	Pinturas rupestres	Francisco Goitia	Por sus pinturas
2	Sí	Mi familia	Por el trabajo de mi mamá	Los cuadros de Manuel Felguerez	Rafael Coronel	No especificó
3	No		Por la clase de historia	Nada		
4	No		Por la escuela	Los personajes y los materiales que vi	El de la Bufa	El único que he ido
5	Sí	Mi familia	Cuando fui y gracias a tareas	No muy bien, pero un recorrido en el de las máscaras	Máscaras	Por la temática
6	Solo en la primaria		Por la escuela y mi familia me cuenta	Había máscaras, pinturas y espacios bonitos	Rafael Coronel	por sus historias, espacios y materiales
7	En la primaria		Por los maestros de primaria y mis abuelos	Pinturas	Museo Felguerez	Por la variedad de pinturas
8	Sí	Mis padres	Me lo contaron algunos adultos	Nada	Rafael Coronel	Porque es muy grande
9	Sí	Mi papá, hermana y madre	No contestó	Sobre las astronmías, sensores térmicos, química, fluidos no newtonianos	Zigzag	Porque es interactivo
10	No		En la primaria	No contestó	No contestó	
11	No contestó			No contestó	No contestó	
12	si	Mis hermanos y papás	Porque en la escuela nos hablaron de esos museos	No lo recuerdo	El de la Bufa	Porque me parecía interesante
13	No		Por parte de historia y por salidas que nos daban en la primaria	Nos enseñaron pinturas y su historia	Museo Bellas Artes	No especificó
14	Sí	Mi mamá	Porque gente los mencionaba mucho	Las cosas	Rafael Coronel	Por las figuras (!?)
15	Sí	No contestó	Por las noticias	Sí (respuesta que no corresponde)	Rafael Coronel	No específico
16	Sí	Mi mamá y mi papá	Por internet	No me acuerdo	No	
17	Sí El zigzag y el Museo de la Bufa	Con mi familia o con mi escuela	Por mi familia o mis profesores	Una sala con una maqueta del sistema solar colgante	El zigzag	Porque es interactivo
18	Sí, el Zigzag	Mi tía	Por las escuelas	Hicimos libros y dibujamos	Rafael Coronel	Nos pusieron a dibujar
19	Sí, La Mina del Edén	Mis papás	Por mis familiares	Una piedra muy bonita que tenían en una vitrina	El de la Mina del Edén	Porque está muy bonito
20	Sí	Mamá, abuela, hermana menor y hermano menor	Los investigué por internet	Fue el de la Inquisición, tortura y terror	Inquisición	Era de noche y me dio terror
21	Sí	Mis papás	No contestó	Nada	No especificó	Tenía muchas cosas que me gustaban
22	Sí	Mis papás	Porque a veces pasamos por ahí	Una momia	El Pedro Coronel	Porque tiene muchas cosas atractivas

23	No contestó		Uno porque se llama igual que mi primaria el otro porque mis papás me hablablan	Hacer una libreta casera	El Ramón López Velarde (¿?)	No especificó
24	Si	Mi mamá	Porque me llevaron ahí	Todas las máscaras antiguas	El de las máscaras	Porque me gusta lo antiguo
25	Si	Mis papás	En la escuela nos contaban	No contestó	Rafael Coronel	Tiene muchas cosas bonitas
26	Si	Un amigo	Pasando enfrente de ellos	Una momia	El zigzag	Por los toques
27	Si	Mis papás	Por medio de familiares	Máscaras de colores	Zigzag	Por las actividades
28	Si	Mis familiares	En la primaria	Actividad interactiva de energía	Zigzag	Porque haces interacciones
29	No contestó		Con las caricaturas	El magnetismo	Zigzag	Ofrecía muchas actividades
30	Si	Mis papás	Por personas y familiares	Nos platicaron de la luna	Zigzag	Porque hay muchas actividades y mucho arte
31	Si	Con mi papá y hermanos	Por mi visita y muchas personas lo anuncian	Figuras antiguas	El de la Bufa	Tiene más ¿figuramas? Importantes
32	Si	Mi abuelito	Por abuelito	llegible	El de la Bufa	No contestó
33	No contestó			No contestó	No contestó	
34	Si	Mi mamá y mi papá	No contestó	Los juegos	No contestó	
35	No contestó			No contestó	No contestó	
36	No, porque no tenía tiempo		Por el internet	No contestó	No he visitado ninguno	
37	No contestó			No contestó	No contestó	
38	Si	Mis papás y hermanos entre algunos otros familiares	Pasando cerca de la zona donde se ubica	Todos los tipos de artes que habla	No tengo uno que más me guste	Todos tienen algo especial
39	No		Mis papás me dijeron	La pintura de Francisco Goitia	El museo Rafael Coronel	Porque tiene cosas que me gustan
40	Si	Mi hermana y mis papás	Preguntándoles a mis padres	Piedras, minerales, un tren y una tienda de recuerdo	Mina del Edén	Por lo oscuro, lo brillante y sus historias
41	Si	Mi familia	En viajes familiares	Que nos enseñaron el cambio climático con gráficas	Zigzag	Porque fue el último viaje con mi grupo
42	Si	Mis compañeros y mi profe	Por plática y consejo	Artesanías, la música	El Museo de las máscaras	No contestó
43	Si	Unos amigos	Alguien me platicó	Las monedas muy antiguas	El de Pánuco	Porque es el único que he visitado
44	Si	Mis primos	Me invitaron	Las pinturas	El Museo de Guadalupe	Por sus pinturas
45	Si	Una fotógrafa para tomarme fotos	Mi abuela me dijo	No me acuerdo	Rafael Coronel	Porque hay mucho pasto

Museos								
No. De Encuesta	Se conocen museos a través de internet	Se han realizado recorridos virtuales	¿Gusta la modalidad virtual? Si/No ¿por qué?	¿Se sabe lo que contienen los museos que no se han visitado?	¿Te gustaría visitarlos? Si ¿por qué?	¿Te gustaría visitarlos? No ¿por qué?	¿Para que sirve un museo?	¿Se considera a los museos importantes?
1	Sí	Sí (no especifica cual)	No, porque no es ver el objeto con tus ojos y personalmente	No	Sí, para saber que son y que hay		Considero que para saber sobre objetos e historias antiguas	No contestó
2	No			No	Sí, porque disfruto ver los objetos		Para mostrar al publico las mejores que se encuentran en un lugar	No contestó
3	No			No	Sí, pues sería interesante		Para mostrar los valores que se han encontrado	Sí, te muestran las cosas valiosas
4	No			No	Sí, para saber que contiene y que pueda aprender de ello		Para saber lo que había antes y estudiar lo que nos enseñen o valorar	No contestó
5	No			No	Sí por la cultura que hay detrás de estos		Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	Sí (No argumentó por qué)
6	No			No	Sí, para conocer más cosas, algunas historias, el arte y más sobre la historia		No	Sí (No argumentó por qué)
7	No			No	Sí, para saber más de la cultura y las pinturas o las diferentes cosas que hay		Para recordar la historia y los artículos que se utilizaban en esos tiempos	No contestó
8	No			No	Sí, para conocerlos		Para conocer el arte y la historia	No contestó
9	No			No		No, la mayoría no me interesan	Para saber sobre la historia o contexto de algún acontecimiento	Sí (No argumentó por qué)
10	No contestó			No contestó	No contestó	No contestó	No contestó	No contestó
11	Sí	Sí (no especifica cual)	No, porque no es la misma emoción	Sí	Sí, me parecen interesantes		Porque es parte de la historia	Sí (No argumentó por qué)
12	No			No	Sí, porque me gustaría ver cosas nuevas e interesantes		Para conocer más sobre la historia y nuestros antepasados	No contestó
13	No			No	Sí, para tener conocimiento de su contenido		Para relatar historias	Sí (No argumentó por qué)
14	No	Nunca lo he intentado		No contestó	Sí, porque son interesantes		No contestó	Para el arte y el turismo
15	Sí	El Rafael Coronel	Sí (no dio razones)	No contestó	Sí, para saber más		Para saber más	No contestó
16	No		Porque era nada más estar encerrado y no me gustaba	No contestó	Sí, porque están bien chidos y me divierto mucho		No contestó	No (no dio más información)
17	No contestó			No	Sí, porque quiero conocer más de mi Estado		Sirven para exhibir o la historia antigua o avances científicos	Sí (No argumentó por qué)
18	No			Sí	Sí, porque me gusta la cultura		No contestó	Sí son importantes porque te ayudan a saber sobre cultura o historias
19	No			No	Sí, algunos, se ven interesantes		No	Sí (No argumentó por qué)
20	Sí	No los he realizado		Sí	Sí, porque quiero aprender más		Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	Sí (No argumentó por qué)
21	No contestó			No contestó	Sí, porque me parece interesante		Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	No contestó
22	No			No contestó	Sí, porque siento que debo experimentar un poquito más		Sirven para conocer las cosas que tiempo atrás no conocíamos	No contestó

23	No			No	Sí, por curiosidad e interés		Son para mantener cosas antiguas cuidadas	Sí (No argumentó por qué)
24	No			No contestó	Sí, para conocer que más cosas hay		Para mostrarnos cosas	Sí (No argumentó por qué)
25	No			No contestó	Sí, se me hace interesante		Para conocer más sobre lo que sucedió antes	Sí (No argumentó por qué)
26	No		Sí me gustó porque saben mis gustos	No	Sí, a ver que hay		Es para que sepamos que es lo que hacían antes sin internet	No contestó
27	No			Sí	Sí, son muy divertidos		Para aprender más	No contestó
28	Sí	No especifica cual	Más o menos, no estaba tan divertido	No	Sí, quiero conocerlos		Para exponer hechos pasados	Son muy importantes porque conocemos hechos pasados
29	No contestó			No	Sí, porque me parecería muy interesante		No contestó	Sí (No argumentó por qué)
30	No			No	Sí, para conocer un poco más		Sirven para conocer un poco más	Sí (No argumentó por qué)
31	No		No, porque es muy aburrido	No	Sí, para conocer a ver que tienen		No contestó	Sí, porque hay "figuras" que no conozco
32	Sí	No especifica cual	Por sus huesos de dinosaurios	No contestó	Sí (no especificó por qué)		Para aprender cosas	Sí (No argumentó por qué)
33	No			No	Sí, para conocer sus culturas		Para saber más culturas	Sí (No argumentó por qué)
34	No contestó			No contestó	No contestó	No contestó	No contestó	Sí (No argumentó por qué)
35	No contestó			No	Sí, porque nunca he estado en uno		Para observar esculturas antiguas	Sí, por las culturas que enseña
36	Sí	No especifica cual	Sí, se ve diferente	No contestó	Sí, me gustaría ver las cosas que antes existían		Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	No contestó
37	No contestó			No contestó	Sí, para saber lo que tiene		No contestó	Sí (No argumentó por qué)
38	No			No	Sí, para conocer más cosas		Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	Sí, porque podemos conocer más historia
39	No			No contestó		No, porque casi no me gusta ir a los museos	Sí (Dice que sabe para qué sirve pero no ahonda)	Algunos
40	Sí	No		No		No, casi no se que tienen la mayoría de los museos	No lo sé	No contestó
41	No			No	Sí, porque me gustan las nuevas experiencias		Depende del museo que estes visitando porque todos son diferentes	Sí (No argumentó por qué)
42	No	No porque no me meto a redes sociales		Las artesanías	Sí, para saber más y conocer más		Para saber lo que hacían en aquella actualidad	Sí (No argumentó por qué)
43	No			No contestó	Sí, quiero ver flechas y los huesos de los dinosaurios		Para ver cosas que fueron encontradas	Sí (No argumentó por qué)
44	No			No	Sí, tengo curiosidad		No	Sí (No argumentó por qué)
45	No			No contestó	Sí, para conocerlos como son por dentro		No contestó	Sí (No argumentó por qué)