

Mirta Bialogorski
María Marta Reca
(Compiladoras)

MUSEOS Y VISITANTES

Ensayos sobre estudios de público en Argentina

Bialogorski, Mirta

Museos y visitantes : ensayos sobre estudios de público en Argentina / Mirta Bialogorski ; María Marta Reca ; contribuciones de Silvia Susana Alderoqui ... [et al.] ; compilado por Mirta Bialogorski ; María Marta Reca ; prólogo de Mikel Asensio Brouard. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : ICOM Argentina, 2017.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-26621-3-4

1. Patrimonio Cultural. 2. Actividades de los Museos. 3. Museología. I. Alderoqui, Silvia Susana, colab. II. Bialogorski, Mirta, comp. III. Reca, María Marta, comp. IV. Asensio Brouard, Mikel, prolog. V. Título.

CDD 069

Correcciones: María Guillermina Torres

Diseño de tapa e interior: Agustina Martínez Azpelicueta. Diseño de tapa basado en la portada del Primer Seminario Internacional sobre Estudios de Visitantes a Museos y Evaluación de Exposiciones.

© María Marta Reca y Mirta Bialogorski, 2017

© Consejo Internacional de Museos (ICOM) Argentina, 2017

Hecho el depósito que dispone la Ley 11.723

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446

INDICE

NOTA EDITORIAL	5
NELLY DE CAROLIS	
Consejo Internacional de Museos. ICOM-Argentina	
PRÓLOGO	7
MIKEL ASENSIO	
INTRODUCCIÓN	23
¿Hacia dónde vamos?	
Los estudios de público, un desafío para el futuro de los museos	
MIRTA BIALOGORSKI Y MARÍA MARTA RECA	
CAPÍTULO 1	37
El museo dialógico "en acción"	
Análisis de las representaciones sociales de los visitantes	
en relación a la exhibición de restos humanos en	
el Museo de La Plata	
MARÍA MARTA RECA	
CAPÍTULO 2	69
Reinterpretando el patrimonio artesanal	
Los estudios de visitante y su impacto en la gestión del museo	
del Museo de Arte Popular José Hernández	
MIRTA BIALOGORSKI	
CAPÍTULO 3	95
Elogio de los visitantes	
SILVIA ALDEROQUI	
CAPÍTULO 4	123
Ordenar los legados para situar el futuro	
Orientaciones para las prácticas de transmisión cultural	
en los museos	
SILVIA CALVO	

CAPÍTULO 5	161
Alteridades en juego	
Los visitantes en las políticas de un museo de antropología, ayer y hoy	
MIRTA BONNIN Y MARIELA ZABALA	
	181
CAPÍTULO 6	
Una primera aproximación a los estudios de público en Argentina	
Análisis de una encuesta realizada en 2015	
PAOLA FRITZ	

PRÓLOGO

Nosotros llevamos toda la vida mirando desde el otro lado. Desde el otro lado del diván, desde el otro lado de la mesa, desde el otro lado de la tarima, desde el otro lado de la vitrina, y hasta desde el otro lado de la frontera y desde el otro lado del océano. Ser psicólogo es aceptar un poco el ser cómplice del otro y asumir que tu perspectiva no es la del agente, sino una mirada oblicua entre el agente y la acción que, a modo de plano americano, permite ver el tiroteo desde otro tiro de cámara, en el que se contemplan las acciones y los objetos desde un ángulo que permita la valoración.

Le propongo al lector un primer juego. Imagínese usted que vuela a la Roma del palacio de los Borghese y se detiene frente a la escultura de Paulina, el volumen épico de Antonio Canova. Note usted cómo, de repente, y mientras se oye el ruido metálico de los engranes de un rotor del siglo XIX (klik-klik-klik ...), tiene usted una experiencia extracorpórea y su perspectiva va girando hasta detrás de la pieza. Sobre los bordes del mármol, usted puede ver en segundo plano a usted mismo y a los visitantes que le acompañan. No le resultará difícil ver las arrugas propias de su edad, la moda en su ropa y el roer del tiempo en sus zapatos. Sin dificultad podrá ver también el azogue de su sonrisa, el de su son y el de su risa. La mirada sobre su palabra y la palabra de su mirada. Quizá pueda ver que su ritmo decelera, al leer la tercera línea de una cartela, en donde el texto se embelesa y quiebra, por doquier del concepto extremo de una escuela ajena. Quizá pueda observar que no hace caso a algo que vibra en su bolsillo derecho. Quizá pueda ver una lágrima. Quizá pueda ver su andar perdido si no sigue a aquella dama. Quizá hasta pueda ver que participa poco del drama. Que apenas se ensimisma o que apenas manan de su mano unas cuartillas y de ellas un libro gris, que sangra autores de esculturas como ésta.

Son muchas las impresiones que uno puede anotar si observa con cautela. Quizá por eso, la observación es mi método favorito para acercarme a los paisajes humanos, porque se basa en la acción. Y es que la acción es siempre confiable, mientras que el lenguaje es casi siempre ambiguo y el pensamiento casi nunca es alcanzable. Esto no quiere decir que no lo intentemos.

De hecho, nuestro segundo método favorito es el diálogo. Conversar con los otros ayuda a clarificar cuáles son, dónde están y, a veces, hasta quiénes son los fantasmas. Además, conversar es un placer en sí mismo, ensimisma, atrapa. Conversando anuncia uno sus debilidades. Un ser conversado es un ser diferente. El único peligro de la conversación es el de la dificultad de compartir los universos semánticos, se comparte razonablemente la sintaxis, la fonética e incluso esa parte superficial de la semántica que nos tranquiliza porque el otro conoce la misma palabra. Sin embargo, si profundizamos en la nominación, como le gustaba decir a Jerome Bruner, entramos en un mundo fascinante pero altamente encriptado, personal, gregaria y culturalmente codificado en unos patrones tensionados en grados muy diferentes según sean nuestros conversadores.

No es momento aquí para bucear en tamañas simas marinas. Sin embargo, aunque no profundicemos, sí convendrá el lector conmigo que 'conversar' no es precisamente lanzar preguntas como un papagayo mientras tomamos nota apresurada de respuestas milimétricas. ¿No les encantan estos "estudios" de perfil turístico donde solo preguntan por el distrito postal del viajero? No parecería necesario tener que decir que no hay que confundir el método con las limitaciones de una técnica, y menos aún la técnica con las limitaciones en su aplicación, por habituales que sean (errores muy corrientes en las críticas superficiales de los modelos cuantitativos desde la óptica cualitativista). Sin embargo, sí es constitutivo de cada una de las técnicas las limitaciones propias de su formato y de su planteamiento básico, así como del uso generalizado con el que se aplican. Esta incidencia en el carácter dialógico es una reflexión que se recoge precisamente en el capítulo 2 de este libro.

Un tercer bloque de técnicas (también cualitativas y cuantitativas como todas ellas), son las que forman parte del intento de evaluar aspectos conceptuales de comprensión, utilización y aprendizaje de contenidos relacionados con las aproximaciones teóricas que conforman las disciplinas de

referencia. Estos contenidos pueden tener complejidad muy diferente, desde meros eventos, fechas o etiquetas verbales a conceptos, cada vez más inclusivos, y modelos y teorías que agrupan todo lo anterior y que constituyen esquemas de conocimiento con carácter comprensivo/explicativo.

La inmensa mayoría de técnicas de este tipo son experimentales o cuasi-experimentales y forman parte de investigaciones con diseños complejos, aquellos que nos permiten acercarnos, aunque sea con todas las restricciones, al mundo de la adquisición de conocimiento y el manejo de contenidos. En algunos textos, como en la excelente revisión de Diagnault¹ se incluyen como estudios de caso. La técnica más conocida y propia del ámbito de visitor studies es la de los 'mapping meanings' de Falk & Dierking.² Una muestra de estas técnicas puede verse en muchos de nuestros trabajos.³

Pero volvamos de nuevo al prólogo que nos ocupa, que se nos va la pluma. Hemos convenido (o no) que escribir un prólogo es mirar desde el otro lado, es mirar el trabajo de "los otros". Pero esto de mirar no es simple. Recordará usted querido lector, la maravillosa película de cine americano hecho por europeos, en la que Alejandro Amenábar nos cuenta que los fantasmas que creemos mirar son en realidad los personajes vivientes que miramos los fantasmas. Trataremos pues de descubrir juntos cuáles son los fantasmas y cuáles los seres cabales de este libro.

El libro que prologamos plantea un intento muy serio de pulsar el momento de los estudios de público en Argentina. Un objetivo notable en sentido uruguayo, es decir, excelente. Necesitamos realmente conocer cuál es ese estado real de este tipo de trabajos, en un país demasiado grande, con demasiadas diferencias, y demasiado escondido en diferentes niveles de discurso. Conocer el estado de la cuestión es analizar qué se está haciendo. Y conocer es reflexionar sobre los marcos conceptuales y teóricos desde los que se está desarrollando la acción. Aunque conocer no es tanto, en mi opinión, alejarse demasiado del plano de la acción como para perder el referente de la realidad y dejarse llevar por una teorización vacía de prácticas

1. Diagnault, L. (2011). *L'Evaluation Muséale, savoirs et savoir faire*. Québec: Presses de la Université du Québec.

2. Falk, J. & Dierking, L. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.

3. Asensio, M., Asenjo, E., Castro, Y. & Pol, E. (2014). Evaluación implicativa: hacia una visión generativa y participativa en la gestión de audiencias. En: Arrieta, I. (Ed.) *La sociedad ante los museos. Públicos, usuarios y comunidades locales*. (pp. 79-119), Bilbao: EHU-UPV.

que la sustentan. Nos encontramos aquí ya por segunda vez con el concepto de acción (y más concretamente con el concepto de praxis, en el sentido de Jürgen Habermas, como un conocimiento reflexivo orientado al cambio de las estructuras sociales, y de Antonio Gramsci, en la línea de generar unas culturas populares, sintéticas en tanto teórico-prácticas, dirigidas a la transformación de la realidad).

Yendo en orden. Las editoras presentan una serie de trabajos que tratan de transmitir diferentes tipos de estudios, realizados en diferentes lugares (museos de distintos contenidos, tamaños, gestión, adscripciones, etc.), por personas diferentes (unas con intereses más académicos, otras con intereses más institucionales, y otras con intereses más comerciales) y en contextos distintos (universitarios, locales, nacionales, etc.) sobre lo que se está desarrollando en torno a un concepto amplio de estudios de visitantes, que en mi caso comparto.

Como siempre, esta serie de trabajos les parecerá suficiente a algunos, para dar una fotografía aérea del país, y a otros les parecerá insuficiente. En mi opinión, ésta no es la cuestión. Lo importante no es tanto que este intento sea amplio y significativo, que lo es a su nivel, sino que sea un hito en un tema en el que se carece dramáticamente de una información fiable y organizada. Por tanto, es un libro necesario (en la academia sabemos mucho de libros innecesarios).

Lo importante de la revisión que se presenta es que nos muestra la metodología y las técnicas desde las que se están abordando este tipo de trabajos. Varios capítulos de este libro profundizan en esta dirección, por ejemplo, la introducción, más de revisión de concepto y de raíces; capítulos como el 6, más de estudio enumerativo pero necesario para hacer el estado de la cuestión; el 1, más de revista de metodologías con un interés concreto en el análisis teórico y práctico del discurso; el 2, más reflexivo y orientado a una gestión integral, o incluso el 5, que aporta más la visión de trabajo desde una institución más concreta y desde una perspectiva, la educativa, parcial en el ámbito más completo de los públicos. Todos ellos tienen la virtud de transmitir prácticas que son necesarias para que los profesionales tomen modelos y para que realmente podamos aterrizar los discursos, que a veces se presentan en estos ámbitos como demasiado genéricos. Este punto es fundamental por dos razones. Una es que los profesionales deben tener

grabado a fuego, primero, la sensibilidad hacia el uso de métodos adecuados (al problema), rigurosos (respecto del proceso de aplicación) y eficientes (ante el par producto/recursos). Por tanto, mostrar los métodos, hace un gran aporte a los profesionales porque les da guías de actuación (de nuevo la acción), modos de enfrentarse a los problemas, herramientas, en suma, para desarrollar su trabajo. Mostrar que un museo pequeño y de escasos recursos es capaz de hacer un estudio de sus públicos o de implicar a sus públicos en una acción concreta de sus procesos de planificación, desarrollo o gestión, es tan importante como mostrar cómo un museo grande es capaz de vencer las dinámicas internas y dedicar parte de sus esfuerzos humanos y económicos a mirar a la cara a sus públicos. Y segundo, este tipo de muestras sobre la metodología y las técnicas utilizadas aporta algo sustancial al análisis del panorama global, ya que permite calibrar el momento de desarrollo técnico del ámbito de estudio en su conjunto. No olvidemos que, si bien los esfuerzos individuales son importantes a nivel micro e institucional, es la masa crítica la que otorga naturaleza a un sector que es a la vez académico y profesional, institucional y comercial.

Un análisis de este tipo deberíamos verlo en otros países. Las propias autoras reconocen que países como México o Brasil han desarrollado trabajos importantes en este sentido a partir de los estudios de personas como Graciela Schmilchuk, Marília Xavier Cury, respectivamente. En cierta medida y salvando las distancias, similar a lo que supone en Argentina la figura de Ana María Cousillas. Sin embargo, estamos aún muy lejos de tener un panorama global del momento actual de los estudios de público. Nos harían falta más libros como éste que prologamos en otros territorios, o al menos lecturas transversales más detalladas. Pero tranquilos, en las metrópolis euro-céntricas no tenemos un panorama más halagüeño. Conocer el panorama actual de estos estudios en Europa o en Estados Unidos sería también complicado. Beverly Serrell nos comentaba recientemente que estamos en un momento algo confuso, mientras que algunos profesionales están tratando de buscar a la desesperada nuevas técnicas y nuevas perspectivas, muchas veces con unas críticas muy superficiales y 'a la mode' sobre lo que se venía haciendo, otros, más jóvenes y menos leídos, están volviendo a descubrir, como nosotros decimos, el 'mediterráneo', con técnicas y reflexiones que otros compañeros recorrieron hace tiempo.

Por el contrario, el trabajo riguroso y sostenido brilla enseguida por sí mismo. Estos últimos días leía el libro "Sensitive Past: Questioning Heritage in Education", del grupo del Center for Historical Culture de la Erasmus University Rotterdam.⁴

Es un excelente libro que trata sobre la capacidad de crear narrativas en cultura histórica, diferenciadas de las narrativas expertas, en el contexto del patrimonio, bajo la influencia de la memoria y de la historia. Una problemática general que si la dejas fuera de la puerta del museo inmediatamente se te cuela por la ventana o viceversa. Esta reflexión se enmarca dentro de la discusión arrancada años atrás en el contexto de museos con discursos comprometidos con pasados conflictivos y con evaluaciones de públicos como la realizada por Zahava Doering⁵ que concluía arriesgadamente que las exposiciones son un medio ineficaz para transmitir nueva información o cambiar actitudes, pero son un buen medio para confirmar, intensificar o ampliar creencias previas que ya estaban pensando. Habría mucho que decir al respecto, esta reflexión fue importante porque obligó a un giro sustancial en un tipo de patrimonio que hasta ese momento se había basado en una estrategia exclusiva, para dar carta de naturaleza a los museos inclusivos.

Leyendo trabajos como los recogidos en el libro de van Boxtel, Grever & Klein, pensaba qué había cambiado en nuestro campo de trabajo en estos casi 30 años. Es posible que si tuviéramos clara la evolución de los estudios de público en estos tiempos, pudiéramos tener también una mayor fundamentación del momento en que nos encontramos, y tendríamos más asequible una predicción a corto y medio plazo.

A finales de los 80's y principios de los 90's del siglo pasado se realizó una importante labor de reordenación del campo de trabajo que los propios profesionales que lo estaban conformando denominaban 'visitor studies' (que se puede traducir indistintamente por 'estudios de visitantes' o 'estudios de público'). Son centrales aquí dos conjuntos de trabajos aparecidos respectivamente en la revista "Visitor Behavior", y en las series de papers

4. Van Boxtel, C., Grever, M. & Klein, S. (2016) *Sensitive Past: Questioning Heritage in Education*. N.Y.: Berghahn. Forma parte de la colección Making Sense of History: Studies in Historical Cultures, edited by Stefan Berger.

5. Doering, Z. (1996). *Assessment of Informal Education on Holocaust Museums*. Washington, DC: Smithsonian Institution.

recogidos en las conferencias de la asociación.⁶ Como obra de segundo orden hay que citar la fundamental labor recopiladora del profesor Chan Screven,⁷ desde el International Laboratory for Visitor Studies de la Universidad de Wisconsin-Milwaukee.

Este es el momento seminal y explicaré por qué. Es el punto en el que grandes y pequeños museos comienzan a encargar estudios en relación con los visitantes a un conjunto de asesores externos especializados. Es el momento en que se reúnen y se consensuan una serie de técnicas metódicas que con el tiempo serán la base del trabajo profesional del ámbito. Al tiempo, un número importante de profesionales de dentro de los museos se sensibilizan de la importancia de este tipo de trabajos y su importancia en la gestión museal. Es el momento en que todo esto alcanza una masa crítica que lo visibiliza y lo auto-justifica, generando una corriente de opinión influyente. Como consecuencia de todo ello las prácticas comienzan a cambiar. Cambian las maneras de planificar y se empieza a notar en las exposiciones, con la irrupción de más recursos comunicativos e interactivos, y con un aumento muy considerable de los programas públicos y educativos. Pero lo importante aquí no es una referencia o una consideración aislada, sino en qué medida esto influye en las posiciones museológicas y museográficas y los modelos empiezan a cambiar de manera sustancial.

Volvamos a la pregunta madre que tratamos de responder ¿qué es lo que ha cambiado en estos tiempos en la consideración de los visitantes? Dicho en términos más técnicos, ¿cuál ha sido el cambio en su objeto y en su método?

Bien, el visitante actual es, al menos en el discurso explícito, el centro de justificación última de la toma de decisiones museológicas. Sea el público actual, que justifica la museografía y su gestión, como los públicos futuros, que son siempre la razón última de la conservación del patrimonio. Además, el visitante ha dejado de ser un producto para convertirse en parte del proceso que implicó el salto desde un modelo estructural a un modelo funcional.⁸ Aunque ahora parezca algo excepcional, la mentalidad

6. Esta documentación puede verse en la página de la *Visitor Studies Association* www.visitorstudies.org

7. Screven, C.G. (Ed.) (1999). *Visitor Studies Bibliography and Abstracts*. Fourth edition. Chicago: Screven and Associates. (hay una 3ª edición también muy completa del año 1993).

8. Asensio, M. & Pol, E. (2002). Para qué sirven hoy los estudios de público en museos. *Revista de Museología*, 24-25, pp. 11-20.

de que cada museo tiene su público estaba muy extendida entre los profesionales de museos, especialmente entre la curaduría. Aún hoy es fácil rastrear este tipo de mentalidad, incluso en algunos de los trabajos de los laboratorios de públicos que dan una visión muy estática de los públicos en las instituciones. Poco a poco se fue interponiendo la idea de que cada museo tiene los públicos que genera su oferta, pero si modificas la oferta los públicos terminan superando esas inercias (recuerdan la frase que repetíamos hasta la saciedad en los cursos de formación: 'un museo no es tanto lo que tiene como lo que hace con lo que tiene'). Los públicos no son un castigo divino, sino fruto de nuestro modelo de gestión museal (entendida en su sentido más amplio), es decir, dependen de su oferta de programas, incluyendo la visita a la exposición permanente como un programa más. El papel de los visitantes pasa de un carácter pasivo a uno activo y participativo, por lo que es imprescindible generar los espacios de interacción pertinentes.

En cuanto a los públicos, los museos son cada vez más anchos (para todos los públicos) y cada vez más profundos (mayor profundidad de la experiencia). Muchos alumnos y alumnas piensan que lo más importante de su formación son los contenidos teóricos. Los profesionales saben que lo más valioso son las habilidades metodológicas. En este tiempo se ha producido un cambio sustancial de los métodos, con un giro claro y propositivo hacia lo más cualitativo en detrimento de lo más cuantitativo, y con un énfasis en técnicas participativas, frente a técnicas más pasivas. Libros como el de Francés,⁹ son un claro exponente del conjunto de técnicas que están apareciendo (y desapareciendo) con rapidez. Uno de los problemas de estas técnicas es que muchas de ellas confunden notablemente los objetivos, con los medios, con los contextos, y con la propia técnica. Un segundo problema es que hay importantes variaciones entre unas y otras aplicaciones. Pero indudablemente, técnicas como el Delphy, el estudio de caso, el flujograma, los Photovoice, los World Café o las matrices de progresión, se han venido a sumar a las técnicas cualitativas más clásicas como los Focus Group, el DAFO o los Mapas cognitivos.

9. Francés, F.J. (2016). *Metodologías participativas para la investigación y la intervención social*. Alicante: Universidad de Alicante.

Esto de la idea de participación en los museos es como la saga de la guerra de las galaxias, hay muchos capítulos y siempre están desordenados. La enorme ventaja de muchas de estas prácticas participativas es que obligan a unas dinámicas de aplicación más variadas y más motivantes para el participante, lo cual redundará en muchas ocasiones en que sea más factible obtener mejores informaciones que con técnicas más clásicas.

A esta tendencia se suma la irrupción de nuevas tecnologías que afectan no solo a la exposición y al desarrollo de programas (cuyos masters tiene la posibilidad de rastrear numerosos aspectos del comportamiento de los visitantes), sino que afectan incluso a la evaluación.

Además, se estudian procesos cada vez más complejos, que tienen que ver menos con las características de los públicos más simples y clásicas (perfiles, opinión, impactos) y más con la conformación de mensajes complejos o temas de gestión desde perspectivas diferentes. Por ejemplo, el concepto de agenda y fidelización, el concepto de tensión de gasto, o el de "aprendibilidad".

Finalmente, ha cambiado notablemente la visibilidad de los públicos como excusa de visualización de la propia exposición. Otro día profundizaremos en que dentro de estas tendencias hay corrientes frías y calientes, y la eterna postergación de los componentes más afectivos y emocionales.

En esta consideración de los públicos estamos en un momento curioso. De una parte, estamos ante una situación histórica insólita, nunca antes los conservadores y los agentes externos habían estado tan de acuerdo en el papel fundamental de los públicos. Además, el discurso ha girado de manera radical hacia una comunicación centrada en los públicos, aunque, como luego veremos, ninguna de estas dos actitudes son garantes de una nueva concepción de los públicos en los sectores más inmovilistas. Por último, las tendencias a la justificación de las inversiones y su transparencia, que se materializan en el museo participativo y en el museo social, proponen modelos de gestión nuevos que podrían ir más allá de acciones o eventos concretos.

El dilema al que nos enfrentamos es si este discurso es suficiente para cambiar la realidad o si, por el contrario, el discurso no es suficiente para intervenir en la acción.

Algunos, optimistas, pueden decir que el discurso ayuda a cambiar, especialmente si se basa en planteamientos realmente participativos.

Un ejemplo claro de ineficacia de los discursos es la museología francesa. A pesar del excelente trabajo de profesores como Davallon, Gottesdiener, Jacobi, o Eidelman,¹⁰ la mayoría de los museólogos franceses siguen poniendo de ejemplo de buen planteamiento museos como el Guimet o el Brandy, que no se caracterizan precisamente por el respeto a los derechos de los visitantes que hace años proponía nuestra compañera Judy Rand.

Rivière y sus colegas de la 'nueva' y 'crítica' museología no hablan propiamente de visitantes, los utilizan, pero el planteamiento sigue siendo el de los grandilocuentes principios revolucionarios pasados por un hálito de postmodernidad, y su actitud sigue siendo la del "Roi Soleil", en este caso "todo para el visitante, pero sin el visitante", ya que éste nunca forma parte real de su reflexión, más allá de un principio teleo-nómico, no articulado en la práctica. El valor de la nueva museología sigue basculando más al tratamiento del discurso y a la colección, más que a la consideración del visitante.

Y es que trabajar el museo desde el punto de vista del visitante es un problema de valores, del tipo de cultura y del tipo de sociedad que defendemos. Las concepciones elitistas de la cultura no descansan y están ligadas a una visión del museo tanto como a una determinada visión de la cultura y de la sociedad.¹¹ Hace ya muchos años nos sorprendimos de la reacción tan agresiva del sector más conservador de los curadores, que veían amenazado su poder en las instituciones. Durante años, la presión les obligó a comprar una gran parte de los argumentos a favor de los públicos, aunque su estrategia haya sido más bien la de incorporar algo para no cambiar nada.

Esta distancia entre el discurso y la realidad, prototípica de nuestras sociedades postmodernas, afecta a la mayoría de las instancias de gestión del museo, pero es especialmente agresiva en el caso de los públicos. El capítulo 4 de este libro trata de hacer un análisis de enfoques que agrupen en cierta forma las tendencias del museo a la hora de tratar a sus públicos, además de presentar la idea, ya clásica, de museo como laboratorio y como entorno de alteridad.

10. Eidelman, J., Roustan, M. & Goldstein, B. (2008). *La place des publics. De l'usage des études et recherches pour les musées*. Paris: La documentation française. Trad. cast. de M. Schifino (2014) *El museo y sus públicos, el visitante tiene la palabra*. Madrid: Ariel.

11. Roigé, X. & Frigolé, J. (Eds.) (2010) *Constructing cultural and natural heritage, parks, museums and rural heritage*. Girona: ICRPC.

Las museologías y las museografías se han diversificado, conviviendo diferentes modelos de discurso.¹² Sin embargo, en los últimos años, ha cambiado la estrategia y han aparecido dos involuciones muy claras y con mucha fuerza.

Una primera estrategia es la de apoyarse en la comunicación como cortina para salvar una acción totalmente tradicional. Esta estrategia es la que siguen una gran cantidad de los museos más importantes del mundo, los grandes nombres no quieren cambiar y no quieren arriesgar. Actualizan ligeramente las museografías a nivel de arquitectura de interiores (y exteriores), incluyen ligeramente algún guiño espectacular de tecnología (que normalmente muere rápidamente), y se cuida el diseño y la estética de los interiores como si en sí mismos resolvieran problemas que sabemos que son mucho más complejos y con otro origen.

La segunda estrategia también viene del ideario neoliberal más agresivo. Consiste en visualizar una vanguardia radical para generar un discurso que sirva como explicitación de su referente fundamental, aunque luego acepten para la mayoría una aplicación más laxa de sus principios fundamentales del movimiento en un alarde de democracia social, cuando en realidad escenifican sucesivos escenarios como garantía de diversidad, cuando todos ellos trabajan en la misma dirección.

Estas posiciones radicales se siguen deslizado hasta el tuétano de numerosos proyectos museológicos y museográficos.

Habrà que estar atentos.

En suma, nos permitimos felicitar a las compiladoras por el esfuerzo realizado. Es de esperar que los lectores convengan con nosotros que el libro es un aporte sustancial y necesario a un campo como el de los estudios de público dentro del ámbito de la museología sin etiquetas.

Seguro que libros como el que nos ocupa serán un puente en estas aguas turbulentas.

MIKEL ASENSIO BROUARD
Universidad Autónoma de Madrid

12. Asensio, M. & Pol, E. (2017). The Never-ending Story About Heritage and Museums: Four Discursive Models. In: Carretero, M., Berger, S. & Grever, M. (Eds.) *Handbook of Research in Historical Culture and Education*. (pp. 755-780). N.Y.: Palsgrave.