Diario de Campo

SUPLEMENTO 5 / DICIEMBRE DE 1999

Museos de Etnografía

Yani Herreman / Johannes Neurath / Teresa Morales
Cuauhtémoc Camarena / Maya Lorena Pérez-Ruiz / Carmen Morales
Catalina Rodríguez / Íñigo Aguilar / Esther Fernández

CONACULTA • INAH

Diario de Campo

SUPLEMENTO 5 / DICIEMBRE - 1999

ES UNA PUBLICACIÓN INTERNA DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA.

COORDINACIÓN EDITORIAL: **Gloria Artís**

ASISTENCIA EDITORIAL: **Roberto Mejía**

CORRECCIÓN DE TEXTOS Y GALERAS: **Benigno Casas**

DISEÑO Y FORMACIÓN: **Euriel Hernández**

Suplemento *Diario de Campo* publica todos los artículos, relatorías de foros, cartas, manifiestos, etcétera, que son enviados antes de la fecha de cierre. La responsabilidad del contenido de estos materiales es exclusivamente de sus autores.

ÍNDICE

4
Museos de etnografía en países pluriculturales
— Yani Herreman —

6
La Sala del Gran Nayar del Museo Nacional de Antropología: explicar la plurietnicidad a un público pluricultural
— Johannes Neurath —

10
La representación etnográfica en los museos comunitarios de Oaxaca
— Teresa Morales Cuauhtémoc Camarena —

13
Los museos como práctica cultural. Un modelo para su investigación
— Maya Lorena Pérez-Ruiz —

17
Exposiciones y museos etnográficos en regiones indígenas de México: algunas reflexiones
Carmen Morales

23
Patrimonio etnográfico del Museo Nacional de Antropología
—Catalina Rodríguez —

27
Museo e identidad étnica
— Íñigo Aguilar —

32
El estudio de la cultura en los museos etnográficos
— Esther Fernández —

Los museos como práctica cultural. Un modelo para su investigación[1]

Antrop. Maya Lorena Pérez-Ruiz

DEAS-INAH

Introducción

Globalización y etnicidad han sido parte de un mismo proceso de expansión de sistemas hegemónicos, sobre pueblos diferentes que son incorporados en condiciones de subordinación a bloques de poder que se dividen los recursos de la producción, los mercados, la mano de obra y el control cultural del mundo. Por ello lo étnico, como noción para caracterizar a ciertos grupos, y la etnografía, la etnología y la antropología, como disciplinas científicas responsables para dar cuentas de ellos, forman parte inseparable de la evolución de los museos en el mundo, puesto que los grandes museos de los países coloniales nacen vinculados a la necesidad de conservar y exponer los bienes culturales y las riquezas extraídos de los pueblos colonizados.

De esta forma, la vida de los museos está asociada al permanente cuestionamiento de sus objetivos y sus relaciones con su entorno social y cultural. Y por supuesto, el desarrollo de los museos ha estado vinculado también a los procesos sociales que dieron lugar a la descolonización y a la liberación de los pueblos oprimidos, lo mismo que a la evolución disciplinaria de las ciencias sociales. Sin embargo, el carácter colonial o anticolonial de los museos no basta en la actualidad para explicarnos la gran diversidad de éstos, sus objetivos y sus tendencias; ni tampoco es suficiente para desentrañar los complejos procesos involucrados en la producción cultural de un museo, entendida ésta no sólo como la producción estrictamente museográfica sino como toda la asociada a su vida, y que incluye tanto las actividades de difusión y comunicación, como las necesarias para su sostenimiento económico, cultural y político. En cambio, la investigación parece ser el único camino posible para responder a viejas preguntas, e incluso para formular nuevos problemas asociados a la vida y el futuro de los museos.

Precisamente, concomitante a las transformaciones y a la gran diversificación de los museos en el mundo, la investigación ha desempeñado un papel fundamental en su evolución, valiéndose en diferentes momentos de diversas disciplinas, desde la etnografía, la antropología y la historia en los momentos iniciales, hasta la semiótica, la lingüística y la comunicación en épocas más recientes. La investigación, en una época sólo dedicada a la búsqueda, estudio, conservación y exposición de bienes culturales, se ha orientado cada vez más a responder a nuevas preguntas, algunas de ellas destinadas a conocer la propia evolución de los museos, sus objetivos, sus funciones, sus políticas, sus discursos y aquello que los públicos esperan y reciben de ellos.

De forma rápida, se puede decir que la investigación sobre los museos ha abarcado significativamente los siguientes rubros: se ha preocupado por su historia y evolución; ha emprendido la crítica a los museos tradicionales de las metrópolis y como respuesta ha encarado el reto de apoyar la creación de museos nacionales en los países de origen nacional; se ha adentrado en desentrañar el papel de los museos en la reproducción social y las diferencias sociales; y de muchas formas se ha preocupado por analizar la producción museográfica como producción de significados; por entender y mejorar los procesos de comunicación entre el museo y su público; por desarrollar mejores relaciones de comunicación y participación entre museos y sociedad, y por hacer de los museos, según los enfoques, espacios de exposición y con

servación de objetos, lugares para la investigación, sitios lúdicos de entretenimiento y comunicación, o medios para la educación y concientización.

Hacia un nuevo modelo de trabajo en los museos

Para hacer una producción cultural coherente en los museos, no son suficientes ni el deseo de los especialistas, ni la aceptación de los gobiernos, ni contar con los recursos económicos necesarios, ni el desarrollo de nuevas técnicas, ni el conocimiento acerca del público y sus expectativas, ni tampoco la fuerte participación social. Además de lo anterior, se necesita desarrollar un modelo de trabajo que combine la investigación interdisciplinaria en todas las fases con eficientes técnicas museográficas y de comunicación, unido ello a la claridad de los mensajes que se pretenden emitir, a la capacidad de construir discursos verbales y museográficos coherentes con ellos, y al conocimiento de las posibles restricciones y orientaciones que sobre tales objetivos puedan imprimirle los diferentes sectores y circunstancias que intervienen en los procesos, desde el inicio hasta la conclusión y evaluación de un proyecto.

Es decir, se requiere desarrollar modelos de trabajo al interior de los museos, que garanticen no sólo la participación social sino también la coherencia entre objetivos, procedimientos, contenidos discursivos y formas de emisión y recepción de mensajes. Modelo que tendría que involucrar a la investigación interdisciplinaria, realizada a diferentes niveles de profundidad y orientación, puesta en marcha desde el inicio mismo de un proyecto hasta su conclusión, evaluación y seguimiento.

Al inicio, la investigación se efectuaría de manera diagnóstica para obtener el conocimiento del contexto en que se desarrollará la producción cultural, los agentes sociales involucrados y/o afectados, sus intereses, sus expectativas, la influencia directa e indirecta que pueden ejercer, entre otras cosas, a fin de anticipar los efectos posibles que tendría sobre el proceso y los resultados.

En el trayecto, tendría que desarrollarse la investigación, no sólo para que los integrantes de un equipo de trabajo puedan adentrarse en el conocimiento de la cultura y los aspectos que son el motivo de la producción cultural, sino también para ubicar las diferentes perspectivas y explicaciones de lo que acontece, según sean las fuentes y las personas que brindan la información o que están dispuestas a participar. De esta forma, el saber desde qué posición generacional, de clase o género se opina, y más aún, saber con qué intereses lo hace, permitirá tener una idea más clara sobre los posibles sesgos y orientaciones que adquiere la información.

Lo mismo tendría que hacerse con relación a la participación social, si es que se quiere llegar a definir con claridad quiénes son los interesados, qué los motiva, qué buscan, a quién representan, cuáles son sus posibilidades y deseos de participación, y cuáles son las aportaciones y limitantes que acarrea esta misma.

La investigación como monitoreo externo al grupo ejecutor de un proyecto, será necesaria para advertir las particularidades de interpretación, manejo informativo, comunicacional y concreción museográfica, si se tiene conciencia de la imposibilidad de construir mensajes neutros y objetivos, como si fueran una calca de la realidad, y si se pretende que estos deban tener una orientación definida.

El cotejo entre objetivos, procedimientos y resultados, por supuesto, no puede omitir el análisis del o los públicos destinatarios, ejes y beneficiarios de la producción cultural de un museo. Quiénes son, qué esperan recibir, que interpretan de lo que reciben y cómo pueden involucrarse en la producción cultural, deben ser inquietudes permanentes, desde la generación de un proyecto hasta su conclusión, lo que sin duda implica también la puesta en marcha de técnicas y procedimientos de investigación específicos.

La complementariedad entre el desarrollo técnico, las estrategias de comunicación, la claridad en los objetivos y los procedimientos señalados, así como el empleo de la investigación para el control del proceso, deberán ser, con ese sentido, indispensables.

Sólo un modelo de trabajo que permanentemente se cuestione sobre sus logros, sus aportaciones y las limitaciones particulares de su

producción cultural podrá resolver satisfactoriamente los problemas que hemos planteado.

El papel de la investigación así diseñado requiere, sin embargo, una propuesta teórica y metodológica apropiada, que a su vez coordine y de coherencia a los diferentes niveles y alcances de los estudios, así como a las diferentes disciplinas involucradas. Aquí proponemos analizar a los museos como práctica cultural, según la propuesta desarrollada por Haidar (1994).[2]

Concebir a los museos como prácticas culturales requiere partir de la concepción general de que la cultura (o la dimensión cultural de la vida y las prácticas sociales) está constituida por fenómenos simbólicos, por lo cual está conformada por un complejo funcionamiento de sistemas semióticos, cuyo funcionamiento se materializa a su vez en prácticas culturales semiótico–discursivas.[3] Ello requiere, sin embargo, alejarse de posiciones pansemiótica, pandicursivas e idealistas, y analizar las prácticas culturales –sus determinaciones y su funcionamiento– no sólo en la dimensión simbólica, sino asumiendo que, además de que existen otras materialidades, las construcciones simbólicas están condicionadas por la praxis sociocultural de los hombres y que, mediante ellas, éstos se apropian del mundo natural, social e imaginario en que viven. Lo cual implica que la cultura designa pautas de significados históricamente transmitidos, organizados en sistemas simbólicos, encarnados en formas y prácticas culturales de la más variada especie. Mismas que sirven para la comunicación, el conocimiento, la reproducción y el cambio social.

Concebir las prácticas culturales como prácticas semiótico-discursivas, tiene varias implicaciones. Significa:

— Asumir la permanencia de la dimensión pragmática del decir; significa pensar los discursos como acontecimientos que inciden de manera fundamental en la producción y reproducción de la vida social, cultural e histórica.

— Aceptar que las prácticas discursivas son multidimensionales debido a las múltiples materialidades que las constituyen.

— Reconocer la necesidad de plantear cómo es que aparecen en los discursos tales materialidades, y en cuáles operaciones discursivas podemos analizar cada una de las dimensiones señaladas.

— Eliminar la separación entre lo dicho y lo hecho, puesto que las prácticas discursivas producen y reproducen las materialidades en mayor o menor grado, dependiendo del tipo de discurso.

— Reconocer que si bien tales prácticas son reproductivas, es posible que puedan producir contradiscursos alternativos.

— Analizar las relaciones entre las prácticas discursivas y otras prácticas puesto que no siempre hay correspondencia entre el decir y el hacer.

— Reflexionar sobre la naturalización de las prácticas discursivas, que ocultan otros funcionamientos como los del poder, la ideología y el inconsciente.

Los museos, por tanto, han de comprenderse como espacios de comunicación, de encuentros y desencuentros de intereses y expectativas, como lugares de producción de discursos semióticos– discursivos y como instituciones involucradas en la reproducción, la hegemonía y el cambio social.

Esquema de investigación para los museos

El estudio de un museo como práctica cultural comprende, por una parte, el análisis de los procesos de constitución significativa, y por el otro, el análisis de su contextualización. Mismos que se desglosan de la siguiente manera.

I. El análisis de los procesos de constitución significativa se efectúa mediante el estudio de la producción continua de discursos textuales en un museo. Estos se concretan:

En los discursos lingüísticos: que están en los textos fundantes que explican objetivos, funciones y conceptos básicos, en sus investigaciones, sus guiones museográficos, las memorias de sus exposiciones, en los discursos oficiales, en los boletines oficiales y de prensa, etcétera. En todos ellos predomina lo argumental.

En los discursos museográficos: concretados en las exposiciones. En ellos predomina la narración y la demostración sobre lo argumental.

En las prácticas de apoyo para la comunicación y la divulgación: conferencias temáticas, producción de audiovisuales, mesas redondas, festivales, concursos, guías, etcétera. En ellos se desarrolla la preponderancia de lo argumental y lo demostrativo.

En los procesos de constitución significativa se expresan:

Las estrategias de construcción de sentido: por ejemplo, la caracterización de lo popular y lo contrahegemónico, el manejo de lo implícito y lo explícito, la valoración de los objetos y su sentido patrimonial, el papel del conflicto y el cambio cultural, así como el manejo de lo grande y lo pequeño, lo feo y lo bonito, lo que se puede tocar, los colores, la iluminación y el manejo combinado de lo lingüístico, lo objetual y lo acústico.

Las estrategias de comunicación: la preponderancia de lo educativo, o lo ritual, o lo lúdico. Sus relaciones y sus formas.

Las condiciones y formas de la producción: tanto las condiciones institucionalizadas como las coyunturales.

Entre las institucionalizadas están:

— Origen y contexto institucional del museo.
— Ubicación geográfica y tipo de instalaciones.
Funciones y objetivos establecidos.
— Organigrama interno.

Entre las coyunturales están:

— Tendencias predominantes en las políticas culturales y conflictos derivados.
—Nombramientos del director y subdirector, por parte de autoridades de dependencias gubernamentales de rango superior, y el subsecuente cambio en los mandos medios de dirección.
— Asignación presupuestal oficial, y medios alternativos para ampliar los presupuestos.
— Tipo y calidad del personal eventual.

De ellas se derivan:

— Los procedimientos para determinar los temas y los productos culturales generados.
— Los mecanismos para la toma de decisiones.
— La configuración de los equipos de trabajo, la definición y/o acotación de sus orientaciones conceptuales y políticas, así como sus estilos de trabajo.
— Las formas de determinar las formas de participación de los sectores populares en la producción.
— Las condiciones y formas de la circulación. Si bien en relación con las exposiciones sólo las itinerantes pueden considerarse que circulan en sentido literal, las realizadas en las instalaciones del museo, se considera lo hacen de muchas otras formas: mediante la publicación de los catálogos y memorias, y a través de los medios de comunicación.
— Las condiciones y formas del consumo: identificación y análisis de los diferentes tipos de consumidores de la producción cultural del museo, que se presentan en diferentes momentos y formas, y de acuerdo con los usos políticos que hacen de ellos. Es decir, como adquisición y reafirmación de conocimientos y estatus, como validación y legitimación social, cultural y política, y como apropiación y resignificación para fines propios, entre otros.
— Las condiciones de la recepción: análisis de los resultados de la decodificación individual y colectiva, de los discursos museográficos. Explorar los significados que para los diferentes consumidores adquieren los discursos producidos por el museo de acuerdo con las formas de su consumo, y con las condiciones de los consumidores: edad, sexo, escolaridad, condición social y cultural.

Como se ha señalado antes, sólo una propuesta de investigación que se preocupe por todas las fases de producción en un museo, y que sea capaz de integrar en ella a disciplinas que antes sólo encaraban la parte del trabajo que le corresponde, podrá contribuir a mantener la coherencia y a resolver muchas de las preguntas que actualmente inquietan a los trabajadores de los museos.

Notas:

[1] La aplicación de esta propuesta puede leerse en el libro: Pérez-Ruiz Maya Lorena, *El sentido de las cosas. La cultura popular en los museos contemporáneos*, Colección científica, México, INAH, 1999.

[2] Julieta Haidar, "Las prácticas culturales como prácticas semiótico–discursivas", en *Metodología y cultura*, Colección Pensar la Cultura, México, CNCA, 1994.

[3] De acuerdo con la definición de Haidar (1994), y sólo para los fines prácticos de este trabajo, se entiende lo semiótico como el funcionamiento simbólico en la dimensión no verbal, y lo discursivo en la materialidad verbal.