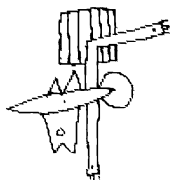


Gestión cultural y estudios de público en el Museo Hernández de la ciudad de Buenos Aires¹



Mirta Bialogorski* y Ana María Cousillas**

RESUMEN

En este trabajo daremos a conocer el proceso de gestión y el estado actual de un estudio sistemático acerca de los visitantes al Museo Hernández cuyo objetivo principal es describir las posibles interpretaciones del patrimonio cultural en sus exposiciones. Una de las hipótesis de trabajo es que los visitantes elaboran el significado de lo que perciben de la propuesta del museo, en función de sus propios hábitos culturales y sus propias experiencias de vida. Interesa especialmente analizar el papel que juegan las nociones estereotípicas construidas social e históricamente sobre “la tradición” y “el gaucho”, vigentes en los distintos discursos sociales. A esto se asocia la conjetura de que la información suministrada por los carteles y hojas de sala tienen un valor interpretativo del patrimonio menor en relación con las nociones del visitante, planteando a la institución Museo la necesidad de diseñar nuevas estrategias complementarias a las señaladas a fin de posibilitar la producción de interpretaciones de su patrimonio más acordes con los conceptos que sustentan las políticas culturales actuales.

¹ Ponencia presentada en la III Reunión de Antropología del Mercosur. Posadas, Misiones, 23 al 26 de noviembre de 1999.

* Licenciada en Ciencias Antropológicas. Docente de la Universidad de Buenos Aires.

** Licenciada en Ciencia Antropológicas. Docente de la Universidad de Buenos Aires. Directora del Museo Motivos Argentinos José Hernández, Gobierno Autónomo de la Ciudad de Buenos Aires.

SUMMARY

In this paper, we introduce the present state of a systematic study of visitors to the José Hernández Museum. Our main goal is to show some of the possible interpretations of the cultural patrimony of its exhibits. One of the working hypothesis is that visitors elaborate the meaning of what they perceive of the museum proposal according to their own cultural habits and life experiences. We are interested in analyzing the role of socially and historically constructed stereotypical notions of "tradition" and "gaucho" that appear in different social discourses. This is in connection with the hypothesis that the information provided by signs and information displays has a minor interpretive value in relation to the visitors previous notions. The museum institution is thus challenged to design new complementary strategies in order to allow the interpretation of its patrimony in agreement with the concepts taken into consideration by cultural policies at present.

En el campo internacional se considera que si se está a cargo de algún nivel de gestión o de política, directa o indirectamente, vinculado al ámbito de los museos (ya sean de arte o de ciencias sociales, naturales, o de tecnología), se necesita información cuantitativa y cualitativa acerca de las diferencias entre lo que cada museo pretende ser y brindar al público, y lo que efectivamente sucede para el público con su oferta cultural. Es imprescindible contar con información sobre cómo y por qué al público le interesa o no las actividades de los museos, cómo acceden a esas actividades y cuáles son sus expectativas como visitantes. Esta información se considera necesaria para instrumentar efectivamente políticas culturales participativas y democráticas que tomen en cuenta las necesidades y demandas de todos los sectores sociales. Asimismo, es conveniente identificar factores extra museo que influyen negativa o positivamente en el trabajo institucional, y fundamentalmente adecuar el planeamiento de la gestión museal a los procesos de cambio socio-culturales que caracterizan el mundo actual. Es decir, es necesario conocer qué lugar ocupan los museos en tanto espacios de producción - circulación y consumo cultural en relación con los otros posibles: el teatro, el cine, los medios de comunicación, el deporte. Saber si son estos otros espacios competidores o socios complementarios en relación con sus posibles públicos en las actuales condiciones socio-económicas. En la Argentina, salvo algunas experiencias aisladas (Gibaja, 1964), ni los museos ni las áreas políticas de las cuales dependen tienen el hábito de realizar o encargar estudios destinados a dar respuesta a estos interrogantes. Esto tal vez se deba al lugar subalterno que en general e históricamente han tenido los museos en las políticas culturales argentinas. García Canclini (1992:135) considera este hecho como una característica de países que, como el nuestro, han tenido un acceso rápido a la alfabetización y han privilegiado aquellos medios que se basan en la palabra y no en la imagen con el consiguiente efecto de "elitización" en el acceso al patrimonio cultural. Mas allá de que se trate de un rasgo histórico que nos diferencia de otros países latinoamericanos como México, lo cierto es que en la actualidad, no obstante los planteos de una política cultural democratizadora, en el caso específico de los museos no se cuenta con información sobre sus condiciones y efectos de recepción en los públicos a los cuales va dirigida.

Como bien se lo advierte en referencia con las actividades de monitorización permanente en la planificación del sector cultural, existe

una prevención a tener en cuenta en la realización de este tipo de estudios: la información *siempre* permite usos acomodaticios. Una perversión del uso de estos estudios es ponderar únicamente aquellos aspectos (circunstancialmente) "exitosos" a juicio del que encarga el estudio. Su contrapartida es, en cambio, señalar desvíos y errores en relación con una pauta acríticamente establecida o elaborar planteos críticos en **abstracto**, esto es, sin tomar en consideración las circunstancias sociales y culturales cambiantes ni las condiciones económicas y políticas en las que los trabajadores de los museos y sus públicos, llevan generalmente a cabo las variadas prácticas de uso, percepción e interpretación del patrimonio cultural.

En esta comunicación daremos a conocer el estado actual de un estudio sistemático acerca de los visitantes al Museo Hernández. Se parte de considerar que el visitante en tanto sujeto social, está interpelado por diversos discursos sociales y como actor de su tiempo y sociedad tiene diversas competencias semióticas aprendidas socialmente, por lo cual en cada oportunidad que accede a la propuesta del museo, selecciona una estrategia posible de recorrido del espacio, evoca de lo ya visto, de lo ya escuchado, una secuencia de signos de acuerdo con «una disposición de su mente» y a partir de ello, se identifica, se considera ajeno, se sorprende, ignora o rechaza al sujeto (histórico o contemporáneo) propuesto por el despliegue expositivo o por el museo como institución. (Cousillas 1997:10) .

En función de este supuesto teórico el objetivo principal del proyecto es describir las posibles interpretaciones del patrimonio cultural en sus exposiciones. Interesa especialmente analizar el papel que juegan las nociones prototípicas construidas social e históricamente sobre "la tradición" y "el gaucho", ampliamente reproducidos a través de la escuela y los medios de comunicación masivos. A esto se asocia la conjetura de que la información suministrada por los carteles y hojas de sala tienen un valor interpretativo del patrimonio menor en relación con las nociones del visitante, planteando a la institución museo la necesidad de diseñar nuevas estrategias complementarias (prácticas lúdicas, varios «menús» de recorridos y lecturas de las exposiciones, producción de material de apoyo a sectores específicos) a las señaladas a fin de posibilitar la producción de interpretaciones de su patrimonio más acordes con los conceptos que sustentan las políticas culturales actuales (identidades múltiples, respeto y representatividad de la diversidad cultural por ejemplo).

Una de las peculiaridades del patrimonio del Museo José Hernández, es la fuerza que adquirió y mantuvo a lo largo de los años en el imaginario social, como referente de una particular concepción de la identidad argentina. La característica de su patrimonio, es la de haberse constituido no sólo como consecuencia de una política estatal de adquisiciones que dio lugar a su apertura en 1948 como museo municipal, sino también por la praxis de un coleccionista particular, Carlos Daws, formador del Museo Familiar Gauchesco. Este museo familiar, base principal de los fondos museológicos actuales del Museo Hernández, nos retrotrae al afianzamiento de los estereotipos predominantes -entre 1880 y 1940- con que se afirmó la idea de la identidad nacional argentina.

Podemos decir entonces, que la construcción de este patrimonio en particular, responde a la ideología y preocupaciones de un período que se inicia con la consolidación de un movimiento social - el criollismo- compuesto principalmente por descendientes de inmigrantes europeos y/o con origen en las diversas provincias del país, el cual implementa acciones orientadas a romantizar el pasado en un contexto de inmigración europea masiva y de desarrollo del cosmopolitismo en un escenario urbano. Como es conocido este proceso de romantización tiene como emblema principal la figura del "gaucho" y «el mundo rural»

Con respecto al estudio de público que se está realizando en el museo a través de entrevistas y encuestas, hemos identificados en los testimonios de los visitantes, la recurrencia de un conjunto de expresiones "tradición", "identidad", «patrimonio», «raíces», «gaucho», en asociación con otras también utilizadas efectivamente por ellos. Al analizar tales vinculaciones con el fin de establecer qué sentido adquirirían en el discurso de cada uno de los visitantes, notamos la emergencia de una serie de estereotipos, en relación con la nociones de **identidad** y **tradición** por un lado, y con respecto a la **imagen del Museo José Hernández** por otro:

En el primer caso, se trata de los siguientes enunciados:

- *La identidad nacional es la tradición*
- *La tradición es lo rural, el gaucho, el hombre y las cosas del campo y el pasado*
- *La tradición se celebra en las fechas patrias*

-
- *Lo tradicional se ubica en el interior (del país) y se contrapone a lo urbano*

En el segundo caso, los enunciados que componen el estereotipo respecto de la imagen del Museo Hernández son:

- *El patrimonio del Museo José Hernández representa nuestra identidad nacional*
- *El Museo José Hernández es el lugar donde está la historia nuestra y lo gauchesco*
- *El Museo José Hernández es el lugar para celebrar las fechas patrias*

A su vez, el nombre del museo se asocia al siguiente enunciado:

El Martín Fierro es representativo de la tradición argentina

Notamos en estas construcciones discursivas de los entrevistados una concepción esencialista del patrimonio del Museo como representativo de “nuestra identidad”. El visitante no parece advertir que, en la formación de dicho patrimonio, han concurrido determinadas operaciones de selección y exclusión, como por ejemplo, la **exclusión de los grupos indígenas**, la **subalternización** de habilidades y saberes vinculadas a la **esfera femenina** de la vida social, o el **desconocimiento** de los aportes de los diversos **grupos inmigrantes (internos y externos)** al proceso de su producción y constitución.

El público reconoce explícitamente, que estas asociaciones en torno a “nuestra identidad” son las que la escuela, los textos de enseñanza y los medios de comunicación se han encargado de difundir en forma sistemática. Las **vivencias personales** pueden, en algunos casos, reafirmar esta ligazón (la vida en el campo como parte de un pasado familiar, unido muchas veces a un «pasar las vacaciones en el campo» o, simplemente, la experiencia de recorrer el interior del país). También pueden ignorarla o negarla como se advierte en el decir de una entrevistada que, al hacer hincapié en el origen español de sus ascendentes, supone que «sus raíces están en Galicia», esto es, lejos de lo que percibe en la muestra del museo. O por el contrario, puede agradecer la posibilidad de encontrar en la exposición, un símil de su propia pertenencia. Como afirma una cita del Libro de visitantes:

«En este espacio de Buenos Aires cosmopolita, (este es) un rincón donde quienes somos argentinos por papel y extranjeros por ancestros hil-

vanamos con imágenes del ayer la verdadera identidad de criollos, suma de esto, lo de más acá, allá y aquéllo. Gracias»»

Recordemos por otra parte, que hacia fines del siglo XIX la selección de la tradición dominante enfatiza no sólo la **figura del gaucho** como referente identitario, también serán centrales las **conmemoraciones patrias**, la elaboración de un conjunto de referentes materiales como **monumentos y museos** y la apelación a un **pasado patrio** (Bialogorski y Fischman, 1999). Aspectos todos que tendían a legitimar la identidad nacional frente a otras identidades vinculadas a la inmigración y a la necesidad de un reordenamiento social (Bertoni, 1992; Juliano, 1987).

Ahora bien, qué ocurre con la presencia indígena e inmigrante? Con respecto a las distintas **sociedades indígenas**, si bien han sido reconocidas por los entrevistados como parte integrante de la nación, estas alusiones son abstractas y carecen de referentes concretos como los articulados al activar la figura estereotipada del gaucho.

En cuanto a los **aportes de los grupos inmigrante europeos** a la tradición argentina, su invisibilidad en el universo discursivo de los visitantes resulta altamente significativa. En circunstancias en que los entrevistados se han referido al tema a partir del patrimonio del museo, es notorio que no han podido elaborar asociaciones entre **producciones culturales** ligadas a «**lo criollo**» y sus **autores** cuyo origen se encuentra precisamente, en el aluvión inmigratorio. Esto sucede en la sala de platería criolla en donde una importante cantidad de piezas expuestas pertenecen a **plateros italianos** como Galasso y Podestá o al **francés** Turín.

La vigencia de los estereotipos mencionados explica no sólo la interpretación del patrimonio en las exposiciones, sino los **usos del Museo Hernández** por parte de diversos sectores sociales. En este sentido, es común que los docentes soliciten concurrir a la institución en ocasión de las festividades patrias y muy ocasionalmente para contar con un ámbito de apoyo al desarrollo de contenidos curriculares sociológicos y/o relativos a la conformación del Estado Nacional. Asimismo programan la visita al museo para apoyar la incorporación de contenidos vinculados al «**gaucho colonial**» o al «**gaucho de 1870**» al que alude el Martín Fierro, o directamente, llegan en busca de pertenencias de José Hernández. Y ello ocurre una y otra vez no obstante que la folletería, las publicaciones y las

actividades de difusión del Museo explicitan que no es posible satisfacer estas demandas ya porque el patrimonio expuesto es posterior, ya porque el nombre José Hernández es una designación otorgada al Museo en 1948 en reemplazo del nombre del donante de la sede.

Además, el enunciado *Lo tradicional se ubica en el interior (del país) y se contrapone a lo urbano* tiene el efecto de concebir “**al interior**” del país como un **todo homogéneo** que se contrapone a la ciudad de Buenos Aires. Su principal consecuencia es que desconoce el aporte que hicieron los propios **migrantes internos** a la vida cultural porteña, uno de cuyos efectos es precisamente, el desarrollo del criollismo en ese escenario de inmigración europea masiva.

La fuerte vigencia de este estereotipo se advierte claramente, a pesar de que una de las salas del Museo dedica gran parte del área de interpretación, a contar este proceso en relación con la constitución del museo Familiar Gauchesco de Daws y a la actividad de su creador como reconocido tradicionalista con actuación en la primera mitad del siglo XX.

Ello se une a la **imposibilidad** por parte de los visitantes de concebir el patrimonio cultural de “ese interior” como **producciones actuales, diversas y en continua transformación**, tanto más evidente cuanto que el museo José Hernández, es uno de los que cuenta con un patrimonio de **arte popular contemporáneo** como es el caso de las **artesanías**.

La principal preocupación de la gestión actual del Museo es encontrar una estrategia para incentivar una mirada reflexiva sobre estos valores e ideas estereotipados instalados con fuerza en la actualidad. La respuesta no es sencilla como no lo son las soluciones a implementar. La experiencia parece indicar que modificar la información sólo de la cartelera con la que se interpretan los objetos no es una estrategia suficiente. El museo se encuentra dedicado a detectar la emergencia de estos estereotipos en el discurso de las visitas guiadas, las distintas actividades y en la folletería institucional del Museo y de las áreas de gestión cultural de las cuales depende.

Más allá de esta revisión lo cierto es que la vigencia de estos estereotipos y su reproducción en los discursos hegemónicos es una variable siempre presente en la acción cultural que el museo no puede controlar. Valga como ejemplo reciente una de las actividades programadas para cele-

brar el día de la Tradición por parte de la Dirección General de Museos de la cual depende el Museo Hernández. Se convocó a alumnos de una escuela secundaria, a recabar información en el Museo a fin de realizar una réplica de una pulpería de campaña en la plaza Dorrego, un lugar especialmente conocido por su atracción turística en el casco histórico de la ciudad de Buenos Aires. La actividad fue profusamente divulgada a través de la folletería oficial en cuanto celebratoria de la "tradición argentina". Aunque finalmente no se llevó a cabo (en razón de que el Museo propuso implementar una actividad alternativa con los alumnos que favoreciera una visión reflexiva), lo cierto es que a partir de su difusión, el Museo Hernández aparece una vez más asociado a la reproducción acrítica de los estereotipos vigentes. Esto nos lleva a plantear que la pretensión de instalar un hábito reflexivo en la interpretación del patrimonio cultural, es siempre una meta de políticas de mediano y largo plazo.

El campo de los estudios sobre visitantes a museos y la evaluación de la recepción de las exposiciones tiene cada día una mayor importancia para la gestión del patrimonio cultural y la formulación de las políticas que la orientan. Consideramos que la contribución disciplinar de la antropología resultaría valiosa a la hora de conocer las **representaciones** que los distintos sectores sociales tienen de la **institución 'museo'** y de sus **prácticas de interpretación del patrimonio cultural**. Una perspectiva antropológica del estudio de visitantes podría proporcionar elementos para poner en evidencia que no sólo el público sino también los políticos, funcionarios técnicos, funcionarios burocráticos, sustentan sus prácticas en modelos de representación estereotipados, cuyo conocimiento es necesario para formular una política de gestión cultural y planificar su implementación y evaluación. Los museos, pero fundamentalmente las áreas políticas de las cuales dependen, podrían hacer una utilización de este aporte para registrar y comprender las discrepancias entre la **imagen que los museos tienen de sí mismos**, la que sostienen **quienes diseñan las políticas culturales** y la construida por los **diversos públicos** que se supone son sus destinatarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Bertoni, Lilia Ana (1992) "Construir la nacionalidad: Héroes, estatuas y fiestas patrias, 1887-1891" Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana "Dr E. Ravignani" Tercera Serie, 5: :77-111
- Bialogorski, Mirta y Erica Lander (1999) "Viejas ideas, nuevos públicos: acerca de un estudio de público en el Museo Hernández" Comunicación en «Museos y diversidad cultural - Viejas culturas, nuevos mundos» VII SEMINARIO LATINOAMERICANO SOBRE PATRIMONIO CULTURAL, ICOM-CA " Buenos Aires
- Bialogorski, Mirta y Fernando Fischman (1999) La "actuación" de la identidad nacional en políticas culturales actuales. Ponencia presentada en la III Reunión de Antropología del Mercosur. Misiones, noviembre de 1999
- Cousillas, Ana (1997) La percepción-interpretación del patrimonio cultural en el ámbito de los museos» Temas de Patrimonio Cultural. Editorial Universitaria de La Plata. Argentina.
- Cousillas, Ana y otros. Frecuentación y consumo cultural del público a museos. Aportes para repensar la política cultural en Buenos Aires. Seminario: La Investigación de la interpretación del patrimonio cultural en museos (1º cuatrimestre 1998). Departamento de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras -UBA (versión digital en www.naya.org.ar)
- Falk, John & Martin Weiss (1993) «Utilizing Museums to Promote Public Understanding of Science: Early Adolescent Misconceptions About AIDS Prevention». Visitor Studies: Theory, Research and Practice. Vol.6, pp.98-105, Alabama, USA
- García Canclini, Néstor (1992) Culturas híbridas y estrategias para entrar y salir de la modernidad. Ed. Sudamericana. Buenos Aires.
- Gibaja, Regina (1964) El público de arte. Eudeba. Buenos Aires.
- Juliano, Dolores (1978) "El discreto encanto de la adscripción étnica voluntaria". Procesos de contacto interétnico. Roberto Ringuelet comp. Edic.Búsqueda. Buenos Aires, Argentina, Pp.83-112

- Massa, Diana (1993): «Escuela y Museo. Estudio exploratorio con el público docente en el Museo Etnográfico» en: *Museos y Sociedad*, pp. 82 a 92
- Prats, Llorenç (1996): “Antropología y Patrimonio”, Universitat de Barcelona, mimeo
(1997): *Antropología y Patrimonio*, Barcelona, Ariel
- Schmilchuk, Graciela (1999) «A qué se debe el interés actual por estudiar a los públicos?» *Temas de Patrimonio Cultural II*. EUDEBA. Argentina. Pp.49-69
- Williams, Raymond (1997); *Marxismo y Literatura*; Barcelona, Península
- .