

Datos sobre museos. Más allá de los números

Museum information. Beyond the numbers

Azmindá Meybelli Román Nieto^a

^a Observatorio Universitario de Museos, Museo de Antropología de Xalapa
Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Contacto: azroman@uv.mx

Recibido: 07 de septiembre de 2020

Aceptado: 15 de octubre de 2020

RESUMEN: El Observatorio Universitario de Museos (OUM) se creó con el objetivo de recopilar, sistematizar y analizar la información de los museos desde una óptica integral; es decir, que incluyera –además de datos específicos como la totalidad de los museos en el estado de Veracruz– otros ámbitos como las dinámicas sociales y la gestión al interior de los recintos. Como resultado de este planteamiento se integraron indicadores que den cuenta de ello; pero, principalmente, que contribuyan a la importancia de los datos sobre museos como una herramienta útil en la generación de información, que apoye no sólo a la toma de decisiones de la esfera pública sino también a la investigación.).

Palabras clave: Museos; datos; indicadores; personas; gestión.

ABSTRACT: The University Observatory of Museums (OUM), was created with the aim of collecting, systematizing and analyzing the information of the museums from a comprehensive perspective, that is, that it also included specific data such as all the museums in the state of Veracruz, other areas such as social dynamics and management within the enclosures. As a result of this approach, indicators were integrated that account for this, but mainly that contribute to the importance of data on museums as a useful tool in the generation of information, which supports not only decision-making in the field public but also research.

Keywords: Museums; Data; Indicators; People; Management.

El contexto

En 2017 se creó el Observatorio Universitario de Museos (OUM) con la intención de tener un espacio de recopilación, sistematización y análisis del fenómeno de los museos y sus públicos en el estado de Veracruz. Dada la riqueza patrimonial de esta entidad federativa y el auge de la apertura de estos recintos culturales como atractivos turísticos, era importante observar no sólo el número total de museos, sino también su ubicación, infraestructura y los servicios que ofertan.

En ese momento, se construyeron 33 indicadores basados en tres fuentes oficiales: la estadística de Museos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Sistema de Información Cultural (SIC) de la Secretaría de Cultura y el Registro de Museos Iberoamericanos (RMI) del Programa IBERMUSEOS. Estos indicadores se ubicaron en ocho categorías¹, las cuales presentaban un panorama general del estado que guardan los museos en Veracruz.

En 2019, se publicaron los primeros resultados del Registro Estatal de Museos en Veracruz² – uno de los principales objetivos del OUM–, del cual se obtuvieron los siguientes datos: número total de museos, su ubicación geográfica, temática y titularidad de acuerdo al origen de sus recursos; además del mapa con la ubicación de los recintos. Para el 2020, el observatorio se propuso continuar con la segunda fase del registro, la cual contemplaba las trayectorias históricas e infraestructura de los museos. Sin embargo, el contexto mundial, debido a la pandemia del COVID-19, obligó a detener dicha fase, revisar y con ello, replantear, el objeto de estudio.

Datos sobre museos: su finalidad más allá de los números

Una de los primeros planteamientos del OUM para abordar el tema de museos fue, que se gestó dentro de un recinto museístico, el cual, al igual que muchos otros espacios de este tipo, ha cambiado con el paso de los años. Dichas transformaciones se han dado tanto en su concepción museológica, como en aspectos más técnicos, como la disposición de los objetos,

¹ Para conocer las categorías favor de consultar el artículo: Román Nieto, A.M. y et al. (2017), Metodología para el diagnóstico de los museos en Veracruz en *UVserva* (4), 2-7. doi: 10.25009/uvserva.v0i4.2552

² El artículo se publicó en la Revista *UVserva* (7) 2019.

los apoyos a la visita mediante dispositivos sonoros y audiovisuales, su vocación educativa y la relación con sus públicos.

Los museos pasaron de ser espacios estáticos y privilegiados, para ciertos sectores de la sociedad, a ser recintos creados por diferentes grupos culturales; puesto que, en esencia, son los principales guardianes del patrimonio cultural y “zonas de contacto” con otros espacios y otros tiempos.

Por ello la importancia de conocer y tener datos sobre museos: abre un amplio panorama sobre el patrimonio cultural pero también sobre las dinámicas y comportamientos en torno a la cultura y su relación a otros temas de la vida diaria como la economía, la política y el medio ambiente.

No basta conocer sólo cuántos museos son, de qué tipo y dónde se ubican; sino también mirar cómo se construyen la memoria, las narrativas, las relaciones, los intercambios, los significados y los contextos, puesto que, esa información contribuye con la toma de decisiones y para la generación de políticas públicas en beneficio social, invita a reflexionar sobre la humanidad.

Los museos, como un subsector del sector de la cultura en México, son una muestra clara de los vínculos con otras actividades económicas que contribuyen al desarrollo del país. Esto también está relacionado con el consumo cultural, puesto que, al recopilar información de los públicos, se pueden obtener información como la frecuencia de la visita, el flujo de visitantes por grupos de edades, el gasto en la entrada, la experiencia de visita, etc.

Otro aspecto que aportan los datos sobre museos es la dinámica social; esto se puede observar en el grado de participación de la comunidad en las actividades del museo, la referencia, significado o cohesión que el espacio museístico da a los miembros de un grupo social o cultural y la apropiación de su patrimonio, mediante las narrativas, las recomendaciones de visita, la asistencia a eventos y los discursos museográficos.

El cambio de paradigma de lo que hoy en día es un museo obliga a integrar todas las miradas posibles, desde los profesionales, el personal, los públicos, las administraciones y los proyectos nacionales, puesto que los museos, son un reflejo de la sociedad en la cual están insertos. Por lo que, detrás de los números, se encuentran los planes, programas y expectativas de todos los sectores.

Indicadores sobre museos

El contexto mundial actual, como se mencionó anteriormente, obligó a cerrar las puertas de los recintos museísticos del mundo, los datos que muestran los informes publicados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Consejo Internacional de Museos (ICOM), principales organismos internacionales, sobre el impacto económico, laboral y social al que se están enfrentado los museos frente a la pandemia, son una muestra clara y específica de la creación y generación de indicadores sobre museos. Sin estas herramientas, no se podría empezar a planear y organizar el futuro de los museos.

En ese sentido, el Observatorio Universitario de Museos ha decidido integrar nuevos indicadores. Si bien, es importante seguir observando al museo como ese espacio físico al resguardo del patrimonio, es necesario incorporar otros ámbitos que lo integran como: personal y profesionistas, tecnologías digitales y accesibilidad, organización y gestión al interior, planes y programas de seguridad, conservación y atención a públicos.

Por ello, en la siguiente tabla, se integran dichas categorías con sus respectivas subcategorías:

Tabla 1.

Categorías y subcategorías nuevas del OUM

Categoría	Subcategoría	
Personal del museo	Dirección y administración	
	Seguridad	
	Mantenimiento	
	Conservación	
	Diseño y comunicación	
	Museografía	
	Investigación	
	Educación	
	Voluntarios	
Comunicación digital	Sitio web	
	Redes sociales	
	Aplicaciones móviles	
Gestión	Protocolos	Emergencia
		Seguridad
		Movimiento y préstamo de obra/acervo
		Manejo de colecciones
		Atención a grupos específicos

Fuente: Elaboración propia

La importancia de integrar estos aspectos como información valiosa para la generación de datos que sirvan no sólo en la toma de decisiones, sino también en la investigación; es dejar de ver el museo hacia el exterior, es decir, como el lugar que se visita para conocer, aprender y disfrutar, sino también como un ente dinámico que funciona y da sentido a su quehacer por las personas y los fenómenos que suceden al interior, lo cual hace posible su actividad sustancial.

Comprender la relación del museo con su público y con su patrimonio sólo es posible por el vínculo entre las personas que realizan las actividades del museo, sus interacciones y dinámicas.

Finalmente, se puede mencionar que los museos aportan datos específicos que permiten entender el entorno cultural y social en el cual estamos inmersos. Se definen como espacios de diálogo, pero también de posicionamiento frente a situaciones de conflicto, demanda social. Son lugares que reflejan a la humanidad.

Referencias

- Román Nieto, A.M. y et al. (2017), Metodología para el diagnóstico de los museos en Veracruz en *UVserva* (4), 2-7. doi: 10.25009/uvserva.v0i4.2552
- Román Nieto, A.M. (2020), Análisis del subsector museos y su contribución económica en México en *UVserva* (9) 20-34. doi: 10.25009/uvserva.v0i9.2686
- Museos, profesionales de los museos y COVID-19, Informe del Consejo Internacional de Museos (ICOM), documento en línea: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Informe-museos-y-COVID-19.pdf>