

Museo y escuela: Necesidad cultural e Integración.

Luis Alegría Licuime.

Profesor de Historia y Geografía (UMCE),

Magíster Antropología y Desarrollo (U. de Chile).

Resumen

El siguiente trabajo busca tensionar la relación entre museo y escuela, como una forma de reflexionar sobre las condicionantes que impiden al museo constituirse en un real espacio cultural integrador. La aplicación de un instrumento y su posterior análisis en el programa SPSS, a estudiantes que visitaron el Museo Histórico Nacional durante el año 2003, dan cuenta de que a pesar de que los museos en el último tiempo se han constituido en importantes espacios educativos, aún persisten restricciones en su uso social.

Palabras claves: Museo, Escuela, consumo cultural, estudios de público.

Abstract

The aim of the following work is to create tension in museum-school relationships, to generate reflection upon certain situations that affect the museum as an integrating cultural space. The interview applied to students who visited the Museo Histórico Nacional during the year 2003 and its subsequent analysis, in the SPSS Program, proved that even though museums have set themselves as important educational spaces currently, restrictions still remain in its social use.

Keywords: Museum, School, cultural need, visitor studies group.

1.- LA ENTRADA

Visitar museos puede ser un hábito, una práctica ocasional o una experiencia desconocida (Schmilchuk, 2003: 1). Lo significativo es que esta acción de consumo y participación** cultural, no está determinada sólo por una preferencia individual, sino por el contrario forma parte de un comportamiento mayor dentro de lo que podemos caracterizar como “campo cultural” esto es, una red de relaciones objetivas entre posiciones, un espacio de juego donde los agentes pueden actuar, pero a su vez se encuentran limitados por las mismas reglas que conforman el campo (Bourdieu, 1990). Que, sujetos sociales visiten el museo en forma frecuente, ocasional, sólo una vez o ninguna, se relaciona con diferencias sociales, económicas y educativas de aquellos potenciales visitantes y con las propias concepciones construidas sobre el museo desde el museo.

Los actuales “estudios de público” o de “visitantes” no están en condiciones de responder en forma empírica a dicha problemática. “En Chile, los museos en general no han sopesado la importancia de los estudios de público y por ello no ha habido evaluaciones sistemáticas que permitan monitorear los cambios y tendencias en las respuestas de los visitantes a los programas públicos que desarrollan estas instituciones” (González y Castro, 2003: 13), además de contar con la limitante de la auto-selección, “es decir el sesgo que se crea al recoger información sólo de aquellas personas que voluntariamente participan en las actividades que se pretenden analizar” (Gómez, 2003).

Para algunos, “ha sido posible descubrir que la mayor crítica de los medios de comunicación y algunos líderes de opinión, respecto de que los museos sirven a un segmento reducido de la población, no es compartida por la gran mayoría del público” (González y Castro, 2003). Mientras, otra plantea, “... las maneras en que se transmite el saber de cada sociedad a través de las escuelas y los museos demuestran que diversos grupos se apropian en formas diferentes y desiguales de la herencia cultural” (García Canclini, 1989: 181). Pese a que los museos en el último tiempo se han ido constituyendo en importantes espacios culturales y de comunicación aún persisten restricciones en el uso social de dicho espacio, pareciera ser, que pese a todos los avances los museos no han logrado romper con ciertas barreras, de aquí que el carácter

educativo sea de tanta trascendencia, por esto, distintos estudios buscarán comprender, “las relaciones entre programas educativos nacionales, escuelas y museos, e incluso sobre la educación en los museos como acción democratizadora y de redistribución de los bienes culturales de una nación....” (Pérez-Ruiz, 1998: 103).

Por todo lo anterior nos preguntamos si influirá el tipo de escuela, en la participación de los alumnos en la visita al museo, tratando de tensionar la relación entre escuela y museo, como una forma de develar ciertas situaciones que conflictúan al museo como espacio cultural más allá de sus “buenas intenciones”, expresadas en declaraciones y/o discursos oficiales.

El presente texto se enmarca en esta última posición tratando de relacionar escuela y museo, desde la base de diferencias socioeconómico-culturales que representan distintos tipos de escuelas. Para tal efecto se consideró la dependencia administrativa-financiera, de la escuela, existiendo tres tipos de escuelas: Particulares Pagadas, Particulares Subvencionadas y Municipalizadas (MINEDUC, 2003).

Considerando que los museos reciben un número muy variado de visitantes, turistas extranjeros y nacionales, pero dentro de los cuales los estudiantes representan al segmento más importante de público, “una de las dimensiones relevantes de la participación en los museos, es aquella que tiene relación con los públicos escolares. Un alto porcentaje de la estadística de visitantes de los museos lo representa, precisamente, el usuario escolar” (Maillard, Palacios y Mege, 2002: 51).

Por lo anterior resulta de vital importancia determinar con mayor precisión, de que tipos de estudiantes se trata, no sólo saber de qué nivel de enseñanza, o de que escuela, sino que identificar variables como el: nivel social-cultural, si son hombres o mujeres, de que comunas, etc. Todo esto es importante porque creemos que existiría una mayor afluencia de algunos tipos de estudiantes provenientes de ciertas escuelas, y además ello/as resignifican de una mejor manera al patrimonio exhibido en dichos espacios.

Este artículo busca explorar el tipo de relación que existe entre escuelas de distintas dependencias administrativa-financieras y la participación que desarrollan lo/as alumno/as en

el museo, como una forma de entender la dinámica del consumo cultural en el sistema escolar chileno. Conocer a los visitantes y el impacto del museo en ellos parece ser el gran reto de la museología actual (Asociación de Museos Quebequenses, 2001).

2.- VITRINA TEÓRICA.

Museo y Escuela.

El museo se constituye como una institución cultural que forma parte de un espacio más amplio, esto es lo que lo caracterizamos, como campo cultural patrimonial, un espacio estructurado como sistema de relaciones en competencia y conflicto entre grupos situados en posiciones diversas (Bourdieu, 2002), con esto nos referíamos a que el museo no es un espacio neutro, sino por el contrario, un hecho social dialéctico. “Pueden ser lugares tediosos o atractivos; lugares donde se puede aprender cosas nuevas, pertinentes a la vida, o un lugar ininteligible que se visita para cumplir con un rito social. La percepción genera actitudes y la decisión de visitar o no un museo” (Córdova y Cuadra, 1995: 57-58). Estas decisiones de visitar o no un museo, creemos que están condicionadas por una serie de factores donde la clase social, el género, la etnia, el tipo de educación, y el propio desarrollo histórico de la sociedad se transforman en importantes fuerzas estructurales-estructurantes.

Planteamos además que, en los museos por su carácter dialéctico se producen una gama amplia de procesos, tanto de transmisión cultural, como de reproducción cultural. En este contexto es importante insertar el rol social que cumple el museo, como espacio de integración o exclusión. En La realidad educativa, donde se ha establecido a través de una serie de estudios (Martinic, 2002, Brunner, 2003, García-Huidobro, 1999), la falta de equidad en el sistema educativo, “los resultados de aprendizaje al relacionarlos con dependencia muestran claramente que los establecimientos municipales tienen más bajos rendimientos”. Agregando, que” pese a la tendencia de disminución de la brecha entre establecimientos municipales y particulares privados, los niños de las familias más pobres siguen teniendo peores rendimientos” (Martinic, 2002: 181). Una pregunta clave es sí el museo es capaz de superar dicha barrera.

Necesidad y Consumo Cultural.

Cuando nos referimos al consumo cultural estamos aludiendo a este como un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos (García Canclini, 1995). El consumo se da en relaciones sociales situadas, es decir, ubicadas en condiciones específicas, que determinan los accesos a las ofertas del mercado; en este sentido el consumo se convierte en un proceso sociocultural que diferencia y unifica, en la medida en que genera los “mundos al alcance” que los sujetos poseen. Desde la teoría de la reproducción que entiende el consumo como lugar de diferenciación entre clases y grupos importa identificar, la “coherencia entre los lugares donde los miembros de una clase y hasta de una fracción de clase comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros” (García Canclini, 1995: 58).

Esta definición de consumo como proceso de diferenciación social nos sirve como característica básica de las necesidades culturales, donde una necesidad cultural específica, cual es, disfrutar de la puesta en valor de bienes culturales caracterizados como patrimoniales, se satisface con la visita al museo, de manera desigual por distintos grupos sociales. En el caso de la presente investigación se abordará el problema del consumo cultural fundamentalmente desde la perspectiva del acceso a los bienes y espacios culturales, abarcando en forma muy exploratoria el tema de la apropiación social que se hace de dichos bienes, que es de suma importancia para comprender el consumo cultural desde una visión más integral, donde es central el proceso de recepción ya que “...tendrá relación con el concepto de patrimonio que manejemos y con los niveles de participación a los que aspiremos, (y) dice relación con validar la existencia de diversas lecturas de aproximación a los significados que el museo trasmite. Problematizar la relación entre la interpretación del patrimonio y los públicos es un desafío complejo, pero necesario” (Maillard, Palacios y Mege, 2002: 43).

A partir de este desafío surgen una serie de interrogantes, ¿por qué alumnos de escuelas de sectores populares utilizan un tiempo menor en su recorrido, que escuelas particulares pagadas, por el museo?, será porque poseen un alto nivel de recepción o será que no poseen los códigos necesarios para su interpretación, ¿qué códigos son necesarios para una apropiación social del museo?, ¿por qué aquellos que más requieren visitar y participar de actividades culturales, son

justamente los que menos lo hacen?, ¿basta solamente con generar programas de aperturas de los espacios públicos para hablar de democracia cultural?. Estas y otras preguntas requieren de urgentes respuestas si efectivamente deseamos y creemos en la democratización de la cultura.

3.- VITRINA METODOLÓGICA.

En este caso la variable educativa se expresa en dos escuelas de distinta dependencia administrativa financiera, una mixta de la comuna de la Florida, que recién el año 2001, había cambiado de ser una escuela particular pagada a particular subvencionada, por lo tanto, representa un caso acorde a la muestra de nuestro estudio y la otra una escuela técnica municipalizada de hombres de la comuna de Santiago, que desde el año anterior permitió el ingreso de niñas.

La población de la investigación está constituida por los colegios Municipales y Particulares pagados de las comunas de la Provincia de Santiago, más la comuna de Puente Alto, que visitaron el **Museo Histórico Nacional** en el transcurso del año académico, Marzo a Noviembre año 2002. Está población se encuentra representada entonces por 68 colegios. Considerando sólo aquellos colegios que visitaron el museo con cursos de 6º año de enseñanza básica hasta 3º año de enseñanza media. Se han excluido los cursos inferiores y a los 4º medios por su condición de egreso del sistema escolar.

Se consideran las escuelas Particulares Pagadas y las Municipalizadas como opuestos de caracterizaciones socioeconómico-culturales. Los colegios están distribuidos en dos grupos, de acuerdo a su dependencia administrativa-financiera:

Grupo Nº 1 (Particulares Pagados): 31 colegios, representando el 45, 59 % del total de la población.

Grupo Nº 2 (Municipalizados): 37 colegios, representando el 54, 41 % del total de la población.

Definida la población, el paso siguiente consiste en establecer la propuesta de muestreo, para

lo cual realizamos un muestreo probabilístico, adoptando la estrategia de muestreo aleatorio simple, según Salkind (1999).

El siguiente paso fue realizar dos listas con las escuelas y otorgar un número correlativo a cada colegio, para luego, en una tabla de números aleatorios escoger al azar un listado de tres escuelas por lista, uno que llamamos titular y dos reemplazantes (con los números 1 y 2, según orden de selección), sólo para los casos en que algún inconveniente pudiera haber complicado la aplicación del instrumento en la escuela seleccionada como titular. Se trabajó con un error muestral aproximado del 5% a un nivel de significación del 95% de tal forma de lograr una confiabilidad aceptable al presente trabajo.

La técnica de recolección de la información fue un cuestionario tipo encuesta y luego la información obtenida de las encuestas fue analizada en el programa SPSS construyendo dos matrices de datos, una para la escuela municipalizada (CM) y otra para la escuela particular pagada (CPP), se optó por un trabajo que significa analizar, los datos por separados para después comparar los resultados, por esto es que en el estudio nos encontraremos con un par de tablas y gráficos, una para el colegio municipalizado y otra para el particular pagado.

4.- VITRINA DE RESULTADOS.

Necesidad cultural y consumo cultural de otras actividades.

En la Tabla N° 1 se puede apreciar la relación que existe entre la visita al museo y la participación en otras actividades culturales.

Tabla N° 1 ;A qué clase de actividad cultural has asistido en el último año?

ACTIVIDAD	NUNCA	UNA VEZ AÑO	2 VECES AÑO	3 Ó MÁS VECES AÑO
CINE	X			0
CONCIERTOS	X			0
BIBLIOTECAS		X		0
TEATRO	X	0		
MUSEOS		X		0
CENTROS CULTURALES	X			0
CONFERENCIAS Y/O SEMINARIOS	X	0		
GALERIAS DE ARTE	X			0
TALLERES Y/O CURSOS	X0			

Colegio Municipalizado = X; Colegio Part. Pagado = 0

Interesante resulta observar la “segmentación” de la Tabla, donde claramente se ve lo opuesto de los signos que representan a cada caso, sólo coinciden en un punto: TALLERES Y/O CURSOS con la frecuencia NUNCA; las otras correspondencias son en las frecuencias UNA VEZ, pero en actividades distintas, mientras el caso (CM), asiste sólo una vez a BIBLIOTECAS Y MUSEOS, el caso (CPP) asiste una vez a TEATRO Y CONFERENCIAS Y/O SEMINARIOS; nótese en esta comparación el tipo de actividad, mientras podemos considerar la asistencia a bibliotecas como una necesidad de primer orden para un estudiante, el caso (CM) sólo asiste una vez; distinto para el caso (CPP), ya que TEATRO Y CONFERENCIAS Y/O SEMINARIOS, representa una variable de mayor sofisticación, que probablemente puede involucrar un costo monetario. En todas las otras variables las frecuencias son radicalmente opuestas instalándose en los extremos de la tabla. Podemos expresar entonces una desigual participación en actividades culturales y en lo específico en el museo, que en el caso de la tabla N° 1 (CM), se expresa mediante sólo una asistencia museos durante el año 2002, esto por cierto es posible deducir como efecto de una actividad escolar.

Consumo cultural y estructura de visitas.

En las Tablas Nº 2 y Nº 3, se presentan los resultados de la pregunta 2.2 de la encuesta, referida a: ¿Con quién has ido acompañado? a las diversas actividades culturales, en orden de importancia.

Tabla Nº 2 ¿CON QUIÉN HAS IDO ACOMPAÑADO? (CM)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NR	1	3,1	3,1	3,1
	SOLO	1	3,1	3,1	6,3
	AMIGOS	5	15,6	15,6	21,9
	FAMILIA	8	25,0	25,0	46,9
	PROF	16	50,0	50,0	96,9
	OTRO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

En la tabla Nº 2, se aprecia el alto porcentaje que adquiere la variable profesor llegando a configurar el 50% de los casos. No es sólo se trata del profesor, sino de toda la institución escuela, la que adquiere relevancia como mediador cultural en colegios de dependencia municipalizada, caracterizados mayoritariamente por las carencias socioeconómicas de sus alumno/as. En el segmento de las escuelas municipalizadas el consumo cultural no forma parte de las necesidades prioritarias a ser satisfechas. En lo que respecta a la relación museo y escuela, podemos decir, “para la escuela, el museo debería ser casi una herramienta de acción en todo intento de mitigar las brechas culturales. Y si el museo intenta ser una institución democratizadora tiene a la escuela como intermediaria casi imprescindible, aquella que le puede acercar públicos nuevos, que demasiado a menudo quedan fuera de los circuitos letrados” (Duvojne; M. 1996:26).

Tabla Nº 3 ¿CON QUIÉN HAS IDO ACOMPAÑADO? (CPP)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AMIGOS	8	32,0	33,3	33,3
	FAMILIA	15	60,0	62,5	95,8
	PROFE	1	4,0	4,2	100,0
	Total	24	96,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,0		
Total		25	100,0		

En el caso de la tabla Nº 3, los alumnos consideran a la FAMILIA con el 60% y los AMIGOS con el 32% de las preferencias, minimizando al máximo el rol del profesor, este resultado demuestra la gran diferenciación que se expresa en el ámbito del consumo cultural, donde las familias y el entorno social, condicionan fuertemente los gustos y preferencias de las personas, adelantando un juicio, tomamos como referencia el Informe de Desarrollo Humano 2002, que habla de que en un contexto donde los bienes y servicios culturales se transan en el mercado, la barrera de la disponibilidad de ingresos construye una brecha, por ahora insalvable entre quienes pueden y quienes no pueden hacer efectiva su demanda de consumo cultural (PNUD, 2002).

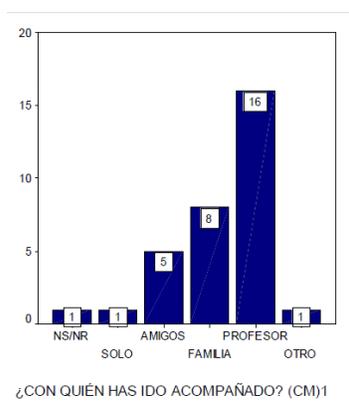


Gráfico Nº 1 (CM)

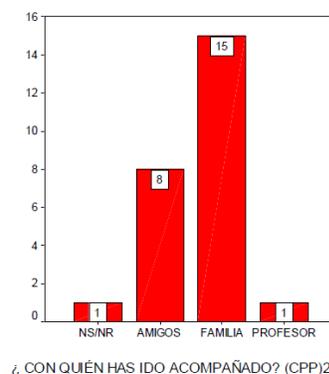


Gráfico Nº 2 (CPP)

Consumo cultural y cantidad de visita a museos.

En las Tablas Nº 4 y Nº 5, se puede apreciar la cantidad de veces que los jóvenes de los colegios seleccionados visitaron museos durante el año 2002.

Tabla Nº 4. CANTIDAD DE VISITA 2002 (CM)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	UNO	19	59,4	59,4	59,4
	DOS	12	37,5	37,5	96,9
	MAS DE DOS	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

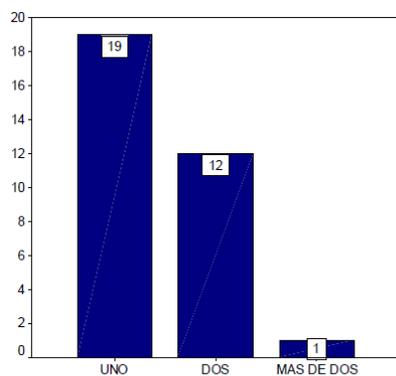
Tabla Nº 5. CANTIDAD DE VISITA 2002 (CPP)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NINGUNO	1	4,0	4,0	4,0
	DOS	9	36,0	36,0	40,0
	MAS DE DOS	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Al analizar los datos de la Tabla Nº 4, nos encontramos con que la frecuencia UNO, obtiene un 59,4 %, es decir, casi el 60% de los alumno/as, sólo visitó un museo, que claro esta, corresponde al museo visitado con el profesor, Museo Histórico Nacional. La frecuencia DOS, le sigue con un 37,5 %; si complementamos esta repuesta con una pregunta más cualitativa que buscaba identificar los museos que habían visitado, se obtiene: 6 preferencias para el Museo Nacional de Historia Natural, siguiéndole el Museo Interactivo Mirador con 4 y luego los museos Nacional de Bellas Artes, de las Fuerzas Armadas de Con-Con, de la Quinta Vergara y el Museo Aréquín, todos con una preferencia.

Descomponer, este cuadro es significativo, porque en el caso del Museo Nacional de Historia

Natural, pareciera ser que éste fue visitado por los alumnos con el profesor, esa inferencia se puede extraer de las respuestas, y si se relacionan con los resultados de la tabla N° 2. Como el curso es una unión de otros de la misma escuela, muy probablemente sólo algunos de ese antiguo curso visitaron el museo con el profesor/a, mismo caso para el Museo Interactivo Mirador con 4 preferencias.



Gráficos N° 3 (CM)

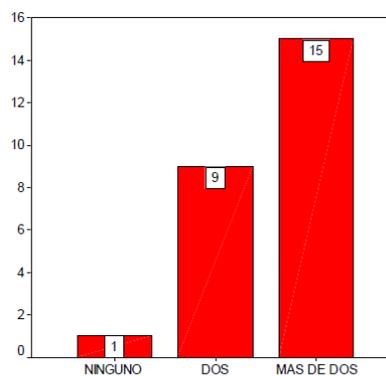


Gráfico N° 4 (CPP)

En la tabla del Colegio Particular Pagado, la situación se invierte, siendo el 60% los que visitaron MAS DE DOS museos en el año 2002. Al profundizar en la respuesta, obtenemos: 18 preferencias para el Museo Nacional de Bellas Artes, luego continuamos con el Precolombino con 14 preferencias, siguiéndole el Museo de Arte Contemporáneo con 6, el MIM 4, el Nacional de Historia Natural con 3 y con una preferencia los de, Ciencia y Tecnología, de Santiago Casa Colorada y el de San Pedro de Atacama Padre Gustavo Le Paige. Además, se incluyó en esta lista, la Sala de Exposiciones CTC, pues la entendemos como un espacio de exhibición muy similar a un museo.

En este caso, se destaca el centralismo que adquieren los museos de arte, considerando que por ejemplo Bourdieu, en su estudio sobre los museos de arte, concluye que actúan como un elemento más de discriminación social (Duvojne, 1995).

Lo anterior es clave ya que, “sólo unos tienen la posibilidad real de aprovechar de la posibilidad pura y liberalmente ofrecida a todos de las obras expuestas en los museos, es poner en evidencia el resorte oculto de los efectos de la mayor parte de los usos sociales de la cultura”,

...agregando que... ”la escuela es, en efecto, la institución que, por sus veredictos formalmente irreprochables, transforma las desigualdades socialmente condicionadas ante la cultura en desigualdades de éxito”, reafirmando su carácter dialéctico, ya que, “sólo una institución como la escuela, cuya función específica consiste en desarrollar o crear metódicamente las disposiciones que caracterizan al hombre cultivado y que constituyen el soporte de una práctica durable e intensa cuantitativamente y, por eso, cualitativamente, podría compensar, por lo menos parcialmente, la desventaja inicial de quienes no reciben de su medio la incitación a la práctica cultural” (Bourdieu, 2002: 87-90-91).

Consumo cultural e importancia de los Museos.

En la comparación de las tablas Nº 5 y Nº 6 se puede establecer una variable significativa que tiene que ver con elementos propios de la teoría de la reproducción social, donde se manifiesta como grupos sociales distintos, poseen distintas formas de resignificar los recursos patrimoniales. En la tabla Nº 5, se puede ver como los alumno/as del colegio municipalizado, consideran que la visita al museo es importante como una experiencia que les permite APRENDER COSAS NUEVAS, con el 68,8 % de los casos, claro es, que para quienes sólo visitan el museo en forma esporádica, todo lo que en él se encuentra corresponde a novedad. “El museo es sede ceremonial del patrimonio, el lugar en que se le guarda y celebra, donde se reproduce el régimen semiótico con que los grupos hegemónicos lo organizaron. Entrar a un museo no es simplemente ingresar a un edificio y mirar obras, sino a un sistema ritualizado de acción social” (García Canclini, 1995: 158-183). Desde el consumo cultural, la visita a un museo no debe ser sólo vista como una acción inofensiva de adquisición de cultura y diversión, existen ciertas competencias que refuerzan que algunos se interesen en visitarlo y que para otros no constituya nada en especial, pues nada de él conocen, o no hay nada de ellos que lo represente ahí y que les algún sentido su visita.

Tabla N° 5 IMPORTANCIA VISITA A MUSEO (CM)

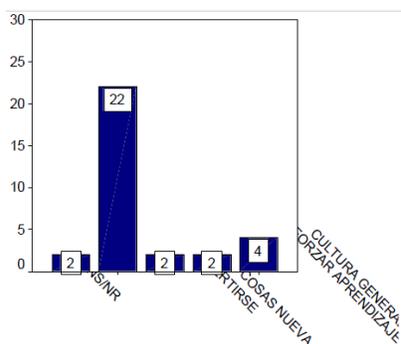
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NR	2	6,3	6,3	6,3
	APRENDER COSAS NUEVAS	22	68,8	68,8	75,0
	DIVERTIRSE	2	6,3	6,3	81,3
	REFORZAR LO APRENDIDO	2	6,3	6,3	87,5
	CULTURA GENERAL	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

La tabla N° 6, nos lleva, a analizar los datos para la escuela Particular pagada, donde, la gran mayoría opta por la opción CULTURA GENERAL, 56 % de las preferencias, es decir, podemos leer, que lo que los museos conservan y exhiben no representa una novedad, probablemente, porque ya lo han visitado en otras ocasiones.

Tabla N° 6 IMPORTANCIA VISITA MUSEO (CPP)

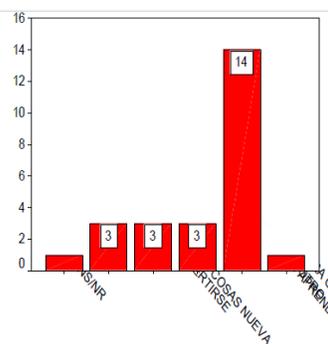
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NR	1	4,0	4,0	4,0
	APRENDER COSAS NUEVAS	3	12,0	12,0	16,0
	DIVERTIRSE	3	12,0	12,0	28,0
	REFORZAR LO APRENDIDO	3	12,0	12,0	40,0
	CULTURA GENERAL	14	56,0	56,0	96,0
	OTRO	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

La comparación de los gráficos resulta más clarificadora, al observar cómo se repite el esquema de distribución opuesto de las barras en los gráficos, como si siempre se estuvieran oponiendo, un reflejo del mundo real, donde los alumno/as de los dos colegios encuestados, representan experiencias asimétricas, desde el punto de vista socioeconómico y cultural y que la institución museo no es capaz de modificar:



IMPORTANCIA VISITA MUSEO (CM)

Gráfico N° 5



IMPORTANCIA VISITA MUSEO (CPP)

Gráfico N° 6.

“El museo ofrece a todos, como una herencia pública, los monumentos de un pasado esplendor, instrumentos de la glorificación suntuaria de los grandes del pasado; pero esa liberalidad es artificial, ya que la entrada libre es también entrada facultativa, reservada a aquellos que, dotados de la facultad de apropiarse de las obras, tienen privilegio de usar esa libertad y que se encuentran por eso legitimados en su privilegio, es decir en la propiedad de los medios de apropiarse los bienes culturales, o, para hablar como Max Weber, en el monopolio de la manipulación de los bienes institucionales (otorgados por la escuela) de la salvación cultural” (Bourdieu, 2002: 103). Si bien esta cita es demasiado áspera para ser digerida con facilidad, lo que se plantea en definitiva es la desigual participación de los distintos grupos sociales en el consumo cultural y por tanto en el acceso y disfrute de los museos, como instituciones integrantes del campo cultural.

Otras tablas que pueden resultar muy significativas para nuestro estudio son las que combinan la variable CANTIDAD DE VISITA A MUSEOS con IMPORTANCIA DE LA VISITA, aquí se refuerza lo ya analizado y comentado, pero ahora con la salvedad que incluso, se pueden apreciar ciertas diferencias al interior de los colegios, por ejemplo en la Tabla N° 7, los tres casos que atribuyen IMPORTANCIA A LA VISITA como CULTURA GENERAL, corresponden a alumno/as que han visitado DOS museos, por tanto, las desigualdades así como se expresan en el interior de una comunidad educativa, también podrían modificarse al interior de aquella comunidad, este aspecto es sumamente relevante porque nos plantea la posibilidad del cambio social, es decir, las constataciones hechas hasta ahora no deben ser vistas como una realidad inmutable e invariable,

Tabla N° 7 de contingencia CANTIDAD DE VISITAS AÑO 2002 * IMPORTANCIA VISITA MUSEOS (CM)

		IMPORTANCIA VISITA MUSEO					Total
		NS/NR	APRENDER COSAS NUEVAS	DIVERTIRSE	REFORZAR LO APRENDIDO	CULTURA GENERAL	
CANTIDAD DE VISITA 2002	UNO	2	14	1	1	1	19
	DOS		7	1	1	3	12
	MAS DE DOS		1				1
Total		2	22	2	2	4	32

acá es donde el rol fundamental lo debe cumplir el profesor/a como agente y mediador cultural, generando y estimulando la aparición de la necesidad cultural, en jóvenes que nunca la experimentarán desde sus familias y entorno social más inmediato. Esto hoy se ve como factible en el marco de la reforma educativa, donde, “se incorporan al currículo, de manera explícita, temas que son preocupación central de la sociedad actual y que se vinculan con una ciudadanía integral; destacan derechos humanos, medio ambiente, igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, respeto y valoración de la diversidad cultural.” (PNUD, 2002: 132-133).

Tabla N° 8 de contingencia CANTIDAD DE VISITA A MUSEOS 2002 * IMPORTANCIA

VISITA MUSEOS (CPP)

		IMPORTANCIA VISITA A MUSEO						Total
		NS/NR	APRENDER COSAS NUEVAS	DIVERTIRSE	REFORZAR LO APRENDIDO	CULTURA GENERAL	OTRO	
CANTIDAD DE VISITA 2002	NINGUNO	1						1
	DOS		1	1	1	6		9
	MAS DE DOS		2	2	2	8	1	15
Total		1	3	3	3	14	1	25

Para el caso del colegio particular pagado, predomina la opción CULTURA GENERAL, que sumada a DIVERTIRSE y REFORZAR LO APRENDIDO, 20 casos, es el 80 %, de preferencias.

CONCLUSIONES. -

A través de la presente investigación se logró establecer una línea de argumentaciones que profundizan algo en cierta forma conocido, que se conoce pero que no se asume con el fin de generar instancias de cambio, cual es, la desigual participación de los alumno/as en el consumo cultural de la sociedad. Donde la influencia de los distintos tipos de educación es fundamental como base explicativa de los procesos de consumo cultural.

Primero, es posible identificar que existe una relación entre escuela y museo, que lamentablemente se expresa en una tendencia que puede ser caracterizada como negativa al afianzar las arbitrariedades sociales y culturales constituidas al interior del sistema escolar, el menor número relativo de alumno/as de escuelas públicas que visita el museo, un 60% asegura

haber visitado sólo un museo, frente al mayor número de visitas de alumno/as de escuelas particulares pagadas, donde por el contrario el 60% ha visitado más de dos museos durante el año 2002. Lo cual no significa que dicha tendencia sea una correspondencia en términos absolutos, es decir, no corresponde a un resultado matemático o estadístico inmodificable solamente, por el contrario, creemos que justamente la identificación de la tendencia es lo que permitiría a los museos y escuelas, dentro de estas a los docentes, buscar las alternativas para su modificación.

Segundo, en el caso del rol de lo/as profesore/as es posible plantear, que de acuerdo con los resultados la relación entre escuelas y museos esta cruzada por las características del grupo familiar de procedencia de lo/as alumno/as. Quienes provienen de escuelas particulares cuentan con grupos familiares que se transforman en importantes mediadores culturales, por tanto, el rol de lo/as profesore/as es minimizado en este sentido. Las respuestas a la pregunta: ¿Con quién has ido acompañado?, refleja que en las escuelas públicas las familias no constituyen un mediador cultural importante, el índice porcentual para la familia y amigos sumado llega al 40.6 %, mientras que lo/as profesore/as adquieren un centralismo de gran significado cultural, el 60% responde haber asistido a alguna actividad cultural con un/a profesor/a. Este punto es de suma importancia, pues, identificar esta situación, debería implicar asumir dicha responsabilidad de forma mucho más reflexiva, crítica y participativa por parte de los docentes de escuelas públicas.

Tercero, creemos importante develar la situación que significa la dinámica de las necesidades culturales, como marco de acción de la institución museo, pues, de ese modo, se abren caminos a un mejor entendimiento de un tema bastante complejo, "... se sigue, por un lado, que a diferencia de las necesidades "primarias" la "necesidad cultural" como necesidad cultivada se incrementa a medida que se sacia-ya que cada nueva apropiación tiende a reforzar el dominio de los instrumentos de apropiación y, de ese modo, las satisfacciones vinculadas a una nueva apropiación-y, por otro lado, que la conciencia de la privación decrece a medida que crece la privación, dado que los individuos más completamente desposeídos de los medios de apropiación de las obras de arte (bienes culturales) son lo más completamente desposeídos de la conciencia de esa desposesión" (Bourdieu, 2002: 79).

Establecer esta dinámica de operaciones del campo cultural es un requisito básico para el desarrollo de políticas públicas en el ámbito patrimonial que permitan intervenir en él. Que para los alumno/as de escuelas públicas la visita a un museo signifique el conocer cosas nuevas (68,8%), en 2º año de enseñanza media debería preocuparnos, pues, habla que quizás mucho/as de ello/as no habían visitado un museo anteriormente y de haberlo hecho esta experiencia no les significó nada relevante. Para el caso de la escuela particular, la visita a un museo significa reforzar lo ya aprendido, la alternativa cultura general (56%), corresponde a su significado social para la visita a un espacio museal, incluso en este tipo de escuela, la alternativa divertirse (12%), muestra un porcentaje mayor frente a la escuela pública (6.3%), o sea algunos pueden efectivamente realizar una apropiación social del museo hasta el grado de convertirlo en un espacio entretenido.

Todo cambio cultural importante en este sentido debe considerar el aporte del museo, si es que este desea abrirse paso y dejar huella en la comunidad. Los museos, no son solamente lugares pasivos de exhibición de objetos muertos, “por mucho que el museo, consciente o inconscientemente, produzca y afirme el orden simbólico, hay siempre un excedente de significado que sobrepasa las fronteras ideológicas establecidas, abriendo espacios a la reflexión y la memoria antihegemónica” (Huysen, 2002:45). Para lo cual se debe intervenir no sólo en el carácter lúdico o didáctico de las exposiciones, hacer entretenido el museo, pues como se dijo anteriormente esta es una opción que está más allá de un juego, es necesario intervenir en el acceso, los contenidos y en la relación que se genera entre el museo y la escuela. Cuando planteábamos que a los alumno/as de escuelas particulares se les hace cómodo el visitar un museo, es porque este está representando su realidad, se siente como un nativo en dicho espacio, en cambio lo/as forastero/as serán lo/as alumno/as de las escuelas públicas, debiendo constantemente traspasar las barreras que inhiben su real participación.

Por último, desde el replanteamiento de la noción de patrimonio, y del actuar de los museos y las escuelas, entendidos ahora como importantes agentes y gestores culturales interdependientes, se puede llegar a influir en la participación y el consumo cultural de la población, podremos decir entonces que, las conclusiones sugieren que el desarrollo de

mayores posibilidades de acceso a los bienes y servicios culturales puede ser una herramienta para el desarrollo de un trabajo cultural que trascienda la esfera de lo individual y sirva de base para una flexibilidad social más amplia (PNUD, 2002). Este es en definitiva el sentido estratégico que adquiere el consumo cultural al interior de los museos en sociedades como la nuestra.

BIBLIOGRAFÍA.

Bourdieu, P. (1990) *Sociología y Cultura*. Grijalbo, Primera Edición. México.

(2002) *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Montessor. Primera edición. Argentina.

Córdova, J y Cuadra, A. (1995) Vinculación de la comunidad con el Museo Arqueológico San Miguel de Azapa. Arica-Chile., pp 57-84 en *Chungara*, Volumen 27, Enero-junio. Universidad de Tarapacá. Arica-Chile.

Dujovne, M. (1995) *Entre musas y musarañas. Una visita al museo*. Fondo de Cultura Económica. Primera edición. Argentina.

(1996) Algunas notas de Lectura. pp 23-26 en *Museos y Escuela. Socios para educar*. Alderoqui, S. (Compilador). Editorial Paidós. Primera edición. Argentina.

García Canclini, N. (1989) *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo. Primera edición. México.

(1995) *Definiciones en transición*. pp 57-67 en *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Mato, D. (Compilador) CLACSO. México.

(1995) Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Editorial Grijalbo. Primera edición. México.

Gómez, C. (2001) Conociendo mejor a nuestros usuarios, pp 4-6 en Museos (25). Subdirección de Museos. DIBAM. Chile.

González, I y Castro, M. (2001) Estudios de Público en los Museos de la Dibam, pp 13-16 en Museos (25). Subdirección de Museos. DIBAM. Chile.

Maillard, C., Mege, J. C. y Palacios, P. (2002) Museo y Comunidad. Desde el mundo de los objetos al mundo de los sujetos. DIBAM. Chile.

Martinic, S. “La Reforma Educativa en Chile. Logros y Problemas” en

MINEDUC (2003) El sistema educacional. MINEDUC. <http://www.mineduc.cl> (Consultado 02-02-2003)

Pérez-Ruiz, M. (1998) Construcción e investigación del patrimonio cultural. Retos en los museos contemporáneos, pp 95 -113 en Alteridades (16). Universidad Autónoma de Metropolitana. México.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2002). Informe de Desarrollo Humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. Chile.

Salkind, N. (1999) *Métodos de investigación*. Prentice Hall, México.

Schmilchuk, G. (2003) Venturas y desventuras de los estudios de públicos, pp 1-10. en Museos y Público de Venezuela. [http://museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico0006\(2\).shtml](http://museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico0006(2).shtml). (Consultado 10-05-2003).

Screven, C. G. (1993) Estudios sobre visitantes, pp 4-5 en *Museum*. UNESCO Internacional (173). UNESCO. París.

Sociedad de Museos Quebequenses. (2001) *Conozca a sus visitantes. Guía de encuesta por sondeo. Programa de Ayuda a los Museos, del Ministerio del Patrimonio Canadiense y Museo de la Civilización de la Ciudad de Québec*. Primera edición. Canadá.