

EL MUSEO COMO ESPACIO DE DESARROLLO LOCAL. UNA EXPERIENCIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Rosa María Hervás Avilés

Universidad de Murcia, Murcia, 30003, Spain
rhervas@um.es

Antonia María Sánchez Lázaro

Universidad de Murcia, Murcia, 30003, Spain
amsanchez@um.es

Magdalena Castejón Ibáñez

Universidad de Murcia, Murcia, 30003, Spain
mmagdalena.castejon@um.es

Palabras clave: Museo - desarrollo local - participación ciudadana

Resumen

En este trabajo se presentan los primeros resultados de una investigación realizada en la Universidad de Murcia (Programa de Doctorado Educación y Museos: Patrimonio, Identidad y Mediación Cultural) en colaboración con el Museo de Bellas Artes de Murcia (MUBAM) y su entorno socio-cultural. Nuestros objetivos son: mejorar las metodologías de acercamiento y comunicación entre los museos y su entorno; potenciar la participación de todos los colectivos ciudadanos en los museos para fomentar su potencial como agentes de desarrollo sociocultural y espacios para la educación patrimonial no formal; definir una metodología para conocer las características y necesidades socioculturales de los ciudadanos que viven en los barrios próximos al MUBAM y su capacidad para responder a sus demandas. Se han utilizado métodos cuantitativos y cualitativos. Por un lado se ha realizado un estudio descriptivo no experimental tipo encuesta y, por otro, un estudio de casos analizando cualitativamente la documentación obtenida mediante entrevistas semi-estructuradas. Los participantes en esta investigación son: 426 personas, usuarias de los centros y asociaciones culturales próximas al MUBAM; 19 responsables de estos centros; 3 técnicos del MUBAM. Concluimos que será necesario diseñar una propuesta concreta de colaboración del museo con los centros socioculturales para favorecer la participación social y la democracia cultural basada en las necesidades de los implicados directos. Conocer el entorno en el que se ubica un museo es básico para concebir el marco de actuación concreto de unos colectivos específicos, optimizando sustancialmente la calidad de la experiencia museística. La participación de los agentes sociales y culturales del entorno en el desarrollo de la actividad del museo es una estrategia necesaria para fomentar la inclusión global.

Abstract

Presentation of the research results made in the Doctoral Program in Education and Museums: Heritage, Identity and Cultural Mediation of the University of Murcia (Spain) in collaboration with the Museum of Fine Arts of Murcia (MUBAM) and its socio-cultural environment. The goals of this work are: improving methodologies of approach and communication between museums and their environment; promoting the participation of every citizens group in museums to foster their potential as agents of socio-cultural development and heritage; defining a methodology to know the characteristics and socio-cultural needs of the citizens who live in the neighborhoods of the MUBAM, and its capability to respond to their demands. The methodology used has been: quantitative: non-experimental descriptive questionnaire, and qualitative methodology: analysis of documentation, case studies through demi-structured interviews. The participant sample was of 426 users of centers or sociocultural associations near the surroundings of the Museum; 19 responsible for the centers; 3 MUBAM workers. Some of the main conclusions that have been reached are the following: It is necessary to design a proposal of collaboration between Museums and socio-cultural centers to encourage social participation and cultural democracy. Learning about the Museum environment is essential to conceive the concrete framework of some specific groups and to optimize their experience. The participation of the social and cultural agents of the museum environment is needed to promote the global inclusion of all groups.

Résumé

Présentation des résultats d'une recherche réalisée dans le cadre du Programme de Doctorat en Éducation et Musées: Patrimoine, Identité et Médiation Culturelle de l'Université de Murcia (Espagne), en collaboration avec le Musée des Beaux-Arts de Murcia (MUBAM) et son environnement socioculturel. Les objectifs du travail sont les suivants : l'amélioration des méthodes d'approche et de la communication entre les musées et leur environnement; la promotion de la participation de tous les groupes de citoyens avec les musées pour améliorer leur potentiel en tant qu'agents de développement social et culturel et du patrimoine; la définition d'une méthode pour connaître les caractéristiques et les besoins socioculturels des citoyens qui vivent dans les quartiers du MUBAM, et sa capacité à répondre à leurs demandes. Nous avons utilisé des méthodes quantitatives et qualitatives. Deux études ont été réalisées : d'une part, une étude descriptive non expérimentale avec une enquête et, d'autre part, une étude de cas analysant qualitativement les documents obtenus par des entretiens semi-structurés. L'échantillon des participants était de 426 utilisateurs de centres ou associations culturelles situés près du MUBAM, 19 responsables des centres et 3 travailleurs du MUBAM. Les principales conclusions qui ont été tirées sont les suivantes. Il faudrait concevoir une proposition de collaboration entre musées et centres socioculturels pour encourager la participation sociale et la démocratie culturelle, L'apprentissage de l'environnement du Musée est également essentiel pour concevoir le cadre concret de certains groupes spécifiques et pour optimiser leur expérience. Enfin la participation des acteurs sociaux et culturels du milieu muséal est nécessaire pour promouvoir l'inclusion globale de tous les groupes.

Justificación

En este trabajo se presentan los primeros resultados de una investigación que surge gracias a la colaboración entre el Museo de Bellas Artes de Murcia (MUBAM) y la Universidad de Murcia¹. Se fundamenta en los principios establecidos por la Nueva Museología: democracia cultural, comunidad, territorio, concienciación, sistema abierto, interactivo y multidisciplinar, diálogo entre sujetos (Hernández Hernández, 2012; Maure, 1996; Stoffel, 2012), supuestos que se han generalizado a todo el campo museístico y patrimonial sacudiendo los cimientos de la museología tradicional.

Para los ideólogos de la nueva museología uno de los pilares claves para la democratización cultural es la participación ciudadana y la relación del museo con la comunidad local y el territorio. Sin embargo, todavía la praxis museística dista mucho de aproximarse a estos principios. A pesar de lo dicho, existen propuestas que intentan articularse alrededor de estos propósitos sorteando los desajustes que se producen entre la teoría y la práctica, así como las dificultades que se dan cuando aquella se lleva a cabo (Arrieta Urtizberea, 2008).

Diversas son las teorías y proyectos que avalan la relevancia de trabajar y avanzar en esta línea de investigación museológica en la que predomina una visión global que prioriza la función social del museo por encima de cualquier otro aspecto. Janer Amargos y Blanch Bofil (2012), apuestan por impulsar acciones participativas en el museo que incidan en el desarrollo local, trabajando para ello en redes que impliquen a agentes de diversas disciplinas, facilitando así la transmisión del conocimiento. Para algunos autores el museo debe amplificar los problemas e inquietudes ciudadanas con respecto al patrimonio (Martínez Gil y Santacana Mestre, 2013), integrándose en su ámbito concreto de acción (que deberá reconocer anticipadamente), y desarrollando su poder emancipador.

Para aplicar estas teorías hay que evaluar la realidad concreta en la que se pretende actuar, mediante análisis previos que permitan valorar el nivel de conocimiento de los colectivos con los que el museo debe trabajar, estudiando las demandas de los propios ciudadanos y conociendo la oferta cultural y educativa del entorno para así establecer líneas concretas de actuación (Pastor Homs, 2011).

Con el fin de conseguir una institución más social, los museos han desarrollado nuevas estrategias educativas que permiten abrir sus actuaciones a nuevos públicos. Sin embargo, y a pesar del consenso generalizado del avance de los museos en pro de la relación con la sociedad, dejando atrás la

¹ Programa de Doctorado de la Universidad de Murcia: Educación y Museos en el que se abordan desde el año 2010 investigaciones realizadas con los museos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM).

museología tradicional, es necesario cuestionar qué sigue impidiendo que este enfoque se extienda de una forma más consciente y coherente en todos los museos. Son recurrentes las voces que piden una reflexión al respecto del cambio de rumbo experimentado, como es el caso de Díaz Balerdi (2012), quien destaca que por debajo de los cambios acontecidos en las instituciones museísticas, la estructura principal de las mismas no se ha modificado sustancialmente.

Esta investigación surge dentro de este contexto en el que es conveniente revisar qué aspectos de esa relación museo/entorno son susceptibles de analizar, cuestionar y modificar (Sabaté Navarro y Gort Riera, 2012).

El estudio se plantea ante la necesidad constatada de diseñar una metodología de investigación oportuna con la que poder conocer y analizar el territorio en el que el museo se sitúa, especificando intereses y necesidades, para adaptar las estrategias del museo al mismo. Los motivos originarios de este trabajo son: mejorar las metodologías de acercamiento y comunicación entre los museos y su entorno; potenciar la participación de todos los colectivos ciudadanos en los museos; favorecer el potencial que ofrecen los museos como agentes de desarrollo sociocultural y espacios para la educación patrimonial no formal. Dentro de este ámbito de interés científico, nuestro trabajo de investigación se centra en el Museo de Bellas Artes de Murcia (MUBAM), un museo regional situado en un contexto social y cultural muy característico por su diversidad en la ciudad de Murcia, en el que se analizan sus oportunidades como catalizador del desarrollo sociocultural próximo a través de la participación de los agentes sociales afines y cercanos.

Así, el interés de este estudio es conocer la actividad desarrollada por los agentes socioculturales próximos al museo, para identificar líneas y puntos de encuentro que faciliten su comunicación entre el entorno. ¿Cómo se puede mejorar la relación del MUBAM con el contexto social en el que se encuentra inserto y convertirse en un espacio para la participación y el desarrollo sociocultural comunitario?

El Museo de Bellas Artes de Murcia y su entorno

El Museo de Bellas Artes de Murcia es una institución de titularidad estatal con gestión transferida a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. El entorno del museo se caracteriza por su diversidad social y cultural. Los barrios limítrofes son muy diferentes, destacando zonas muy ricas en términos históricos y culturales, incluso con una zona universitaria, y por otro lado, áreas más degradadas con serios problemas de pobreza y drogadicción. La actividad cultural y social de la zona se organiza en los centros socioculturales (un centro cultural, cuatro centros de mayores y cuatro centros de la mujer) y una gran diversidad de asociaciones, colectivos y fundaciones que trabajan con sectores de población generales o específicos como discapacitados, inmigrantes, gitanos, personas sin hogar.

El análisis y observación previa de la realidad de los museos de la CARM (Tiburcio, 2015) muestra la inexistencia de una red que coordine y facilite la comunicación entre éstos y los diferentes agentes o entidades de tipo social y cultural de la zona. Tampoco existen, por parte del museo, estudios que analicen los intereses del público y del no público, por lo que las actividades planteadas se formulan sin una concepción real de las necesidades, como suele ser habitual, por otro lado, en la mayoría de instituciones museísticas.

Objetivos y variables

En consecuencia a lo anteriormente dicho, el fin último de este trabajo es definir una metodología de trabajo que permita conocer las características y necesidades socioculturales de los ciudadanos que viven en los barrios limítrofes al MUBAM, y el potencial de este museo para responder a estas demandas sociales. Nuestro objetivo es conocer la actividad desarrollada por los agentes

socioculturales próximos al MUBAM e identificar líneas y puntos de encuentro que faciliten su comunicación entre el entorno y museo.

Las variables de estudio sobre las que se ha obtenido información cuantitativa son las siguientes: el perfil ciudadano de los habitantes de los barrios limítrofes al MUBAM; las actividades desarrolladas en centros culturales y asociaciones; los hábitos culturales de la muestra participante en esta investigación; las necesidades sociales del entorno; las relaciones con otros museos y la imagen que los ciudadanos, público potencial del museo, tiene del mismo como espacio de colaboración sociocultural.

Asimismo, se han analizado cualitativamente las metacategorías siguientes: actividades generadas por la entidad; colectivos destinatarios; propuesta de nuevas actividades relacionadas con las necesidades sociales del entorno; relación que se da entre los centros socioculturales y museo; valoración del museo como espacio de colaboración social.

Método

Se trata de una investigación en la que se han utilizado métodos cuantitativos y cualitativos. Por un lado se ha realizado un estudio descriptivo no experimental tipo encuesta y, por otro, un estudio de casos en el que se han aplicado los criterios para el diseño de los métodos de calidad identificados por Flick (2015): indicación en cuanto a la estructura del procedimiento investigador, definido desde el principio; adecuación de las preguntas de investigación planteadas, así como a la construcción de los instrumentos de recogida de datos; apertura a la flexibilidad, con respecto a los datos obtenidos y a las necesidades que han ido surgiendo en el desarrollo de la investigación.

Participantes

Los participantes en esta investigación son, por un lado, 426 personas, usuarias de los centros y asociaciones culturales próximas al MUBAM. Se trata mayoritariamente de mujeres (63%9) españolas de las que el 33,8% son mayores de 65 años. El 50,7% de los participantes no tiene estudios o su nivel instruccional es básico. En cuanto a su ocupación actual, el 52,3% son personas que están jubiladas o desempeñan tareas domésticas, el 28% son trabajadores en activo, el 15,5% buscan empleo, el 4,2% restante estudian o tienen una situación laboral indeterminada. La mayoría (82,2%) de los participantes asiste semanalmente a los centros culturales o asociaciones a realizar actividades formativas, artísticas, culturales y de mantenimiento físico. La mayor parte afirma que desde los centros culturales y las asociaciones no se promueve la visita al MUBAM, aun cuando el 66% dice conocer este museo. Para la selección de esta muestra se ha utilizado una técnica de muestreo no probabilístico, aleatorio, causal.

Por otro lado, han colaborado 19 técnicos, coordinadores y/o presidentes de los centros de mayores, de la mujer y los centros culturales de los barrios limítrofes, así como los representantes de asociaciones/federaciones y/o colectivos del ámbito cultural, social o educativo que trabajan en los barrios anteriormente citados. Se trata de personas, en su mayoría jubiladas y con estudios superiores que dirigen o coordinan estos centros. De los 19 colaboradores entrevistados más de la mitad han sido mujeres, en concreto 10, siendo esta cifra también el número de personas participantes mayores de 65 años. El perfil formativo de los mismos refleja que 9 de ellos cuentan con estudios superiores (licenciado, máster) y el resto ha obtenido una formación media (FP, diplomatura) o elemental. 16 de ellos son presidentes, coordinadores o responsables de los centros y únicamente se ha entrevistado a 3 personas que desarrollaban otros puestos como secretario o técnico.

Además, también han participado 3 técnicos del Museo de Bellas Artes de Murcia. Concretamente su director-conservador; la responsable de difusión y la coordinadora del servicio de guías del MUBAM. Los tres técnicos del museo tienen un perfil formativo de nivel superior (licenciado, máster), siendo de

estos, 2 mujeres y un hombre, de edades comprendidas entre los 30 y los 50 años. Dirigen, coordinan y representan sus respectivas áreas de trabajo. Su información nos ha permitido valorar globalmente las relaciones del museo con el entorno, concibiendo así las posibles líneas de actuación a desarrollar.

En estos dos últimos grupos de participantes el muestreo se ha orientado a recoger la heterogeneidad en el campo y a permitir el mayor grado de comparación posible. En nuestro caso se ha seleccionado la muestra identificando a los informantes clave: técnicos socioeducativos y técnicos del museo, clasificado este como muestreo de personas (Flick, 2015).

Procedimiento

Para dar respuesta a los objetivos planteados, la investigación se ha organizado en varias fases: en primer lugar se realizó un análisis cualitativo de la documentación del museo (estudios de público, infraestructuras, colecciones, etc.), y un estudio cualitativo del entorno, estudiando los datos sociodemográficos obtenidos y creando un mapa de redes, que sintetiza los recursos existentes en los barrios que han participado (La Fama, La Paz, Vistabella, San Juan, San Lorenzo y Santa Eulalia). Estos datos nos han servido para obtener un primer estado de la cuestión en relación a las características que definen al Museo de Bellas Artes de Murcia, institución gestionada desde 1985 por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia que alberga fondos de pintura y escultura de artistas de los siglos XV al XIX procedentes, en su mayoría, del antiguo Museo Provincial de Pintura y Escultura. El museo está emplazado en el lugar que ocupaba el antiguo Convento de La Trinidad en el que en 1910 se construyó el actual edificio, “Pabellón Cerdán” rehabilitado posteriormente en el año 2005. El museo alberga en 9 salas la exposición permanente. También dispone de espacios destinados a actividades didácticas. A partir del año 2010 se habilitó un nuevo espacio denominado “Pabellón del Contraste” en el que se realizan exposiciones temporales y donde se encuentran, entre otras, las zonas de administración y gestión del museo, biblioteca, talleres y salón de actos. Ambos pabellones comparten un patio interior en el que se realizan actividades diversas.

La entrada al museo es gratuita y permite participar en diferentes actividades como el Proyecto Alzheimer; los talleres infantiles y las visitas guiadas para escolares. Recientes investigaciones² concluyen que quienes más visitan los museos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia son mujeres españolas que viven en la ciudad de Murcia con una edad aproximada de 49 años, estudios universitarios y actividad laboral. Los estudios realizados por el MUBAM entre los años 2009-2014 muestran un descenso de visitantes y cierto estancamiento en la afluencia de público debido, sobre todo, al recorte presupuestario que ha sufrido la institución con la crisis económica de los últimos años. Por esta razón, el museo no ha podido mantener a todo el personal que tenía contratado anteriormente y la propuesta de actividades ha disminuido, aun cuando se mantienen algunas estrategias de fidelización del público como son: la inauguración de exposiciones temporales y las actividades de ocio (conciertos y fiestas temáticas) que atraen puntualmente un mayor flujo de visitantes o la organización de cursos formativos destinados a estudiantes universitarios y profesionales de museos. Sin embargo, al igual que otros muchos museos el público escolar “cautivo” es el que sirve para completar las siempre necesarias estadísticas de visitantes que tanto preocupan a los directores de museos. Las visitas planificadas para alumnado de centros educativos han aumentado en los últimos años y, en consecuencia, el número de visitantes escolares. El MUBAM se encuentra en un momento en el que necesita conectar con su público.

El entorno próximo al museo es diverso y nada homogéneo en la distribución de servicios y estructura social de su población. Aun así, al igual que el resto de la Región de Murcia, en los años 2009-2014 ha

² Museos para todos los públicos. Estudio de los visitantes reales y potenciales de la Región de Murcia. Proyecto de investigación subvencionado por la Fundación Séneca. Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia (15379/PHCS/10) dirigido por la profesora Rosa M^a Hervás Avilés.

experimentado la disminución, el envejecimiento y el empobrecimiento de sus habitantes³. En cuanto a las diferencias más significativas entre los distintos barrios próximos al MUBAM destacan las que singularizan los barrios de La Paz y de La Fama del resto: el bajo nivel educativo, económico y cultural de sus habitantes. En ellos se encuentra el único centro cultural de la zona y una oficina de los servicios sociales del ayuntamiento de Murcia que atiende las demandas de las familias que allí viven. En estos barrios son frecuentes los problemas relacionados con la drogadicción y la delincuencia.

Vistabella es un barrio con edificaciones de poca altura y zonas ajardinadas. Alberga una población joven y familiar que busca vivir en espacios abiertos, cómodos y bien comunicados. Los barrios de Santa Eulalia (antigua judería) y San Juan se ubican en el centro histórico de la ciudad de Murcia. Son muy populares y dinámicos. En ellos se sitúan pequeños talleres y comercios tradicionales. Aledaños a la universidad, los habitan familias de clase media. Proliferan establecimientos para la expansión y el tiempo libre como cafeterías, bares y pubs frecuentados por estudiantes universitarios. Finalmente el barrio de San Lorenzo se diferencia del resto por incluir el campus universitario de La Merced. Además, es el más próximo a la catedral de Murcia y al centro comercial histórico de la ciudad. En él residen estudiantes y familias acomodadas con niveles educativos, sociales y económicos superiores a las del resto de los barrios del entorno del MUBAM.

En una segunda fase, se ha realizado un estudio cuantitativo descriptivo tipo encuesta. Se ha diseñado un cuestionario para conocer a los usuarios de los 19 centros y asociaciones sociales y culturales cercanas al MUBAM⁴ que han participado en esta investigación como público potencial del museo, obteniéndose una muestra de 426 respuestas. Concretamente nos interesaban sus características sociales y educativas, los hábitos culturales que los definen, así como la relación y percepción que tienen con respecto a los museos en general y al MUBAM en particular.

Asimismo, se han elaborado dos tipos de entrevistas semi-estructuradas, una para los representantes de los centros y asociaciones participantes en el estudio, anteriormente citadas, concretamente se han realizado 19 entrevistas una a cada uno de los representantes. La otra entrevista fue realizada al personal del Museo de Bellas Artes de Murcia pudiendo conversar con los tres técnicos del mismo. Nuestra finalidad era conocer las relaciones del museo con su entorno próximo y diseñar estrategias pertinentes para optimizar su importancia en el desarrollo sociocultural. Finalmente, se han analizado los datos contenidos en los cuestionarios y se ha realizado un análisis de contenido de las entrevistas realizadas obteniéndose los primeros resultados de esta investigación.

A continuación describimos los instrumentos y técnicas utilizados en la segunda fase de la investigación, referidos a la información recibida de los usuarios de los centros socioculturales, los técnicos responsables de los diferentes centros socioculturales y los técnicos del museo.

Instrumentos y técnicas de recogida de información

Como ya se ha comentado anteriormente, los instrumentos para la obtención de datos han sido de dos tipos: el cuestionario para conocer el perfil de usuarios de centros socioculturales y asociaciones del

³ Según la Encuesta de Condiciones de Vida y el informe del 2015 de la Red Española de Lucha contra la Pobreza (EAPN), los datos para la Región de Murcia son alarmantes. El 44,9% de la población murciana, unas 658.601 personas, vive en situación o riesgo de pobreza o exclusión, la cifra más alta de todas las comunidades autónomas, solo superada por la Ciudad Autónoma de Ceuta.

⁴ Las entidades que han participado en esta investigación son: Centro Cultural de La Paz, Centro de la Mujer de La Paz, Centro de Mayores de La Paz, Centro de Mayores de La Fama, Centro de la Mujer de La Fama, Centro de Mayores de Vistabella, Centro de la Mujer de Vistabella, Centro de Mayores de San Juan-Santa Eulalia-San Lorenzo, Centro de la Mujer de Santa Eulalia, Asociación de Vecinos de Vistabella, Asociación L' Ajuntaera, Asociación de Cultura Popular de La Paz, Asociación Cultural Recreativa de Vistabella, Asociación de Inmigrantes NERI, Proyecto Hombre, Colectivo No te prives-LGTB, Fundación RAIS, Federación Murciana de Asociaciones de familias y personas con enfermedad mental –FEAFES y Fundación Secretariado Gitano.

entorno del MUBAM, consta de 23 ítems y está estructurado en 6 dimensiones relacionadas con las variables siguientes: perfil ciudadano; actividades realizadas en el centro/asociación; hábitos culturales; necesidades sociales del entorno; relación con museos; museo como espacio de colaboración sociocultural.

Además se diseñaron dos entrevistas semi-estructuradas, una dirigida a técnicos socioculturales representantes implicados de la red sociocultural investigada, para conocer la valoración que los agentes socioculturales próximos al MUBAM tienen del mismo. Y otra dirigida a los técnicos del museo, para obtener información sobre el potencial del museo como espacio para el desarrollo social, sumando en total 22 entrevistas. En ambos casos se han identificado las mismas metacategorías, lo que permite analizar los datos comparativamente, añadiendo mayor rigor a la investigación, en cuanto a su diseño, lo que favorece la calidad de la misma (Miles y Huberman, 1994). Las metacategorías seleccionadas han quedado definidas en los siguientes términos:

- M1. Actividades generadas por la entidad
- M2. Colectivos destinatarios
- M3. Propuesta de nuevas actividades relacionadas con las necesidades sociales del entorno
- M4. Relación que se da entre los centros socioculturales y el museo
- M5. Valoración del museo como espacio de colaboración social

Análisis de datos

Análisis cuantitativo de datos

En este primer estudio se ha realizado un análisis cuantitativo de los datos obtenidos en el cuestionario diseñado para este estudio para lo que se ha utilizado el programa estadístico SPSS versión 19, con el que se han podido conseguir análisis descriptivos de frecuencias y porcentajes.

Análisis de datos cualitativos

La mejor manera de organizar la gran cantidad de información que se almacena en una investigación cualitativa, es organizarla adecuadamente, reduciéndola a categorías, a través de la codificación de los datos. En nuestro caso, se ha establecido un sistema de categorías mixto denominada mixta (Rodríguez, Gil y García, 1999) basado en la vía inductiva y deductiva, esto es, en primer lugar se definieron las categorías previamente a la toma de datos (consensuadas por los diferentes profesionales), y por otro lado, se incluyeron las que han ido surgiendo durante el proceso de codificación de las entrevistas. Para representar la información se han desarrollado mapas conceptuales, producto de la reducción de información facilitada por los entrevistados según las categorías seleccionadas. Como se puede deducir, la codificación y categorización se ha combinado con el análisis de datos cuantitativos estandarizados, con los que los datos participan de la triangulación de los mismos (Gibbs, 2007). Además, esto nos va a permitir desarrollar un análisis comparado de la información obtenida.

Resultados

En relación al objetivo de este trabajo pasamos a mostrar los resultados obtenidos en el análisis de los datos recogidos en los diferentes instrumentos: cuestionario y entrevistas.

Con respecto a la información obtenida de los **cuestionarios** los resultados han sido los siguientes:

1. La mayoría (82,2%) de los participantes asiste semanalmente a los centros culturales o asociaciones a realizar actividades formativas, artísticas, culturales y de mantenimiento físico.

La mayor parte afirma que desde los centros culturales y las asociaciones no se promueve la visita al MUBAM aun cuando el 66% conoce este museo.

2. Su tiempo de ocio lo emplean, sobre todo, en actividades en las que pueden relacionarse socialmente con amigos y familiares y otro tipo de actividades culturales como ir al cine, asistir a conciertos o realizar actividades deportivas.
3. Los participantes conocen y están sensibilizados con los problemas sociales del lugar en el que viven preocupándose fundamentalmente el desempleo (54,7%); la pobreza de parte de sus conciudadanos (44,1%); la drogadicción (34,1%); la delincuencia (29,1%) y la violencia (24,4%) que se deriva de los desajustes sociales existentes; el fracaso escolar (23,7 %) y la homofobia (7,7%). El 74,6% considera que los centros culturales y asociaciones que frecuentan son sensibles a los problemas de su entorno.
4. Solamente el 56,1% de la muestra participante ha visitado el MUBAM u otros museos de la ciudad y muy pocos han participado en actividades promovidas por esta institución (16,7%). En general afirman que desde los centros culturales y las asociaciones no se promueven actividades relacionadas con los museos (84%).
5. Los museos son considerados lugares para el desarrollo social y cultural (46,2%), para educar y formar (37,6%) o para pasar el tiempo de ocio (15,7%).
6. Casi el 80% de las personas participantes opina que los museos son instituciones poco permeables a las necesidades y demandas de su entorno en la planificación de actividades, aun cuando creen (66%) que son o deberían ser espacios de debate y reflexión para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
7. Las actividades promovidas por centros socioculturales son variadas y se planifican teniendo en cuenta las demandas de los usuarios y los presupuestos disponibles (subvenciones, cuotas de socios), siendo los propios vecinos quienes proponen charlas y actividades concretas.

En cuanto a las **entrevistas** realizadas a los técnicos y a los responsables de las asociaciones y centros culturales por un lado, y por otro a los técnicos del museo, se van a presentar los resultados haciendo referencia a las metacategorías definidas previamente, analizando la información recopilada de forma descriptiva. De esta forma, se plantean a continuación las líneas coincidentes y destacables surgidas tras analizar y comparar las distintas entrevistas, permitiéndonos organizar los datos obtenidos de los informantes del entorno y de los técnicos del museo de forma comparada. Esta información queda reflejada a través de las distintas tablas que se han elaborado, en las que se reflejan las categorías (C) y subcategorías por orden de jerarquía para su análisis y posterior interpretación.

Análisis comparativo de las categorías identificadas para los dos grupos de entrevista

- Metacategoría 1. Tipo de actividades generadas por la entidad. Para esta metacategoría se han identificado dos categorías: el tipo de actividad (C1), y organización y gestión de la programación (C2) información que ha sido recogida en la tabla nº 1 y que a continuación presentamos.

Tabla 1: Tipo de actividades generadas por la entidad

Categorías	Técnicos centros socioculturales	Técnicos del museo
Tipo de actividades (C1)	-Actividades artísticas: pintura, bolillos, manualidades -Actividades culturales: música, canto, lectura, teatro, visita a exposiciones	-Actividades didácticas para escolares
	-Actividades físico saludables	-Actividades de difusión para público general

	-Actividades de acción social	-Actividades de conservación del patrimonio
Cómo se diseñan los programas (C2)	-Según demanda de los usuarios	-Propuestas por la dirección y el servicio de museos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
	-Presupuesto	-Presupuesto

Elaboración propia

Con respecto a esta categoría las actividades promovidas en los centros socioculturales se agrupan en diversas subcategorías, destacando con más de un 80% las de tipo artístico y/o cultural, seguidas por nivel de participación en las de origen físico y/o saludable. Por otro lado, las actividades prioritarias del museo son los talleres didácticos, seguidas de actividades generales de difusión (66%).

En cuanto a la forma en que estas propuestas se organizan y gestionan, cerca de un 70% de los técnicos socioculturales entrevistados, incide en la importancia de tener en cuenta a los usuarios y sus correspondientes demandas e intereses, tal y como ha reflejado uno de los técnicos entrevistados: *“Los propios vecinos también proponen charlas y actividades concretas”* (AE2). Por el contrario, los técnicos del museo afirman que la organización y decisión es del órgano gestor de la totalidad de las actividades, incluyendo en las decisiones para los talleres escolares, a las guías del museo, Así lo ha reflejado uno de los técnicos entrevistados: *“Solemos mantener las que funcionan habitualmente, como los talleres didácticos enfocados a escolares durante la semana, y los que se ofrecen durante el fin de semana. Se van modificando por ejemplo según las exposiciones temporales que vamos ofreciendo, o por ejemplo, para Navidad o eventos concretos como la Noche de los Museos. Tratamos de innovar e ir mejorando siempre dentro de nuestras posibilidades. Normalmente se plantean por parte de la dirección del museo, el servicio de difusión y educación del servicio de museos, y también las guías del museo, aportan su visión puntualmente en algunas actividades, principalmente las escolares”* (TM1).

Como podemos apreciar las asociaciones y centros culturales tienen una estructura organizativa en la que los destinatarios están presentes en las actividades que planifican y plantean una diversidad de actividades socioculturales, sin embargo, el museo se presenta como una institución que centra sus actividades en las propuestas realizadas por los expertos o técnicos culturales y las acciones que desarrollan son bastante más limitadas. Esto puede dificultar que el museo conozca las necesidades de sus posibles visitantes, y por tanto, tener un carácter menos cercano y abierto a la ciudadanía.

- Metacategoría 2: Colectivos destinatarios. En esta metacategoría se han distinguido cuatro categorías: a quién se dirigen las actividades (C1), colectivos no representados en la actividad cultural del entorno (C2), qué aportan las actividades al desarrollo del entorno (C3), necesidades sociales del entorno (C4), esta información se resume en la tabla nº 2 que a continuación presentamos.

Tabla 2: Colectivos destinatarios

Categorías	Técnicos Centros socioculturales	Técnicos Museo
A quién se dirigen las actividades (C1)	- Personas Mayores - Mujeres - Usuarios en general	- Escolares - Público general - Universitarios y personas interesadas en el arte - Colectivos específicos (discapacitados, personas con enfermedad de

		Alzheimer...)
Colectivos no representados en la actividad cultural del entorno (C2)	<ul style="list-style-type: none"> - Inmigrantes - Gitanos - Colectivos en riesgo de exclusión - Jóvenes y niños 	
Qué aportan las actividades al desarrollo del entorno(C3)	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de la calidad de vida de las personas mayores - Lugar de encuentro y convivencia - Integración e inclusión - Desarrollo cultural - Ocio 	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilidad del museo para la sociedad - Difusión cultural - Inclusión de colectivos
Necesidades sociales del entorno (C4)	<ul style="list-style-type: none"> - Drogas - Delincuencia - Pobreza - Exclusión social 	

Elaboración propia

La opinión de los técnicos confirma la tendencia observada en los cuestionarios, siendo los grupos destinatarios de las actividades (C1) de los centros socioculturales principalmente las personas mayores (63%) y especialmente mujeres (más de un 35%), en este sentido se formularon argumentos del tipo: *“Las propuestas que tenemos tratan de mejorar la calidad de vida de las personas mayores, ofreciéndoles actividades diarias en las que se integran.”* (AE4). En relación a los colectivos prioritarios con los que trabaja el museo, destaca el público escolar, como el más asiduo, tal y como se recoge en el siguiente argumento: *“Tanto a escolares como jóvenes universitarios. Predomina el público relacionado con el ámbito del arte, pero en realidad pensamos al proponer las actividades en el público general, no específico, viene gente de todo tipo. Sin embargo, hay colectivos como el adolescente, que entendemos que no les interese, no planteamos tampoco las actividades para colectivos concretos”* (TM1). Tan sólo uno de los técnicos menciona que trabajan con colectivos con necesidades específicas.

De otro lado, los grupos no representados en las actividades propuestas (C2) por los centros socioculturales, y que están presentes en el entorno, son los inmigrantes (más del 50%) y el colectivo gitano, llama la atención la ausencia de niños y jóvenes. En el caso de los museos, salvo los niños, a través de las visitas guiadas, el resto de los segmentos de población no están incluidos como destinatarios de actividades específicas.

Las propuestas desde los centros (C3) tratan de mejorar la calidad de vida de las personas, según un 42% de los entrevistados, siguiendo en importancia como principal aportación al medio, el crear puntos de encuentro para fomentar la convivencia y la participación social. Las propuestas que plantean desde el museo, suponen para el entorno una mayor visibilidad del museo (66%), así como un espacio para la cultura accesible (66%).

Existe consenso en las entrevistas a los responsables de los centros socioculturales sobre las principales necesidades sociales del entorno (C4), destacando con una coincidencia de casi un 70% el tema de las drogas, seguido por la pobreza y la delincuencia, datos desconocidos para los técnicos de los museos.

Así podríamos decir, que los centros socioculturales, a pesar de trabajar con un abanico amplio de colectivos, tienen pendiente incorporar personas que se encuentran en situación de exclusión y que forman parte del tejido social vecinal. Estos centros, conscientes de su función como agentes de

desarrollo cultural, reconocen las necesidades sociales del entorno a las que se ha de dar respuesta para mejorar la convivencia del mismo, lo que nos facilitaría poder abordar estas cuestiones desde la promoción de la cultura. Sin embargo, el museo nuevamente se muestra ajeno a las necesidades del entorno, aunque reconoce su función de difusión cultural y de inclusión de diferentes colectivos, y democratizadora de la cultura. Estos datos nos permitirían, en una primera fase, avanzar en la propuesta de colaboración entre ambas instituciones desde el punto de vista de la inclusión, es decir, hacer accesible la cultura a todos los públicos, sobre todo a aquellos que hasta ahora han sido excluidos. Y en una segunda fase, avanzar en las posibilidades que ofrece el museo como espacio de participación social.

- Metacategoría 3. Propuesta de nuevas actividades relacionadas con las necesidades sociales del entorno; bajo esta metacategoría se han identificado dos categorías: actividades de mejora (C1) y limitaciones para el desarrollo de otras actividades (C2) información resumida en la tabla nº 3 y que a continuación presentamos.

Tabla 3: Propuesta de nuevas actividades relacionadas con las necesidades sociales del entorno

Categorías	Técnicos centros socioculturales	Técnicos Museo
Actividades de mejora (C1)	-Actividades de formación -Actividades de inclusión de otros colectivos -Actividades culturales -No se plantean	-Actividades para adultos, relacionadas con exposiciones -Actividades para jóvenes y adolescentes
Limitaciones para desarrollar otras actividades (C2)	-Presupuesto -Recursos humanos para su desarrollo -Falta de interés de los usuarios	-Falta de personal especializado -Falta de formación para atender a determinados colectivos -Falta de coordinación con otros centros

Elaboración propia

Aproximadamente el 30% de los técnicos socioculturales plantea que sería interesante ampliar la oferta de actividades (C1) de tipo formativo, en cambio las actividades de tipo cultural sólo se mencionan en un 15%, entendiéndose que al ser la tipología más ofertada se cubre la demanda. Los técnicos de museos afirman en un 66% que sería interesante plantear actividades concretas para jóvenes y adolescentes, aunque también se menciona lo interesante de crear actividades didácticas, no solo para escolares, sino también para el público adulto, así uno de los técnicos afirmó que: *“Para los adultos nos gustaría crear más talleres, no limitándose solo a la visita guiada. También nos gustaría acceder al público adolescente porque está un tanto olvidado y no les interesa para nada el museo. Habría que adaptar las actividades a sus interés, pero es complejo porque habría que profundizar en sus inquietudes...”* (TM3).

En cuanto a las limitaciones para poder ofrecer otras propuestas (C2) los técnicos socioculturales destacan las de origen presupuestario mencionándose en un 63% de los casos, así como la falta de recursos humanos, además en un porcentaje más bajo se habla de la falta de interés por desarrollar otro tipo de actividades tal y como se recogió en la siguiente afirmación: *“...existe otro impedimento aparte del gestor/económico: el nivel cultural medio de los usuarios es medio bajo y no suelen estar interesados en actividades de tipo cultural ni surgen iniciativas interesantes. No contamos con personas que tengan los conocimientos ni información para poder plantear algún proyecto de esas características.”* (AE5). Por otro lado, los técnicos de museos subrayan la falta de personal, y la formación específica del personal existente para poder ejecutar proyectos concretos con colectivos con necesidades especiales.

Tras los datos aportados en esta metacategoría se vislumbra que es posible por parte de ambas instituciones, museo y centros socioculturales, trabajar siguiendo una misma línea, teniendo presente las necesidades socioculturales del entorno, ampliando los colectivos a los que destinan sus actividades, y haciendo hincapié en las actividades culturales, lo que permite poner en relación a ambos centros, que por el momento han planteado como propuesta de mejora la necesidad de coordinación entre ambos, formar a sus técnicos en este ámbito, así como motivar a los ciudadanos para que formen parte activa de este proyecto.

- Metacategoría 4. Relación que se da entre los centros socioculturales y el museo. Con respecto a esta metacategoría se han obtenido dos categorías: relación entre centros/asociaciones y museo (C1) y valoración sobre la mejora de la relación entre ambos (C2) información incluida en la tabla nº 4 y que a continuación presentamos.

Tabla 4: Relación que se da entre los centros socioculturales y el museo

Categorías	Técnicos centros socioculturales	Técnicos Museo
Relación actual entre ambos (C1)	-No existe comunicación -No se ha participado -Puntual a través de visitas guiadas -Puntual por actividades (fiestas, formación...)	-Mejorar en cuanto a la comunicación y difusión de las actividades
Valoración sobre mejora de la relación entre ambos (C2)	-Mejorar la comunicación a través de proyectos colaborativos (+) -Inclusión de colectivos (+) -Falta de interés (-) -Falta de oferta de actividades accesible para estos colectivos (-)	-No se plantean estrategias específicas para el entorno, actúan en el ámbito regional

Elaboración propia

Cerca de un 65% de los técnicos socioculturales considera que su respectivo centro o asociación no tiene, ni ha tenido ningún tipo de relación con el MUBAM (C1). Tan sólo un 15% mencionaba haber participado en alguna actividad puntual, generalmente visitas guiadas. En este sentido uno de los técnicos argumentaba: “...sería muy conveniente que esto cambiara ya que los propios ciudadanos no conocen los museos que tienen en su entorno más próximo. Esta percepción es general para toda la Región de Murcia y su red de museos. No se conoce lo que se tiene.” (AE6).

Para los técnicos del museo esta relación viene dada por la difusión de sus actividades y mejora los canales de comunicación, en este sentido se recoge el siguiente argumento: “Somos conscientes de que deberíamos tener mejor difusión a través de las redes sociales, porque la comunicación llegaría a mucha más gente. También mejorar la página web para hacerla más dinámica. Es necesario también mejorar la cartelería e indicaciones para llegar al museo y visibilizarlo más.”. (TM2).

Ante la cuestión de si esta relación se podría optimizar (C2), un tercio de los técnicos socioculturales menciona que sería positivo poder llevar a cabo proyectos colaborativos entre ambos espacios. Sin embargo, el 30%, piensa que aun siendo positivo, sería muy complejo. Los técnicos del museo no se plantean estrategias de colaboración con el entorno, pues su trabajo es de ámbito regional.

Esta metacategoría nos plantea las dificultades a superar para que la relación inicial entre ambas instituciones tenga lugar. El tema central se plantea por comenzar a comunicarse entre ellas, e intentar superar la relación puntual, que en el mejor de los casos, se da a través de alguna visita guiada. Tal vez se pueda comenzar por establecer algún proyecto de colaboración mutua, y poder ir acercando los intereses de ambas instituciones en beneficio de los ciudadanos, superando las dificultades planteadas,

como la falta de interés, realizando una oferta de actividades accesibles a los diferentes públicos y demandando a las instituciones regionales desarrollar estrategias específicas que actúen a nivel de entorno sociocultural desde el museo, invirtiendo el argumento dado por los técnicos del museo, que vuelve otra vez a presentarse como una institución con poca capacidad de autonomía para adaptarse a las necesidades socioculturales de su entorno.

- Metacategoría 5. Valoración del museo como espacio de colaboración social; en esta metacategoría se han reconocido tres categorías: diferencias entre ambas instituciones (C1), valoración del museo como espacio para el desarrollo sociocultural (C2) y propuesta para fomentar un museo más social (C3) información recogida en la tabla nº 5 y que a continuación presentamos.

Tabla 5: Valoración del museo como espacio de colaboración social

Categorías	Técnicos Centros socioculturales	Técnicos Museo
Diferencias entre ambas instituciones (C1)	-Actividades más cercanas y accesibles - La actividad del museo aburre - Sólo para profesionales de arte -Asociada a visita guiada, puntual	-Los museos no interesan a todo el mundo, actividades concretas en torno al arte -Están fuera de intereses de ocio de muchas personas -La difusión del museo es mejorable
Valoración del museo como espacio para el desarrollo sociocultural (C2)	-Complejo por falta de accesibilidad -Positivo para poder abordar el desarrollo cultural de los usuarios -Positivo para fomentar la inclusión social de colectivos concretos	-Positiva para la inclusión de todos los colectivos sociales -Positivo para poder abordar el desarrollo cultural de los usuarios -Positiva para la inclusión de colectivos sociales concretos
Propuesta para fomentar el museo social (C3)	-Mejorar la comunicación y difusión de las actividades del museo -Adaptar las propuestas a los intereses de los colectivos -Desarrollar metodologías de colaboración -Plantear proyectos continuos que generen asiduidad -Mejorar acceso a gestión -Compartir espacios	-Formación específica de los guías para atender a todos los colectivos. -Trabajar colectivamente con las entidades del entorno. -Trabajar en red con el resto de museos

Elaboración propia

Para los técnicos socioculturales (más de 50%), la diferencia básica principal (C1) entre centros/asociaciones y museos es el tipo de actividades planteadas, más cercanas, adaptadas y accesibles a los ciudadanos. Afirman que en el museo las actividades están enfocadas solo a profesionales del arte. El total de los entrevistados está de acuerdo en plantear que los museos no son interesantes para un porcentaje determinado de la sociedad, y que no tiene por qué interesar a todo el mundo como opción de ocio.

Cuando se les plantea a los técnicos socioculturales la posibilidad de concebir el museo como un espacio de desarrollo sociocultural (C2), un 26% estima que sería complejo, por la falta de accesibilidad, en estos momentos, del museo para diversos colectivos concretos. Los técnicos de museos asumen que sería una tarea complicada, afirmando que los museos no son interesantes para un

porcentaje determinado de la sociedad, y que no tiene por qué interesar a todo el mundo. La idea de museo como espacio para el desarrollo del entorno, crea sus dudas. A pesar de ello, un 21% piensa que sería altamente beneficioso potenciar desde el museo la inclusión de la comunidad.

Entre las propuestas para fomentar el museo social (C3), los técnicos socioculturales incluyen por grado de importancia: mejorar la comunicación y difusión de las actividades del museo, adaptar las propuestas a los intereses de los colectivos representados en el entorno, desarrollar metodologías de colaboración, plantear proyectos continuos que generen asiduidad, mejorar el acceso a la gestión, así como compartir espacios. A continuación presentamos uno de los argumentos ofrecidos por uno de los técnicos socioculturales que recoge algunas de las ideas propuestas: *“Es complicado de definir, pero aparte de mejorar la comunicación de la oferta de actividades, se necesitarían actividades complementarias para poder entender mejor las exposiciones y poder debatir cuestiones sociales, históricas y de cultura popular que puedan surgir a partir de ellas. Hacer los discursos más amenos, cercanos, accesibles... más humanos y menos técnicos. Es fundamental que el museo sea constante en las actividades que puedan proponernos, y que exista un contacto más intenso y si es posible humano, con el museo y su personal. Es importante no desanimarse y ser constantes e involucrarse en el entorno, para que logren que el museo sea de todo el mundo, porque es de todos. La labor personal es imprescindible, es necesario moverse”* (AE10).

Los técnicos de museos destacan la necesidad de contratar personal específico (66%), y mejorar cualitativamente el servicio de comunicación y difusión del museo. A su vez, proponen desarrollar una formación específica para los guías que les permita atender a todos los visitantes, trabajar conjuntamente con las entidades del entorno y colaborar en red con el resto de museos compartiendo experiencias: *“Las guías estamos formadas para atender a estos colectivos y adaptar las actividades a sus necesidades, aunque echamos de menos renovar esta formación específica para ir adaptándonos a todos los colectivos que puedan venir. Creo que si se trabajara más colaborativamente con las asociaciones o centros sería muy útil para nosotras. Aunque el propio museo también debería de fomentar esos encuentros para formarnos, como se hizo con el proyecto Alzheimer. Eso fomentaría que esos colectivos vinieran mucho más, y nosotros les podríamos ofrecer muchos más servicios y atención. Hacer al museo más inclusivo simplemente creando una relación más estrecha entre museo y otras entidades. De hecho se debería hacer a nivel de la red de museos, no solo con éste, y trabajar en colaboración también en este sentido. Se podrían utilizar los recursos del museo para complementar los proyectos que cada colectivo esté trabajando en su propio centro”* (TM3).

Ambas entidades coinciden en las dificultades para que el museo se convierta en un espacio con carácter social, reconociendo la falta de accesibilidad. Además, vuelve a ponerse de manifiesto la necesidad de una democracia cultural en el ámbito museístico, la posibilidad de contemplar nuevos visitantes, incluyendo a todos los grupos sociales, mejorando la comunicación y la difusión. Se requieren nuevas propuestas metodológicas, y el trabajo colaborativo entre ambas entidades y la formación de los técnicos para desarrollar estas estrategias. Estas cuestiones pueden servir para comenzar a romper la barrera sociocultural que separa a ambos centros, aspectos que han de ser tenidos en consideración para desarrollar propuestas de participación ciudadana en las que el museo se convierta en un agente de cambio social.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos podemos afirmar que al igual que se pone de manifiesto en otras investigaciones (Sandell, 1998; Smith y Fouseki, 2011; Smith, 2015) existe una falta de diálogo entre el museo y los numerosos colectivos sociales en la elaboración de propuestas museográficas que les representen. Así, la participación ciudadana, más allá del consumo, es una cuestión que está por resolver en muchos casos, existiendo grandes lagunas y un déficit real de participación en las propuestas museísticas (García, 2015).

Al contrario que ocurre con los centros y asociaciones culturales, los museos continúan siendo instituciones productos de las élites políticas, espacios de poder ajenos a la mayoría de la sociedad y ausentes en muchos territorios. Los resultados de este trabajo muestran la necesidad de colaboración de ambas instituciones abriendo nuevas propuestas metodológicas de trabajo común que enriquezca la oferta cultural a los ciudadanos y dé respuesta a sus intereses en los temas que les preocupan, desarrollando prácticas de democracia cultural, en las que el museo vaya al encuentro del público reconozca sus necesidades socioculturales, atienda sus diferencias y renueve así, sus prácticas culturales (Paquin, 2015). ¿Por qué los colectivos a los que van destinadas las actividades de los centros socioculturales son muy diferentes a los públicos del museo? Los centros socioculturales trabajan con personas mayores y mujeres, en muchos casos personas desempleadas o jubiladas que disponen de tiempo libre semanal. Los museos, por el contrario, incorporan escolares, estudiantes universitarios y personas interesadas en el arte. Solamente en casos muy concretos, los museos se embarcan en propuestas museísticas con personas mayores (St.Jacques, Montgomery y Schacter, 2015), generalmente fruto de programas específicos de iniciativa externa al museo. A pesar de los múltiples programas que museos de otros países realizan con personas mayores y adultos en general, los recursos limitados del MUBAM y la necesidad de una formación específica expresada por sus técnicos, determinan esta fórmula de colaboración externa en detrimento de propuesta internas al propio museo. Se requieren propuestas museísticas centradas en las personas, y no tanto en los objetos, inclusivas y sociales que miren hacia los verdaderos protagonistas de los procesos de patrimonialización democrática de la cultura. El museo necesita implementar estrategias de intervención social y participación sociopolítica para la construcción, identificación colectiva y legitimación del patrimonio cultural. Su gran reto es la mediación con grupos tan diversos como son las personas mayores, inmigrantes, jóvenes, personas en riesgo de exclusión o con diversidad funcional, entre otras.

En cuanto al contenido y temática a abordar, los intereses que orientan a ambas instituciones son inicialmente distintos. Para el museo preservar, difundir y mostrar el patrimonio, mientras que los centros dirigen su atención a las actividades socioculturales. Se trata de potenciar la colaboración entre instituciones que desarrollan aspectos culturales desde distintas perspectivas. Para ello es necesario un trabajo coordinado. Así el centro cultural puede ligar sus actividades y difundir sus propuestas en el museo, mientras que este puede generar espacios de participación apoyándose en la experiencia y recursos con los que cuentan los centros socioculturales. Esto permitiría facilitar la simbiosis entre ambas entidades y superar las limitaciones burocráticas y de gestión que han puesto de manifiesto los técnicos del museo, institución que puede beneficiarse de los recursos participativos, la flexibilidad y la cercanía a la ciudadanía con la que cuentan los centros socioculturales. La incorporación de estrategias metodológicas activas y participativas permitirá a los visitantes compartir las actividades que se desarrollan en el museo, sean cuales sean sus características concretas (Rodrigo, 2007; Valenzuela et al., 2015).

Nuestros resultados ponen también de manifiesto que existen necesidades comunes que permiten y justifican la mutua colaboración de museos y centros socioculturales en el desarrollo del territorio. Abordar desde el punto de vista sociocultural temas como las drogodependencias, la pobreza, el desempleo o la delincuencia, facilitaría encontrar ese nexo de interés entre el museo y los ciudadanos (Calaf y Gutiérrez, 2014). La respuesta coordinada a las necesidades del entorno requiere la inclusión de nuevos colectivos sociales, el diseño de estrategias de participación adaptadas a las necesidades e intereses de los ciudadanos, y la credibilidad y cercanía a la que los centros se han hecho acreedores. Propuestas de este tipo se han desarrollado en otros museos, ofreciendo la posibilidad de que la institución se convierta en un verdadero agente de cambio social (Jenkins, 2009) para la cohesión de la comunidad (González Sanz y Feliu Torruella, 2015).

Asimismo, esta investigación evidencia la necesidad de que los responsables de la gestión del MUBAM, como los de otros muchos museos, replanteen las funciones del museo desde un enfoque social, ausente hasta el momento de su praxis museística. El museo debe abrirse a la comunidad en la

que se encuentra inserto (Sabaté Navarro y Gort Riera, 2012), adaptándose a los nuevos cambios sociales y, por tanto, a las nuevas demandas que los propios ciudadanos generan, tanto en el ámbito del ocio, como en la cultura y la educación. Para autores como Walzl (2006), la inclusión de nuevos públicos en los museos sólo podrá lograrse si se rompen las barreras existentes, atrayendo a los potenciales visitantes a través de actividades que les motiven. Para ello es necesario planificar distintas estrategias según las necesidades específicas de cada tipo de público.

En cuanto a la visión diversa entre las propuestas de los centros y el museo, radica principalmente en la prioridad de los primeros en promover el punto de encuentro y la convivencia. El museo también concibe su función como inclusiva, pero dando prioridad a la difusión de contenidos culturales, lo que se corresponde con la visión tradicional de la museología que apuesta por la conservación y la exhibición de sus muestras. El paso de una museología tradicional a una integral, como indica De Carli (2004), es la cuestión clave para comenzar a considerar al museo como un espacio participativo que implique a todos los ciudadanos y una forma de conseguirlo es a través de proyectos colaborativos (Quijano, 2012).

Los técnicos del MUBAM conocen la necesidad de ampliar las propuestas del museo con actividades didácticas para personas adultas (hasta ahora sólo existen para escolares y familias), y a sectores concretos como el de los jóvenes, lo que podría ser un punto de inflexión, pues se trata de uno de los colectivos que no suele estar representado en la actividad cultural y, en particular, en los museos (Pastor Homs, 2011).

El personal del museo necesita una formación actualizada adaptada a las nuevas funciones que hoy requiere un museo abierto a la comunidad. Para poder atender a todos los públicos, precisa una preparación adecuada y una mayor implicación en los procesos museológicos, aspectos que se vienen reivindicando, tanto por los propios profesionales, como en otras investigaciones de similar contexto (Fontal Merillas y Marín Cepeda, 2014).

La relación inexistente entre entorno y museo la justifican sus profesionales por el deficiente sistema de difusión del museo, asumida por sus propios responsables. Para mejorarla proponen la relación directa, personal y fluida entre responsables de ambos sectores y una red concreta de comunicación que incorpore diferentes propuestas digitales (Varela, 2007). Además, parece imprescindible la formación de sus técnicos en inclusión sociocultural, participación social y democracia sociocultural, para lo que es necesaria una fuerte inversión, que sin duda repercutirá positivamente en el desarrollo de experiencias que gocen de sentido real.

La principal diferencia entre centros y museos es la metodología de las actividades propuestas, apostándose en los primeros por la continuidad y la accesibilidad, lo que se demuestra con las estadísticas de asiduidad a estos espacios⁵. Una mirada hacia la animación sociocultural y la educación social desde el museo podría facilitar que las estrategias de acercamiento a la sociedad fueran más efectivas ¿Por qué no aprovechar las tendencias generales, de las que las comunidades también participan, en lo que respecta a valoración social de los museos y democratización del patrimonio? “La concepción del museo como centro cultural ha permitido desplegar con ciertas facilidades, y con una exitosa participación comunitaria, numerosas investigaciones” (Burón Díaz, 2012, 193). En definitiva, y tras analizar los datos obtenidos, se trataría de encontrar y facilitar canales de participación de la sociedad en el museo, pero remitiéndose al momento de la toma de decisiones y la gestión de recursos con el objetivo de movilizar todos los medios para el desarrollo de la comunidad, haciendo que los ciudadanos sean verdaderos copartícipes en este proceso.

⁵ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015. Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Conclusiones

La prospectiva investigadora de este trabajo se ha de centrar en la difusión y debate de los resultados obtenidos con todos los actores del estudio. Asimismo, será necesario diseñar una propuesta concreta de colaboración del museo con los centros socioculturales para favorecer la participación social y la democracia cultural basada en las necesidades de los implicados directos. Conocer el entorno en el que se ubica un museo es básico para concebir el marco de actuación concreto de unos colectivos específicos, optimizando sustancialmente la calidad de la experiencia museística. La participación de los agentes sociales y culturales del entorno en el desarrollo de la actividad del museo es una estrategia necesaria para fomentar la inclusión global. Existe una buena predisposición de los participantes en esta investigación para mejorar la comunicación, aunque es necesario concretar la metodología oportuna y los recursos disponibles. El museo puede ser un espacio en el que tratar todo tipo de cuestiones sociales, relativas a colectivos de cualquier condición y origen, fomentando así la participación y derribando las barreras que aún hoy lo concibe como un lugar ajeno a gran parte de la población. De ahí la necesidad de seguir trabajando en el diseño de metodologías de acercamiento a la ciudadanía, y en la implementación de estrategias adecuadas para comprender que el museo es un espacio más de nuestra vida.

Referencias

Arrieta Urtizberea, I. (ed.) (2008). *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos. Entre la teoría y la praxis*. Bilbao: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

AA.VV. (2016). *Encuesta de condiciones de vida. Participación social*. Madrid: INE.

Burón Díaz, M. (2012). Los museos comunitarios mexicanos en el proceso de renovación museológica. *Revista de Indias*, 72 (254), 177-212.

Calaf, R., y Gutiérrez, S. (2014). La ciudad como museo: Interpretaciones para construir utopía y urbanidad. *MIDAS. Museos e estudios interdisciplinarios*, (4). doi:10.4000/midas.728

De Carli, G. (2004). *Un museo sostenible*. Oficina de la UNESCO para América Central.

Díaz Balerdi, I. (2008). *La memoria fragmentada. El museo y sus paradojas*. Gijón: Trea.

Díaz Balerdi, I. (2012). Heráclito en el museo. En I. Díaz Balerdi (Ed.), *Otras maneras de musealizar el patrimonio* (pp. 271-283). Bilbao: Universidad del País Vasco, ARTIUM.

Fontal Merillas, O. y Marín Cepeda, S. (2014). El patrimonio como fluido: El modelo universal de Educación Patrimonial orientado a la inclusión social. En Fontal, O., Ibañez-Etxeberria, A., Martín L. (Coords). *Reflexionar desde las experiencias. Una visión complementaria entre España, Francia y Brasil. Actas del II Congreso Internacional de Educación Patrimonial* (pp-875-888). Madrid: IPCE/OEPE.

Recuperado de file:///Users/mac/Desktop/79b507_680ae82d4e754f5ba6718ca15129a33e.pdf

Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

García, I.M. (2015). El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo. *Complutum*, 26 (2), 39-47.

Gibbs, G. (2007). *Analyzing Qualitative Data*. London: Sage.

González Sanz, M. G., y Feliu Torruella, M.(2015). Educación patrimonial e identidad. El papel de los museos en la generación de cohesión social y de vínculos de pertenencia a una comunidad. *Clio*:

History and History Teaching, 41, 1-15. Recuperado de <http://clio.rediris.es/n41/articulos/gonzalezFeliu2015.pdf>

Hernández Hernández, F. (2012). Una aproximación a la definición de la Sociomuseología. *RdM. Revista de Museología*, 53, 15–29.

Janer Amargos, E., y Blanch Bofill, T. (2012). Museos locales y cohesión social en momentos de crisis. *RdM. Revista de Museología*, 53, 76–79.

Jenkins, H. (2009). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. MacArthur Foundation Report on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press. Recuperado de https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf

Martínez Gil, T. y Santacana Mestre, J. (2013). *La cultura museística en tiempos difíciles*. Gijón: Trea.

Maure, M. (1996). La nouvelle museologie, qu'est-ce que c'est? En Schärer, M.R. (Ed.) *Museum and Community II, ICOFOM Study Series*, 25, pp. 127-132.

Miles, M. B. and Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (Second edition). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Paquin, M. (2015). Médiation culturelle au musée: Essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence. *Animation, territoires et pratiques socioculturelles*, 8, 103-114.

Pastor Homs, M. I. (2011). *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. (Segunda edición). Barcelona: Ariel Arte y Patrimonio.

Quijano, M. (2012). La revolución de los museos y las instituciones culturales. *Fundación Telefónica, Patronato de Fundación Telefónica*, 90, 55- 60.

Rodrigo, J. (2007). Pedagogía Crítica y educación en museos. Marcos para una educación artística desde las comunidades. En Fernández, O. y del Río, V. (eds.), *Estrategias críticas para una práctica educativa en el arte contemporáneo* (pp. 118-132). Valladolid: Museo Patio Herreriano.

Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.

Sabaté Navarro, M., y Gort Riera, R. (2012). *Museo y comunidad*. Gijón: Trea.

Sandell, R. (1998). Museums as agents of social inclusion. *Museum Management and Curatorship*, 17 (4), 401-418. doi:10.1080/09647779800401704

Smith, L. (2015). Theorizing museum and heritage visiting. En Macdonald, S. y Leahy, H. R. (ed.) *The International Handbooks of Museum Studies* (pp. 459-484). Ltd: John Wiley y Sons. doi:10.1002/9781118829059.wbihms122

Smith, L., y Fouseki, K. (2011). The Role of Museums as 'Places of Social Justice': Community Consultation and the 1807 Bicentenary. En Smith, L., Cubitt, G., Fouseki, K., y Wilson, R. (ed.), *Representing Enslavement and Abolition and Museums: Ambiguous Engagements*, Routledge (pp. 97-115). New York: Taylor y Francis Group.

St.Jacques, P.L., Montgomery, D. y Schacter, D. L. (2015). Modifying memory for a museum tour in older adults: Reactivation-related updating that enhances and distorts memory is reduced in ageing. *Memory*, 23 (6), 876-887. doi:10.1080/09658211.2014.933241

Stoffel, A. M. (2012). ¿De qué hablamos cuando hablamos de Sociomuseología? *RdM. Revista de Museología*, 53, 8-14.

Tiburcio, E. (2015). *El museo y sus públicos: estudio de los visitantes reales y potenciales de los museos en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia: análisis previo a los estudios de público de los museos de Marrakech*. Tesis doctoral. Recuperado de <https://digitum.um.es/jspui/handle/10201/48390>

Valenzuela, F. A., Espinosa, A., Madero-Cabib, I., Moyano, C. y Ortiz, F. (2015). Los museos de arte como mecanismos de inclusión y exclusión social en el arte y en la sociedad: un estudio de caso en Chile. *Boletim do Museu Paraense Emilio Goeldi. Ciências Humanas*, 10, 3, 723-737. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-81222015000300723&lng=es&nrm=iso&tlng=en

Varela, X. (2007). Espacios reconfigurados y ciberespacio: Museos, marquetin cultural y difusión en América Latina. In M. L. Bellido Gant (Ed.), *Aprendiendo de Latinoamérica. El museo como protagonista* (pp. 265-282). Gijón: Trea.

Waltl, C. (2006). Museums for visitors: audience development – a crucial role for successful museum management strategies. (Paper presented at the INTERCOM 2006 - *International Conference of Management. 2006 Annual Meeting and Conference*. Taipei, Republic of China.