UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

Gestión de Museos: Alternativas para un desarrollo autogestionable progresivo para el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

P R E S E N T A :

BEATRIZ PAOLA REYES SÁNCHEZ

D I R E C T O R

DR. JUAN EDILBERTO LUNA RUIZ

Ciudad de México, noviembre de 2022.

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

CA Coordinación Académica

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO
COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

A mi Dios por guiar mis pasos y mantenerme en la cobertura de su gracia en todo momento, agradezco su amor, su protección y fuerza, así mismo, por haberme dado la oportunidad de cambiar mi vida cuando más lo necesitaba. Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de comenzar una vida nueva y diferente, por poner en mi corazón el deseo de perseverar en especial en las adversidades, por brindarme constantemente lo que necesito para crecer y madurar.

A mi padre y mi madre por tener la paciencia, el amor y la sabiduría de apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida. Les agradezco que creyeran todo el tiempo en mí, les agradezco cada palabra de aliento y cada acción de amor.
Agradezco que nunca se rindieran conmigo, aunque yo muchas veces me daba por vencida, ellos estuvieron, están y estarán siempre conmigo.

A mi hermano y mi hermana por su constante ejemplo, por transmitirme la sabiduría de sus propias vidas, siendo fuente de motivación e inspiración y por brindarme su amor, comprensión y consejo.

A mis amigos porque en incontables veces me alentaron a seguir adelante y nunca rendirme, por cada lágrima, sonrisa, pelea, diálogos y momentos especiales que vivieron conmigo.

A mis profesores de la Academia de Arte y Patrimonio Cultural de la UACM, porque fungieron de ejemplo, guía y muchos otros roles de los cuales no tenían obligación, pero qué con entrega y amor a su profesión han asumido y, con ello, cambiado vidas como la mía. Gracias.

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México por ser mi casa de estudios, y en especial al Plantel Cuautepec por ser mi hogar en incontables ocasiones. En este lugar encontré cosas y personas que jamás creí posible conocer y disfrutar. Gracias a su modelo de estudios y su programa pude cumplir mi sueño de ser una profesional en el campo artístico y cultural. Sueño y meta que no hubiese sido posible sin la existencia de esta noble y honorable institución.

ÍNDICE

INTRODUCCION……..7

CAPÍTULO 1 PRINCIPIOS TEÓRICOS: EL MUSEO, NUEVA MUSEOLOGÍA, LA GESTIÓN Y LA PROMOCIÓN CULTURAL.

1.1 Nueva museología ……11

1.1.1 Museo; principios básicos…….11

1.1.2 Nueva museología ……17

1.2 La Gestión Cultural y la Promoción Cultural dentro de un museo ……23

1.3 Estudios de público en los museos…….32

1.4 Herramientas de Desarrollo dentro del museo ……37

1.4.1 Señalética dentro y fuera del museo ……..37

1.4.2 Cédulas ……...39

1.4.3 Elementos tecnológicos en los museos……..44

CAPÍTULO 2 EL MUSEO COMO OBJETO DE ESTUDIO: MUSEO DE FIGURAS DE CERA "DILEA CASTILLO".

2.1 Condiciones de la zona que alberga al museo: Alcaldía Gustavo A. Madero.…50

2.1.1 Población de la Alcaldía Gustavo A. Madero……..51

2.1.2 Educación en la Alcaldía Gustavo A. Madero……52

2.1.3 Consumo cultural en la Alcaldía Gustavo A. Madero……54

2.2 Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" ubicado en frente la Basílica de Guadalupe, Alcaldía Gustavo A. Madero ……..…….55

2.2.1 Ubicación ……55

2.2.2 Condiciones Físicas del Museo ……..57

2.2.3 Colección en exhibición del Museo ……63

2.2.4 Origen y desarrollo……73

2.2.5 Creación de las Figuras de Cera: El conocimiento como herencia familiar…….77

CAPÍTULO 3 REFERENTE OPERATIVO: MUSEO DE CERA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

3.1 Condiciones de la zona que alberga al museo: Alcaldía Cuauhtémoc……..82

3.1.1 Población de la Alcaldía Cuauhtémoc……82

3.1.2 Educación en la Alcaldía Cuauhtémoc……84

3.1.3 Consumo cultural en la Alcaldía Cuauhtémoc……...85

3.2 Museo de Cera de la Ciudad de México, Ubicado en la zona centro Alcaldía Cuauhtémoc……86

3.2.1 Ubicación……86

3.2.2 Condiciones Físicas del Museo ……..88

3.2.3 Colección en exhibición del Museo ……..106

3.2.4 Origen y desarrollo……115

3.2.5 Producción de las Figuras de Cera ……..116

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LOS MODELOS IMPLEMENTADOS EN LOS MUSEOS DE CERA Y PLANTEAMIENTO DE NUEVAS PROPUESTAS PARA EL MUSEO DE FIGURAS DE CERA "DILEA CASTILLO".

4.1 Desarrollo Organizacional dentro del museo: Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo y Museo de Cera de la Ciudad de México …….119

4.2 Modelos de gestión de los museos de Cera: el objeto como primicia o el sujeto como primicia …….122

4.3 Teoría y metodología: Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" y Museo de Cera de la Ciudad de México ……126

4.3.1 Tipología y elementos de la nueva museología: Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" y Museo de Cera de la Ciudad de México……126

4.3.2. Herramientas de la gestión cultural en el museo: Museo de Cera de la Ciudad de México y el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”…….129

4.3.3. Herramientas de la promoción cultural en el museo: Museo de Cera de la Ciudad de México y el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”……...134

4.3.4. Estudios de público: Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”….139

4.3.5 Señalética y Cédulas: Museo de Cera de la Ciudad de México y Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”…….141

CONCLUSIONES…….145

BIBLIOGRAFÍA…..……149

ANEXOS……151

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el museo es una institución reconocida por su importancia material y simbólica dentro de la sociedad, su trascendencia como lugares culturales reside en parte por ser el lugar por excelencia que alberga un conocimiento especializado sobre temas específicos, objetos históricos, piezas artísticas y grandes avances tecnológicos, entre las características que se pueden mencionar. Al abordar el museo como institución de estudio académico, los temas que se toman en cuenta para estudio y análisis son; los recintos históricos donde se encuentra albergada la colección, las ciencias involucradas al momento de desarrollar el montaje del acervo, las colecciones/acervos en sí mismas, los tipos de públicos que acuden a dichos recintos, entre otros.

En el presente trabajo de investigación abordaré diversos puntos a considerar para tener una perspectiva completa al momento de trabajar con el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y sus áreas de oportunidad y desarrollo. Es necesario realizar una revisión de las condiciones “materiales” que posee el museo de figuras de cera que se estudiará en este trabajo, para ello tomaré una perspectiva crítica y los elementos a considerar desde lo planteado por Hugues de Varine Bohan en el texto de Lacouture. Presentaré y compararé los tres elementos fundamentales que a criterio del autor antes mencionado componen un museo, es decir; un edificio, una colección y un público. Esto para poder tener un marco de referencia que me permita hacer una revisión desde una perspectiva académica y profesional de estos tres elementos, a su vez retomo la teoría correspondiente al estudio museológico y museográfico, así como la labor e impacto social que debe generar en nuestra comunidad (Lacouture, S/A, p.5).

Por lo anterior expuesto en el primer capítulo haré una revisión de la evolución de los museos, y plantearé las líneas de estudio de la nueva museología, delimitando las herramientas teóricas que utilizaré para poder profundizar en el análisis del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. También, se mencionará la utilidad del estudio de público en un museo tan antiguo como lo es el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Sin embargo, debido al complejo ambiente social en el que se desarrolla el presente trabajo y los factores externos que se presentaron durante la investigación, el

estudio de público solamente quedará en la teoría y en el planteamiento de una propuesta que se pueda implementar posteriormente, dentro del mismo museo. De manera puntual me refiero a que el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo cerró sus puertas al público, debido a que tenían problemas financieros. Posteriormente, comenzó la pandemia por Covid-19 a nivel global, lo que llevaría al cierre de instituciones del ámbito privado y público, cabe señalar que se implementarían medidas de distanciamiento social y aislamiento para evitar la propagación del virus.

Además, en este trabajo se propondrán diferentes maneras de abordar al público con herramientas de la era digital y tecnológica, sumando esfuerzos en el planteamiento de una vinculación entre de los museos y el uso de nuevas tecnologías tras un cambio de interacciones entre las instituciones y el público en el "ambiente tangible y real".

El Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" debe tomarse a consideración como objeto de estudio e intervención debido al valor histórico y artístico que posee dentro de la memoria social, ya que es "memoria viva" de los iconos de la cultura popular e histórica de la sociedad mexicana de diversas generaciones, no solo a nivel local o comunitario, ya que, debido a su ubicación geográfica, recibe visitantes que residen en otras partes del país. Otra razón por la que es objeto de estudio del presente trabajo, es debido a la larga tradición familiar que permanece en la creación de las figuras de cera, la cual comenzó en 1920 con los fundadores. Por dicho conocimiento familiar y su tradición oral que ha sido transmitida por generaciones, se siguen manteniendo vivos conocimientos de técnicas y producción, así como valores simbólicos de cada una de las piezas del museo, es decir, no solamente se conserva el proceso de creación de cada una de las piezas para del museo, también se mantiene viva la historia del mismo museo a través de cada integrante familiar, historia que se narrará en este proyecto de investigación.

También, en este trabajo se planteará usar los dos ejes de función que propone Coupet "el eje de la memoria" y "el eje del placer de aprender" en el Museo Figuras de Cera "Dilea Castillo". La finalidad de ello es proponer un mensaje que comunique la necesidad dentro de la sociedad mexicana de un reflejo de la memoria de iconos de un

pasado común para fortalecer el tejido social del México presente como lo es el Museo de Figuras de Cera, y a su vez, conjuntar “el eje del placer de aprender” en distintos niveles; procesos de creación, materiales utilizados en las figuras presentadas (como el objeto en sí mismo), y paralelamente en la imagen/representación/contexto que tiene el conjunto de piezas dentro de la colección del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” (Coté, 1992, p.124).

Otro aspecto que abarcaré en el trabajo son temas tanto de la gestión como de la promoción cultural, ya que la propuesta de reestructuración se centra en el diseño y preparación de situaciones, para que se den “acciones culturales” apoyadas en los productos culturales que ya existen en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. El autor Alfonso Hernández Barba en su texto *Promoción y Gestión Cultural: Intención y Acción* define así el papel del gestor y promotor cultural, sin embargo, profundizaré con respecto a estos dos perfiles de actores culturales, y detallaré su labor en un museo como el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” (Hernández, 2005, p.79).

Así mismo, se referenciará el entorno del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” presentando el panorama de la población de la Alcaldía Gustavo A. Madero en las áreas de; nivel educativo y el consumo cultural que existente. De igual manera, contextualizaré el Museo de Figuras de Cera de la Ciudad de México, el cual sirve como referente práctico-operativo, sin embargo, no perderé de vista que el objeto central del presente trabajo es el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” el cual no tiene una estructura totalmente clara y definida para operar. Después, en el tercer capítulo, presentaré los dos modelos de gestión y promoción que proponen y ejecutan ambos museos de figuras de cera, para poder hacer una comparativa sobre los puntos fuertes de cada uno, y las áreas de oportunidad que tiene el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.

Por último y para concluir este trabajo, se construirá una propuesta de modelo de desarrollo, propicio para el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Es decir, un modelo de desarrollo integral acorde a las necesidades y demandas que presentó el museo. Con ello se pretende que el desarrollo de dicho museo genere un impacto que devenga en un bienestar social y dialéctico de crecimiento (Martín, 1996, p.128).

El presente trabajo es una muestra de métodos de investigación y perspectivas para abordar la problemática del estancamiento de algunos museos de la ciudad que, por diversos factores, han quedado en el abandono o desinterés por los actores culturales e instituciones tanto públicas como privadas, lo que ha provocado que dichas instituciones museísticas pierdan “sentido/importancia/función/” dentro de su mismo entorno. Este trabajo es una muestra de que la profesionalización, una base teórica definida y sustentada, y las herramientas metodológicas correctas, se pueden crear modelos viables de trabajo orientados a la mejora continua de los recintos culturales, y en este caso en particular, los museos de la ciudad de México.

CAPÍTULO 1

PRINCIPIOS TEÓRICOS: EL MUSEO, NUEVA MUSEOLOGÍA, LA GESTIÓN CULTURAL Y LA PROMOCIÓN CULTURAL.

1.1 Nueva Museología

1.1.1 Museo; principios básicos

Para poder entender la nueva museología como concepto tanto en el nivel práctico como en la base teórica, es necesario revisar el proceso de conformación que ha tenido el museo como institución. Así mismo, es necesario tener claro que los elementos que lo conforman y lo consolidan no son completamente inamovibles, no es una institución petrificada y de estructura inalterable. Como veremos en este primer capítulo, el museo es una institución viva, que tiende a cambiar y a reconfigurarse, toma elementos de otras ciencias y métodos para tener un mayor alcance, para complementarse y armonizarse. El museo, como concepto y como institución social, se fue construyendo y delimitando tanto de manera material como simbólica y funcional, hasta conformar lo que hoy en día conocemos como la institución museística.

Comenzaré con la historia de los museos desde el Renacimiento y el "coleccionismo y la acumulación de objetos" que se ha presentado en diversas sociedades a lo largo del tiempo a partir de este periodo histórico. Debemos considerar que el mayor auge del coleccionismo se llevó a cabo durante el Renacimiento, pues en este periodo histórico surgió un mayor interés por la comprensión del ser humano y la investigación de los objetos que eran producto de la historia material del hombre. El interés por el humanismo y la recopilación de todo aquello que diera testimonio material de la evolución del hombre, y la curiosidad científica que desembocaba en "el descubrimiento del mundo" que surgió en ese periodo, aviva la práctica del coleccionismo, lo cual es parte de las principales acciones que devienen en el museo; recolección e investigación.

Es de esta manera que se crean "*los studiolos, las gallerías y los gabinettos*", lugares que servían de laboratorios para la observación y el estudio de los objetos. Los estudiosos y científicos de la época formulaban teorías que se fundamentaban y reforzaban por los objetos de estudio que se encontraban en estos recintos. Estas teorías ayudaban a entender la tierra y comprender mejor el universo (Witker, 2001, p. 4).

Luis Gerardo Morales Moreno nos explica que, para entender el desarrollo histórico del museo público, es necesario que consideremos diversos factores que se han interrelacionado, entre ellos "la idea moderna de progreso", es decir, el constante cambio de la humanidad y el mundo en un sentido de "avance" o evolución y simultáneamente, el surgimiento "de <<la idea de la historia como ciencia>>" (Morales, 1996, p.76).

De esta manera, a finales del siglo XV nacen las "Wunderkammer (cámara de las maravillas)", en estos lugares se concentraban piezas materiales de características muy particulares, también llamadas "rarezas naturales". Al mismo tiempo surgen las "Kunstkammer (cámara de artes)", donde se concentraban piezas producidas por el hombre que se consideraban "obras de arte". Es preciso mencionar que estos lugares, así como las colecciones que ahí eran resguardadas eran de propiedad privada, es decir, el común de la población no tenía acceso ni a los objetos ni a los espacios que albergaban dichos objetos (Witker, 2001, p. 5).

Sin embargo, a finales del siglo XVII, se abren dichas colecciones para realizar la exhibición de manera pública. Entre las colecciones que se abren al público se encuentran objetos importantes, un ejemplo de colección abierta es la colección del "Museo del Louvre (1793)". Es de esta forma como se puede identificar dos elementos fundamentales que conforman un museo: "una colección y el acceso a un público". A partir del siglo XIX emergen los grandes museos en Europa como son; el "British Museum (1847), el Museo del Ermitage (1852), y el Museo del Prado (1868)". Con estos museos también se manifiesta implícitamente el "concepto de museo neoclásico", el cual predomina por los siguientes cien años (Witker, 2001, p. 5).

De esta forma la institución museística cobra fuerza y así, se manifiesta dentro

del museo la “habilidad de colocar objetos en contextos organizados”, demostrando con ello un control del hombre sobre el pasado, presentándolo de manera lineal y en forma narrativa, representando una idea lineal de evolución. En el museo se observa un contexto artificial y distante, “un contexto que no puede ser cuestionado tan fácilmente”. Es así cómo el museo “en cierto modo, […] congela el tiempo y casi permite a los visitantes voltear hacia atrás para mirar el pasado […]”, una realidad desprendida que no es la suya, que le evoca la sensación de extrañeza y alejamiento al visitante (Morales, 1996, p. 76).

Es a finales del siglo XX cuando se comienza a replantear, tanto entre países como entre especialistas del tema; la definición, función y objetivos principales que debe poseer el museo. A su vez, se propone la vinculación del museo con la sociedad, y por tanto se formula el papel que debe desempeñar un museo dentro de la comunidad. Todo ello con la finalidad de romper la barrera/“cristal” que existe entre los objetos del museo y los individuos que acuden a observarlos. Así en 1972, en América Latina, se plantea la propuesta de crear un “museo integral”, un museo como “institución incorporada al desarrollo de la sociedad” y que simultáneamente, la institución museística pueda integrar el trabajo interdisciplinario en su teoría y fundamentos, como en su base metodológica. Dentro de esta nueva visión, al museo se le encomienda la “función social… [de]… investigar, ordenar, exhibir y difundir el patrimonio cultural” como lo menciona el investigador Rodrigo Witker en el texto *Los museos*. Al mismo tiempo, en Estados Unidos y Canadá se propone “que las exposiciones de los museos debían transformarse en fuentes de experiencias donde lo primordial fuera el aprendizaje” del público que las visita, de esta manera el público toma relevancia dentro de la experiencia museística. Desde esta nueva perspectiva, la atención ya no solo se centra en la colección que se presenta en los museos, sino también en el impacto que se debe generar en la sociedad, es decir, el museo como símbolo identitario del individuo y como símbolo del pasado de una sociedad (Witker, 2001, p. 6).

Luis Gerardo Morales Moreno retoma tres definiciones planteadas por diferentes instituciones internacionales para identificar las funciones y componentes del museo; la definición de La Asociación Americana de Museos (AAM) de 1962, la definición del

ICOM (International Council of Museums) de 1974 y de la Junta General Anual de la MAUK (Museums Association or the United Kingdom) de 1984. Cada definición presenta puntos concordantes y complementariedad entre ellas, por separado cada institución detectan características específicas que presenta el museo y las vinculaciones con la sociedad, el gobierno y el sector privado.

Considero relevante mencionar las tres definiciones, comenzando con la definición de la Asociación Americana de Museos de 1962, la cual afirma que un museo es:

> un establecimiento permanente no lucrativo, no púnicamente dirigido a la realización de exposiciones temporales, exento del impuesto sobre la renta, abierto y administrado en interés público; cuyo propósito consiste en conservar y preservar, estudiar, interpretar, reunir y exhibir para el público, para su instrucción y entretenimiento, objetos y especímenes de valor educativo y cultural, incluyendo material artístico, científico (sea animado o inanimado), histórico y tecnológico. Tales museos pueden incluir jardines botánicos, parques zoológicos, acuarios, planetarios, sociedades históricas, sitios y casas históricos, en la medida en que reúnan los requisitos mencionados anteriormente (Morales, 1996, p.69).

La definición del Consejo Internacional de Museos (ICOM) de 1974 establece que el museo es:

> una institución permanente no lucrativa, al servicio del desarrollo de la sociedad y abierta al público, la cual adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe, con fines de estudio, educación y entretenimiento, evidencia material del hombre y su ambiente (Morales, 1996, p. 70).

Y la Junta General Anual de la Asociación de Museos del Reino Unido (MAUK) de 1984 plantea que: “Un museo es una institución que colecciona, documenta, preserva, exhibe e interpreta evidencia material e información asociada para el beneficio público” (Morales, 1996, p.72).

Obviamente la primera definición es más detallada con respecto a los elementos integrativos o constitutivos de un museo, tiene como finalidad enumerar y delimitar las características que puede poseer una institución de esta índole. La definición del ICOM y de la Junta General de la MAUK son más descriptivas con respecto al papel social y

las tareas a desarrollar con respecto al público. Witker por su parte nos proporciona su propia definición de un museo, la cual considero valiosa porque introduce conceptos contemporáneos que son manejados en el lenguaje cultural actual. El museo es entonces:

> una institución que obtiene financiamiento gubernamental, privado o mixto, creada con el fin de que contribuya al desarrollo de la sociedad al preservar, reunir, conservar, estudiar, interpretar, exhibir y divulgar, por medio de exposiciones y de un conjunto de actividades paralelas, evidencia material (tangible e intangible), cultural y natural, artística y científica (animada o inanimada), histórica y tecnológica de la evolución del hombre y de la naturaleza (Witker, 2001, p. 7).

Otro aspecto que Witker nos ofrece es una gama diversa de clasificar a los museos por temas y colecciones, por sus recursos, por el tipo de público al que va dirigida la exposición y por el sitio en el que se encuentra el museo. Esto nos ayuda a entender más a fondo, el tipo de organización de las exposiciones y la estructura de los sistemas internos museísticos. Es importante para un gestor cultural o agente cultural conocer estos detalles, ya que con base a la especificidad del museo se puede establecer una posible forma de trabajo, empatar instituciones que atiendan líneas sociales similares, o conectar con enlaces gubernamentales que trabajen en el área académica o cultural pertinente a cada tipo de museo.

TIPOLOGÍA POR TEMAS Y COLECCIONES (WITKER)

TEMA	CARACTERISTICAS GENERALES	COLECCION	CARACTERISTICAS PARTICULARES
MUSEOS DE	Colecciones que presenta la historia de la creación artística, muestra los gustos	BELLAS ARTES	Conjunto de obras en secuencias cronológicas, ordenadas en estilos y corrientes, conjuntos estilísticos, autores o grupos temáticos.

ARTE	imperantes por épocas y las políticas culturales vigentes.	ARTES APLICADAS	Obras artísticas, cuya principal función es demostrar sus usos materiales y técnicas constructivas.
		ARTES POPULARES	Creaciones ligadas a las artesanías.
MUSEOS DE ANTROPOLOGÍA	Colecciones en torno al hombre y su evolución histórica y cultural.	DE HISTORIA	Abordan periodos convencionales, el pasado del hombre y las sociedades humanas.
		DE ARQUEOLOGÍA	Presentan vestigios de las antiguas civilizaciones a partir de las cuales se formulan conclusiones científicas.
		DE ETNOGRAFÍA	Presentan al público rasgos culturales característicos de grupos humanos vivos unidos por un mismo origen, características físicas, lengua o religión.
MUSEOS DE CIENCIAS	Objetos y colecciones conforme a paradigmas del conocimiento científico.	DE HISTORIA NATURAL	Sus exposiciones muestran grandes periodos de la historia de la Tierra.
MUSEOS GENERALES	Se manifiesta la memoria y el patrimonio de diversas esferas de la vida social.		

TIPOLOGÍA POR ORIGEN DE LOS RECURSOS, UBICACIÓN Y EXPOSICIÓN. (WITKER)

ORIGEN DE RECURSOS	
PÚBLICO	Su operación depende del presupuesto que le asignen gobiernos centrales, estatales o municipales.
PRIVADO O INDEPENDIENTE	Sus recursos provienen de capitales privados. Cuentan con estrategias propias de mercadotecnia y autofinanciamiento.

MIXTOS	Su financiamiento es tanto de presupuesto público como de capitales privados. Para obtener tales recursos recurren a figuras de patronato, fideicomiso y sociedades de amigos de museos.
UNIVERSITARIOS	Según la institución de enseñanza superior a la que pertenezcan son públicos o privados, y sus argumentos expositivos y colecciones se relacionan con los programas de estudio.
COMUNITARIOS	Su operación y mantenimiento es responsabilidad de las propias estructuras organizativas de cada comunidad.
POR SU ÁREA DE INFLUENCIA	
NACIONALES	Constituyen la versión oficial de los aspectos relevantes que caracterizan la cultura de un país.
REGIONALES	Exhiben de manera oficial, aspectos característicos de un área.
LOCALES O COMUNITARIOS	Abordan de manera no oficial, los valores culturales propios de una localidad.
DE SITIO	Su fin es explicar los aspectos destacados del lugar donde residen.
POR EL TIPO DE PÚBLICO AL QUE ATIENDE	
PÚBLICO GENERAL	Poseen una temática y un discurso muy flexibles.
PÚBLICO ESPECIALIZADO	Ofrecen información mucho más precisa y cada objeto expuesto tiene un valor paradigmático o ejemplar.
PÚBLICO INFANTIL	Se dirigen a niños por medio del juego, la interacción y la vinculación de los contenidos de las exposiciones.

1.1.2 Nueva Museología

En la presentación de la Revista Cuicuilco, Luis Gerardo Morales afirma que la nueva museología deja atrás el empirismo y la improvisación que se llevaba a cabo dentro de los museos. La nueva museología se ha apropiado de metodologías de diversas ciencias, otorgando a los agentes involucrados en el museo un nivel de profesionalización específica de esta área, con el cual no se contaba antes (Morales, 1996, p. 8).

Felipe Lacouture en su artículo *La museología y la práctica del museo*, nos explica cómo se ha ido consolidando la teoría actual de la nueva museología al vincular e integrar el enfoque científico de diversas ciencias en su fundamentación. Lacouture afirma que al construir una base teórica que integre diversos enfoques y perspectivas disciplinarias, y que retome diversas herramientas de las ciencias sociales se crea un marco teórico que respalda el marco metodológico, lo cual da estructura al quehacer del museo actual. Para Lacouture, el marco teórico de la museología se puede estructurar desde los enfoques científicos de las ciencias sociales, las ciencias antropológicas, las ciencias políticas, y retomar elementos tanto teóricos como metodológicos de la psicología, la pedagogía, la didáctica, la comunicación y la semiótica (Lacouture, 1996, p. 1).

Al hablar de la nueva museología, la comunicación y la semiótica juegan un papel muy importante a nivel operativo. Lacouture retoma lo dicho por Duncan Cameron, quien identificó que existía un problema en la forma que se pretendía comunicar el discurso museístico. Además, Lacouture identifica que lo que se pretende comunicar en un museo recae directamente en la museografía, ya que en la museografía se planea la manera en la que se expondrán los objetos y dentro de ella se conjugan dos lógicas; "la lógica del espacio y la lógica del discurso". Ambas lógicas dan lugar a diversas problemáticas, las cuales deben resolverse simultáneamente para lograr conjugar ambos aspectos, permitiendo que la exposición quede integrada en un todo coherente que comunique al público lo que el museógrafo pretende expresar, y sea bien entendido e interpretado por el espectador o público. (Lacouture, 1996, pp. 18-23)

Para Lacouture hablar de "exposición de los objetos" implica formas de comunicación, y para comunicar correctamente en un museo se debe considerar el lenguaje de la museografía; vitrinas, bases, cédulas, luces, estantes, colocación de las piezas, entre otros. Lacouture identificó que en la museografía mexicana se maneja una "línea estética-escenográfica" y un discurso rigurosamente científico. Es decir, para el autor, los escenarios donde se sitúan las piezas están cargados de una teatralidad y a su vez, solemnidad, que se logra tanto con la iluminación como con la monumentalidad de ciertos museos, también hay otros elementos que están en juego y

que ayudan a remarcar el aspecto de la escenificación. Simultáneamente se presenta un discurso altamente especializado que refuerza la solemnidad del espacio y enmarcando la teatralidad que maneja el museo. Es de esta manera como se ha resuelto las dos lógicas en los museos, y es una característica específica de México que, de acuerdo a nuestras características culturales e históricas, ha sabido transmitir el mensaje que se pretendía mostrar (Lacouture, 1996, p.25).

Debemos aclarar que al identificar la "línea estética-escenográfica" y el discurso rigurosamente científico, no se está planteando que deba manejarse de la misma forma en todos los museos del país, pues como afirma Morales:

> las prácticas museográficas dejaron de ser incuestionables, [y] perdieron mucho del objetivismo con qué el pensamiento ilustrado y evolucionista las había justificado durante los siglos XVIII y XIX. (Morales, 1996, p. 62).

Por ello, es necesario hacer una revisión crítica al momento de mirar la museografía de cada museo, ya que como se menciona, el museo es una institución que cambia, y debe buscar nuevas alternativas para impactar al público, públicos que también cambian. Cada museo es un ente particular, se localiza en una región específica, con una población determinada y cuenta con un número puntual de recursos, tanto materiales como humanos, con respecto a eso se debe establecer o adaptar su museografía (Morales, 1996, p. 62).

De esta manera los autores de la consolidación de la nueva museología nos dan ejemplos de cómo ha ido evolucionando la teoría y fundamentación museológica para crear una visión integral y complementar la práctica e incluso, mejorarla con principios científicos. Es tiempo de hablar del concepto de museología, del proceso de conformación y consolidación. Lacouture acota que el proceso de validación técnica y teórica de la nueva museología comienza a proponerse desde el año de 1975, cuando varios miembros del Consejo Internacional de Museos (ICOM) se plantearon definir el término "museología". Cabe mencionar que los planteamientos y perspectivas eran desde los modelos y teorías europeas, tomando como referencias museos de esa región (Lacouture, 1996, p.13).

Al seguir bajo la línea de las ciencias involucradas en la nueva museología Lacouture enfatiza la importancia de la semiología dentro de la museología pues, es en el museo donde se manejan “signos y sistemas de signos, pero no lingüísticos”. Es por ello que retoma a autores como Saussure y Peirce, quienes proponían proyectar la metodología y los principios semiológicos fuera de la lingüística. Una propuesta interesante es llevar el estudio de la producción, desarrollo y consecuencia de los signos dentro de la vida, y la experiencia del público de museos, como la “apropiación significativa que el hombre hace de su realidad” (Lacouture, 1996, p.20).

También retoma lo dicho por Morris, y de esta manera Lacouture integra “al público” en un nivel menos superficial al hablar del análisis del museo. Morris toma en cuenta el signo y la significación, pero también “al interpretante [y es así que]… agrega el contexto”, elemento que se debe tomar en cuenta al momento de hablar de museos, es decir, tiempo y espacio geográfico, historia y acervo cultural del individuo, entre otros factores inherentes al sujeto. (Lacouture, 1996, pp. 20- 21)

Lacouture también retoma de Barthes la idea de que existen sistemas de signos implícitos en los objetos, lo cual hace posible el acercamiento del hombre a su realidad al reconocer dichos signos. Al mismo tiempo, el proceso no se detiene ahí, sino que trasciende a la comprensión y/o apropiación de estos sistemas de signos. De tal forma Lacouture propone la integración del análisis de símbolos dentro del museo tomando como punto de partida conceptos de semiología como: “apropiación de la realidad, consideración del interpretante y del contexto” (Lacouture, 1996, pp. 20-21).

Es en este punto, que se forman equipos de trabajo para delimitar y esclarecer la teoría de la museología. Lacouture sostiene que lo planteado por Zbynek Stránsky, Director del Departamento de Museología del Museo de Moravia en Borno, Checoslovaquia, es la esencia de la museología. Stránsky propuso que la museología parte del <<acercamiento hombre-realidad>>, es decir que el museo es una de “las formas de la objetivación de este acercamiento específico hombre-realidad”. Stránsky, se concentró en los problemas metodológicos y sistemáticos dentro de la museología en formación, para poder sugerir esta idea principal (Lacouture, 1996, pp. 14-15).

Para Stránsky, la base estructural-funcional de la institución museística es la

investigación, la conservación y la exhibición de determinados objetos, esto en función de la difusión de los mismos y la educación de la población. Sin embargo, Stránsky cree que no puede ser la única esfera de investigación y valoración "sustancial de la museología", también exhortaba a los agentes involucrados en el museo, a trascender el empirismo y desplazar el trabajo museístico a un trabajo basado en el razonamiento, análisis y fundamentación teórica (Lacouture, 1996, p.15).

Por otra parte, Lacouture integra a esta teoría de la nueva museología lo dicho por Soichiro Tsuruta, Profesor del Departamento de Educación de la Facultad de Letras de la Universidad Hosei, en Tokio quien afirma que "la combinación sistemática de valores de los objetos y de los seres humanos [son también parte del] método en museología". Es decir, es necesario reconocer que el objeto presentado en un museo tiene un contexto y un tiempo, así como valores que se encuentran integrados dentro del mismo objeto y, por otro lado, es necesario, a su vez, reconocer al sujeto o público que tiene contacto con dicho objeto u objetos y su acervo cultural para entender los valores trasmitidos por parte del objeto u objetos (Lacouture, 1996, p.15).

Lacouture complementa lo dicho por Stránsky con lo planteado por la museóloga Anna Gregorova, quien es seguidora del mismo Stránsky. Gregorova afirma que dentro del museo se da:

> el acercamiento del hombre a su realidad, mediando testimonios materiales de la misma; es decir, objetos dados en el tiempo y el espacio, cuando el hombre los distingue al haber adquirido el sentido histórico o del transcurso del tiempo evidenciado en ellos. (Lacouture, 1996, p. 16)

A su vez, Lacouture adopta la idea de Georges Henri Riviére para explicarnos como el hombre <<hace museo>>. Esta afirmación significa que "todo lo que el hombre ha humanizado", es decir, "las ciencias de la naturaleza y del hombre", nos sirven para entender y analizar la estructura museística. Esto se traduce a que un entramado de herramientas y elementos provenientes de ciencias como la cosmología, la geología, la biología y la ecología, se integran con metodologías y conceptos surgidos de la paleontología y la arqueología, la etnografía y la historia social, reflejando e incluyendo áreas específicas de la humanidad, como son la tecnología, el arte, la ciencia y la religión. Todo ello, se cristaliza en la museología como marco teórico y conceptual

(Lacouture, 1996, p. 16).

A partir de todo lo anterior y principalmente, de la afirmación de que la museología se sustenta teóricamente del estudio de “la relación del hombre con la realidad” es decir, del “vínculo material-espiritual” que existen dentro del museo, es como Lacouture propone su propia definición de Museología. Para Lacouture la museología es: “El estudio científico del acercamiento vivencial del hombre a su realidad, mediando objetos tridimensionales, significativos de la misma, dándose en el tiempo y el espacio” (Lacouture, 1996, pp.16-17).

Simultáneamente, plantea seis puntos principales que él considera importantes para hablar sobre la nueva museología, como clave para la implementación en los museos. El primer punto a considerar para Felipe Lacouture es trascender el concepto “institucional de museo”, para dar paso a nuevos planteamientos y soluciones específicas, tomando como modelos los “eco-museos”, los cuales no están sujetos a depender de cuatro paredes para montar una exposición de objetos. El segundo punto es seguir desarrollando nuevas formas museográficas que atiendan a “cubrir una visión integradora de la realidad naturaleza-hombre”, es decir tomar en cuenta una *macrosemiótica*, al momento de planear los espacios dentro de los museos y cómo se conformará la exposición o exposiciones (Lacouture, 1996, pp.28-29).

Otro aspecto por considerar es el “conocimiento científico del público”, el cual se puede aprovechar a favor de un diálogo entre el museo y la comunidad que lo alberga, integrando al público dentro de las formas de presentar la exposición. En este sentido, se puede generar una auténtica democracia cultural, al hacer valer la propia cultura de una comunidad. Ligado a ello puede darse un apropiado “acercamiento de la realidad” por parte de los individuos involucrados, y también de los espectadores, “mediante una apropiación significativa de la misma…”. Esto se lleva a cabo al vincular las comunidades, dando la oportunidad de ejercer un apropiado uso de su propio patrimonio, implementando un poder democrático que pueda vincularse y mediarse con los otros poderes, “como son; el Estado y los grupos privados de poder” (Lacouture, 1996, pp.28-29).

1.2 La Gestión Cultural y la Promoción Cultural dentro del museo

En este capítulo, vincularemos la labor del gestor cultural y la labor del promotor cultural con respecto a una institución cultural museística. El museo es una institución muy importante en la sociedad, debido a que es el lugar que refleja el pasado cultural de un grupo específico de personas, y contiene los elementos necesarios para fortalecer y fomentar valores culturales, artísticos y sociales, así como de desarrollar un crecimiento académico no formal entre los individuos que interactúan con la institución. Por esta razón, los agentes que participan en la interacción con un museo son piezas clave para el desarrollo o estancamiento- muerte del mismo. Recordemos que nos dice Coté en *Las tendencias de la Museología en Quebec,* que un museo como institución no es un "mundo cerrado", sino sobrevive gracias a la interrelación con su medio ambiente, en este caso, con la comunidad que lo alberga y es importante que, como agentes culturales tengamos presente esta misión, es decir, propiciar la conexión actual del museo con la sociedad (Coté, 1992, p. 10).

De esta manera nos adentraremos a las funciones de gestores y promotores culturales. En el artículo de Luis Gerardo Morales Moreno publicado en la revista Cuicuilco, donde se retoma el concepto de la "cultura del otro" dentro del museo, planteado por Ivan Karp, Curador del Departamento de Antropología del Museo Nacional de Historia Natural del Instituto Smithsoniano, entendemos que, al trabajar con elementos culturales de una determinada región, estamos hablando de una "cultura del otro". Dicha "cultura del otro" en las exposiciones, es un referente para los visitantes del museo que les ayuda a discernir "quienes no son" y "quienes son", a partir de la comparación, la apropiación, la diferenciación, y otros elementos que entran en juego en las exposiciones de los museos. Ivan Karp afirma que dentro de las exposiciones se genera un "campo privilegiado" donde se presentan las imágenes de uno mismo, pero la experiencia del museo es más significativa cuando en la exposición encontramos "quienes no somos", es decir, "la cultura de otros" (Morales, 1996, pp.64-65).

Es importante identificar la función del gestor cultural y del promotor cultural dentro de un museo ya que, como mencionaré más adelante, tienen funciones específicas y diferenciadas en la estructura y los mecanismos de un museo. Para

poder entrar en labor dentro de un museo como institución debemos identificar y delimitar ciertos elementos que son necesarios para poder dirigir los esfuerzos de la gestión en una sola dirección. Ya que como lo expresa Barry Lord en el Manual de Gestión de Museos, uno de los propósitos de "[…] la gestión de museos es facilitar la toma de decisiones", y esa toma de decisiones tiene una fuerte correlación con la misión, el mandato, las metas y los objetivos del museo (Lord, 2010, p. 15).

Hablaré de forma breve sobre estos cuatro elementos, para desarrollarlos de manera más detallada con respecto al objeto de estudio de este trabajo de investigación, es decir, con el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo". Es necesario conocer la misión del museo, ya que esta es la forma de identificar las razones por las que es necesario "ese museo" para la sociedad, es decir, "dirige nuestra atención a las razones más permanentes y profundas de la existencia del museo" (Lord, 2010, p. 17).

Por otra parte, es importante identificar el mandato de un museo, ya que "refiere al objeto de dedicación de la institución". Para identificar el mandato de un museo es necesario tomar en cuenta la disciplina académica con la cual está relacionado el objeto de estudio, la extensión geográfica referente del objeto de estudio, el marco cronológico, la especialidad científica y por último, las relaciones del mandato del museo con otras instituciones interesadas en el mismo tema (Lord, 2010, p. 17).

Otros dos elementos importantes son las metas y los objetivos, las metas son la dirección a la que se dirigen las acciones del museo a largo plazo, denota los esfuerzos del museo por mejorar las cualidades en cuanto al desarrollo de las colecciones, la conservación y los servicios al público que ofrece el museo. Se pueden articular por: Planes estratégicos o Planes Directivos. En contraparte, los objetivos del museo son cuantitativos y de alcance limitado, es decir, son "cada uno de los pasos que la institución debe dar en dirección de los objetivos de largo alcance" (Lord, 2010, p. 17).

Además de lo ya mencionado, el gestor cultural debe encauzar sus esfuerzos en desarrollar 5 funciones principales que están íntimamente relacionadas con los elementos antes mencionados, según Barry Lord el gestor cultural;

• INSPIRA	El gestor cultural debe tener clara la misión del museo e inspirar a los colaboradores e integrantes a llevarla a cabo, para conseguir mayores logros dentro y fuera de la institución.
• COMUNICA	El gestor debe comprender el mandato del museo y comunicarlo tanto a usuarios como al personal, así mismo debe detectar claramente el alcance y limitaciones del mandato.
• DIRIGE	El gestor cultural dirige las acciones de la institución museística para obtener las metas de largo alcance, al ser identificadas y desarrolladas en un plan estratégico o plan director, el cual relaciona las metas con la misión.
• CONTROLA	La gestión cultural ayuda a controlar los recursos para conseguir los objetivos, y darle un seguimiento mediante un calendario y un presupuesto planificado, de esta manera se controla el tiempo y dinero con los que cuenta la institución.
• EVALÚA	La gestión cultural dentro de un museo ayuda a evaluar la efectividad de los esfuerzos realizados volviéndolos cuantificables. Por otro, lado mide la eficiencia del efecto obtenido en horas de trabajo por persona, el dinero invertido y el espacio usado (es decir uso de equipos e instalaciones.)

(Lord, 2010, pp. 19-24)

Por otro lado, la figura del gestor cultural puede colaborar con el inicio de la "participación social en las decisiones que concierne al rescate patrimonial", creando una dialéctica que genera una relación entre la población con el museo y a su vez del museo con población, es decir que se genera un vínculo fuerte y claro en ambas

direcciones. El gestor cultural es un “actor” en el campo cultural que puede encontrar momentos oportunos para ligar e involucrar a la comunidad con el museo estos son “por relaciones de cooperación de distinto orden”, esto significa a la vinculación de la población con una exposición específica, o invitando a participar al público en las diversas actividades que el museo ofrece a los visitantes de museos (Schmilchuk, 1996, p.32).

La figura del gestor cultural ayuda a la coordinación de un equipo de investigación para la elaboración de la historia de la institución, “o para hacer el análisis de [la] programación y sus acciones en el marco de la política cultural “. Debemos aclarar que la iniciativa de investigar puede provenir del mismo museo pero en caso de que no se cuenten con los recursos materiales y personales suficientes para tal labor, el gestor cultural como figura de enlace puede coordinar esfuerzos con el sector académico, es decir, universidades y centros de investigación. También es fundamental buscar el apoyo de especialistas para realizar el inventario de colecciones, las listas a detalle de las exposiciones realizadas y de las actividades implementadas paralelamente a las exposiciones. Así, como contar con el registro fotográfico o en video de la museografía y estudios específicos de los visitantes. Se debe llevar a cabo un sistema de orden y archivo de los libros de opiniones y sugerencias. También, la realización de toda una gama de publicidad, así como la recepción de la prensa para la difusión del museo (Schmilchuk, 1996, p. 33).

La figura del gestor o gestores culturales, colabora en la coordinación de diversos agentes para un trabajo conjunto de proyectos específicos que desarrolle tareas y perspectivas diferentes de un mismo tema, así los esfuerzos que se lleven a cabo en “la relación museo-sociedad y museo-público” se encuentran delimitados y enfocados a objetivos muy particulares que conjuntan y tejen la participación y “convivencia de los tres sectores (museos, instituciones de las cuales dependen y universidades)” (Schmilchuk, 1996, p. 33).

Existe un claro rezago en ciertos museos de la ciudad de México, en donde la figura del gestor puede ayudar a la transición del “cambio de paradigma museológico”, esto se traduce de un museo que sólo exhibe colecciones u objetos, al museo que

comunica un mensaje y transmite sistemas de significados. Transitar de una idea de "público general indiferenciado a otra de públicos con competencias e intereses diversos, o de consumidores efectivos y potenciales como agentes económicos en una relación de mercado", rescatando el interés en las expectativas del público, sus necesidades y sus percepciones. Es necesario desplazar el tabú de la visión empresarial dentro del museo, pues Schmilchuk nos plantea ir más allá de las funciones de conservación e investigación y pasar a la comunicación y destreza administrativo-financiera, atrevernos a hacer una revisión crítica de los modelos empresariales y apoyarnos en ellos para un efectivo desarrollo museístico (Schmilchuk, 1996, p.36).

La labor del gestor cultural en un museo impulsa el compromiso de la institución con la sociedad, pues Schmilchuk nos indica que ya existen herramientas para "aplicar evaluaciones sobre la acción comunicativa y educativa de cada museo y [esto pone] a disposición de los visitantes los mejores recursos actuales", de esta forma la figura "profesionalizada del gestor cultural" ayuda a alcanzar de manera más eficiente, las metas propuestas por el museo, cumplir con sus objetivos principales y dar solución de manera creativa e innovadora a las problemáticas que surgen en la institución museística (Schmilchuk, 1996, p. 56).

El gestor o los gestores culturales que se convierten en agentes de desarrollo institucional, al emplear investigaciones apoyadas en la sociología de la cultura y la antropología social pueden enfocar sus acciones en mejorar la imagen pública del museo, tanto entre los individuos de la población inmediata al museo como a nivel general. La figura del gestor puede desarrollar e integrar "la relación entre las dimensiones ritual, comunicativa y educativa del museo a través de la museografía" también, puede aprovechar los puntos fuertes y desarrollar "la relación de los museos y sus colecciones" es decir, el gestor como figura cultural interna del museo puede orquestar una cooperación coordinada entre diversos museos (Schmilchuk, 1996, p.43).

Por otro lado, el Promotor Cultural es una figura que se presenta como un agente externo respecto a una comunidad, esto significa que es un especialista que

cumplirá la función de “instrumento/herramienta” que propicie la participación del grupo social en los procesos culturales y proveerá de una estructura a los planes o proyectos comunitarios y/o locales. Por ello, las acciones de organización y planeación del Promotor Cultural deberán estar enfocadas a impactar en dos dimensiones principalmente, la comunitaria y la local. Así mismo, el promotor cultural como agente inmerso en el ámbito cultural debe procurar que en las actividades que se desarrollen dentro de la comunidad se promueva la apreciación y creación artística, tanto en un nivel individual como colectivo. Lo que el promotor debe buscar con la participación de la sociedad implicada en las acciones culturales es la estimulación “del protagonismo, la creatividad y el compromiso” de todos los agentes, potenciando la realización espiritual y humana de los individuos (Martín, 2010, p.9).

Cabe señalar que el promotor cultural al ser un agente vinculado con una comunidad determinada ajena a su contexto social debe permanecer en constante participación y al mismo tiempo, promover la participación de otros agentes en la investigación de los temas culturales, artísticos y sociales concernientes a la comunidad que está impactando. Esta investigación debe estar orientada “al rescate, conservación y revalorización de las costumbres y tradiciones patrimoniales”, de esta forma, se asegura la reconstrucción del tejido social y se hace presente una constante búsqueda de la memoria histórica, reforzando los elementos identitarios que generan cohesión en la comunidad y región. Así mismo, la función del promotor cultural dentro de una comunidad o institución en la que participa es la de transmitir sus conocimientos para que la misma entidad pueda crear y desarrollar sus proyectos culturales, atendiendo a las necesidades y deseos sociales que se presenten. De la misma manera, es labor del promotor cultural dar a conocer y explicar los alcances y funciones de la política cultural de la región, delimitando el parámetro de impacto de acción de la comunidad o localidad (Martín, 2010, p. 9).

También, es preciso señalar que la acción del promotor cultural se desarrolla en diferentes dimensiones, todas ellas útiles al momento de trabajar dentro de una comunidad o institución determinada:

Dimensión Investigativa	El promotor cultural debe poseer los conocimientos necesarios para emplear herramientas metodológicas que ayuden a delimitar las “necesidades, posibilidades y oportunidades” de la comunidad. Una de estas herramientas del promotor cultural, es la realización de un diagnóstico para la recopilación de información. El promotor debe procesar la información obtenida e interpretarla para llevar a cabo la realización de planes y programas.
Dimensión Educativa	El promotor cultural debe poseer dominio de los conceptos concernientes a la cultura y el arte, así mismo, debe poseer herramientas metodológicas pertenecientes a los procesos de la “Educación Popular” y otras técnicas pedagógicas para emplearlas en espacios no escolarizados. Todo ello con el fin de generar una construcción de conocimiento tanto a nivel individual (identidad), como comunitario.
Dimensión Política	El promotor cultural debe realizar la función de enlace para establecer una relación entre comunidades e instituciones. Así mismo, debe mediar entre los conflictos que surjan entre estos, para facilitar la continuidad de procesos y desarrollo cultural dentro de la comunidad.

Dimensión Administrativa	El promotor cultural debe ofrecer alternativas para la toma de decisiones en conjunto del uso de recursos. Tanto los recursos materiales (inmuebles, muebles, dinero, etc.) hasta los recursos humanos deben ser empleados de forma eficaz, eficiente y efectiva para la implementación de "acciones culturales" enfocadas al desarrollo social/cultural de la comunidad, generando riqueza tanto material como cultural.
Dimensión Artística	El promotor cultural orienta en la correcta ejecución y el conocimiento de las manifestaciones artísticas dentro de la comunidad. Esto repercute en el crecimiento de la producción material y espiritual de la misma comunidad, perpetuando técnicas tradicionales y permitiendo la incursión de nuevas formas de producción artística entre los individuos.
Dimensión Comunicativa	El promotor cultural debe usar eficazmente los medios de comunicación/expresión al servicio de la comunidad, para poder crear una relación de diálogo interpersonal e interinstitucional, llevando a cabo la negociación y la efectiva solución de conflictos.
Dimensión Directiva	El promotor cultural debe tener habilidades "para la organización, la planificación, el control y la evaluación de los procesos culturales" de los que se encuentre a cargo, así mismo debe asegurarse de cumplir los objetivos de la comunidad, produciendo un desarrollo social, cultural y artístico.
Dimensión Creativa	El promotor cultural debe tener un pensamiento y un comportamiento flexible, amplio, original, sensible y respaldado en conocimientos previos en material cultural.

	Así mismo, debe poseer una visión estratégica, crítica y ética en relación con la comunidad e institución a la cual se integra.
Dimensión Humanística	El promotor cultural debe respetar la diversidad que encuentre dentro de la comunidad en la que esté trabajando, implementando la jerarquía de valores éticos, tomando de referencia el contexto social al que pertenecen y fomentando la expresión de los mismos.
Dimensión ambientalista	El promotor cultural debe asumir y promover el comportamiento ecológico en sus planes y programas socioculturales, así mismo, debe potenciar el manejo responsable de recursos naturales, tanto patrimoniales como generales, para poder asegurar un desarrollo integral de la comunidad y su entorno.

(Martín, 2010, pp. 10-11)

Cabe destacar que la principal diferencia entre el gestor cultural y el promotor cultural radica en el enfoque desde el que trabaja cada agente, ya que el promotor cultural trabaja desde un enfoque más metódico e institucional, y el promotor cultural desde un enfoque social y flexible a los procedimientos y necesidades de la población a la cual presta su servicio y pone a disposición sus conocimientos y habilidades. Sin embargo, ambos agentes son importantes en el desarrollo de una institución y de la sociedad, son agentes de cambio en la implementación de nuevas tendencias, opciones creativas y procedimientos que propician una oportunidad real de acceso cultural para toda la población.

Como veremos más adelante, el conocimiento especializado en áreas culturales genera nuevas oportunidades de crecimiento e innovación, en el caso particular de este trabajo el objetivo de implementar el conocimiento especializado es crear oportunidades, planes y propuestas en beneficio del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, ubicado en la alcaldía Gustavo A. Madero.

1.3 Estudios de Públicos en los Museos

En este apartado, haré una revisión de la importancia de la realización de los estudios de público en los museos, ya que son una herramienta metodológica y práctica para el mejoramiento de la institución museística. Esta herramienta puede ser la clave para detectar las áreas de oportunidad del Museo de Figuras de Cera "Dilea Catillo", tomando como referencia lo expuesto por Leticia Pérez Castellanos en el texto *Estudios sobre públicos y museos*, el cual proporciona puntos específicos y claros para realizar una implementación efectiva y objetiva de los estudios de público dentro de un museo. Es así que los estudios de público ayudan a la gestión y promoción dentro de un museo como herramienta de evaluación que nos proporciona datos claros para el análisis y la corrección de áreas determinadas dentro de las exposiciones o partes concretas pertenecientes al museo. Hay que entender que, para transformar el museo en función del impacto que se pretende generar dentro de su público, es fundamental tomar como herramienta los estudios de público y más aún, en un lugar donde jamás se han llevado a cabo, como lo es el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" (Zepeda, 2016, p.11)

Otro aspecto importante de un estudio de público dentro del museo es la recopilación de datos útiles y prácticos para elaborar una planeación acorde a las necesidades y deseos del público. Si un museo realiza estudios de público de manera periódica, cubrirá efectivamente las necesidades y deseos de un público real, que se encuentra a su vez, en constante cambio conforme a la sociedad. El buscar cubrir necesidades y deseos, dentro de la planeación, propicia el desarrollo y ejecución de exhibiciones y programas sustentados y centrados en metas específicas. En el caso de exhibiciones ya instauradas sin la realización previa de un estudio de público, como es el caso del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", el implementar los estudios de público nos conduce a la reestructuración o renovación paralela a los cambios del entorno social, político, económico y cultural, mejorando continuamente la recepción del mensaje y la captación de visitantes (Pérez, 2016, p.20).

También es preciso mencionar que los estudios de públicos son una parte fundamental de la nueva museología, la cual se centra en la investigación de los visitantes de museos, así como en la interacción que tiene el público con otras instituciones culturales. La finalidad de los estudios de público es conocer las características del visitante de museos e instituciones culturales, de esta manera el estudio de público se centra en conocer/identificar/analizar de manera más profunda los intereses, necesidades y expectativas del público de museos. Dentro de las salas, los estudios de públicos se enfocan en observar al visitante y su comportamiento, así como recopilar la percepción de experiencia de la calidad de contenidos, el aprendizaje obtenido y disfrute generado, para englobar todos estos aspectos en un resultado general de la visita al museo. Esta información resulta muy útil, al momento de mejorar el servicio que el museo ofrece y al desarrollo de más oportunidades de aprendizaje y disfrute por parte del visitante (Pérez, 2016, p. 21).

Es importante identificar los comportamientos dentro del museo, las actitudes en referencia con la institución (piezas/museografía/lenguaje), los hábitos culturales que posee el visitante y las construcciones imaginarias previas a la visita que ha realizado el público, Leticia Pérez menciona cuatro “momentos” o cuatro tipos de estudios de públicos para detectar estos elementos: “diagnóstico, evaluación, monitoreo e investigación”, y a su vez, en el rubro de “evaluación”, desarrolla cuatro tipos de evaluaciones a implementar (Pérez, 2016, p. 24).

El primer momento es el “diagnóstico”, cabe decir que se utiliza para identificar o delimitar las características iniciales del museo, es decir, ubicar los “orígenes, causas y áreas de mejora” de una determinada exposición o de la museografía completa. Este tipo de estudios de público se recomiendan cuando la institución tiene un “primer acercamiento” al empleo de estudios de público, pues marca las pautas de seguimiento para construir una dialéctica con sus visitantes, como es el caso del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” (Pérez, 2016, p. 25).

Después de haber realizado el “diagnóstico”, se realiza un estudio de público denominado “evaluación”, el cual tiene como finalidad saber sí lo modificado en una exposición o programa ha dado resultado de la manera que se esperaba y si no lo ha hecho, determinar qué tipo de resultados se han obtenido. El estudio de público de evaluación es una herramienta la cual ayuda a realizar “una investigación aplicada”, es decir, una investigación que tiene vinculados tiempos determinados a propósitos específicos dando así, resultados concretos (Pérez, 2016, p.26).

Se debe agregar que el estudio de público de evaluación se divide a su vez en cuatro tipos; evaluación previa, evaluación formativa, evaluación correctiva y evaluación final/sumativa. En el estudio de público de “evaluación previa” pretende recabar la información necesaria para que el proyecto a desarrollar esté estrechamente vinculado con las necesidades e intereses del público. De esta manera se genera el primer acercamiento al “público real” del museo, desapareciendo “el imaginario” de público del museo, esclareciendo los elementos que se llevarán a cabo o se modificarán en los montajes. Un ejemplo de esto es; el tipo de leguaje, el enfoque de la exposición, el estilo y sentido de todas las exhibiciones e incluso, los contenidos presentados dentro del museo (Pérez, 2016, p.26).

Por otra parte, la “evaluación formativa” se realiza a la par del desarrollo de las modificaciones de las exhibiciones o la planeación del museo. Este se implementa mediante la prueba de modelos o prototipos de una exhibición, recopilando la información de un cierto muestreo de público, es decir, una prueba cerrada. A este tipo de estudio de público se le conoce por su repetición y corrección, es decir que se presenta un modelo o prototipo determinado y se pone a prueba, después se realizan los ajustes necesarios o corrección de las fallas y se vuelve a probar. Estas acciones se repiten hasta que se presenten los resultados esperados de esa exhibición o exposición (Pérez, 2016, p.26).

La tercera fase, la “evaluación correctiva”, se realiza en la preapertura o postapertura de una exhibición con público real y en el ambiente donde estará ubicada, para identificar los problemas o errores que dicha exposición mostraría en

funcionamiento normal dentro del museo. Por último, la “evaluación final/sumativa” tiene como propósito evaluar el conjunto de acciones que se llevaron a cabo en el proyecto, es decir, una evaluación global de todos los aspectos de la exhibición o montaje dentro del museo (Pérez, 2016, p. 28).

Este estudio de público lleva un tiempo más amplio de aplicación: cabe aclarar que el tiempo que se encuentre abierta la exposición o montaje dentro del museo será el tiempo de la evaluación final o sumativa, esto con la finalidad de identificar el comportamiento de los visitantes en una sala, su circulación, la comprensión que el público tiene de los contenidos presentados en la exposición, el tiempo que ocupa el visitante en la sala y el tiempo que dedica a observar diversos componentes de la misma. También se pretende identificar si los conocimientos expuestos en las salas han logrado generar el aprendizaje esperado, sí ha generado una experiencia y de qué tipo, también se propone identificar el grado de disfrute del visitante durante su recorrido. Así mismo, se puede integrar información recabada al cierre de la exposición, datos como: “número total de visitantes, opinión general sobre la exposición, resultados de recaudación por entrada, [etc.].” Este tipo de estudio de público es mayormente ocupado para las exposiciones temporales, sin embargo, existen otros elementos que se emplean en exposiciones permanentes dentro del museo (Pérez, 2016, p. 28).

Por otro lado, dentro del estudio de público se utiliza el “monitoreo”, este es similar a la “evaluación correctiva” ya que consiste en la revisión constante de las modificaciones hechas en una exposición (corrección de problemas), para asegurar el buen funcionamiento cotidiano, pero la diferencia se presenta en que “el monitoreo” es constante y de forma permanente.

Y, por último, al hablar de los estudios de público podemos encontrar la “investigación”, la cual consiste en realizar aportaciones de conocimiento concreto o de aspectos particulares partiendo de un punto de vista generalizado, esto se traduce a utilizar técnicas, métodos y análisis de referentes museológicos para formar un conocimiento y aportación específica al campo de estudio de museos. Estas investigaciones se arman con “hipótesis estructuradas y profundidad en la

comprensión de algún fenómeno" que hagan aportaciones científicas, sustentadas con datos reales de la aplicación de los estudios de público (Pérez, 2016, p. 31).

Un ejemplo de investigación es la clasificación de público de museos que Leticia Pérez presenta como resultado de la implementación de estudios de públicos que desean profundizar en el conocimiento de la dialéctica entre el museo y la sociedad. Por un lado, las bases de los estudios de público han realizado el conteo y mapeo de los visitantes del museo, esto es posible debido a la identificación de perfiles sociodemográficos, obteniendo datos como; la edad, el sexo, el grado de escolaridad, la procedencia y la ocupación que posee el visitante, lo cual nos lleva a realizar una base de datos generalizados. Sin embargo, los estudios de público pueden profundizar en una investigación relativa al "contexto personal del visitante", como lo hicieron John H. Falk y Bonnie Pitman, en sus respectivos estudios de público (Pérez, 2016, pp. 36-38).

De esta manera, el ahondar en la motivación del visitante, el hecho de que se encuentre explorando un museo y no otro, el tipo de gustos o disgustos del mismo y la información que se obtiene antes, durante y después de la visita, es lo que puede llevar a grandes aportaciones dentro del campo museológico. De esta manera, se realizan estudios de público como los realizados por John H. Falk, en los cuales, se llega una recopilación de información más profunda que lleva a la proposición de clasificar al visitante como: explorador, facilitador, profesional, contemplador, peregrino, buscador de afinidades o buscador de experiencias. O las clasificaciones propuestas por Bonnie Pitman, quién también van más allá en el sondeo del visitante con sus características y propone clasificar al público de museo como; los entusiastas, los observadores, los independientes y los participantes. Es por ello que encuentro fundamental la realización de los estudios de público como herramienta metodológica aplicada para el desarrollo de un buen modelo de gestión y promoción dentro de una institución museológica (Pérez, 2016, pp. 36-38).

1.4 Herramientas de Desarrollo dentro del Museo

Como hemos revisado, para que exista el dialogo entre las piezas y el visitante dentro de un museo la nueva museología ha implementado herramientas metodológicas que han llevado a la implementación en la museografía. Tomando esto en consideración, haremos una revisión de los aspectos que se deben vigilar dentro del museo, para mejorar la visita del público y de esta manera, mejorar los procesos de aprendizaje y disfrute, dentro y fuera del museo.

1.4.1 Señalética dentro y fuera del museo

Como se ha mencionado, es importante tener en cuenta varios aspectos a considerar dentro y fuera del museo; la señalización es uno de los elementos que considero importantes y necesarios para fortalecer la experiencia de la visita a los museos. La población debe contar con soportes físicos en las inmediaciones donde se encuentra el museo para facilitar su ubicación y al mismo tiempo, es un método de difusión de lo más básico, pero a su vez, efectivo. Otro beneficio para el público que desea asistir a un museo determinado, es que la señalización externa facilita un traslado eficiente y rápido, puede parecer un elemento insignificante, pero de no contar con el señalamiento apropiado, el visitante comienza a generar una inconformidad desde mucho antes de entrar siquiera al recinto. La señalización dentro de la institución museística proporciona al visitante una orientación “cognitiva y espacial”, lo que le produce comodidad y seguridad al tener una idea de lo que verá en la exposición y la forma de transitar dentro de los espacios del museo (Gándara, 2016, p. 77).

De esta manera, es necesaria la revisión de la señalización dentro del museo, ya que para el visitante es un elemento que proporciona una perspectiva clara de varios componentes de la exposición. Una señalización eficiente ayuda al público a visualizar la exposición en conjunto, se reconstruye en la mente del visitante la manera en la que la exposición está organizada, los temas dentro de la exposición y el sentido del recorrido. Así mismo, hay que considerar la

colocación/posición de estos señalamientos, es decir, hay que tomar en cuenta el campo visual del visitante al momento de su recorrido, para que puedan ser tanto detectados como entendidos conforme al sentido de la exposición y el avance del visitante los señalamientos colocados, marcando el cambio de tema o la continuidad de la exposición según sea el caso, de esta manera no se generará una confusión o irrupción del aprendizaje del visitante. Estudios realizados por los investigadores Falk y Storksdieck, en el Centro de Ciencias de California en 2005, revelaron que “la orientación cognitiva” y “la orientación espacial” son factores que influyen en el aprendizaje de los contenidos presentados en una exposición y en la experiencia de visita del público (Gándara, 2016, p. 88).

Así mismo, en todos los museos existen piezas que son realmente importantes o están cargadas de una significación especial para el contexto social o que otorgan un valor agregado a la colección completa. Al ubicar las piezas que son clave dentro del acervo del museo es necesario resaltarlas con la señalización apropiada, tanto en la señalética principal (entrada al museo) como en donde está ubicada la pieza, o el conjunto de piezas, en especial sí estas se encuentran alejadas del recorrido principal o son de difícil acceso (Gándara, 2016, p.90).

En caso de que el museo no cuente con ningún tipo de señalización, como es el caso del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, es necesario que al considerar planearla se recorra el espacio físicamente, comenzando con las calles externas o aledañas al museo. Conocer la afluencia de los espacios alrededor del museo puede permitir una ubicación de los puntos estratégicos para “anunciar” la presencia de dicho museo a la población de determinada zona geográfica. En la entrada del museo es necesario proporcionar elementos que pueden ubicar al público en el área de “recepción del visitante al museo”, se pueden agregar soportes como son; “maquetas, mapas, folletos, croquis, tanto del sitio en general como de las áreas de servicios”, etc. Estos soportes también colaboran al sentido de orientación e información para el visitante (Gándara, 2016, p. 96).

Definitivamente la orientación cognitiva debe realizarse al inicio del recorrido, debido a que se debe informar de las áreas principales en las que están divididas las exposiciones, si la exposición es extensa, se debe orientar al visitante sobre los temas presentados. Como hemos mencionado, los folletos o croquis pueden ser soportes que apoyen y añadan información, por ejemplo: "qué puedo ver, qué puedo hacer, cómo se organiza el material y cómo encontrar elementos y áreas clave" dentro del museo, todo esto en un mapa simplificado. De contar con los espacios adecuados, el museo puede tener un mapa general que también muestre al público los elementos antes mencionados, dicho mapa debe ubicarse "frente a la trayectoria de entrada del público", para que se integre a la comprensión de la lógica espacial. Hay que tomar en cuenta tres elementos en los letreros que se coloquen dentro del museo; deben ubicarse donde sean necesarios, deben ser concisos y contar con la información relevante y, por último, ser lo suficientemente grandes para poder ser leídos" (Gándara, 2016, p. 101).

1.4.2 *Cédulas*

Las cédulas dentro de una exposición son un soporte fundamental de contenidos, que deben ser consideradas como uno de los textos y/o imágenes que deban facilitar la difusión y comunicación de lo que se pretende informar, tomando en cuenta el contexto y conocimiento del visitante para que pueda ser captado y procesado de la manera más fácil, sin perder lo sustancial de las piezas que se exhiben dentro del museo ni el contenido académico. Hay que tomar en cuenta la "triada público-objetos-texto", al momento de diseñar y realizar las cédulas, ya que estas son los textos que intervienen entre el público y el objeto, así mismo explicarán la importancia, la historia y la esencia de las piezas del acervo del museo (Ramírez, 2016, pp. 109-110).

Por esta razón, es necesario considerar el lenguaje que se va a utilizar en la cédula y crear un diseño agradable para el visitante, de forma que pueda captar la atención del público. También es necesario relacionar el lenguaje y/o temática

del museo con elementos de la vida cotidiana, así podemos asegurar que el visitante se llevará información nueva que puede vincular con “su realidad”. Esto hace que se establezca una relación entre el público de museo, de esta forma los objetos del museo y que el conocimiento que adquiera el visitante presenta permanencia (Ramírez, 2016, pp.110-111).

Dentro de la redacción de las cédulas se debe buscar la forma de “decodificar” una idea inicial con contenido académico y especializado que se desea presentar al público, y reformularlo para presentar un mensaje que pueda ser comprendido por la mayoría de la gente que visite el museo. Por esta razón es necesario que se indague lo que le parece atractivo al visitante, si el texto expuesto en la cédula será entendible para todos los visitantes, y por último, si la cédula cumple con los objetivos de “comunicación de información”, es decir, que cuenta la historia del objeto a través del tiempo, las razones por las cuales se encuentra dentro de la exposición del museo y cuál es la función vital de dicho objeto dentro de la sociedad (Ramírez, 2016, pp. 111-113).

Como hemos mencionado anteriormente, dos elementos que son fundamentales al momento de crear las cédulas para las piezas de un museo son; la comunicación y el diseño. Pero también es importante el contenido de las mismas, la forma en la que se orienta al visitante con respecto al tipo de cédula que se diseñó, es decir: cédula introductoria, cédula explicativa, cédula descriptiva, cédula anecdótica, cédula de identificación y cédula de créditos. A su vez, podemos alternar la forma en la que se presentan dichas cédulas de las siguientes maneras; conceptual, gráfica, interactiva, emocional y física, todo ello para obtener una mejor experiencia para el visitante (Ramírez, 2016, p. 114).

Tipos de Cédulas.	
• Introductoria	• Conceptuales
• Explicativa	• Gráficas

• Descriptiva • Anécdota • Identificación • Créditos	• Interactivas • Emocionales • Físicas

Debemos reiterar la importancia de la “experiencia [cotidiana] dentro de la vida del visitante” como referente y base al momento de elaborar las cédulas, teniendo como objetivo enganchar al visitante con la exposición y los temas presentados. De esta manera se estará presentando al público un todo en conjunto, es decir, cédulas, acervo museístico y la ambientación, como algo unificado y así el aprendizaje será integral (Ramírez, 2016, p.114).

Por otro lado, existen diversos recursos que se deben emplear en la elaboración de las cédulas en la parte técnica; por ejemplo, el uso de preguntas con una sugerencia al momento de hacer los textos para el cedulario. Al introducir una pregunta dentro de la lectura del visitante, se añade un elemento para reflexión sobre lo que se está presenciando, es decir: objeto, exposición y la información recibida. Otro elemento que agrada a los visitantes es la propuesta de una posible respuesta o una sugerencia, que le ayude a resolver la pregunta generada, ya que les proporciona elementos para seguir indagando dentro de la exposición (Ramírez, 2016, pp.116-117).

Además, hay que poner atención en la extensión de las cédulas, ya que sí las cédulas son cortas y concretas, el visitante tendrá mayor interés en leerlas completas y comprender la mayor parte de la información expuesta. Así mismo, es necesario delimitar las palabras solo al rubro que nos corresponde o el tema manejado, clasificar conceptos para que sean congruentes y entendibles, simplificar los mensajes que se desean expresar y suprimir los términos que se pueden prestar a confusión (Ramírez, 2016, pp. 117-118).

Al mismo tiempo se debe tener en cuenta los acabados del diseño de impresión, es decir; “el tamaño de la letra, el espacio entre las palabras, entre las letras, entre las líneas, la distancia, la combinación de colores y la iluminación” de la cédula, tanto al momento de diseño, impresión en el material, la colocación de esta y la recepción del público. En las características físicas y técnicas del diseño de las cédulas Ramírez nos propone diversas características a considerar; en cuanto a las líneas, no se debe rebasar los 45 caracteres, se traduce de 8 a 10 palabras por línea. En cuanto a los colores de la cédula es poco recomendable utilizar fondos oscuros y letras claras, ya que es cansado para el ojo al momento de realizar la lectura de la cédula. Así mismo, es importante que la exposición se encuentre dividida en diversos temas, pero cuidando que no rebase más de siete conceptos diferentes, ya que sí sobrepasamos esta cantidad estaremos saturando de información al visitante (Ramírez, 2016, p. 120).

Con respecto a la tipografía adecuada de las cédulas es recomendable usar la de los textos comunes y evitar generalizar el texto escribiendo todo en mayúsculas o todo en minúsculas. Por el contrario, se debe respetar la escritura común de los textos, respetando todos los signos y formas de puntuación, así mismo es necesario considerar que hay una diferencia significativa en los textos a los que tiene acceso el visitante en la vida cotidiana y los expuestos en la exposición. La diferencia significativa, es el movimiento del visitante frente a los textos de la exposición, por ello el equipo encargado de la exposición debe brindar las condiciones pertinentes al visitante, para que, aunque este se encuentre en movimiento, pueda captar y disfrutar de la información proporcionada, “haciéndolos sentir parte del contenido” (Ramírez, 2016, p. 120).

Por otra parte, se identifican cinco tipos de lectores dentro del museo al momento de hablar de la relación “cédulas-visitantes”. El primer tipo de lector se le conoce como “solo lector”, es el que “utiliza las cédulas como guía para su exposición”, el segundo tipo de lector es el “lector selectivo”, en el cual se ha identificado una interacción con las cédulas solamente “cuando le surge alguna duda que desea aclarar al momento de observar las obras”. El tercer tipo de lector

es catalogado como “lector no activo”, el cual por carecer del hábito de lectura regular, las cédulas no son consideradas dentro de su recorrido. Por otro lado, tenemos “el lector en conflicto”, al cual le “impone estar ante una cédula por temor a no comprender” lo que se ha escrito en ella o la información que contiene, y por último, tenemos al “no lector” el cual aunque carece del hábito de la lectura, le resulta llamativo el tema de la exposición (Ramírez, 2016, p.128).

Conviene mencionar que dentro de la exposición es imposible realizar cédulas para cada uno de los lectores mencionados con anterioridad, por esta razón es necesario encontrar un punto neutro que atienda a las necesidades de la mayoría de los visitantes. También hay que considerar que los lectores no leerán todas las cédulas, por este motivo es necesario establecer relaciones entre cada una de las cédulas, para facilitar la comprensión de la exposición en conjunto, de tal forma que el visitante no dependa de leer todas las cédulas para entender el mensaje. La estrategia propuesta es tomar cada una de las cédulas para unificar el mensaje, pero considerar la complementación entre cada cédula para explicar la exposición en conjunto. A este proceso se le llama “hipertexto”, y “hace referencia al mensaje implícito en las cédulas […] donde sin importar el orden debe entenderse la idea principal” (Ramírez, 2016, p. 129).

Por último, hay recomendaciones generales al momento de realizar las cédulas y los textos dentro de la exposición en un museo;

- Utilizar una idea principal y regresar a ella cada vez que sea necesario. Así mismo partir de lo general a lo particular.

- El contenido debe ser entendible, se debe considerar el “público meta”, emplear un vocabulario de fácil comprensión, un vocabulario común.

- Cada cédula que se presente dentro de la exposición debe tener un “propósito particular”, debe ser entendible el mensaje tanto por separado como en conjunto y “construir un mensaje común”.

- La información tiene que ser construida por las palabras exactas y conformada de manera comprensible.

(Ramírez, 2016, p. 132)

Con respecto al diseño, se hacen las siguientes recomendaciones generales;

- Tamaño de letra de más de 1 cm.
- Tipo de letra Arial.
- Relacionar las cédulas con imágenes tangibles o imágenes abstractas que colaboren a la compresión, por ende, una mejor memorización de la información.
- Acortar el número de palabras.
- No rebasar los 45 caracteres por línea, entre 8 y 10 palabras.
- Utilizar fondos claros con letras oscuras.

(Ramírez, 2016, p. 133)

Debemos tomar estos elementos para poder realizar una correcta propuesta de cédulas y textos que acompañen a las piezas que integran la colección del museo. Así, aseguramos que el recorrido será acertado, entendible y la recepción del conocimiento por parte del visitante será eficiente, alentando a explorar e investigar más sobre las piezas expuestas.

1.4.3 *Elementos tecnológicos en los museos*

El museo usa diferentes elementos para proporcionar información al visitante y uno de ellos es la audioguía. Su uso ha evolucionado y ha mejorado su implementación en el recorrido de museos; su desarrollo ha pasado desde “el sistema de casette a la memoria RAM digital, los sistemas MP2 [y] los sistemas MP3”. Todos estos cambios han influido en el tamaño de los dispositivos, el cambio de un sistema análogo a un sistema digital, e incluso la duración de la visita a través de la audioguía, debido a la

capacidad de almacenamiento de la información (Narváez, 2016, p.139).

Actualmente, algunos museos usan la tecnología para complementar la información de su acervo o para añadir otro tipo de información. Por ejemplo, se puede crear una audioguía o soporte digital que narre el inicio de la colección, mencione a los fundadores del museo, explique las técnicas empleadas en la fabricación de las piezas y otro tipo de información adicional que pueda enriquecer el mensaje proporcionado al visitante. Por esta razón el uso de dispositivos como: iPads, Palms y celulares con programas especializados y diseñados para ser utilizados por los visitantes dentro de un museo, se han vuelto populares para atender las necesidades o deseos del público en relación con el museo mismo. De esta manera se otorga al público de museos el control de su visita y también, la cantidad de información que desea recibir (Narváez, 2016, p. 140).

Es un hecho que las personas se apoyan actualmente de diversas tecnologías y programas para acceder a la información, por esta razón es acertado que los museos pongan a disposición este tipo de herramientas en favor del visitante. Existen estudios que han corroborado la utilidad de este tipo de herramientas, programas y aparatos, concluyendo que el uso de “códigos QR, los tours escuchados con los celulares de los propios visitantes, y […] el tradicional audio tour del museo”, son los más aceptados entre el público de museos dentro del rango de edad ubicado entre los menores de 25 años y el sector de entre los 25 y 54 años (Narváez, 2016, p. 141).

De la misma manera, en los estudios realizados se puede identificar que los visitantes aprecian encontrar información más detallada de las exposiciones, así como poder comunicarse con sus acompañantes mientras utiliza el dispositivo móvil. El visitante valora grabar o guardar información para después, así como el uso del dispositivo paralelamente al recorrido y que el mismo dispositivo pueda usarse como guía del sentido/orden de las piezas y las salas de la exposición. Por último, al visitante le interesa que el dispositivo explique un uso de las exposiciones, y así crear una experiencia interactiva entre “visitante y piezas”. Además, se debe considerar que el desarrollo de programas y dispositivos móviles debe ir enfocado a un tipo de “público objetivo”, (niños, adolescentes, familias, adultos mayores, etc.)

pero al mismo tiempo, considerando la sencillez como elemento fundamental para poder ser operado por la mayor parte de los visitantes, sean o no el “público objetivo” (Narváez, 2016, pp. 143-144).

Como se ha mencionado, el uso de diversos dispositivos dentro del museo tiene un beneficio para los visitantes, los cuales pueden conectarse de manera más sencilla con las piezas presentadas, así como contextualizar la pieza que presenta la exposición o ampliar el conocimiento de: la sociedad, la economía o la tradición de dicha pieza. De esta manera se crean varias “capas de información”, en caso de que el visitante desee indagar más sobre un tema o un elemento específico, se ofrece un acceso fácil a “recursos intelectuales y culturales del museo”. Dos elementos importantes a considerar en las audioguías son las paradas o pausas, ya que estas deben encontrarse entre los 20 y los 40 segundos entre las pistas para propiciar la observación e interacción entre el visitante y la exposición, y también entre el visitante y sus acompañantes. Y bajo el mismo tono, las audioguías deben “seguir la lógica del espacio y de organización”, ello con la finalidad de que no existan confusiones entre los visitantes (Narváez, 2016, pp. 148-150).

Otro rasgo de los dispositivos móviles que hay que definir claramente es la duración, de la exposición y las actividades que se proponen dentro del museo, para considerarlas al momento de crear un software o un programa de audioguía, también, deben contar con las funciones básicas para su uso y de esta manera no se satura o confunde al visitante con un exceso de aplicaciones y/o funciones dentro del dispositivo, así el tiempo no se vuelve excesivo ni muy corto (Narváez, 2016, pp. 152-153).

Cabe aclarar que los estudios realizados sobre el empleo de estas tecnologías han sido llevados a cabo en el extranjero, debido a que los museos del extranjero son los que han avanzado en el uso y estudio de nuevas tecnologías al servicio de la cultura y el arte. Por otra parte, en México existen diversas limitantes, principalmente económicas, para la creación e implementación de herramientas de este tipo dentro de los museos, así como del personal capacitado que pueda crear los programas y estar constantemente actualizando y mejorándolos. A pesar de estas

dificultades se han encontrado alternativas como; la alianza con compañías de turismo, el generar redes con diversas organizaciones del sector cultural y conseguir patrocinios de empresas de vanguardia en tecnologías móviles o dispositivos que puedan ser utilizados a favor del museo (Narváez, 2016, p.154).

En esta línea de nuevas tecnologías a disposición del museo se lleva a cabo el uso de videos con fines didácticos, es decir, el conjunto de imágenes y sonidos grabados que ayudan al público a entender los conceptos abstractos o mensajes complejos que el museo pone a disposición de su usuario como una estrategia para acercar la información de una "forma amena y didáctica". El uso de audiovisuales se ha venido presentando de forma constante en diversas exposiciones y museos de México (Flores, 2016, pp.163-164).

Existe toda una gama de "museografía audiovisual" útil para implementar dentro de las exposiciones ya sea de forma permanente o temporal, por ejemplo; "los videogramas, las locuciones de voz o los sistemas interactivos multimedia", entre otros. Con este tipo de herramientas también podemos proporcionar, como ya se ha mencionado, diferentes capas de información o se pueden poner a disposición distintos formatos narrativos, además de considerar la diversidad de idiomas en los que se pueden realizar los videos, siendo esta también una opción de uso (Flores, 2016, p.165).

La función del uso de "la museografía audiovisual" es: informar, exponer los documentales, ilustrar a través de imágenes y sonidos, evocar o ambientar las exposiciones y narrar o interpretar tanto personajes o acontecimientos históricos, todo ello a través de un soporte visual y auditivo. Por eso es importante colocar el dispositivo audiovisual en un lugar estratégico para mantener al visitante del museo, interesado en la exposición y en el recorrido del museo (Flores, 2016, pp. 170-172).

Debido a esto, es importante que los audiovisuales se encuentren debidamente supervisados en duración, calidad, contenido, función dentro de la exposición y colocación, todo en paralelo al recorrido del museo. Es necesario tomar el último elemento, es decir, el recorrido del visitante como un punto fundamental de la implementación y posición del audiovisual, ya que si se colocan al final de las salas

o exposiciones podemos llegar a provocar que el audiovisual sea ignorado, o simplemente omitidos por cansancio o simplemente por aburrimiento por parte del público. Un audiovisual puede ser presentado en un espacio abierto o cerrado, puede ser emitido en una cabina o en una sala completa y por ello se debe considerar cuidadosamente el lugar que se le asigne. Esto implica que no debe estar muy distanciado u oculto del recorrido general de la exposición, para no generar omisión porque no se encuentra visible en la exposición (Flores, 2016, p. 180).

Además, debemos considerar que un visitante puede o no sentirse atraído por el audiovisual desde el primer minuto que lo observa, después de eso, el espectador se encuentra constantemente considerando sí se queda a observar el audiovisual o se retira a continuar con su recorrido. Por esta razón, hay que tener en cuenta una serie de elementos de diseño y construcción de un audiovisual, debido a que podemos caer en los siguientes errores:

- Carencia de mensaje o un mensaje poco desarrollado.
- Utilizar una lógica desordenada o imposible de entender.
- Utilizar una visión desde y para las personas expertas en el tema.
- Saturar el audiovisual de mensajes.
- Utilización de recursos gráficos que no concuerden con los audios o que no pueden relacionarse de manera sencilla.
- Narrativa rígida y académica.
- Repetición de cierto tipo de lenguaje gráfico para un solo mensaje.

(Flores, 2016, pp. 186-187)

Por otra parte, también debemos considerar las redes sociales y el internet como una nueva plataforma de interacción con el público, es decir, la construcción de comunidades virtuales que se encuentren interesadas en el museo o la construcción de un diálogo con las personas que utilizan estos medios, y así se atrae un nuevo tipo de público y se lleva a cabo un mayor alcance para captación de nuevos

visitantes.

Un ejemplo del uso de redes sociales es la estrategia que han tomado diversos museos al pedir a sus visitantes tomarse “Selfies”, enfocadas en los museos o determinadas piezas. De esta manera, el museo invita e incluye al público a escoger “su pieza favorita” a ser parte de la exposición y a tomarse una fotografía con esta pieza. Por otro lado, permite la difusión de la exposición al facilitar que el visitante coloque su fotografía en redes sociales y que la experiencia que vivió el individuo sea compartida en plataformas digitales.

Otra estrategia que no solo ayuda a la promoción de las exposiciones, sino que también vincula al público con las piezas del museo, es la realización de videos por parte del visitante, expresando gustos y opiniones respecto a los temas de la exposición. Sin embargo, es importante tomar en cuenta el propósito real de todas estas estrategias, esto para no perderse en el camino de la implementación de la tecnología en los museos (Flores, 2016, pp.176-180).

En conclusión, debemos tener claro el propósito por el cual se van a aplicar todas las herramientas anteriormente mencionadas y considerar si son viables para la adaptación al contexto museístico o se puede prescindir de algunas de ellas. Es trascendental cuidar elementos como; “discurso, propósitos, lenguaje, contenido y calidad” poniendo por encima de todo ello y como guía principal al museo; su visión, misión y orientación temática (Narváez, 2016, pp. 156-157).

CAPÍTULO 2

EL MUSEO COMO OBJETO DE ESTUDIO: MUSEO DE FIGURAS DE CERA “DILEA CASTILLO”

En este capítulo entraré en el contexto geográfico, social y cultural de los dos museos que tomaré como objeto de estudio. La Ciudad de México se compone de 16 alcaldías, la alcaldía Gustavo A. Madero se encuentra al norte de la Ciudad de México y tiene colindancia con las alcaldías Azcapotzalco, Cuauhtémoc y Venustiano Carranza. La alcaldía Gustavo A. Madero, lleva el nombre de un político mexicano que participó en la Revolución Mexicana. Esta alcaldía es la segunda más poblada de la Ciudad de México con 1, 164, 477 habitantes y posee una superficie de 88 km2.

La mayoría de la población oscila entre el rango de edad de 20 a 24 años, es decir, son jóvenes. La mayor parte de la población sabe leer y escribir y el rango promedio de escolaridad es la secundaria completa. Otro aspecto importante para considerar de la población de la alcaldía Gustavo A. Madero es “el personal ocupado”. Cabe destacar que los dos sectores que son la base ocupacional, es decir, las actividades socioeconómicas principales de la alcaldía son: el comercio y los servicios privados no financieros. Por último, mencionaré la oferta cultural que tiene la alcaldía en comparación con las alcaldías colindantes. (INEGI, 2015)

2.1 Condiciones de la zona que alberga a los museos: Bases estadísticas de la Alcaldía Gustavo A. Madero

2.1.1 Población de la Alcaldía Gustavo A. Madero

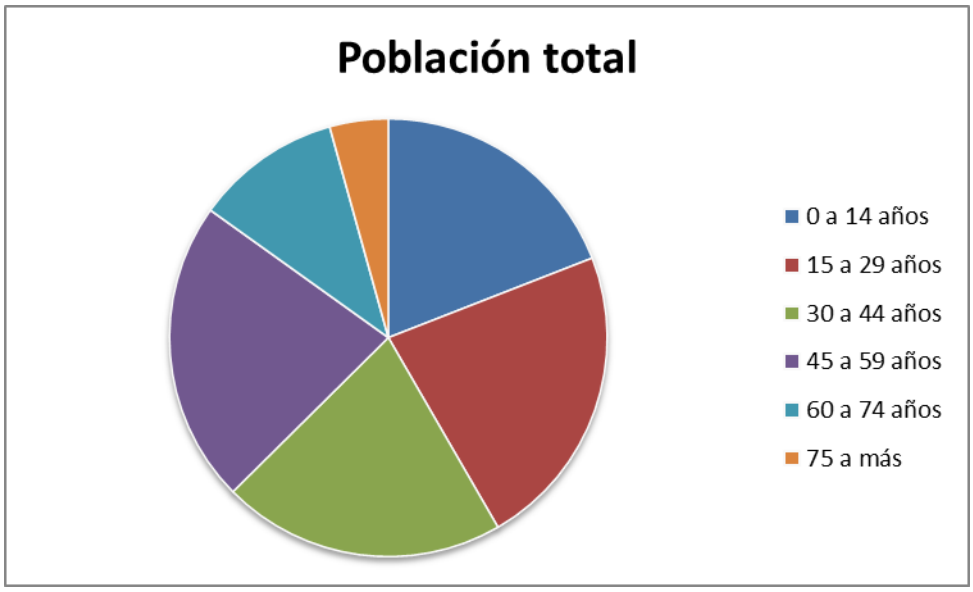
El Instituto Nacional de Estadística y Geografía en los datos recopilados en el 2015 afirma que en la alcaldía de Gustavo A. Madero residen 1, 164,477 de los cuales 555,140 son hombres y 609,337 son mujeres. (Ver en anexos gráfica de población)

Total de habitantes en la Alcaldía Gustavo A. Madero	1,164,477
Hombres	555,140
Mujeres	609,337

(INEGI, 2015)

La recolección de estos datos del INEGI nos ayuda a identificar el tipo de población mayoritaria en la alcaldía Gustavo A. Madero, teniendo por encima de los 80,000 habitantes a los rangos de edades que oscilan entre los 10 años a los 44 años. En términos de porcentaje se puede traducir de la siguiente manera:

Rango de edad	**Población total**	**Porcentaje**
0 a 14 años	232,478	%19.96
15 a 29 años	275,051	%23.62
30 a 44 años	254,915	%21.89
45 a 59 años	271,898	%18.71
60 a 74 años	131,432	%11.29
75 a más	52,703	%4.53



Es de esta forma que, gracias a las cifras obtenidas de la base de datos del INEGI, podemos identificar que la mayor parte de la población que habita en la alcaldía Gustavo A. Madero se encuentra dentro del rango de edad de 15 a 29 años con un %23.62 del total de la población, y le sigue el rango de edad de 30 a 44 años, con un %21.89 de la población total. Es importante tener esto en cuenta al momento del diseño de la museografía, ya que esta debe ser atractiva para estos sectores mayoritarios, para promover la visita en el museo o museos ubicados en la alcaldía Gustavo A. Madero. También es importante contemplar a este sector de la población mayoritaria al momento de pensar en las estrategias de difusión y promoción de museos, para repercutir en una mayor asistencia a estos recintos.

2.1.2 Educación en la Alcaldía Gustavo A. Madero

En este aparatado haremos una revisión del nivel educativo de los habitantes de la alcaldía Gustavo A. Madero. Estos datos son importantes porque a través de la educación se generan puentes de entendimiento entre la cultura y el arte, dentro de la sociedad y sus habitantes. El nivel educativo también ayuda a comprender la

profundidad de recepción que tiene un determinado grupo social, respecto a símbolos y significaciones dentro de un museo. Como hemos visto en el capítulo anterior, hay museos especializados para la recepción de ciertos grupos sociales, esto se debe a que se hacen estudios y análisis de los datos educativos del público al que va dirigido.

Los datos que presentaré a continuación son importantes para el presente trabajo, porque son la base que servirá para construir una propuesta museográfica y museológica que tomará en cuenta la población de la delegación como público receptor de los contenidos museísticos. Para el caso del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" ubicado en la Basílica.

Por otro lado, también obteniendo datos del INEGI, 2015 podemos analizar el nivel escolar de la población de la alcaldía Gustavo A. Madero.

Nivel de escolaridad de la población de 15 años y más de la alcaldía Gustavo A. Madero (931,274 personas.)		
Estatus Académico	Porcentaje	Población
Sin escolaridad	1.14%	10,617
Preescolar	1.55%	14,435
Primaria	20.91%	194,719
Secundaria incompleta	6.89%	64,149
Secundaria completa	41.43%	385,827
No especificado	0.05%	529
Educación Media	14.01%	130,430
Educación Superior	13.93%	129,689
No especificado	0.09%	880

(INEGI, 2015)

Estos datos nos ayudan a entender que existe un mayor porcentaje de la población de 15 años y más, que cuenta con los estudios de secundaria concluidos, esto quiere decir que el lenguaje de los museos localizados en la alcaldía Gustavo A. Madero debe ir dirigido a un público joven no especializado.

2.1.3 Consumo cultural en la alcaldía Gustavo A. Madero

Podemos analizar la oferta cultural de la alcaldía Gustavo A. Madero con la oferta que ofrece la alcaldía Azcapotzalco, para tener una visión comparativa de la oferta que se maneja en el norte de la Ciudad de México.

Oferta Cultural	Gustavo A. Madero	Azcapotzalco
Auditorios	4	2
Bibliotecas	16	36
Teatros	6	1
Museos	7	2
Librerías y puntos de venta	30	9
Galerías	7	0
Universidades	18	5
Casas y Centros Culturales	25	2
Centros coord. Para el desarrollo indígena.	0	0
Casas de artesanías	0	0

(SIC, 2017)

En la tabla anterior podemos corroborar que la oferta cultural por parte de la alcaldía Gustavo A. Madero es considerablemente mayor a la ofertada por la alcaldía Azcapotzalco, sin embargo, más adelante realizaremos otra comparativa con otras dos alcaldías, para ampliar la visión total de la oferta cultural de la alcaldía Gustavo A. Madero con respecto a otras de la Ciudad de México y su distribución

territorial.

2.2 Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" ubicado en frente la Basílica de Guadalupe, Alcaldía Gustavo A. Madero.

En esta sección nos enfocaremos en conocer y analizar lo referente al Museo de figuras de Cera "Dilea Castillo". Para ello se tomará en cuenta aspectos físicos del museo, es decir infraestructura, colección del museo, ubicación, museografía, etc. Así mismo, se considerarán otros aspectos como; la investigación que ha hecho el museo para armar su estructura, la gestión interna del museo y el proceso de producción de las piezas en exhibición, es decir, la creación de su acervo, la promoción del mismo y la divulgación de información que maneja el museo actualmente.

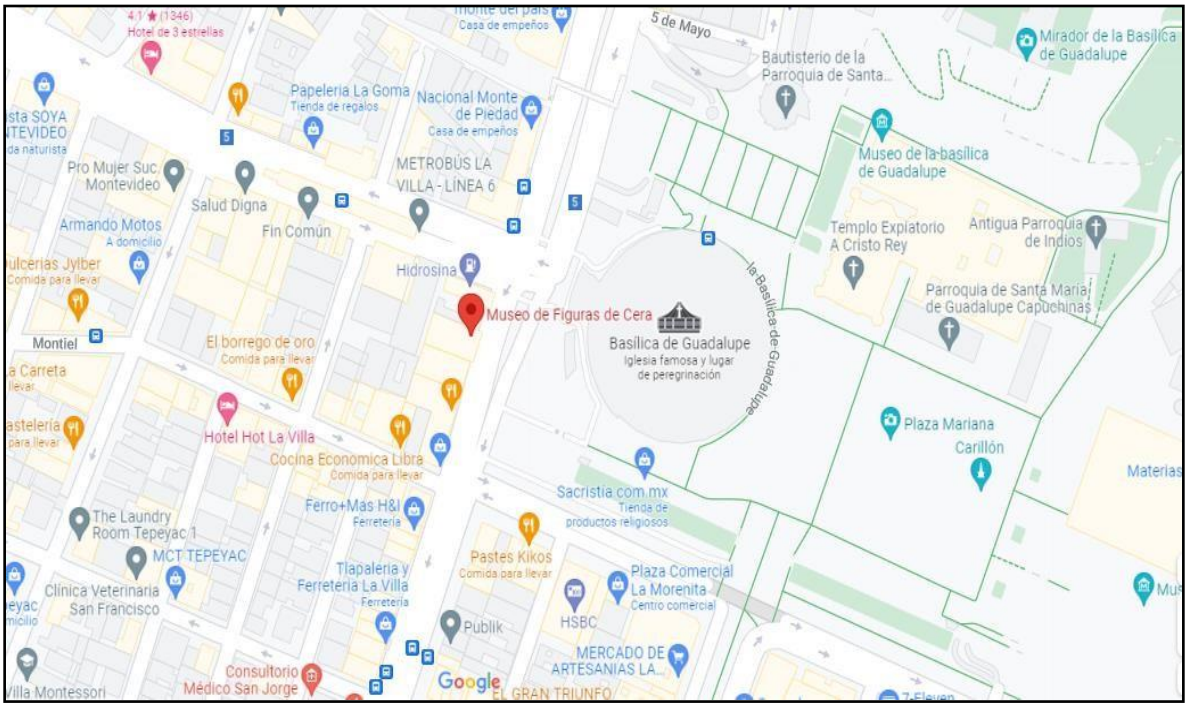
Para comenzar debemos mencionar que el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" fue nombrado así por su fundadora, la Sra. Dilea Castillo, quién fue parte de la primera generación que trabajaría en la creación de Figuras de Cera, posteriormente heredaría el conocimiento y la técnica de la creación de Figuras de Cera a sus descendientes. Tomaría como herramientas para la creación de sus obras la observación, el modelado y el dibujo, entre otros.

2.2.1 Ubicación

El Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", está ubicado en la Calzada de los Misterios número 142 C, Tepeyac Insurgentes, en la alcaldía Gustavo A. Madero. El edificio se encuentra a un costado de la Basílica de Guadalupe, entre dos locales comerciales. Debido que el museo es privado, el ingreso al museo se ha cobrado desde sus inicios, actualmente se cobra la cantidad de diez pesos por persona. El museo tiene sus puertas abiertas al público de lunes a domingo de 9:30 am. a 7:00 pm.

Las rutas de acceso son vías principales, ya que el museo se encuentra entre la Avenida Montevideo y la Calzada de los Misterios, se puede llegar usando el transporte público, en tal caso, el metrobús o el microbús.

Mapa de la zona del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”



(Google maps, 2022)

Dentro del área aledaña al Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, se encuentran dos museos más, el Museo de los Ferrocarrileros y el Museo de la Basílica de Guadalupe, así mismo, se encuentra la Basílica de Guadalupe el cual es un referente religioso de la cultura popular mexicana. A la Basílica de Guadalupe asisten anualmente grandes cantidades de personas para visitar el icono principal del grupo religioso católico, la Virgen de Guadalupe. Esto nos ayuda a entender que en el área se encuentra una constante afluencia de personas, tanto residentes como personas de otras localidades u otros estados de la república mexicana.

2.2.2 Condiciones Físicas del Museo

Al conocer el Museo y su estructura física, es decir, el edificio, se puede apreciar que en la fachada no existe ningún letrero o señalamiento que indique que el recinto es un museo, y aparenta más ser un local comercial (imagen 1).



1. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
   Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"
   Fachada de entrada, 2021
   Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Sin embargo, el nombre del museo se encuentra en la recepción de la entrada al museo, es un letrero que se encuentra en la pared frontal, así mismo ahí se ubica un mostrador que es “la recepción”. Así mismo, hay un letrero a un costado (abajo) que indica el costo de la entrada general y el costo de la entrada para niños (imagen 2).



2. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"
Recepción, 2021
Gustavo A. Madero, Ciudad de México.

Continuando con el análisis/descripción del museo se puede narrar que la entrada al museo y la salida se encuentran en casi el mismo espacio del edificio, es decir, en la recepción. Tanto la entrada como la salida carecen de señalización y las caracterizan solo dos cortinas que dividen la recepción de los pasillos de la exposición (imagen 3). Viendo de frente la recepción, la entrada está a la derecha, la salida se encuentra a la izquierda.



3. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"
Planta baja, primer pasillo del museo, 2021.
Gustavo A. Madero, Ciudad de México.

Al entrar a la exposición podemos notar que no cuenta con cédula introductoria, tampoco existe una señalización que indique el tema de la exposición o el motivo de la misma. La luz dentro de los pasillos del museo es tenue o baja, las figuras del museo se encuentran separadas de los visitantes a través de ventanas con cristal. En las paredes no hay información o elementos que apoyen la exposición (imágenes 4 y 5).



4. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"
Primer pasillo de la planta baja, módulo de la exposición "Los abandonados", 2021.
Gustavo A. Madero, Ciudad de México.



5. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"
Entrada del museo desde el interior del museo, se visualiza la cortina que separa recepción y el primer pasillo de la exposición, 2021.
Gustavo A. Madero, Ciudad de México.

Terminando este primer pasillo se encuentra, un extintor, una puerta de “salida de emergencia”, un armario cerrado ubicado debajo de las escaleras que dan paso de la Planta alta a la Planta baja y después, las escaleras para continuar con la exposición en la planta alta. Al subir las escaleras, se encuentra un pasillo exactamente igual al de la planta baja. Sin señalización, ni letreros que marquen un cambio de temática o sentido de la exposición.

Al finalizar el segundo pasillo de la planta alta, damos una vuelta en “u” en nuestro recorrido y nos encontramos en el tercer pasillo. Los colores sobrios del tercer pasillo dan la sensación de estar recorriendo el mismo tramo de museo. En ese pasillo podemos encontrar otro extintor y una “ventana” más grande que las demás, donde se encuentra la figura de cera de la Virgen de Guadalupe.

El tercer pasillo se encuentra paralelo al pasillo que lo antecede; no tiene letreros, ni señales, tampoco algo que marque un cambio de tema o sentido de la exposición (imagen 10). Al finalizar ese “tercer pasillo” en la planta superior del museo, se puede ver un letrero, con la leyenda “Museo de figuras de cera”. Este letrero es vistoso y bastante grande, se puede asumir que en algún momento se utilizó como letrero de la entrada del museo, posteriormente fue retirado puesto en esta parte del museo.

Al finalizar ese tercer pasillo ubicado en la planta alta, nos encontramos con unas escaleras para descender nuevamente a la planta baja. Cabe mencionar que las escaleras son estrechas y pequeñas como se puede observar en las fotografías (imágenes de la 6 a la 9, ver anexos).

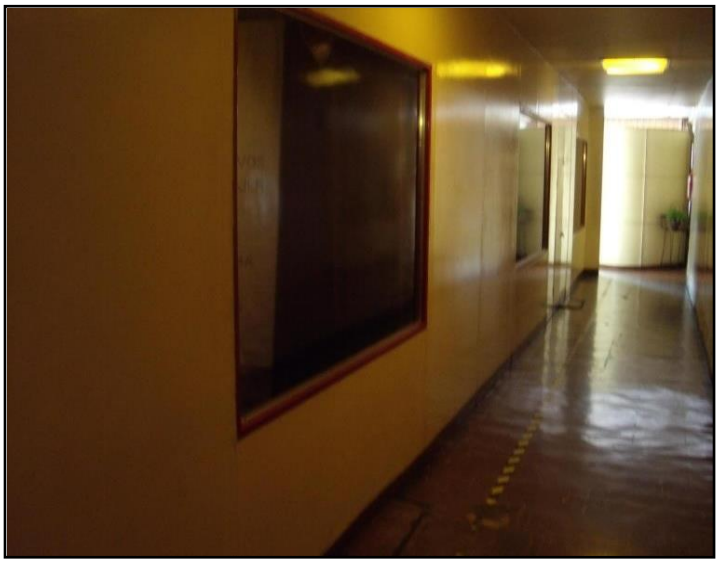


10. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”
Tercer pasillo de la planta alta, 2021.
Gustavo A. Madero



11. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”
Escaleras para acceso al último pasillo de la exposición, 2021.
Gustavo A. Madero

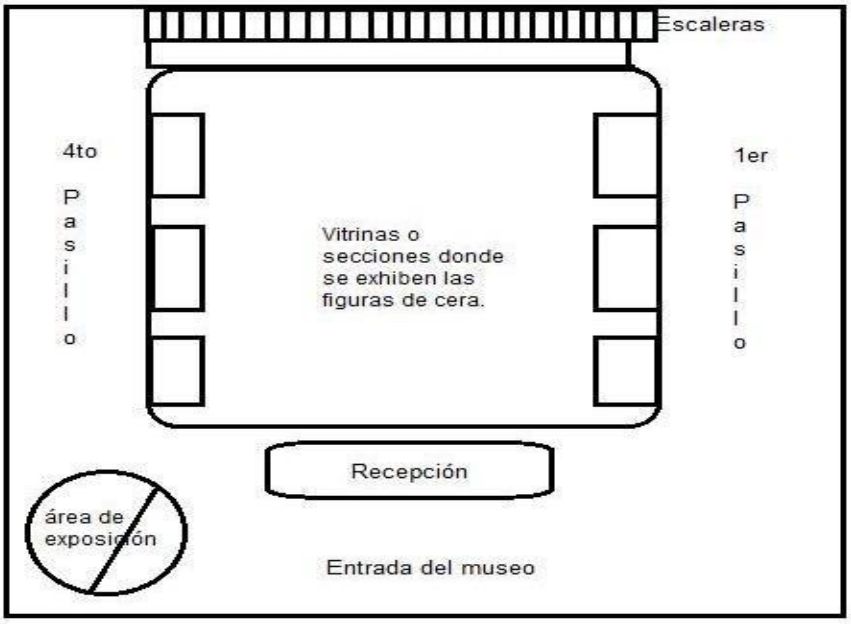
Para concluir con el recorrido, en el cuarto pasillo de la planta baja se encuentra la salida. Este pasillo tiene la misma estructura de los anteriores, tampoco existen señales ni cualquier otro elemento que indique un cambio de tema o sentido de la exposición, ni siquiera que indique la salida del mismo museo. (Imagen 12). En total el museo cuenta con cuatro pasillos donde exhibe su acervo o colección, dos pasillos en la planta baja y dos pasillos en la planta alta, así como dos escales las cuales conectan ambas plantas del museo.



12. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Museo de Figuras de Cera
“Dilea Castillo”
Último pasillo de exposición, 2021.
Gustavo A. Madero

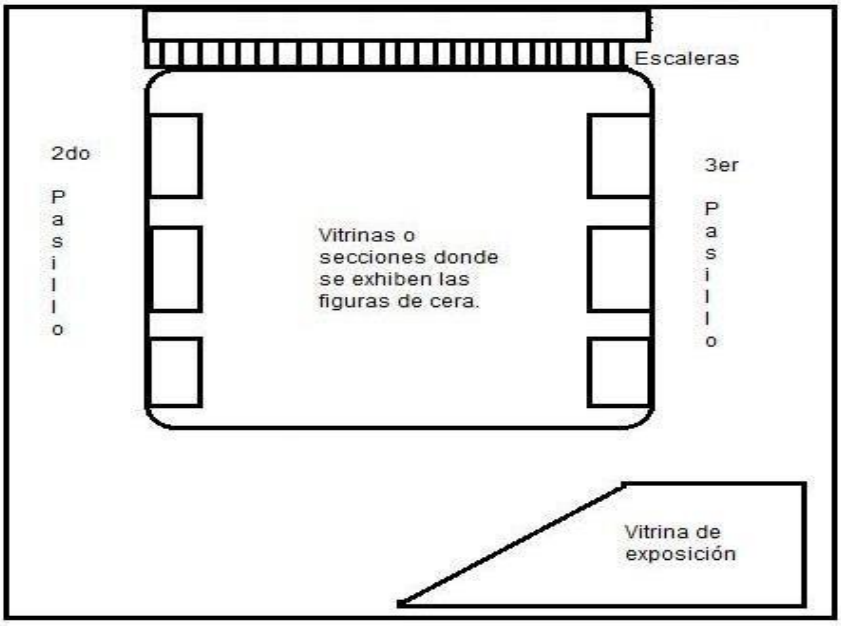
De esta manera, a través de las fotografías expuestas anteriormente hemos realizado la revisión de la estructura del edificio desde la visión del recorrido habitual del visitante. Sin embargo, para el fin que nos atañe esta investigación es necesario realizar el análisis del edificio, por ello me permito presentar un diagrama o croquis general de la planta baja y planta alta del museo. Es importante mencionar que en la parte central se encuentran concentradas las piezas en “habitaciones”, a las cuales se tiene “acceso visual” a través de “ventanas” con un cristal que permite la vista al interior de las mismas (imágenes 13 y 14).

Planta Baja del Museo de Figuras de Cera



13. Diagrama: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Diagrama ilustrativo de la Planta baja del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

Planta Alta del Museo de Figuras de Cera.



14. Diagrama: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Diagrama ilustrativo de la Planta Alta del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", 2021.
Gustavo A. Madero

Así mismo, al analizar los dos croquis del edificio podemos percatarnos del espacio reducido con el que cuenta el personal del museo, sin embargo, se encuentra bien distribuido este espacio en relación al número de piezas.

2.2.3 Colección en exhibición del Museo

Con respecto al acervo del museo, en la entrada principal se encuentra en exhibición una de las piezas de la colección del museo, junto con la ambientación de la misma, es decir, ambientación del personaje que se encuentre en turno. La pieza en cuestión va siendo alternada conforme a las decisiones del personal administrativo del museo, sin embargo, no existe un criterio específico para designar la pieza que ocupara la entrada

principal. Actualmente, la figura que recibe al visitante es la de una “prostituta” o “pinocha” como es conocida en el museo (Imagen 15).



15. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de cera “la Pinocha” en
La entrada Museo de Figuras de Cera
“Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

Nuevamente iniciaremos el recorrido, pero con la descripción del acervo. En el primer espacio “ventana” se presentan tres figuras de cera, dos figuras infantiles y una figura femenina adulta. El título en conjunto de las piezas es “los abandonados” (Imagen 16).



16. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figuras de escena “los abandonados”
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”,
2021.
Gustavo A. Madero

En esas habitaciones está restringido el acceso al público, las figuras de cera son

mostradas al pasillo a través de cristales o “ventanas” que permiten al visitante observar las piezas sin tener contacto con ellas. Esto es importante debido a que las piezas pueden sufrir alteraciones debido al contacto o al calor debido a sus materiales de creación, por esta razón el personal del museo decidió exhibirlas de dicha forma.

El personal administrativo del museo cuida y presta atención en las condiciones de preservación de cada una de sus piezas, pues conoce el trabajo y la labor que cada pieza requiere. La segunda pieza de la exhibición es una figura masculina, representando a “San Martín de Porres” y titulada en conjunto como “penitencia” (imagen 17).



17. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de San Martin de Porres.
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

En la tercer “ventana” se encuentra un cambio abrupto de temática, si bien las dos primeras no tienen en sí una vinculación el conjunto se puede entender o asociar de alguna manera. Sin embargo, en la tercera “ventana” se encuentran dos figuras de cera, representando a dos personajes históricos; “Venustiano Carranza” y “Francisco I. Madero”. Estas son las dos últimas figuras del primer pasillo de la exhibición.



18. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figuras de Francisco I. Madero (izquierda) y Venustiano Carranza (derecha).
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", 2021.
Gustavo A. Madero

Terminando esta vitrina se encuentran las escaleras para subir a la planta alta del museo. En la planta alta, en el primer pasillo, la primer "ventana" tiene dos figuras de cera, la primera es "Mariano Matamoros" y la segunda es "Vicente Guerrero". Siguiendo una temática histórica (imagen 19).



19. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figuras de Mariano Matamoros (izquierda) y Vicente Guerrero (derecha).
Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", 2021.
Gustavo A. Madero

En la siguiente “ventana” de la planta alta se encuentra en exhibición la figura del Gral. Emiliano Zapata y también la figura del Gral. Francisco Villa, al igual que el resto de las habitaciones o secciones arregladas en el museo donde se encuentran las figuras, esta parte cuenta con una luz especial para evitar el deterioro o deformación de las figuras (imagen 20).



20. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figuras de Gral. Emiliano Zapata (Izquierda) y Gral. Francisco Villa (derecha).
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

En la última “ventana” de ese pasillo, se encuentra la figura de “Juan Pablo 2do”, no hay una señalización que indiqué el cambio de tema, ya que se rompe la presentación de personajes históricos del museo. Así mismo, a un costado del primer pasillo de la planta alta se encuentra separada una habitación con su “vitrina/ventana” más amplia que las demás. En ella se exhibe la figura de cera de la Virgen de Guadalupe.

21. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de Juan Pablo Segundo
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero





22. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Representación de la Virgen de Guadalupe
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

Así mismo, esta parte de la exposición y la disposición de esta “ventana” facilita al visitante continuar el recorrido, llegando al segundo pasillo de la planta alta. En el segundo pasillo de la planta alta en la primer “ventana” se encuentra la figura de Pedro Infante caracterizando al personaje que interpretó en la película “Tizoc”.



23. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de Pedro Infante en su caracterización fílmica “Tizoc”
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

En la segunda y tercera ventana se encuentran en exhibición dos personajes, uno pertenece a la cultura estadounidense, Jesse James (Fotografía 22), y el último del segundo pasillo de la planta alta es Jorge Negrete. Igual que en los pasillos anteriores, no hay un referente de cambio de tema o una explicación del sentido de la exposición.



24. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de Jesse James, personaje estadounidense.
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero

.

Por último, podemos apreciar las piezas del segundo pasillo de la planta baja. En este pasillo se encuentra la figura de cera de Mario Moreno, también conocido como “Cantinflas” (imagen 25). Así mismo, la ventana que le precede se encuentran las figuras de cera dos personajes históricos, “Don Benito Juárez” y “Doña Margarita Maza de Juárez”. Al igual que en las secciones anteriores, no existen señalizaciones o indicación alguna de que se ha cambiado de tema dentro de la exposición.

25. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figura de Mario Moreno “Cantinflas”
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021.
Gustavo A. Madero





26. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Representación de Cuauhtémoc
Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, 2021
Gustavo A. Madero

Para concluir el recorrido del museo de las figuras de cera se presenta la figura de cera de Cuauhtémoc. En resumen, el museo tiene una colección en exhibición de 20 piezas, las cuales se encuentran distribuidas en 13 habitaciones. Cada habitación o sección del museo se encuentra ambientada acorde con el personaje que se encuentre en dicha exhibición. El público tiene acceso visualmente a las figuras a través de cristales y estos, a su vez, contribuyen a la conservación de las figuras y a la preservación de los materiales que las conforman. A pesar de que el museo cuenta con más piezas dentro de su colección, y renueva constantemente las que posee, actualmente podemos realizar una lista de su acervo, por orden de presentación.

PIEZAS EN EXHIBICIÓN

- Pinocha (prostituta)

- Los abandonados (una madre y dos niños)
- San Martin de Porres
- Venustiano Carranza
- Francisco I. Madero
- Don Mariano Matamoros
- Don Vicente Guerrero
- Gral. Emiliano Zapata
- Gral. Francisco Villa (El centauro del Norte)
- Juan Pablo II
- Virgen de Guadalupe
- Pedro infante (En su caracterización del príncipe Tizoc)
- Jesse James
- Jorge Negrete
- Mario Moreno "Cantinflas"
- Don Benito Juárez
- Doña Margarita Maza de Juárez
- Cuauhtémoc

2.2.4 Origen y desarrollo

La historia del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" comienza con la exhibición de una pieza presentada en exhibición en el zócalo de la ciudad en México en 1920. Dicha pieza representaba al Gral. Álvaro Obregón y el creador-autor de dicha pieza

fue José Neira Ocejo, el cual tomó la decisión de mostrar su trabajo en una carpa, la gente de esa época pagaba por ver esa figura.

La técnica de la escultura en cera fue aprendida y desarrollada por José Neira Ocejo y su esposa Dilea Castillo de Neira, los cuales más tarde fundarían el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, así mismo convertirían el conocimiento de la producción y trabajo de las figuras de cera en una herencia familiar, transmitiéndolo de generación en generación, durante cuatro generaciones consecutivas.

Entre los años de 1937 y 1938, José Neira Ocejo consiguió un local comercial en el cerro de la Villa, en dicho local se comenzaron a exhibir las figuras producidas por la pareja, por José Neira Ocejo y por su esposa Dilea Castillo. Más tarde, en el año de 1949 el gobierno expropió las tierras del cerro, reubicando a los locatarios a las inmediaciones del cerro del Tepeyac.



27. Imagen proporcionada por la familia Castillo Neira. Dilea Castillo con una escultura de su autoría. 1952, Ciudad de México.

El actual edificio del museo se destinó para exhibir las piezas, pero con el giro de local comercial, de 1949 a 1956. El capital económico que se invirtió para el museo de figuras de cera fue completamente privado y familiar, las piezas también eran desarrolladas exclusivamente por la familia y, principalmente por los fundadores José Neira y Dilea Castillo. Debido a la creciente producción de las figuras de cera por parte de la Familia Neira, existió una segunda sede de exhibición en el centro de la Ciudad de México, siendo funcional entre los años de 1930 a 1985. Dicha sede era un edificio que se rentaba como Museo de Figuras de Cera y se encontraba ubicado en la calle Argentina no. 21-A colonia Centro, en la Ciudad de México. Sus horarios de trabajo eran de lunes a domingo de 9 am a 9 pm. Sin embargo, después del terremoto de 1985, el edificio quedó inhabilitado para poder ser un lugar de exposición de Figuras de Cera debido a las fracturas estructurales causadas por el terremoto.



28. Imagen proporcionada por la familia Castillo Neira.
Fachada del Museo de Figuras de Cera el cual estaba ubicado en la Colonia Centro
S/A, Ciudad de México.

De esta manera, la propiedad ubicada en las cercanías del cerro del Tepeyac fue convertida en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” al ser registrado como tal por José Neira y su esposa Dilea Castillo el 12 de diciembre de 1957, cambiando su giro.

Por otro lado, la colección completa del museo fue creciendo hasta llegar a ser la colección actual del museo, la cual consiste entre 60 y 70 piezas que fueron planeadas, desarrolladas y detalladas a lo largo de los años por la familia Neira. Sin embargo, a pesar de dicha colección la capacidad máxima del recinto actual es para treinta piezas, por esta razón, gran parte de las figuras se encuentran almacenadas en un taller que la familia posee, ubicado en la Colonia Peralvillo, en la Raza.

La colección actual es grande, debido a que el fundador José Neira y su esposa Dilea Castillo elaboraban de 20 a 24 esculturas al año, y todas eran piezas trabajadas con sumo cuidado en el acabado y en los detalles. Muchas piezas eran producidas por encargo y fueron vendidas a otras intuiciones dentro del país o vendidas a particulares en el extranjero. Desafortunadamente, a lo largo del tiempo de producción y creación, la familia no llevó un registro de dichas piezas, y se perdió su rastro. Las piezas aún son realizadas por la familia, han sido cuatro generaciones que han aprendido la técnica tradicional de la creación de figuras de cera y actualmente, la producción y creación disminuyó a dos o tres esculturas de cera al año.

Por otra parte, en los inicios del Grupo Museo de Cera ubicado actualmente en la Alcaldía Cuauhtémoc, entre los años de 1974/1975, los fundadores solicitaron apoyo de la familia Neira para producir algunas piezas. Sin embargo, esta cooperación no duraría mucho tiempo, pues rompieron vínculos. Actualmente no existe relación entre el Grupo Museo de Cera y el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.

En lo que respecta a la administración y gestión del Museo de Cera “Dilea Castillo” siempre ha sido llevada por la familia Neira-Castillo, e inició con el fundador José Neira Ocejo. El director y figura legal del museo en la actualidad es Adolfo Xanitcio Neira Albarran, es quién se encarga de tomar las decisiones dentro del museo. Para desarrollar las diversas actividades de funcionamiento dentro del museo existen tres encargados, ellos realizan el mantenimiento de las figuras de cera, así como la producción de piezas nuevas, ofrecen atención al público e informan cuestiones históricas del museo, así como todos los aspectos y necesidades

inmediatas del museo. El museo no tiene vínculos con la alcaldía, tampoco convenios o relaciones de ningún tipo con ninguna institución gubernamental.

En cuanto al público del museo, la temporada alta del Museo de Figuras de Cera se reporta en los meses de julio/agosto, así como en diciembre de cada año, aunque no se ha generado un registro o contabilidad exacta. Algo interesante que perciben los encargados del museo es la visita por parte de personas de otros estados de la república mexicana, es decir, "peregrinos" que llegan a la Villa de Guadalupe para visitar la Basílica de Guadalupe, y pasan al museo mientras se encuentran en la Villa. Por el contrario, los meses más bajos son marzo y septiembre. Desafortunadamente el museo no cuenta con una gama de servicios o productos culturales adicionales para ofrecer a los visitantes. También es importante mencionar que los fines de semana son los días de mayor recepción de visitantes, de dos a tres veces más en comparación con los visitantes que asisten al museo en el transcurso de la semana laboral.

2.2.5 Creación de las Figuras de Cera: El conocimiento como herencia familiar

Como hemos visto en los capítulos anteriores, el museo posee una larga historia dentro de la familia Neira, su conocimiento y su técnica son valiosos. La Familia Neira es responsable de la conservación de las esculturas dentro del museo, así mismo han designado sus recursos materiales a la supervivencia del museo. El conocimiento ha pasado de generación en generación, transmitiéndose de forma oral a través de la familia.

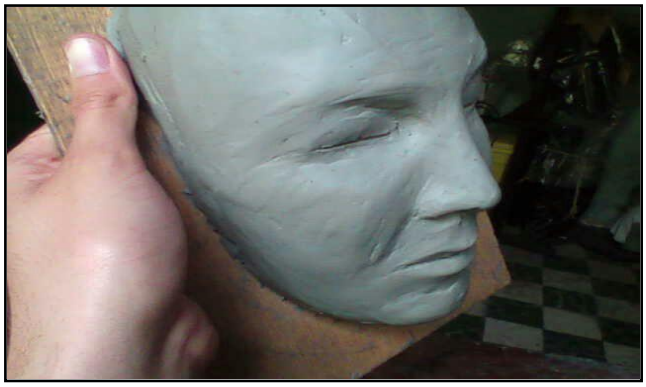
Así mismo, hay que mencionar que el material principal con el cual están realizadas las esculturas, es decir la cera, se reseca después de 20 o 25 años. Esto depende mucho del cuidado con el que se preserve la pieza. Por esta razón es necesario que se transmita el conocimiento para la restauración de las piezas, ya que además de la cera, se utiliza pintura al óleo para darle un acabado real a

las piezas. Otros elementos, como son el cabello o cejas de las esculturas también se resecan y se cuartean, ya que son materiales que se descomponen por ser elementos naturales y no sintéticos.

Por esta razón, al hablar de las piezas que posee el museo no podemos hablar de una pieza de autoría única y permanente, ya que todas las piezas que actualmente se encuentran en dicha institución son piezas que han sido intervenidas por los descendientes de los fundadores, e incluso hay esculturas que son completamente recientes en la composición de todos sus materiales.

El proceso que emplea la Familia Neira para elaborar una escultura de cera comienza con la fotografía del personaje del cual se pretende hacer la pieza, en caso de que la persona de la que se va a realizar la figura siga con vida, se procede a tomar un molde. Sin embargo, los dueños del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” se han enfocado en exponer personajes de trascendencia histórica, dejando en segundo plano los personajes de relevancia popular o religiosa dentro del país.

Es de esta manera, que una vez se elige la fotografía o imagen del personaje del cual se realizará la escultura, se comienza a trabajar en el modelado en plastilina del rostro del personaje. (Fotografía 29) Por otro lado, se trabaja el cuerpo de la escultura, utilizando como materiales principales alambrón y tubo metálico. El esqueleto metálico se forra de trapos o tela, para darle volumen al cuerpo del personaje. El tórax, las piernas y los brazos, después de estar forrados por trapos, se recubren con plastilina para comenzar a darles un acabado real.



29. Imagen proporcionada por Eduardo Neira. Fotografía del modelado de rostros S/A, Ciudad de México.

.

Una vez terminado el cuerpo de plastilina es recubierto con un separador de resina y poliéster, por último, se le coloca fibra de vidrio, la cual esta previamente cortada en pedazos pequeños, y se coloca con una brocha encima de todo el cuerpo del personaje. Para que el cuerpo pueda ser manipulado después, necesita un reposo de 24 horas, para que todo se seque y se endurezca. Una vez seco todo el cuerpo, se separa por secciones; los brazos y las piernas son separados del tórax a través del corte de los mismos. Cada pieza se trabaja detalladamente para retirar la plastilina que sirvió de soporte para darle forma a ese cascaron de cuerpo. La plastilina es retirada con una herramienta que la familia Neira ha adaptado y a la cual le llama "canaletita", la cual facilita la tarea de retirar a detalle la plastilina de las partes de lo que será la figura de cera. Esta labor le lleva a la familia un promedio de dos días completos.

A las piezas del cuerpo de la figura de cera se les coloca madera que se une a la fibra de vidrio por dentro. A su vez, a esa madera se le coloca un perno de hierro o aluminio para unirlo nuevamente al cuerpo, es decir, cada escultura de cera tiene movimiento en las extremidades, como un muñeco.

Con respecto a la cabeza y las manos, se saca un molde de yeso. A este molde se vacía la cera y se procede a dejarla enfriar. Estas piezas quedan huecas y serán añadidas al esqueleto de fibra de vidrio. Estas piezas de cera, antes de los años 70´s no poseían ningún soporte o se colocaban en bases de yeso, lo cual resultaba ser un material delicado y frágil para manipular.



30. Imagen proporcionada por Eduardo Neira. Cuerpo de fibra de vidrio al cual son montadas las piezas de cera para formar la escultura.
S/A, Ciudad de México.

Por último, después de desmoldar la cera y colocarla en la base de fibra de vidrio, se detalla el rostro; se colocan los ojos de vidrio (los cuales son prótesis para personas que pierden esa parte del cuerpo), se colocan las cejas, las pestañas y el cabello. El rostro y las manos consiguen esa textura visual de piel real a través del trabajo que la familia Neira realiza con la pintura de óleo que le coloca y que trabaja a detalle. Así como el rostro se detalla con cejas, pestañas y ojos, también a las manos se les colocan uñas postizas para generar realismo. La figura concluye cuando se le colocan los pies al cuerpo y se coloca también la ropa.

Como hemos visto el proceso parece sencillo, sin embargo, a la Familia Neira le ha tomado tiempo y esfuerzo dominar la técnica, detallar su trabajo y preservar el conocimiento y habilidad que la destacan. Cada pieza es tratada con sumo cuidado y profesionalismo, en cada pieza que crean ponen todas sus habilidades y creatividad para que dicha pieza cobre vida y pueda ser parte del acervo del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.



31. Imagen proporcionada por Eduardo Neira.
Cuerpo de fibra de vidrio al cual son montadas las piezas de cera para formar la escultura.
S/A, Ciudad de México.



32. Imagen proporcionada por Eduardo Neira.
Fotografía de la figura de cera “la pinocha” en distintas épocas para corroborar la restauración.
S/A.
Gustavo A. Madero

CAPÍTULO 3

REFERENTE OPERATIVO: MUSEO DE CERA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

3.1 Condiciones de la zona que alberga el museo: Alcaldía Cuauhtémoc

En la sección anterior observamos las condiciones y características de la zona que alberga al Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y todo lo referente a este. Bajo esta misma línea, examinaré en esta sección el contexto geográfico, social y cultural donde se localiza el Museo de Cera de la Ciudad de México, el cual se encuentra en la alcaldía Cuauhtémoc. Esta alcaldía goza de arquitectura prehispánica, renacentista, barroca, neoclásica, romántica, ecléctica y moderna, lo cual es un reflejo de todas las etapas vividas en la Ciudad de México. Así mismo, en la alcaldía Cuauhtémoc existe un flujo poblacional de las alcaldías colindantes e incluso del Estado de México, recibiendo cinco veces más población de la que lo habita realmente, excediendo su crecimiento físico y demográfico. Esta alcaldía está enfocada principalmente al comercio y establecimientos que prestan diversos tipos de servicios. De esta manera, la alcaldía Cuauhtémoc cuenta con una población de 532,553 habitantes y una superficie de 32.44 km2. (INEGI, 2015)

3.1.1 Población de la alcaldía Cuauhtémoc

Al consultar los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía recopilados en el 2015 pude hallar que en la alcaldía Cuauhtémoc residen 532,553 habitantes, de los cuales 253,238 son hombres y 279,315 son mujeres.

Total de habitantes en la Alcaldía Cuauhtémoc	532, 553

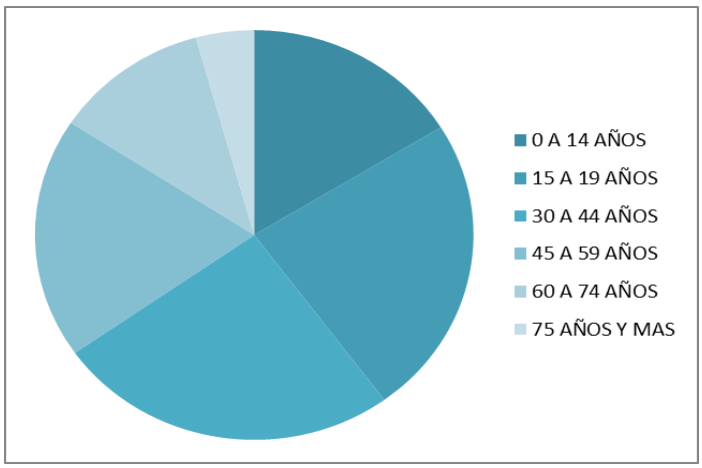
Hombres	253,238
Mujeres	279,315

(INEGI, 2015)

Al analizar los datos obtenidos por el INEGI nos podemos percatar que la mayoría de la población oscila entre las edades de 15 años a los 44 años, en términos porcentuales podemos traducirlos a la siguiente tabla.

Rango de edad	Población total	Porcentaje
0 a 14 años	86,272	% 16.20
15 a 29 años	126,149	% 23.69
30 a 44 años	135,002	% 25.35
45 a 59 años	101,146	% 18.99
60 a 74 años	61,087	% 11.47
75 a más	22,897	% 4.30

Grafica por rango de edad del total de la población de la Alcaldía Cuauhtémoc.



Es necesario señalar que la mayoría de la población que habita la alcaldía Cuauhtémoc se encuentra dentro del rango de edad de 30 a 44 años con un 25.35 %, el segundo rango de edad mayoritario es el de 15 a 29 años, con un 23.69% de población. Esto quiere decir que la mayoría de los habitantes de la alcaldía Cuauhtémoc oscila entre las etapas de jóvenes, adulto joven y adulto, esto debe considerarse más adelante para analizar los rangos de educación y la oferta cultural que ofrece la alcaldía.

3.1.2 Educación en la alcaldía Cuauhtémoc

Como en el apartado de análisis de la situación a nivel de educación de la alcaldía Gustavo A. Madero, también es necesario ver el nivel educativo dentro de la población de la alcaldía Cuauhtémoc, con ello podremos, más adelante, generar parámetros comparativos de la situación de ambas alcaldías con respecto a su población.

Como se ha dicho, el nivel educativo en los habitantes de la alcaldía Cuauhtémoc es importante porque ello nos proporcionará un panorama claro de la recepción de la información de los museos, así mismo se vincula la información educativa con la oferta cultural dentro de la misma alcaldía, ya que al haber mayoría en la población alfabetizada es mayor la asistencia en los museos de la alcaldía. Cabe mencionar que los datos de la población están clasificados en tres rubros; la población *sabe leer y escribir,* la población que *no sabe leer y escribir,* y un sector de la población que no especifica su situación, así mismo estos rubros están divididos por los rangos de edades: 6 a 14 años, 15 a 17 años, 18 a 24 años, 25 a 34 años, 35 a 44 años, 45 a 54 años, 55 a 64 años, 65 y más. Estos datos los presento en la siguiente gráfica como porcentajes de la población total, según el rango de edad, de tal manera que se obtiene el cien por ciento de la población total de cada uno de los rangos de edad.

Nivel de escolaridad de la población de 15 años y más de la alcaldía Cuauhtémoc (446,045 personas)		
Estatus Académico	Porcentaje	Población
Sin escolaridad	1.28%	5,709
Preescolar	5.62%	25,068
Primaria	21.75%	97,015
Secundaria incompleta	11.22%	50,046
Secundaria completa	46.36%	206,786
No especificado	0.04%	178
Educación Media	7.40%	33,007
Educación Superior	6.14%	27,387
No especificado	0.19%	847

(INEGI, 2016)

Estos datos nos ayudan a entender que existe un mayor porcentaje de población de 15 años y más residente en la alcaldía Cuauhtémoc que cuenta con el nivel de estudio de secundaria completado, lo cual, en términos comparativos, es el mismo nivel de promedio que tiene la alcaldía Gustavo A. Madero.

3.1.3 Consumo cultural en la alcaldía Cuauhtémoc

En este apartado tenemos una visión más amplia de la oferta cultural que proporcionan cuatro de las alcaldías de la Ciudad de México para realizar una comparativa crítica sobre el panorama general. Sin embargo, cabe mencionar que las alcaldías que nos interesan son la alcaldía Gustavo A. Madero y la alcaldía Cuauhtémoc, ya que en estas dos son donde se encuentran las dos instituciones museísticas de figuras de cera, los

cuales son nuestro objeto de estudio.

Oferta Cultural	Gustavo A. Madero	Azcapotzalco	Cuauhtémoc	Venustiano Carranza
Auditorios	4	2	27	0
Bibliotecas	16	36	62	2
Teatros	6	1	66	2
Museos	7	2	78	2
Librerías y puntos de venta	30	9	241	24
Galerías	7	0	107	1
Universidades	18	5	50	1
Casas y Centros Culturales	25	2	66	7
Centros coord. Para el desarrollo indígena.	0	0	1	0
Casas de artesanías	0	0	7	3

(SIC,2017)

3.2 Museo de Cera de la Ciudad de México, ubicado en la zona centro, alcaldía Cuauhtémoc

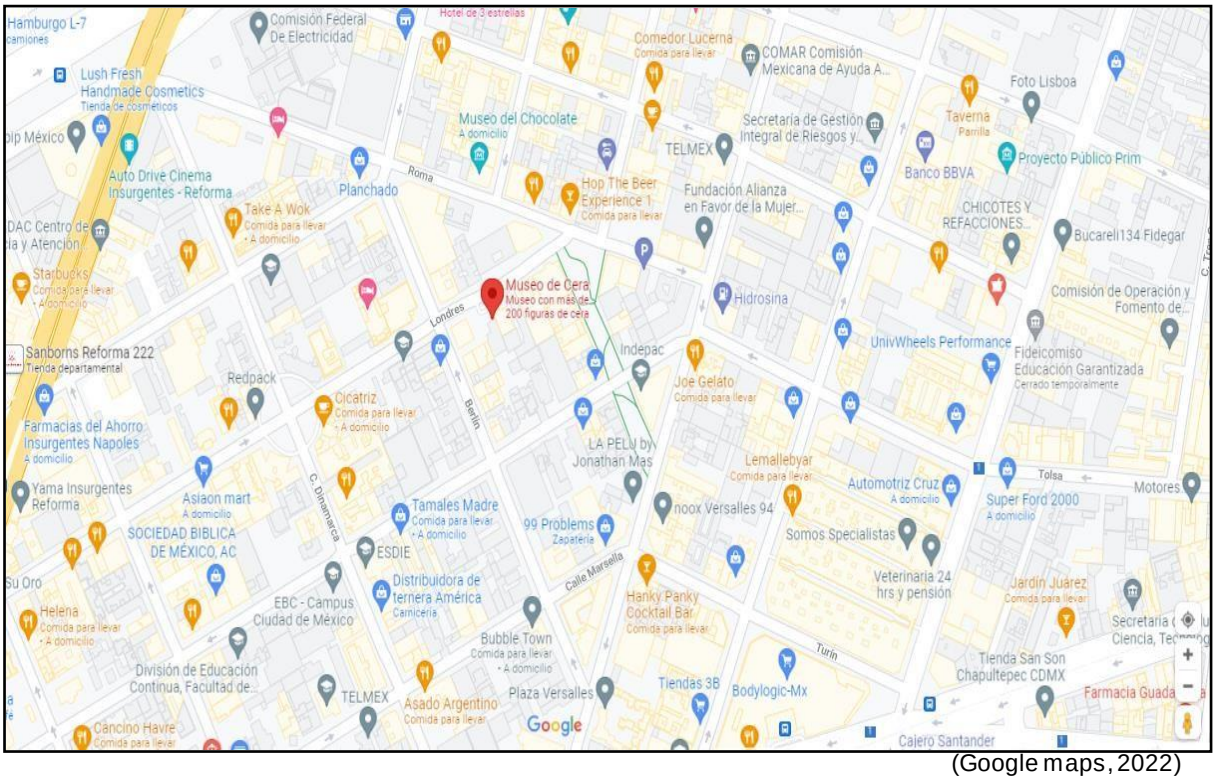
3.2.1 Ubicación

El Museo de Cera de la Ciudad de México está ubicado en la calle Londres no. 6 colonia Juárez, en la alcaldía de Cuauhtémoc. El edificio que alberga una colección de más de 200 piezas, según la información de la página oficial, se encuentra a mitad de la acera y es conocida como “la Antigua Hacienda de la Teja”, esta hacienda “[…] fue construida entre 1900 y 1904 por el arquitecto Antonio Rivas Mercado, y está

catalogada como patrimonio histórico", estos datos los proporciona el libro informativo del museo. Para poder tener acceso al museo se cobra 140 pesos por persona (precio de enero 2020) y cuenta con el horario de servicio de lunes a domingo de 11:00 am. a 7:00 pm, así mismo cuenta con otros precios sí se añade la visita también al Museo Ripley, el cual está ubicado en el edificio contiguo.

Una de las rutas principales para tener acceso a la calle Londres es por la calle Roma o la Calle Dinamarca, las cuales son calles contiguas como se puede observar en la imagen 33. Así mismo, cabe mencionar que para llegar a este museo se debe acceder a través de la Av. Insurgentes, la cual es la vía principal de la zona y si se acude en transporte público el rápido acceso es por el metrobús Hamburgo, en la línea Roja o Línea 1(imagen 33) .

Mapa de la zona del museo de Cera de la Ciudad de México.



(Google maps, 2022)

Dentro del área aledaña al Museo de Cera se encuentra el Museo del Chocolate, el Museo de la Ciudadela, el Museo Casa de Carranza y el Eco (Museo de Arte Moderno). También se encuentran diversos centros de estudios, entre ellos universidades y centros de educación media superior. Esto sirve de panorama general debido a que nos muestra que hay diversos lugares que ofertan esparcimiento y conocimiento especializado a la población que habita en la zona aledaña al Museo de Cera de la Ciudad de México.

3.2.2 Condiciones Físicas del Museo

Al llegar al museo se puede identificar perfectamente el edificio, ya que se encuentra correctamente señalizado con un letrero con letra clara y el logotipo del museo (imagen 34).

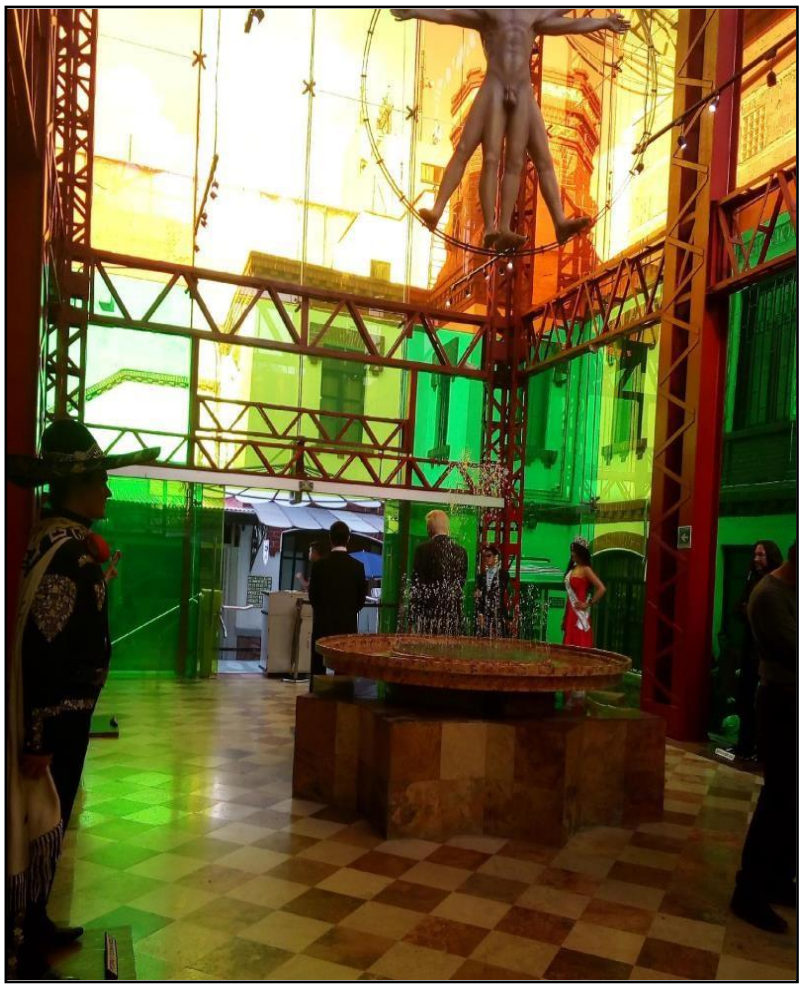


34. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez. Entrada del Museo de Cera de la Ciudad de México. 2022 Cuauhtémoc

El Museo de Cera de la Ciudad de México cuenta con las siguientes áreas; taquilla, servicios de paquetería, cafetería, dulcería, taller de manos (se realiza una escultura de

cera de las manos del visitante), tienda de souvenirs, servicio de visita guiada para las escuelas, rampas y elevadores para personas con discapacidad motriz, sanitarios y las 14 salas temáticas de exhibición de las figuras de cera.

El recorrido dentro del Museo de Cera comienza con la primera sala, en esta sala nuevamente se presenta el nombre del museo y están en exhibición figuras de personajes representativos del medio del espectáculo, de la política, el cine y la cultura popular o medios masivos de comunicación. Cabe mencionar que una particularidad de esta sala es que se encuentra construida con paredes de cristal que permite un completo acceso a la luz natural, así mismo el libro informativo que venden en la taquilla del museo de Cera nos proporciona el nombre de la sala como “Figuras internacionales”, sin embargo, el nombre de la sala no se encuentra en ningún lugar de la misma, y es información que el visitante se pierde si no consigue comprar el librillo que vende el museo (imagen 35).



35. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Entrada del Museo desde la primera sala de exhibición.
2022
Cuauhtémoc

A un costado de la primera sala se encuentra un pasillo camuflajeado por espejos, el cual proporciona una ruta de acceso a la segunda sala del museo. Otra información de ayuda al visitante es que en esta sección se encuentra un croquis del lugar mostrando la ruta de evacuación en caso de una emergencia desde la sala que nos encontramos. A partir de este punto iremos encontrando estos croquis en cada sala, por esta razón me apoyaré en estas imágenes para ir describiendo el recorrido dentro de las salas del museo (imagen 36).



36. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis de la primera planta del Museo de Cera.
2022
Cuauhtémoc

Como mencioné anteriormente, estos croquis además de señalizar la ruta de evacuación en caso de emergencia, también hace mención de las zonas de seguridad o los llamados “puntos de reunión”, por ello cabe decir que las señalizaciones son claras y entendibles.

Continuando con la narración del recorrido dentro del museo seguimos con la segunda sala denominada “Grandes pintores”, se puede mencionar que la sala cuenta con un gran colorido y es una sala espaciosa y llamativa, como se puede observar en la siguiente fotografía (imagen 37).



37. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen de la segunda sala "Grandes Pintores"
2022
Cuauhtémoc

En el recorrido de la sala de "Grandes Pintores" las figuras de cera se encuentran dispuestas a los costados, es decir, en el perímetro de la misma, y podemos mencionar que el acceso para la siguiente sala se encuentra justo detrás de la figura de Dalí y el reloj. Al pasar a la siguiente sala podemos notar que no tiene título y no se hace mención de esta sala en el libro informativo, pero la sala representa una arena/pista de corrida de toros. Otra característica de la sala es que presenta una proyección de una corrida de toros y una figura animatrónica cantando opera (imagen 38).

38. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen de inicio de la sala "Arena de toros"
2022
Cuauhtémoc



También debo hacer mención que al final de la sala “Arena de Toros” se presenta el croquis de la planta baja indicando las salidas de emergencia (imagen 39) desde la sala, es útil mencionar y añadir la fotografía de estos croquis pues ayudan en la ubicación espacial y la descripción del recorrido.



39. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen presentando la planta baja y la ubicación de la tercera sala, según la descripción del recorrido.
2022
Cuauhtémoc

En esta sala también encontramos tres señalizaciones más indicadas en la misma sala de manera física; zona de menor riesgo en caso de emergencia, un extintor y una puerta de acceso para personas que tienen una discapacidad motriz. Así mismo, es importante señalar estos detalles porque se encuentran a la vista del visitante del museo.

Continuando con el recorrido tenemos la sala de “Grandes personajes”, esta sala en particular simula un espacio abierto debido a la decoración de nubes y los espejos colocados en las paredes, las figuras de cera se encuentran dispuestas alrededor de la sala y el centro de la misma está completamente despejado (imagen 40).



40. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen presentando la planta baja y la ubicación de la tercera sala, según la descripción del recorrido.
2022
Cuauhtémoc

Dando continuidad al recorrido, el siguiente acceso se encuentra en medio de la sala y al cruzarlo encontramos la sala denominada “Presidentes de México” en la cual están distribuidas las figuras de cera en dos secciones, una se encuentra en una habitación cerrada y decorada con piso de madera y cortinas grandes, y la segunda sección se encuentra en un balcón con ventanal que da al visitante una vista al patio del museo y a la calle principal. Así mismo se presenta el croquis de esta sección, imagen 41.



41. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis de la planta baja, lo marcado con línea en rojo es la sección completa de la sala “Presidentes de México”.
2022
Cuauhtémoc

Estas dos secciones de la sala están separadas por la estructura del edificio, sin embargo, se da continuidad a la temática y al mismo recorrido de la sala. Se presentan

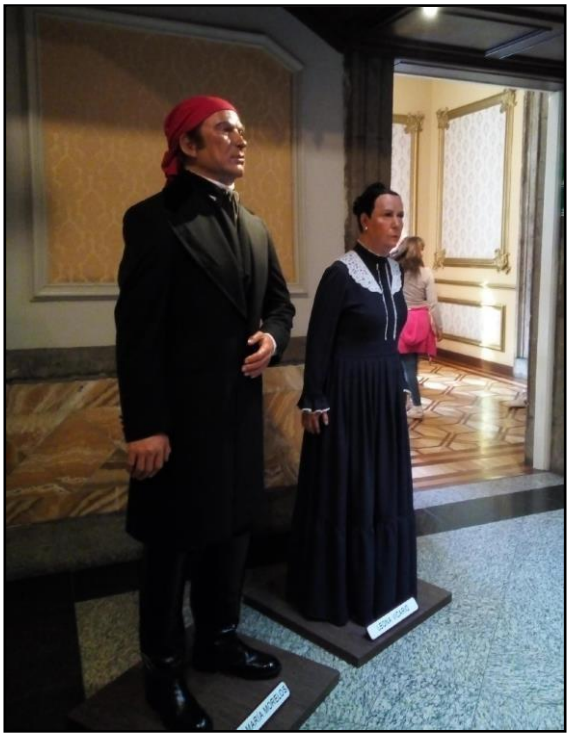
figuras de cera sentadas y diversas figuras de cera de pie en la primera sección de la sala.



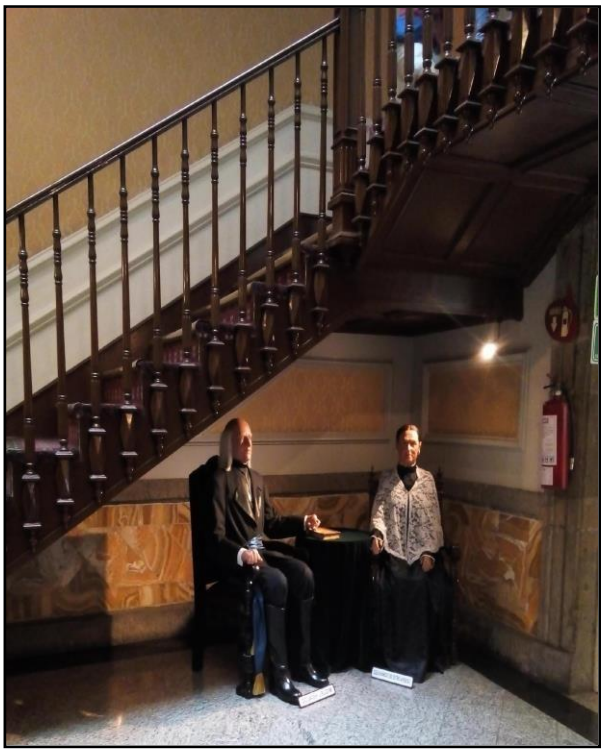
42. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez. Segunda sección de presidentes de México. 2022 Cuauhtémoc

Continuamos con el recorrido en la sala de “Presidentes de México” pero en la sección del balcón a la cual tenemos acceso por la sala de “Presidentes de México” que se encuentra en el espacio cerrado, al terminar de recorrer el balcón el mismo recorrido nos conduce nuevamente al interior de la sala Presidentes de México”, siendo un trayecto en “U”. A un costado de esta sala se encuentra un nuevo acceso que da a las escaleras para subir a la planta alta del museo.

En el espacio se encuentran personajes de la historia de México, como tal esta sección no se puede considerar como una sala, sin embargo, forman parte del recorrido (imágenes 43 y 44).



43 - 44. Fotografías: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Figuras de Cera que se encuentran ubicadas en la sección de las escaleras.
2022
Cuauhtémoc



A pesar de que físicamente el recorrido te lleva a las escaleras para subir a la planta alta, este acceso se encuentra cerrado por cordones o guías que conducen a una sala diferente en la planta baja. Continuando con el recorrido de la planta baja nos encontramos en una sala donde se exhibe una figura que representa a Leonardo Da Vinci simulando realizar la pintura de la “Gioconda”, también encontramos la figura de cera de la “modelo” que inspiró a Da Vinci para realizar dicha obra. Esta sala no cuenta con croquis y oficialmente en el libro que se vende al público no tiene nombre ni es mencionada (imagen 45)



45. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala contigua al pasillo de las escaleras, mostrando las figuras de cera de Leonardo
Da Vinci y la “Mona Lisa”
2022
Cuauhtémoc

Siguiendo el recorrido entramos a la sala de la Fe, la sala está representando una iglesia y tiene diversas personalidades de orden religioso de diversas corrientes de pensamiento espiritual, los personajes se encuentran en el centro y alrededor de la sala para la ambientación (imágenes 46 y 47)



46. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala de la Fe.
2022
Cuauhtémoc



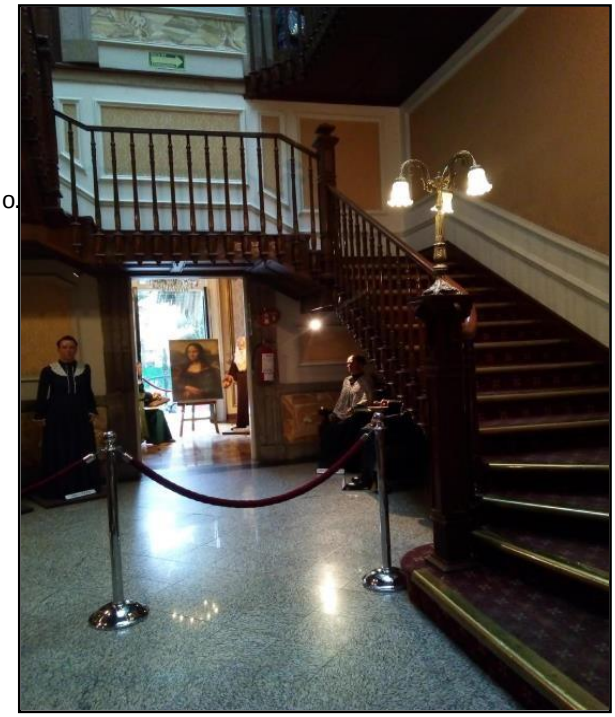
47. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis de la planta baja desde la Sala de la Fe.
2022
Cuauhtémoc

La sala de Fe da acceso para continuar con el recorrido, y así es como pasamos a la sala “Internacional”, la cual es la última sala de la planta baja. En la sala “internacional” se presentan figuras de cera de personalidades del ambiente político y público internacional, las cuales se encuentran colocadas tanto alrededor de la sala como en el centro de la misma (imagen 48).

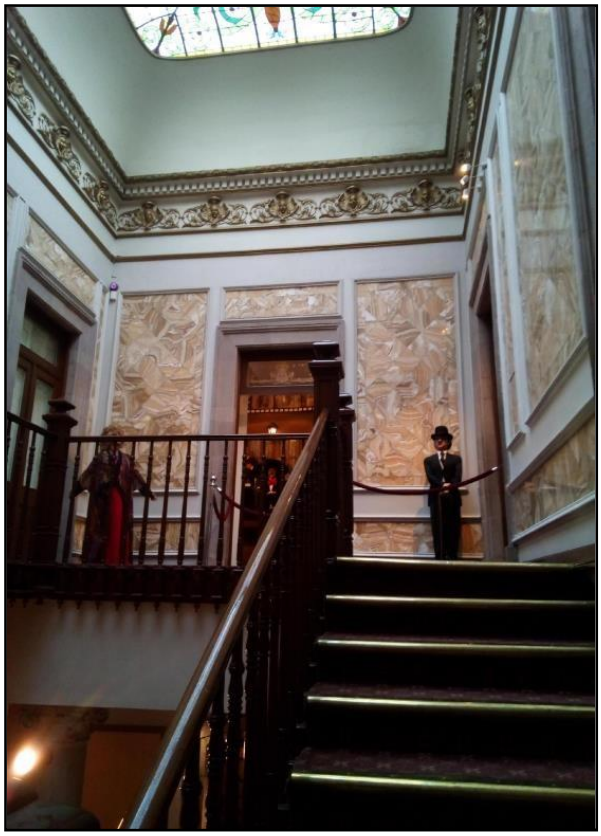


48. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala Internacional.
2022
Cuauhtémoc

Al finalizar la sala internacional, nuevamente llegamos a las escaleras que dan acceso a la segunda planta del museo, pero en esta ocasión se da el acceso ir avanzar al segundo piso y continuar con el recorrido en la planta alta como se observa en las siguientes fotografías.



49. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imágenes de las escaleras de acceso al segundo piso.
2022
Cuauhtémoc



50. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imágenes de las escaleras de acceso al segundo piso.
2022
Cuauhtémoc

.

En la primera sala de la planta alta se encuentran las figuras de los integrantes de la banda musical The Beatles, las figuras de cera se encuentran ubicadas en el centro. En el libro de recorrido que proporciona el museo no menciona dicha sala. Así mismo hago mención que en las escaleras que dan acceso a la planta alta, también hay figuras de cera en exhibición, pero el orden y nombre de las figuras de cera se verá más adelante.



51. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis de la planta alta del museo desde la sala de "The Beatles"
2022
Cuauhtémoc



52. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Fotografía de la sala "The Beatles"
2022
Cuauhtémoc

La segunda sala de la planta alta se llama Figuras del deporte, en esta sala encontramos un espacio amplio y se encuentran en exhibición varias figuras de cera representando a personajes de distintas disciplinas deportivas a nivel nacional e internacional.



53. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala de Figuras del deporte
2022
Cuauhtémoc



54. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis del museo desde la sala Figuras del Deporte
2022
Cuauhtémoc

Continuando el recorrido en la planta alta, pasamos a la sala nombrada “Época de Oro del cine nacional”, en el cual se encuentran figuras de cera de personajes representativos del cine de mexicano, caracterizados con el personaje del papel de alguna película, junto con la ambientación y los accesorios correspondientes. Así mismo, en esta sala tenemos figuras de cera de iconos de la música mexicana producida en el país en la llamada “época de oro”. El ambiente general de la sala hace remembranza al ambiente de cantina-bar muy común en las películas mexicanas de la época de oro.



55. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala Época de Oro del cine Nacional.
2022
Cuauhtémoc

Por último, en la planta alta del museo, se encuentra la sala denominada Casino, en la cual se encuentran las figuras de personalidades del cine y medio musical de la cultura pop a nivel internacional. Al final de esta sala se encuentran las escaleras para bajar a un piso inferior o sótano del museo.



56. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Sala Casino
2022
Cuauhtémoc

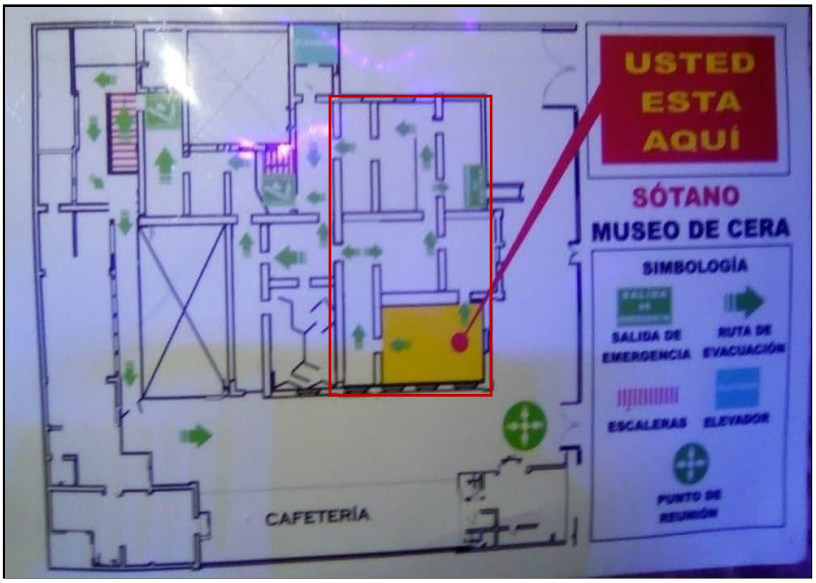
Cuauhtémoc



57. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Planta alta desde la última sala
2022

El sótano se encuentra dividido en dos temáticas principales; sección de terror y la sección infantil. Para la ambientación de la sección de terror; las paredes se encuentran pintadas de negro, hay luz violeta y algunas piezas tienen movimiento animatrónico con el fin de asustar al espectador. Debido a estos detalles y considerando que el público que asiste al museo es familiar tomando en cuenta la población infantil, en la entrada al sótano del museo cuenta con la opción de no pasar a la sección de terror y saltar directamente al área de niños.

Es importante señalar que la sala de Terror está conformada por varios pasillos y es grande, como se puede observar en el croquis.



58. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Croquis del sótano del museo, marcado en rojo la sala de terror
2022
Cuauhtémoc

Después de la sala de terror, hay una sala infantil con personajes de Plaza Sésamo de gran tamaño, los personajes están dispuestos de tal manera en la sala que el público espectador puede tomarse fotografías. Siguiendo con el recorrido del museo nos encontramos un laberinto de espejos que nos lleva a una segunda sección de figuras de cera de personajes infantiles.

Después del laberinto de espejos se presenta una escena del cuento de Blanca Nieves, con los personajes principales, desde la bruja malvada, los enanos (cinco de los siete enanos) y Blanca Nieves (imagen 59).



59. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Pasillo con los personajes de Blanca Nieves
2022
Cuauhtémoc

Continuando con la temática de Blanca Nieves, en el otro extremo del pasillo se encuentran dos de los cinco enanos representados en la escena, así mismo se interrumpe la temática de cuento con el personaje de caricaturas infantiles de Bob Esponja.

Continuando con el recorrido en la sección infantil se encuentra una pequeña sala con la figura de cera de Roberto Gómez Bolaños en su persona del programa mexicano de televisión “Chavo del Ocho” (imagen 60).



60. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Escenografía del Chavo del Ocho y personaje del Chavo
2022
Cuauhtémoc

Avanzando en la sección infantil, tenemos la escena de Pinocho; en esta escena se observan dos figuras de cera, Gepetto el carpintero y Pinocho, así mismo están ubicados en un pequeño espacio (imagen 61).



61. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Escena del cuento Pinocho
2022
Cuauhtémoc

En las dos secciones que terminan y cierran la exposición de figuras de cera se encuentran dos temáticas diferentes; por un lado, nos presentan los personajes de las canciones de Francisco Gabilondo Soler también conocido como Cri-Cri, y una figura de Cera del mismo (imagen 62).



62. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen de Francisco Gabilondo Soler Cri-Cri junto a dos personajes de sus canciones ratón vaquero
2022
Cuauhtémoc

Para terminar con el recorrido dentro del museo de cera se presenta una pequeña sección con figuras de cera de superhéroes de los comics americanos, y principalmente la imagen de los actores que les han dado vida en la cinematografía de Hollywood. La sección se encuentra revestida de espejos y las figuras se encuentran

repartidas en esta sección.



63. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Imagen del personaje Batman
2022
Cuauhtémoc

Y de esta manera termina el recorrido dentro del museo de cera de la Ciudad de México, ya que la salida del museo conecta directamente con la tienda de souvenirs o recuerdos. Al terminar de recorrer la tienda, el visitante sale a un pasillo donde se encuentran los sanitarios del museo.

3.2.3 Colección en exhibición del Museo

En esta parte del capítulo realizaré un rápido inventario de la colección en exhibición que posee el museo de Cera de la Ciudad de México de cada una de las salas. Este inventario es para fines informativos y de referencia respecto a la sección que le precede a este trabajo de investigación.

Cabe mencionar que el inventario se realizará por orden de presentación de las salas al visitante de acuerdo con el recorrido descrito en el capítulo anterior y mencionaré algunas figuras presentadas, debido a que el inventario es extenso. El inventario da comienzo por la primera sala de la planta baja, la cual es nombrada sala

de figuras internacionales.

Sala de Figuras internacionales:

- Ximena Navarrete (Modelo mexicana y Miss Universo 2010)
- Marco Antonio Solís (Músico, cantante, compositor y productor mexicano)
- Alfonso Cuarón (Director, guionista y productor de cine mexicano)
- Guillermo del Toro (Director, guionista, productor y novelista mexicano)

En la primera sala de figuras de cera nombrada como Sala Internacional se presentan **16 piezas** de diversos ámbitos sociales, pero de fama internacional. De esta sala pasamos al inventario de la sala de Grandes Pintores.

Sala de Grandes Pintores

- Vicent Van Gogh (Pintor Holandés; 1853-1890)
- Pablo Picasso (Pintor y escultor español; 1881-1973)
- Salvador Dalí (Pintor, escultor, grabador, escenógrafo y escritor español: 1904 -1989)
- José Clemente Orozco (Caricaturista, muralista y litógrafo mexicano; 1883-1949)

En total se presentan **8 figuras** de personajes que se encuentran en la segunda sala del primer piso, la sala de Grandes Pintores. Después pasamos a una sala que no tiene nombre o no nombrada de ninguna manera, sin embargo, se encuentra en el recorrido del museo y la cual está ambientada como una arena para corrida de toros.

Sala de “Arena de Toros”

- Jacobo Zabludvski (Abogado y periodista mexicano; 1928-2015)
- Enrique Ponce (Torero español)
- Manuel Capetillo (Torero mexicano; 1926-2009)

En esta tercera sala del museo se encuentran en exhibición **10 piezas** en total; de las cuales solo 8 de los personajes que representan se encuentran identificados con nombre; hay dos piezas restantes que se tienen para ambientación, ya que no poseen identificación y se encuentran ubicadas en las gradas de la sala; se puede asumir que se presentan como espectadores del escenario de la corrida de toros. Pasamos a la cuarta sala de la planta baja, la cual es nombrada Sala de Grandes Personajes.

Sala Grandes Personajes

- Gabriel García Márquez (Escritor, editor, guionista y periodista colombiano; 1927-2014)
- Carlos Monsiváis Aceves (Escritor y periodista mexicano; 1938-2010)
- Steve Jobs (Empresario estadounidense; 1955- 2011)

En la sala de Grandes Personajes, en total son **8 figuras** de cera que se encuentran distribuidas alrededor de la sala; cabe mencionar que en las "cédulas" solo contiene el nombre del personaje que representa la figura de cera. En cambio, en la quinta sala de la planta baja se presenta más información en la cédula, en esta sala se encuentran los presidentes de México.

Sala presidentes de México

- Lázaro Cárdenas (General y estadista mexicano; Presidente de 1934 – 1940)
- Felipe Calderón (Político mexicano; presidente de 2006 – 2012)

Personajes del balcón de la sala de presidentes de México;

- Guadalupe Victoria (Militar y político mexicano; presidente de 1824 - 1829)
- Agustín de Iturbide (Militar y político mexicano; Emperador de nuevo estado mexicano de 1822-23)

Se presenta la sala de Presidentes de México en dos segmentos la cual expone un total de **23 figuras** de cera de la vida política mexicana. Así mismo, debo hacer mención que existen **10 figuras** de cera en el espacio de las escaleras que tienen relación en la historia de México, sin embargo, no se considera como tal una sala ya que este espacio no viene especificado en el libro ni la información "oficial" que proporciona el museo al público en general.

Pasillo de las escaleras "Historia de México"

- José María Morelos (Sacerdote y militar novohispano; 1765- 1815)
- Leona Vicario (Política novohispana; 1789- 1842)
- Josefa Ortiz de Domínguez (Insurgente de la independencia de México; 1768 – 1829)
- Miguel Hidalgo (Sacerdote y revolucionario novohispano; 1753-1811)

Pasando esta sección de las escaleras se encuentra en el primer piso otra sala de la cual no se tiene un título para nombrarla; sin embargo, solo hay **2 figuras** en esa exhibición.

Sala de Leonardo Da Vinci

- Leonardo Da Vinci (Polímata florentino;1452-1519)
- La Gioconda

Sala de la FE

- Sor Juana Inés de la Cruz (Religiosa jerónima y escritora novohispana; 1648-1695)

- San Martin de Porres (Fraile Peruano de la orden de los dominicos; 1579-1639)

En la sala de la Fe, se exponen en total **13 figuras** de cera de distintos líderes religiosos o figuras icónicas religiosas principalmente de la religión católica, así mismo la escenografía de dicha sala o ambientación simula una iglesia o templo católico. Dentro de las figuras que se presentan cuatro figuras de ellas se encuentran sentadas en bancas en el centro de la sala, simulando "creyentes o congregantes" para ambientación del lugar, cabe mencionar que estos personajes no se encuentran identificados.

Sala Internacional

- Evo Morales Ayma (Político, sindicalista, activista y dirigente boliviano; presidente de Bolivia de 2006- 2019)
- Vladimir Putin (Abogado y político; presidente de la Federación de Rusia)
- Justin Trudeau (Primer ministro canadiense)
- Theresa May (Ministra del Parlamento del Reino Unido)

En la sala internacional se encuentran en total **18 figuras** en exhibición de representantes políticos de diversos países. Continuando con el listado de las figuras de cera, pasamos a las escaleras que dan acceso a la planta alta. En esa sección se encuentran **3 figuras** ubicadas en un balcón o pasillo que antecede la primera sala de la planta alta:

- Charles Chaplin (Actor, humorista, compositor, productor, guionista, director, escritor y editor inglés;1889-1977)
- Celia Cruz (Cantante cubana;1925-2003)
- Mario Moreno Cantinflas (Actor mexicano; 1911-1993)

Estas tres figuras no son parte de ninguna sala en particular, sin embargo, forman parte del inventario en exhibición del museo de cera de la Ciudad de México.

Por otro lado, en la planta alta del museo, en la primera sala se encuentra la Sala de la banda de rock The Beatles.

Sala de The Beatles

- Paul Mc Cartney (Cantautor, compositor músico, escritor y autor británico)
- George Harrison (Músico, compositor, cantautor, productor musical, productor cinematográfico y actor británico; 1943-2001)
- John Lennon (Artista, músico, cantautor, compositor, poeta, dibujante, escritor, pacifista, activista y actor inglés; 1940-1980)
- Ringo Starr (Músico, cantante, compositor y actor inglés)

En esta sala se tiene **4 figuras** de cera, los cuales conformaron a integrantes de la banda de Rock The Beatles; así mismo se presentan posters y ambientación acorde al estilo de la banda. Pasando a la segunda sala de la planta alta nos encontramos con la sala de figuras del deporte.

Sala Figuras del Deporte

- José Sulaimán Chagnón (Boxeador amateur, entrenador, árbitro y promotor mexicano; 1931-2014)
- Usain Bolt (Ex-atleta jamaicano)
- Hugo Sánchez Márquez (Ex-futbolista y entrenador mexicano)

Estos son algunos de los personajes presentados en esta segunda sala de la planta alta, la cual cuenta con **15 figuras** de cera en exhibición, estas figuras representan a distintas personalidades del ámbito deportivo a nivel internacional. Después de esta sala tenemos la sala de Época de Oro del Cine Nacional, la cual hace referencia a personajes mexicanos.

Sala Época de Oro del Cine Nacional

- Luis Aguilar (Actor y cantante mexicano;1918-1997)

- Pedro Infante (Cantante y actor mexicano; 1917-1957)
- Tin-Tan Germán Valdés (Cantante y actor mexicano; 1915-1973)

Estos son algunos de los personajes presentados en esta sección, la sala de la época de oro del cine Nacional cuenta con **18 figuras** en exhibición. La primera figura que se presenta en dicha sala no cuenta con identificación, es una mujer usando los uniformes del personal del museo y se encuentra simulando tomar una fotografía a la sala de Época de Oro del Cine Nacional. A continuación, y como última sala de la planta alta se presenta la sala Casino.

Sala Casino

- Tom Hanks (Actor y productor estadounidense)
- Meryl Streep (Actriz de cine, teatro y televisión estadounidense)
- Miguel Bosé (Cantante y actor español)

En esta sala se exhiben **18 figuras** en una sala espaciosa la cual tiene un tapíz en las paredes de cartas de la baraja inglesa, las figuras se encuentran distribuidas alrededor de la sala y dispersas en el centro, sin ningún orden aparente. Después de esta exhibición, hay un pasillo que da acceso y continuación al recorrido, en ese pasillo se encuentra **1 figura** de cera sin rostro definido y en la cual se realiza una proyección sólo al rostro. Esta figura de cera se encuentra caracterizada del personaje “El Vitor”, la proyección ayuda a simular visualmente que la figura está “hablándole” al visitante del museo. Y así es como termina el recorrido en la planta alta del museo.

El recorrido dentro del museo continúa bajando las escaleras de la planta alta, en esa sección se presentan **2 figuras** de Cera:

Sótano del museo (Entrada a la zona de Terror):

- Harry Potter (Personaje de ficción interpretado por Daniel Radclieffe)
- Dobby (Personaje de ficción de novela Harry Potter)

Sala de Terror

- Regan MacNeil (Personaje de la película El Exorcista)
- Chatterer (Monstro de videojuego Nemesis- Resident Evil)
- Freddy Krueguer (Personaje de películas: A nightmare on Elm Street)

Estos son algunos de los personajes de las salas con temática del terror, se tiene en exhibición un total de **34 figuras** de cera que ambientan el espacio; entre ellos figuras de zombis y figuras que simulan la tortura. Después de esta sección de terror se encuentra una pequeña sala de Plaza sésamo:

Sala de Plaza Sésamo

- Elmo (Marioneta del programa plaza Sésamo)
- Beto (Marioneta del programa Plaza Sésamo)
- Come galletas (Marioneta del programa Plaza Sésamo)

En esta primera sección infantil solo contiene **5 figuras** de cera de plaza Sésamo con la ambientación correspondiente. Después de esta sección se puede encontrar un "laberinto de espejos". Al final de esta sala encontramos otra sección infantil donde se presentan los personajes del cuento "Blanca Nieves".

Sala de Cuentos Blanca Nieves

- Blanca Nieves (personaje ficticio de la película de Disney de 1937)
- La Bruja Malvada (personaje ficticio de la película de Disney de 1937)
- Dormilón (personaje ficticio de la película de Disney de 1937)

Esta sección de la zona infantil cuenta con **8 figuras,** siete de ellos son personajes de la película de Disney "Blanca Nieves", y a la sección se añade un personaje de una serie televisiva conocido como Bob Esponja. Terminando esta parte, el pasillo conduce a una sección con escenografía del programa de televisión mexicano "el Chavo del 8".

Sala del “Chavo del 8”

- Roberto Gómez Bolaños, en el personaje del Chavo del 8.

Terminando esta sección se tiene una pequeña escena de la película de Disney Pinocho de 1940.

Sala del Cuento “Pinocho”

- Gepetto (Personaje de la película de Pinocho de 1940)
- Pinocho (Personaje de la película de Pinocho de 1940)

La sección citada anteriormente es muy pequeña y solo contiene estas **2 figuras** de cera; después de esta parte se encuentra la penúltima sala de la sección infantil, en donde se presentan diversos personajes ficticios de las canciones de Francisco Gabilondo Soler, mejor conocido como Cri-crl.

Sala de Cri- Cri

- El negrito Sandia (Personaje ficticio de canción)
- El ratón Vaquero (Personaje ficticio de canción)
- Francisco Gabilondo Soler (Cri –Cri / Cantautor mexicano; 1907-1990)

En esta sala podemos presenciar la figura de cera del cantautor mexicano junto con la visualización de cinco de los personajes de sus canciones infantiles, siendo un total de **6 figuras** de cera presentadas. Para terminar el recorrido se presenta una sección de superhéroes.

Sala de Superhéroes

- Robert Downey Jr./ Iron Man (superhéroe ficticio de comics interpretado por el actor estadounidense)
- Spiderman (Superhéroe ficticio creado en 1962)
- Batman (personaje ficticio creado por DC comics en 1939)
- Superman (Superhéroe ficticio creado en 1938)

Con estas **4 figuras** de superhéroes se cierra el recorrido dentro del museo de Cera de la Ciudad de México. El museo plantea que cuenta con 230 figuras de cera en exhibición, distribuidas en cada una de las salas para diversión y entretenimiento del público.

3.2.4 Origen y desarrollo

El museo de Cera de la Ciudad de México cuenta con una placa dentro de las instalaciones que menciona que el museo se inauguró el 27 de agosto de 1979. También, a un costado de esta primera placa nos podemos encontrar con una segunda placa que menciona que tuvo una Reinauguración el 22 de noviembre de 1993, lo cual significa que un tiempo no estuvo operando como tal.

Lamentablemente lo anterior es toda la información que el Museo de Cera de la Ciudad de México proporciona al visitante de manera abierta. El libro que se vende en las instalaciones y la información que proporciona la página de internet del Museo de Cera de la Ciudad de México no nos brinda más información. Al acercarme para solicitar detalles importantes para el presente trabajo, el personal que atiende el museo de manera presencial me brindó el número telefónico de las oficinas para dirigirme al área de relaciones del museo.

Sin embargo, el Museo de Cera de la Ciudad de México mostró una rotunda negativa para proporcionar más información respecto a ningún tema relacionado con el origen y crecimiento/desarrollo del mismo, los argumentos que el personal administrativo del museo me proporcionó es que el Museo de Cera de la Ciudad de

México es una institución privada y qué como empresa privada se reserva el derecho a proporcionar cualquier tipo de información.

Por el motivo anteriormente expuesto, este apartado no tendrá gran extensión, sin embargo, considero que no es medular esta información para dicho trabajo, ya que no debemos perder de vista que el principal objeto de estudio es el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y se intenta realizar un desarrollo de la información concerniente al Museo de Cera de la Ciudad de México para tener un comparativo paralelo constante, equilibrando la visión del trabajo considerando la información completa de ambas instituciones.

3.2.5 Producción de las Figuras de Cera

Este proceso de producción de las figuras de Cera del Museo de Cera de la Ciudad de México lo explica el libro que promueven a comprar en la taquilla del mismo. La información que proporciona el museo es resumida y de fácil entendimiento. Es de esta manera que se explica que el personal del museo hace encuestas regularmente para escoger un personaje o figura pública, para la creación de la figura de cera. Después de este proceso de selección, el personal especializado se encarga de tomar medidas específicas antropométricas al personaje o persona seleccionada, estas medidas deben ser de gran precisión, principalmente en los rasgos faciales.

Otra medida que realiza el personal especializado del museo de Cera de la Ciudad de México es tomar fotografías de distintos ángulos del personaje o persona seleccionada para tener mayor información de los detalles del rostro de la persona; así mismo, el libro hace mención qué, de ser posible, se realiza una mascarilla del individuo del que se va a realizar la figura de cera para complementar los datos visuales. Después de este previo estudio, los especialistas realizan modelado en plastilina y cuando el modelo es aprobado por los expertos se realiza un molde para el vaciado de cera.

Después de obtener la pieza final en cera, se colocan los ojos de vidrio cuyo color sea igual al del personaje. También se obtiene cabello natural, y se coloca uno a uno en la cabeza de la figura de cera, esto para darle mayor realismo. Por otra parte, el cuerpo se construye con fibra de vidrio, las piernas y el torso son una sola pieza, y los brazos son desmontables y se pueden acoplar al cuerpo.

Por último, se le coloca el vestuario y los accesorios los cuales, de acuerdo con la información del libro del museo de Cera de la Ciudad de México, son elementos que se adquieren a través de donaciones de los personajes, es decir, la persona de la cual se realizará una figura de cera dona al museo ropa de su propio guardarropa para que se pueda caracterizar mejor a dicha representación. Con este último paso se concluye la explicación de la creación de las figuras que comprenden el inventario del museo.

Es de esta forma que terminamos con la presentación de ambos museos de Cera, a continuación, se presentará el análisis de los modelos de Gestión que cada uno de ellos maneja tomando en cuenta las herramientas que poseemos para poder realizar este análisis, las cuales fueron presentadas al principio de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE LOS MODELOS IMPLEMENTADOS EN LOS MUSEOS DE CERA Y PLANTEAMIENTO DE NUEVAS PROPUESTAS PARA EL MUSEO DE FIGURAS DE CERA “DILEA CASTILLO”

En este capítulo analizaré cada uno de los elementos que se manifiestan en la gestión y la promoción dentro de los museos de cera que son objeto de investigación del presente trabajo. Esta sección es vital para este trabajo de investigación, ya que hemos realizado un recorrido histórico-teórico de los museos en el primer capítulo del presente. Continuando con el proceso de investigación, se han presentado los datos que conciernen a los museos de cera dentro de los capítulos 2 y 3, respectivamente, del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y el Museo de Cera de la Ciudad de México, para tener una visión completa del objeto de estudio y los datos objetivos de cada uno.

Es por esta razón, que en este capítulo presentaré la estructura que sigue cada museo tomando de referencia la teoría y exponiendo cada uno de los elementos que han sido implementados de la gestión y la promoción de los museos de cera. Es decir, a través de la comparación, el análisis y el establecimiento de las acciones y las pautas que ha tomado cada uno de los museos respecto a su gestión y el manejo de sus recursos, es como se concluye el presente trabajo de investigación.

También mencionaré las áreas de oportunidad-crecimiento de cada uno de los museos, sin embargo, cabe destacar que la principal atención será dirigido al Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, debido a que existen más líneas de oportunidad y acción a considerar en los campos de: la museología, la gestión y la promoción del museo, el estudio de su público, la señalética en el interior del museo y el uso de las nuevas tecnologías digitales, para beneficio y crecimiento económico.

En particular en este capítulo se implementará la comparativa de museos de

cera, tomando como modelo funcional (aunque no completo) al Museo de Cera de la Ciudad de México, ya que ha implementado asertivamente diversos elementos en su operación que han favorecido su desarrollo.

4.1 Desarrollo Organizacional dentro del museo: Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo y Museo de Cera de la Ciudad de México

Comenzaré con el análisis del desarrollo organizacional dentro de ambos museos de cera, a través de la presentación de este análisis sobre la organización implementada en ambos museos puedo afirmar que existen mayores áreas de oportunidad en el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, en contraparte con el Museo de Cera de la Ciudad de México, el cual cuenta con una organización interna clara y definida por áreas las cuales son; un Consejo, la Dirección General, Dirección de Operaciones y Finanzas, Contraloría, Gerencia de Mantenimiento, Departamento de Compras, Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Sistemas, Tesorería, Taller, Departamento de Control y Seguridad, Inventarios, Departamento de Marketing y por último un área destinada a la atención de los Grupos.

Así mismo, para tener una referencia del desarrollo organizacional dentro de una institución museística, hablaré de tres sistemas de organización que propone Espacio Visual Europa en su artículo digital *Estrategias de Gestión de Museos*. Hay que mencionar en qué consiste cada sistema y cómo pueden implementarse en el museo Dilea Castillo, el cual actualmente no posee un modelo organizacional definido. Los tres sistemas propuestos son; la “pirámide jerárquica”, la “organización matricial” y los grupos de “fuerza de trabajo”.

El primer sistema de organización es la “pirámide jerárquica”, esta es una organización que permite la delimitación de las áreas dentro del museo; así mismo, delimita los departamentos a los que les competen la toma de decisiones e implementación de tareas específicas en función del desarrollo del museo. Además, la composición de este sistema organizacional se integra por niveles; el nivel superior de

la pirámide jerárquica está compuesto por los altos mandos del museo, es decir, el Gerente, el director o el/los Dueño(s) del museo.

En segundo lugar, se encuentran los niveles intermedios de la estructura piramidal y en esta posición se encuentran los encargados o jefes de las áreas que comprenden la estructura interna del museo, por ejemplo; el área museográfica, el área de promoción/marketing, el departamento de limpieza, departamento de atención al público, entre otras que se pueden crear a partir de las necesidades del mismo museo.

Y, por último, dentro de la "pirámide jerárquica" tenemos los niveles inferiores, en los cuales se encontrarán los encargados de ejecutar las acciones, programas y tareas establecidas por los niveles superiores e intermedios. A través de este sistema organizacional se puede identificar la división de trabajo dentro del museo, es decir, este sistema integra a los elementos y los organiza en relación a su posición dentro de la pirámide, indicando su función en el museo.

Por otra parte, existe el sistema de "organización matricial", en el cual se trabaja en proyectos específicos o particulares, es decir, proyectos emergentes dentro del museo. Este tipo de proyectos se enfocan a metas específicas (temporalmente limitadas) en donde el personal de diferentes departamentos o áreas trabaja dentro de un mismo proyecto. El objetivo de este tipo de sistemas organizacionales es armar un equipo multidisciplinario para que el proyecto sea enriquecido con las habilidades de cada área, paralelamente las áreas que conforman al museo desarrollan las tareas concernientes a cada departamento al que pertenecen, es decir, realizan sus actividades fijas. De esta forma, cada departamento o área cumple con su función y operaciones dentro de la estructura museística, y simultáneamente están preparados para atender cualquier "otro" proyecto emergente, esto a favor del museo y de contar con un equipo multidisciplinario que esté capacitado para responder ante una situación inesperada.

El último sistema de la organización es por grupos o "fuerzas de trabajo", en este sistema se selecciona al personal que ejecutará las acciones diarias dentro de los programas, proyectos y planes que se implementen dentro del museo. Estos tres grupos organizacionales o sistemas pueden integrarse paralelamente o implementarse

de una manera simultánea en el trabajo del museo. Como resultado de la implementación de este tipo de sistemas en un museo se pueden cubrir las necesidades inmediatas de la operación/funcionamiento del museo y, a su vez, contar con proyectos y acciones emergentes que beneficien el crecimiento y desarrollo de este.

Dicho lo anterior, he identificado que en el Museo de Cera de la Ciudad de México han implementado dos sistemas organizacionales; la “pirámide jerárquica” y los grupos de “fuerza de trabajo”, esta implementación ha sido tanto en museo como en sus oficinas. La pirámide Jerárquica dentro de la organización del Museo de Cera de la Ciudad de México se manifiesta al tener un Consejo y Direcciones en su organigrama. En paralelo, se puede suponer (y observar en el caso operativo) que los grupos de “fuerza de trabajo” se encuentran en: la Dirección de Operaciones y Finanzas, la Contraloría, la Gerencia de Mantenimiento, Departamento de Sistemas y Departamento de Control y Seguridad. En conclusión, la implementación de estas dos formas organizacionales dentro del Museo de Cera de la Ciudad de México ha ayudado al museo a tener coherencia, claridad y un seguimiento establecido en los procesos para llevar a cabo los objetivos y el crecimiento integral del museo.

En contraste, en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” no se cuenta con un sistema organizacional definido que le permita delimitar tareas específicas o establecer un desarrollo integral. Al ser un museo familiar, cada uno de los integrantes involucrados en el museo alterna labores y obligaciones en la operación y administración de este. A pesar de que este tipo de organización pareciera ser equitativa, lo cual es una de las razones por las que el personal del museo la han implementado, es un sistema que limita un proceso de desarrollo dentro del museo. La limitación de esta forma organizacional nace en la visión del personal en concentrarse en las necesidades inmediatas del museo y no establecer un programa o plan con tareas específicas que permita tener un avance progresivo en las metas y objetivos a largo plazo del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.

Un ejemplo de lo anterior son las metas y obligaciones que debe asumir el director de un museo, en un sistema de organización piramidal, el director posee

responsabilidades y debe ejecutar acciones claramente definidas. Esta afirmación se traduce a actividades establecidas en función de la posición, conocimiento, habilidades y aptitudes del sujeto que posee dicho cargo como director, en beneficio del crecimiento integral del museo. Entre las actividades que debe desarrollar el director de un museo se encuentran el desarrollo de planes y programas para la realización de acciones culturales, el desarrollo de planes para la recaudación de fondos y la organización de la inversión dentro del museo de dichos fondos, investigar y conseguir patrocinadores/donantes y otros apoyos financieros, llevar a cabo la investigación o el estudio de público y encuestas entre los inversionistas, el desarrollo de estrategias de marketing, promover las relaciones públicas, proporcionar el personal humano y los recursos materiales para la operación óptima del museo, la administración del personal del museo, la preparación y revisión del presupuesto del museo y por último, la negociación de la adquisición de bienes y servicios necesarios para las actividades del museo, entre muchas otras que pueden surgir según sea la necesidad de la institución.

Lo anterior expuesto sirve como ejemplo del desarrollo organizacional dentro de un museo y las actividades anteriormente mencionadas son solo algunos ejemplos del orden jerárquico y la función a desarrollar que se puede ejecutar dentro del museo para que el proceso de crecimiento sea sistemático. En conclusión, el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo presenta un área de oportunidad enorme en lo que corresponde al establecimiento e implementación un sistema organizacional que busque el crecimiento integral de la institución museística y en el presente trabajo se establecen las diferentes posibilidades que puede tomar.

4.2 Modelos de gestión de los museos de Cera: el objeto como primicia o el sujeto como primicia

En este apartado revisaremos los modelos de gestión que llevan a cabo tanto el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” como el Museo de Cera de la Ciudad de México. Acerca de los modelos de gestión, existen dos tendencias identificadas en México, estos dos modelos son mencionados por la investigadora Maya Lorena Pérez Ruíz en su texto *Construcción e investigación del Patrimonio Cultural. Retos en los museos*

contemporáneos. En este texto se presentan dos perspectivas de trabajo o "modelos de gestión"; el que tiene al "objeto como primicia" y el que se enfoca al "sujeto como primicia" (Pérez, 1998. p.96).

Acerca del primer modelo de gestión de museos, el "objeto como primicia", la investigadora nos explica que en este modelo el acervo cultural del museo adquiere gran relevancia en las acciones implementadas dentro de la institución. Es decir, la autora nos menciona que el objeto tiene la capacidad de "hablar por sí mismo" al visitante al momento de realizar la exposición, además el objeto en sí transmite valores estéticos y culturales al espectador. La autora Pérez también menciona que este tipo de gestión se realiza principalmente por los museos de arte, sin embargo, no se puede descartar el empleo de este tipo de gestión en el museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, ya que existen algunos elementos que pertenecen a este modelo que se presentan en el museo Dilea Castillo (Pérez, 1998, p. 96).

Otro aspecto importante del modelo de gestión del "objeto como primicia" es la ideología de que el objeto expuesto no necesita exceder la información que se muestra al visitante al momento de su exposición. Es decir, la información que acompañe a la pieza expuesta debe ser mínima, de esta manera, los museos que toman al objeto como elemento principal de la exposición evitan la saturación visual de información técnica/especializada, ya que esta solo sería incomprensible para el público e imposibilitaría la apreciación plena del objeto. El objetivo principal del modelo es que el público "entre en contacto con la obra" y no "con lo que se dice de la obra" (Pérez, 1998. p. 96).

A causa de lo dicho, el museo de Figuras de Cera Dilea Castillo entra en este modelo de gestión debido a que el director actual se ha enfocado en las piezas del museo. En la exposición del acervo de este museo, se expone información mínima de cada una de las piezas y se busca que las piezas hablen por sí mismas con el público. Además, la instalación ha sido adaptada para una correcta protección y conservación de cada una de las figuras de cera que componen la exhibición del museo.

Hay que mencionar que este tipo de gestión se puede complementar, debido a que actualmente el museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" no presenta un mensaje

claro al espectador, los visitantes son incapaces de apreciar el objeto debido a que no cuentan con las herramientas suficientes ni se les brinda la información que se desea transmitir (mensaje). A causa de que el modelo de gestión “el objeto como primicia” puede presentar este tipo de situaciones, la investigadora Pérez Ruíz propone orientar acciones desde una postura educativa para complementar este tipo de gestión. En concreto la autora propone que el museo se apoye en técnicas y herramientas pedagógicas para “educar al público [y…] que sea capaz de sentirse atraído por un museo”. Además, es importante encontrar las herramientas necesarias para la sensibilización del espectador sobre los procesos de elaboración de cada una de las figuras de cera del museo “Dilea Castillo”, y esto puede llevarse a cabo usando las herramientas tecnológicas como: audioguías, proyección de videos, pantallas interactivas, entre otros (Pérez, 1998, p. 96).

De esta manera, “la educación y la información”, los distintos medios digitales y las herramientas tecnológicas son elementos que pueden contribuir a la trasmisión de los códigos del museo, los códigos del autor e inclusive los códigos que tiene la obra misma. Estos son ejemplos de las acciones y los soportes donde pueden ser transmitidos, así como de las herramientas y estrategias que se pueden llevar a cabo dentro de la gestión de “el objeto como primicia” que lleva actualmente el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” (Pérez, 1998, p. 97).

Para poner un ejemplo de lo anteriormente dicho el museo de Figuras de Cera Dilea Castillo se puede apoyar en el uso adecuado de una curaduría para transmitir el mensaje que pretende enseñar al visitante a través de los objetos. Una curaduría acertada puede brindar una conexión entre todas las piezas a través de conceptos o ideas enlazadas como eslabones que formen un todo, una imagen completa del museo. Vincular la pobreza (figuras de “Los abandonados”), con oficios y profesiones (con la figura de “La pinocha”). Resaltar los diferentes ideales religiosos prevalecientes en la época de México de los 50´s (figura de la virgen y el Papa) en contraste con la figura antes mencionada (“La pinocha”).

Por otro lado, tenemos la gestión de museos a través del “sujeto como primicia”, en la cual los bienes culturales son “medios para conseguir fines sociales”, es decir, el

acervo del museo ayuda al espectador a entender el pasado, presente y el futuro de la sociedad, los objetos son facilitadores de la comprensión del entorno al ser expuestos dentro del museo, también se busca que ayuden a consolidar los valores culturales e identitarios de la sociedad. Es por ello que para alcanzar dichos objetivos, en este tipo de gestión se busca conocer al público y mejorar los métodos de comunicación. (Pérez, 1998, p. 97)

De esta manera, el museo de figuras de Cera de la Ciudad de México se inclina más hacia esta perspectiva de gestión, ya que pretende satisfacer a su público a través de la creación de figuras realizadas en cera de los personajes actuales o iconos de la sociedad actual. Y desde esta perspectiva el museo desplaza su propio acervo según convenga el contexto social, es decir, "los bienes culturales como colección, como piezas únicas, de autor, llegan a ser prescindibles". Esto se ve reflejado en la arbitrariedad con la que se montan las exposiciones, ya que a lo largo de la investigación, al acudir a las instalaciones del museo de Cera de la Ciudad de México, el orden y la composición de cada una de las salas cambió. Es decir, varias figuras de cera fueron desplazadas o retiradas, para dar paso a los personajes "actuales" o el personaje "popular", este fenómeno se presenció en algunas salas o partes del museo. (Pérez, 1998, p.97)

Otro elemento del Museo de Cera de la Ciudad de México orientado a la gestión del "sujeto como primicia" es la implementación de un taller, este taller se ofrece a los visitantes para la creación de un molde de cera de las manos, en donde se pretende acercar al visitante con el elemento principal del museo: la cera. Este tipo de estrategias atienden a lo que expone la autora Pérez, donde el museo busca que su público "conozca haciendo" y "aprenda jugando". (Pérez, 1998, p. 97)

Es de esta manera como presento la comparación de las dos perspectivas o modelos de gestión, puedo concluir a través de la observación y el análisis de la operación de cada uno de los museos el tipo de características que se adaptan a un modelo de gestión: "el objeto como primicia" o "el sujeto como primicia". Para concluir este apartado de estudio, me parece sumamente interesante remarcar que aunque ambos museos posean una misma temática, es decir "figuras de cera", cada uno

trabaja una gestión diferente y a través de ella presenta la colección al público.

4.3 Teoría y metodología: Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" y Museo de Cera de la Ciudad de México

En esta sección del capítulo revisaremos diversos elementos del marco teórico presentado en el primer capítulo, analizaré las clasificaciones en las que pueden entrar los museos de cera estudiados. También se revisarán las herramientas de la gestión y la promoción de museos que llevan a cabo el Museo de Cera de la Ciudad de México y el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo". Así mismo, añadiré propuestas basadas en la teoría presentada en este trabajo para el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", demostrando que las bases teóricas pueden brindar el comienzo del crecimiento y desarrollo integral de un museo, ya que actualmente esta institución presenta un rezago significativo en lo concerniente a su gestión y promoción, en comparación con el Museo de Cera de la Ciudad de México.

4.3.1. Tipología y elementos de la nueva museología: Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" y Museo de Cera de la Ciudad de México

En cuanto al tema de la clasificación de museos, estos pueden entrar en diversas categorías, lo cual depende de los parámetros usados para dicha clasificación. En el caso del Museo de Cera de la Ciudad de México y el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", de acuerdo con la clasificación de "Tipología por temas y colecciones" de Witker, pueden ser considerados como "Museos Generales" ya que ambos museos tocan "diversas esferas de la vida social mexicana" tanto del pasado como del presente.

Además, existe la clasificación por "recursos, ubicación y exposición" también proporcionada por el investigador Witker. Es decir, que en la clasificación por "origen de recursos" el Museo de Cera Dilea Castillo se encuentra ubicado en un origen de

recursos “privado o independiente”, debido a que el director del museo ha buscado que el capital con el que se realizan los proyectos y operación del mismo museo tenga un origen familiar. Sin embargo, este tipo de estrategia ha limitado el desarrollo de materiales de apoyo y acondicionamiento de las instalaciones del museo.

Hay que mencionar que sí se define por “área de influencia”, el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo se encuentra entre los museos con alcance o impacto “Local o Comunitario”, ya que como lo menciona Witker, el discurso del museo aborda de manera no oficial los valores culturales. Por último, dentro de la clasificación “por el tipo de público al que atiende”, el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo atiende y se presenta a un “público general”.

Acerca de la clasificación por “origen de recursos” del Museo de Cera de la Ciudad de México también lo podemos ubicar en “capital privado o independiente”, así mismo se complementa con un sistema que ha desarrollado el museo para ofrecer mercancía y productos creativos dentro de sus instalaciones para la obtención de capital. Además, dentro de la clasificación por “área de influencia”, el Museo de Cera de la Ciudad de México se encuentra en un nivel “regional” debido a que maneja la información oficial de los personajes presentados en el museo. También es preciso mencionar que en la clasificación por “tipo de público que atiende”, el Museo de Cera de la Ciudad de México recibe a “público general” y la estructura de su exposición se encuentra adaptada para dicho público.

En resumen, en la clasificación de cada uno de los museos no existen relevancias significativas si tomamos los cuadros proporcionados por Witker. Sin embargo, no es el único aspecto a analizar dentro de los museos, también podemos referenciar los elementos de la nueva museología que podrían estar presentes en cada uno de los museos de cera.

Acerca de los elementos de la nueva museología presente los museos de cera que estamos estudiando, debemos partir de lo que cada museo desea comunicar (voluntaria o involuntariamente) a través de “la lógica del espacio y la lógica del discurso” presentadas en sus exposiciones. Por tal motivo, debemos poner atención en la museografía que se implementa en cada uno de los museos; por un lado, tenemos al

Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” el cual presenta uniformidad y sobriedad en la exposición del espacio donde se encuentra el acervo, la colocación de las luces y la posición de las piezas. Este tipo de arreglos crea un ambiente monótono en el recorrido de este espacio.

En contraste tenemos la presentación de las cédulas del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” las cuales presentan fuente de diversos tipos y el tamaño tanto de las cédulas como de la letra que se emplea en ellas no está estandarizada, además la información que se presenta en las cédulas varía, lo cual contrasta con la homogeneidad de los demás elementos. Este tipo de detalles museográficos son evidentes debido al reducido espacio con el que cuenta el museo, en comparación con el Museo de Cera de la Ciudad de México. Conviene subrayar que la línea estética presentada en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” es austera y uniforme en los pasillos que componen la exposición, contrastando y resaltando la escenografía o fondos que acompañan a las piezas. Como se muestra en las imágenes presentadas en este trabajo, algunos de los fondos y los escenarios donde se presentan las figuras de cera están saturados de elementos gráficos, sin embargo, esto no está presente en todos los fondos. Con respecto a los estudios de público y la vinculación de la comunidad con el museo, dos elementos importantes dentro de la nueva museología, es necesario puntualizar que no se encuentran planeados ni considerados en el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo.

A pesar de que el Museo de Cera de la Ciudad de México presenta una museografía diferente entre cada sala en exposición, se puede considerar unificada sí consideramos cada sala como un conjunto único y bien representado en una línea discursiva, lo cual es un elemento rescatable del Museo de Cera de la Ciudad de México. Además, la iluminación de cada sala se encuentra estrechamente vinculada con el espacio y los elementos que existen dentro del mismo (ventanales, domos, ventanas, etc.), lo cual armoniza con la misma exposición y la presentación de las piezas.

Continuando con el análisis de la museografía del Museo de Cera de la Ciudad de México podemos mencionar que se presenta cada una de las piezas y las cédulas

correspondientes de forma dinámica y existe una homogeneidad en los elementos que tienen. Es decir, las piezas y las cédulas de una sola sala poseen uniformidad entre ellas (posición-presentación, tamaño y fuente de cédulas) pero, existen diferencias claras entre cada sala, por ejemplo: la primera sala solo presenta en la cédula el nombre de los personajes y en la sala de los presidentes presentan; nombre, año de nacimiento-muerte y una breve reseña sobre su gobierno o historia de vida.

Se debe agregar que los escenarios donde se presentan las figuras de cera dentro del Museo de Cera de la Ciudad de México, visualmente existe un equilibrio entre las figuras de cera y los elementos que las acompañan. En contraparte con el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, el Museo de Cera de la Ciudad de México implementa encuestas de público, sin embargo, la información de la periodicidad en la que se aplican dichas encuestas a su público, así como el contenido de dichas encuestas es inaccesible. Un rasgo que comparten ambos museos, el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y el Museo de Cera de la Ciudad de México es que no existe un proyecto o programa que lo vincule con la población que alberga dichas instituciones.

Hay que mencionar que lo enlistado anteriormente del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y el Museo de Cera de la Ciudad de México, son los elementos de las colecciones que se vinculan con la teoría de la nueva museología. En definitiva, el análisis realizado de los componentes presentes en cada uno de los museos es una acción que nos demuestra el panorama general, y también es una herramienta que nos ayudará en la planeación de un trabajo minucioso dentro del museo al para identificar los elementos ausentes, vulnerables o acertados de cada exposición.

4.3.2. Herramientas de la gestión cultural en el museo: Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y Museo de Cera de la Ciudad de México

Ya se ha mencionado con anterioridad que el trabajo del gestor cultural es importante dentro de un museo, ya que propicia al fortalecimiento de la identidad cultural de los sujetos, además fomenta valores culturales, artísticos y sociales en la localidad que lo

alberga y, en este caso en particular, de los visitantes que acuden a los dos museos de cera que se encuentran en la Ciudad de México. Hay que mencionar la contribución que los museos aportan al crecimiento académico no formal de los individuos, ya que el gestor cultural influye en la recepción de los valores antes mencionados y esto conlleva a una aportación al acervo individual del visitante de museos.

Definitivamente se debe analizar detenidamente la conexión con la sociedad que se genera a través de las figuras de cera presentadas en cada museo, su contexto específico y la gestión llevada a cabo. De esta manera podemos observar cómo cada museo transmite un conocimiento particular de "iconos" populares cargados de valores e ideologías específicas que atienden a una temporalidad diferente y a una memoria colectiva específica. Por un lado, el Museo de Cera de la Ciudad de México presenta en gran su mayoría a personajes de conocimiento internacional e iconos transitorios temporalmente, en contraparte con la exposición del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo", el cual intenta presentar figuras de reconocimiento y popularidad nacional, así como personajes sin identidad que representan conceptos, escenarios de la vida cotidiana, entre otros, como por ejemplo: "*Los abandonados*" o "*La pinocha*". Sin embargo, dicho esfuerzo se ve opacado con la inexistencia de una curaduría adecuada para el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo".

Otro quehacer del gestor cultural dentro de los museos es la toma de decisiones unificada, lo cual si fuera implementado dentro del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, beneficiaría el conjunto de esfuerzos y tareas que la institución tiene para cumplir en relación con la misión, el mandato, las metas y los objetivos que se plantee. En lo que respecta al Museo de Cera de la Ciudad de México, debido a que no brinda información extra sobre su gestión, es de suponer que la Dirección General y el Consejo son las áreas que toman las decisiones dirigidas a cumplir con la misión, el mandato, las metas y los objetivos que la institución-empresa tiene.

Debemos explorar a profundidad la labor del gestor cultural dentro del museo, ya que es necesario indagar y trabajar sobre la misión, el mandato, las posibles metas y objetivos del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, ya que este museo no ha desarrollado o delimitado la estructura de estos elementos.

Acerca de la misión del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, es preciso considerar dos perspectivas importantes que podemos integrar en las razones por las cuales el museo es necesario dentro de la alcaldía Gustavo A. Madero, y en la sociedad mexicana. El primer argumento sobre la importancia del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” radica en que es lugar donde se materializa la tradición de una familia mexicana con técnicas artesanales para la creación de una colección para la formación de un museo, es decir, el visitante se vuelve testigo del trabajo familiar en el modelado en cera, la aplicación de técnicas de pintura y de escultura, ya que cada una de las piezas es resultado de la coordinación de conocimiento y trabajo de un legado que se ha transmitido y sigue vigente y vive en cada uno de los integrantes de la familia Castillo.

El segundo argumento que podemos tener es la capacidad del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” de traer al presente escenas de un contexto-pasado de la Ciudad de México, así como exponer a los personajes que representaban esas escenas. Un ejemplo de ello es la escena de la “pinocha” y los “abandonados”, conceptos y/o palabras que actualmente podrían presentarse ajenas a las nuevas generaciones, pero que se vuelve enriquecedor al develarlo y presentarlo en la exposición del museo, transmitiendo un mensaje visual que puede alcanzar a las mentes más jóvenes, tomando como base una curaduría creativa e inventiva que vincule el concepto-el objeto-el visitante.

Respecto al mandato del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” lo podemos encontrar en dos disciplinas académicas: Historia de México y Artes Plásticas. Debo aclarar que en primera instancia se pretende presentar al público una línea histórica de México, junto con los personajes (a criterio del director del museo) más relevantes. Sin embargo, también debemos añadir que el soporte para presentar el mensaje es uno que implica elementos de las Artes Plásticas, por este motivo no debemos descartar esta disciplina académica dentro del museo y a través de diversos recursos dentro de la gestión se puede resaltar este aspecto en la visita del público. En lo que refiere al mandato del museo, se pueden crear vínculos con instituciones educativas de distintos niveles para el crecimiento económico y académico de la institución, fomentando de esta manera la creación de propuestas escritas que inicien un camino para fortalecer

tanto los vínculos sociales como institucionales dentro de la comunidad.

Acerca de las metas y objetivos de Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” podemos proponer y mencionar algunos ejes en los cuales se debe trabajar, debido a lo observado en el presente trabajo de investigación, esto con la intención de que sirvan de referencia y ejemplo dentro de un museo en crecimiento, como lo es el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Comenzaremos por delimitar los objetivos en los que se puede ocupar el museo, estos objetivos tienen dos características principales; deben ser cuantitativos y tienen un alcance limitado.

- Establecer una base de datos de los visitantes que acuden al museo para adecuar el contenido que se presenta, mediante un registro y captura previa en la recepción (Llenado de formato de ingreso).

- Implementar estudios de público para fortalecer las áreas de oportunidad del museo mediante una encuesta rápida al finalizar el recorrido o mediante un buzón de sugerencias.

- Diseñar un guión museográfico que vincule las distintas áreas del museo para que el público pueda integrar toda la exposición. El guión puede ser presentado en un tríptico (de venta al público), un audio (renta de equipo) o puede presentarse a través de un mediador o guía del recorrido (visita guiada).

- Comparar los servicios culturales ofertados en otros museos de la Ciudad de México mediante visitas para conocer las estrategias vigentes (talleres, cursos, concursos.).

- Producir artículos específicos del Museo de Figuras de Cera para generar ingresos adicionales al mismo (plumas, tazas, libretas, etc.).

Además de los objetivos, tenemos las metas que puede establecer esta institución, las cuales van dirigidas a mejorar las cualidades del museo: su colección, la conservación de la misma y los servicios que se ofrecen al público. Esto mediante un plan estratégico que se va desarrollando a largo plazo. El presente trabajo de

investigación no pretende crear un plan estratégico específico para el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, sin embargo, si podemos sugerir ejes de trabajo a los cuales puede ir enfocado dicho plan estratégico. Los principales ejes en los que se puede direccionar el plan estratégico es: la vinculación para el trabajo en conjunto de instituciones particulares y públicas del sector cultural y educativo, una mejora continua de servicios y productos ofertados al público de museos y por último, una captación y consolidación de nuevos visitantes al museo.

Hay que mencionar, además que la figura del gestor cultural es necesaria en lugares como el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” para desarrollar las cinco funciones que ya se habían planteado en el primer capítulo de este trabajo; es decir, inspirar a los colabores a cumplir con la misión del museo, comunicar tanto al personal como a los usuarios del museo el mandato del mismo, dirigir las acciones pertinentes para lograr las metas planteadas, administrar y controlar los recursos del museo y por último, evaluar los métodos y herramientas que el museo está empleando, esto con el fin del crecimiento integral de la institución museística.

Se debe agregar que, el gestor cultural dentro del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” comenzaría con la participación social en dirección del rescate del acervo patrimonial que representa el mismo museo y sus piezas, al ser colaboradores activos e integrarse en actividades diseñadas y planeadas para generar un diálogo entre el museo y la comunidad que lo alberga. Cabe mencionar que este aspecto es inexistente dentro del museo, ya que al ser un museo que capta mayor población “foránea” o fluctuante, no ha visualizado a la comunidad inmediata a la cual también tiene acceso.

Acerca del trabajo de investigación que el gestor cultural realiza dentro de la institución museística se puede tomar como referencia el presente trabajo, ya que es el primer trabajo recopilatorio y comparativo que se realiza sobre el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y que hace una investigación de un museo afín como lo es el Museo de Cera de la Ciudad de México. Sin embargo, este trabajo no es el fin de los proyectos de investigación que se pueden hacer al respecto de dicha institución, si bien, es el primer trabajo que aborda la historia del Museo de Figuras de Cera “Dilea

Castillo", puede servir de parteaguas para realizar un inventario exhaustivo de la colección pasada y presente del mismo, así como el registro fotográfico y en video de los cambios museográficos y los estudios de público, esto con el fin de volverse un referente para museos en las mismas condiciones que el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo".

Igualmente, la labor del gestor cultural en el museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" facilitará la transición/enriquecimiento de la perspectiva que se tiene actualmente de su propio público. Es decir, actualmente el museo recibe a un público indiferenciado, este tipo de perspectiva puede transformarse para dirigir los esfuerzos y sus respectivas acciones a crear un guión museográfico dirigido al público infantil o juvenil y manejar un guión para público en general. A su vez, se apertura el conocimiento del museo a su público, tomando de referencia el contexto de cada individuo o grupo y vinculándolo con lo que se pretende comunicar, rescatando de esta manera las necesidades y perspectivas del público. El gestor cultural dentro del museo de Figuras de Cera Dilea Castillo puede brindar una perspectiva novedosa y creativa frente a las problemáticas que actualmente se enfrenta una institución cultural, entre ellas la afluencia de visitantes. Es de esta manera, mediante la participación de un agente cultural como lo es el gestor profesionalizado, que el museo puede enfrentar de forma exitosa los retos que se presenten; desde el área administrativa-financiera hasta la publicitaria-marketing, el gestor cultural es una pieza clave para el desarrollo y constante crecimiento de una institución museística y en este apartado se han trabajado las propuestas de mejora del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo sustentadas en el conocimiento teórico que ofrece la gestión cultural.

4.3.3. Herramientas de la promoción cultural en el museo: Museo de Cera de la Ciudad de México y el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"

En lo que toca a la labor del promotor cultural dentro de un museo como lo es el Museo de Cera de la Ciudad de México, debido a la restricción de la información, debemos suponer que existen otras áreas de esta institución-empresa las cuales implementan funciones y suplen el objetivo de este agente cultural dentro de la institución

museística; como son el área de Marketing, Grupos y Dirección General (entre otras). Sin embargo, para el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” es fundamental hacer mención que el promotor cultural sería una pieza clave para el desarrollo y crecimiento de dicha institución.

Dicho lo anterior, podemos considerar el papel y acción del promotor cultural, como el actuar de un agente independiente al museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Es decir, el promotor cultural que se una al equipo de trabajo del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” puede ser un consultor externo al museo, cumpliendo con objetivos de proyecto o una estancia temporal en las actividades del museo; esto se traduce a que este agente cultural en específico puede ser un elemento intermitente dentro del organigrama del museo.

Y precisamente por la condición de intermitencia del promotor cultural dentro del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, la intervención de este agente cultural debe estar claramente enfocada en el trabajo de vinculación social. Así mismo, el promotor cultural debe propiciar la creación de productos y comercio cultural vinculado con el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”; teniendo especial cuidado en el control de la producción y la regulación de esta, para que con ello se fortalezcan los vínculos entre museo y sociedad, beneficiando a ambas partes.

Hay que mencionar que la aparente libertad laboral del promotor cultural no le deslinda de cumplir los compromisos y responsabilidades como agente activo de una institución cultural. Por el contrario, esta libertad creativa y profesional de su posición da pie al enriquecimiento a través de la investigación, la cual se puede propiciar a través de interacción constante con instituciones educativas e instituciones públicas y privadas del ámbito cultural. Simultáneamente y resultado del producto de la investigación realizada, el promotor cultural debe implementar una metodología, técnicas y planes donde el eje principal sea la promoción de programas enfocados y dirigidos al “rescate, conservación y revalorización” del patrimonio cultural del museo, llevando una ejecución coordinada en los distintos niveles y agentes involucrados en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.

Otro aspecto a desarrollar en la figura del promotor cultural dentro del Museo de

Figuras de Cera “Dilea Castillo” está íntimamente relacionado con la “función específica” profesional. Cabe mencionar que la “función específica” del promotor cultural ya se estableció en el primer capítulo del presente trabajo y está delimitada por las diez dimensiones en las que se deben dirigir sus acciones, programas y planes de trabajo, las cuales desarrollaré en breve, enfocándome en las necesidades propias del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”.

La primera dimensión es la investigativa, en esta dimensión el promotor cultural debe trabajar en dos sentidos: necesidades, posibilidades y oportunidades de la comunidad que visita el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo y el conocimiento que dicho promotor cultural tiene de todo lo concerniente al museo. Es a través de este conocimiento que el promotor cultural puede cubrir lo detectado en la comunidad relacionado a sus necesidades, posibilidades y oportunidades y beneficiar a ambas partes en el proceso de investigación y correcto manejo de la información, esto lleva a un enriquecimiento mutuo entre el museo y la comunidad que lo alberga.

Además, el dominio del conocimiento que el promotor cultural tenga respecto al museo de cera le puede beneficiar en las acciones que tomará en la dimensión educativa, ya que en este sentido, puede crear material que ayude al visitante a la construcción y asimilación del conocimiento sobre las piezas, la historia del museo, los procesos de creación y la información relevante que el museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” pretenda comunicar al visitante, para que el primer acercamiento a este recinto y la experiencia vivida dentro del museo se vuelva significativa.

Hay que agregar que el promotor cultural en el museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” debe fomentar y establecer una relación estrecha entre la comunidad y la misma institución museística. Paralelamente en esta relación, el promotor cultural debe mediar entre los conflictos que surjan de los distintos intereses que posee cada entidad.

Acerca de la dimensión administrativa, así como el gestor cultural, el promotor debe ofrecer opciones para la toma de decisiones involucrando a todas las áreas y agentes culturales para el uso de los recursos disponibles dentro y fuera del museo. También debe considerar la obtención de recursos materiales, es decir, obtención de

inmuebles nuevos y/o valorar si es necesario el mejoramiento total o parcial de las instalaciones actuales, así como la adquisición de nuevo mobiliario o adaptación del mobiliario actual a las necesidades de la exposición.

Además, el promotor cultural debe considerar estrategias para obtener un financiamiento constante, así como la contratación, ya sea temporal, rotativa o permanente de personal competente para el desarrollo de actividades dentro y fuera del museo. El promotor cultural del Museo de Cera “Dilea Castillo” debe procurar que la obtención y uso de dichos recursos sea eficaz, eficiente y efectiva, buscando así generar riqueza y desarrollo social/cultural/artístico recíproco entre la comunidad y el museo.

Acerca de la dimensión artística, el promotor cultural debe involucrarse en los procesos de producción de las manifestaciones artísticas que surjan dentro de la comunidad en relación con el museo. En el caso del museo de figuras de Cera “Dilea Castillo” es necesario propiciar estas manifestaciones artísticas, ya que no existe una vinculación de este tipo entre el museo y la comunidad. El promotor cultural puede iniciar a través de convocatorias públicas con estímulos de algún tipo, así mismo el promotor cultural debe tener cuidado en el control y registro de la producción material que surja de este tipo de estrategias, ya que debe existir un equilibrio entre los beneficios y ganancias que obtenga tanto la comunidad como el museo a través de los productos culturales. Dentro de esta dimensión el promotor cultural debe investigar sobre el uso de técnicas tradicionales para fomentar la producción artística, así como el uso y la innovación de técnicas actuales entre los individuos que decidan incorporarse a la producción cultural del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo.

En cuanto a la dimensión directiva, cabe aclarar que el promotor cultural dentro del museo de Figuras de Cera Dilea Castillo no remplaza la figura del director del museo, sin embargo si puede brindar el apoyo y orientación, así como puede colaborar con la estructura de los planes y programas que el museo tiene. Otro aspecto importante sobre el promotor cultural dentro de un museo como lo es el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, es la implementación de parámetros de evaluación para el continuo mejoramiento de los servicios y productos que esta institución brinda al

público.

En cuanto a la dimensión comunicativa, el promotor cultural que se integre al equipo de trabajo del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, tiene un vasto campo para trabajar debido a que en el año 2020-2022 la mayoría de las instituciones tanto privadas como públicas, tuvieron que valerse de las herramientas digitales para poder mantener una comunicación activa entre sus diversos agentes (esferas sociales internas y esferas sociales externas). Los museos actualmente no se han quedado atrás en esta tendencia, utilizando como herramientas comunicativas las redes sociales, aplicaciones y otro tipo de plataformas digitales, así mismo no se puede descartar el uso de los medios tradicionales de comunicación al momento de trabajar esta dimensión.

Así mismo, en la dimensión creativa el promotor cultural debe demostrar cualidades, aptitudes y habilidades que denoten su flexibilidad, originalidad y conocimientos referentes al campo cultural y artístico, para poder ejecutar planes y programas innovadores que beneficien tanto a la comunidad receptora como al mismo Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Cabe destacar que el promotor cultural que se integre al equipo de trabajo de esta institución museística debe tener una visión estratégica, crítica y ética para respetar los valores y las líneas que el director del museo maneja y paralelamente, los valores de la comunidad que alberga al museo.

Por último, tenemos dos dimensiones en las cuales la figura del promotor cultural debe poner especial atención y atender de acuerdo con el contexto temporal y social en el cual se integre al museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”: estas dos dimensiones son la dimensión humanística y la dimensión ambientalista. El promotor cultural puede ser un parteaguas en estas dos líneas de trabajo en dos círculos importantes, la comunidad y el museo, así como las acciones que corresponden en cada área. Esto quiere decir que las estrategias implementadas por parte del promotor cultural deben tener como referencia el contexto temporal que esté viviendo el museo y la comunidad, ya que constantemente están surgiendo nuevas propuestas para trabajar y contribuir en estas dos dimensiones, atendiendo a perspectivas y problemáticas más amplias, desde un actuar regional, nacional o incluso hasta mundial.

Por este motivo, es importante que el promotor cultural recurra a la documentación e investigación como medios para tomar un apropiado contexto histórico-social y pueda proponer un programa acorde a la comunidad y al museo en estas dos dimensiones, ambiental y humanística, pero que contribuya en el actuar general de otras instituciones preocupadas por el desarrollo y la mejora de estas dos dimensiones.

En conclusión, hemos hablado en esta sección de las posibles acciones que puede elegir un promotor cultural dentro del museo, sin embargo, las propuestas mencionadas en el presente texto no son limitativas. Así mismo, el agente cultural que se integre a esta institución museística puede crecer y desarrollarse a la par del desarrollo del mismo museo, logrando de esta manera un dinamismo en la relación entre el promotor cultural, el museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” y la alcaldía Gustavo A. Madero.

4.3.4. Estudios de público: Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo

El museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” debe implementar los estudios de público para conocer/detectar/analizar la forma de satisfacer los intereses, necesidades y expectativas del visitante que recurre a esta institución. Así mismo, el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” puede conocer a través de la aplicación continua de los estudios de público; el aprendizaje obtenido y el disfrute generado en sus visitantes, trascendiendo la visión de sólo exponer objetos. Conviene subrayar el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” debe comenzar con una etapa de implementación de estudio de público del tipo “diagnóstico”.

Acerca de los estudios de público “diagnósticos” que se pueden implementar en el museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, pueden ir enfocados a delimitar qué aspectos del origen del museo desea conocer el visitante, para poder crear una museografía acorde al interés del público. También, pueden enfocarse en hacer una revisión sobre la presentación, orden de las piezas y la temática dentro de la exposición, así como consultar sí el mensaje que se quiere transmitir en la exposición

es recibido entre el público que acude a la exposición. Todos estos aspectos pueden retomarse en los estudios de público que se realicen dentro del museo. Así mismo, en la sección de anexos, integro una propuesta de encuesta para llevar a cabo el primer estudio de público, la cual puede ser implementada en el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo".

Cabe mencionar que las propuestas de estudios de público que se plantean dan pie al inicio de una implementación constante y continua de los estudios de público para el mejoramiento de aspectos generales de la institución. Una vez establecida la primera etapa de estudios de público, se debería llevar a cabo una segunda etapa, es decir, estudios de público de "evaluación". En este tipo de estudios de público de "evaluación", se considerarán sí los cambios realizados dentro de la exposición del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" son los esperados: sí satisfacen las expectativas, necesidades y deseos del visitante.

En caso de que no se obtuvieran los resultados esperados, es necesario documentarlo. Es pertinente aclarar que el estudio de público de "evaluación" en esta segunda fase de implementación dentro de la institución entraría a dos rubros; "evaluación formativa" o "evaluación correctiva", todo dependerá de la perspectiva y enfoque que tome el director del museo.

Por último, y derivado de los cambios sociales y culturales, es importante que se considere una evaluación final/sumativa cada cierto periodo de tiempo, esto con la finalidad de cerrar un ciclo de actualización dentro del museo, y esta documentación debe servir como referente en los cambios, adaptaciones o transformaciones a futuro.

En el caso de la evaluación final o sumativa se puede aplicar por un lapso prolongado dentro del museo, ya que esta tendrá la finalidad de identificar el comportamiento del visitante, la comprensión de contenidos expuestos en las salas y el tipo y grado de disfrute que se obtuvo durante el recorrido. Por este motivo, este tipo de evaluación puede aplicarse cada año, trienio o quinquenio. Reiterando que tanto el personal directivo como el promotor/gestor cultural involucrado dentro de los estudios de público, determinaran la periodicidad de aplicación.

En conclusión, para un museo como lo es el Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo es necesario la implementación de estudios de público, sin embargo, el rumbo que tomarán y el aprovechamiento de la información que estos brinden a la dirección del museo, deberá ser trabajada poco a poco dentro del desarrollo de este, lo cual puede impactar positivamente en la recepción de visitantes y capital económico. Como he mencionado anteriormente, el presente trabajo solamente es una guía que sirve como propuesta para dicha institución museística; así mismo, puede ser tomado como estructura base o pilar para un desarrollo mayor.

4.3.5 Señalética y Cédulas: Museo de Cera de la Ciudad de México y Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"

En esta sección haré una revisión respecto al tema de los dos museos de cera y el empleo de la señalización, esto como apoyo para la ubicación y correcta localización de los elementos pertinentes dentro y fuera de la institución para el visitante. Comenzaremos con el Museo de Cera de la Ciudad de México, el cual cuenta con varios señalamientos en las calles y avenidas principales para que el visitante pueda ubicar fácilmente a la institución. En contraparte, el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" no cuenta con una señalética en las avenidas principales ni calles aledañas a la ubicación del recinto, por tal motivo es importante realizar un mapeo de los puntos de afluencia de la gente y puntos concurridos de visita, tanto entre residentes locales como visitantes de otras localidades (como lo son el edificio donde se encuentran las oficinas administrativas de la alcaldía Gustavo A. Madero, como La Basílica de Guadalupe, los mercados, entre otros), para colocar señalamientos y cubrir de esta manera, los puntos clave para difundir la localización del museo.

Por otro lado, tenemos que hablar de la señalización en el interior de ambos museos de cera. En el caso del Museo de Cera de la Ciudad de México se presenta una señalización clara, ya que se utiliza en cada una de las salas un croquis, (como lo que se observó en los capítulos anteriores) además, tiene letreros en las salidas de emergencia, señalizaciones en los extintores y hay una marcada diferenciación en la señalética de cada sala, como ya se había mencionado anteriormente, lo que brinda al

visitante una referenciación del espacio innegable. A pesar de todos estos elementos a favor de la señalética en el interior del Museo de Cera de la Ciudad de México, esta institución cuenta con un área de oportunidad en el material que brinda al visitante, debido a que el libro que se ofrece en taquilla no presenta información completa ni exacta de la extensión del recorrido de la exposición.

Acerca del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" se puede enriquecer la señalética que ya posee con las siguientes mejoras:

- Colocación en el inicio de la exposición de un croquis de la misma, señalando las áreas que componen la exposición, así como información atractiva que invite al visitante a entrar al museo.
- Letrero que informe sobre la "Entrada" y la "Salida" del museo respectivamente.
- Colocación de flechas en el suelo para indicar al visitante del sentido de la exposición.
- Agrupación de piezas por temática u otro orden (determinado por la Dirección del museo), y colocar un letrero en cada grupo/sección para que el visitante pueda realizar una relación entre las piezas y la exhibición.
- Realización de trípticos o croquis simplificados de la exposición del museo para venta a los visitantes que pueda brindar mayor información de las piezas y una mejor comprensión del recorrido de la exhibición.

Hay que mencionar además que el tríptico/croquis que se brinde al visitante debe marcar la pieza central o clave del museo, así como su ubicación, esto con la finalidad de que el visitante conozca la extensión del recorrido general y distribuya el tiempo que puede emplear en la contemplación de cada pieza antes y/o después de llegar a la pieza principal.

Como resultado de la implementación de este tipo de elementos dentro del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" contribuirá a captar nuevos visitantes, al mismo tiempo que afianza los visitantes que ya posee.

Con relación a las cédulas dentro del Museo de Cera de la Ciudad de México

han sido elaboradas para no abrumar al público que visita este recinto, esto lo puedo afirmar debido a las dos características que posee la exposición; el primer punto es la gran extensión del recorrido que debe realizar el visitante dentro del museo y el otro elemento es la cantidad de piezas que se encuentran en exhibición, las cuales sobrepasan las 200. Las cédulas del Museo de Cera de la Ciudad de México atienden a identificar la pieza, ser corta y concreta; el único inconveniente de las cédulas de la exposición es la ubicación de estas, ya que varias no se alcanzan a apreciar fácilmente. Otro aspecto que se vuelve excesivo y discordante con las cédulas del Museo de Cera de la Ciudad de México es la sala de "Presidentes" en la cual existe una mayor carga de contenido informativo en las cédulas de cada pieza, lo cual lleva a saturar de información al visitante.

Acerca de las cédulas dentro del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo, se debe considerar tres aspectos importantes: el tipo de público que asiste al museo, los objetos que se exhiben y el tipo de texto que se pretende presentar en el museo. Por lo anterior expuesto, cabe destacar que el público asistente a dicha institución es "público de paso" o visitante "fluctuante", lo cual nos abre la posibilidad para instalar una "cédula introductoria" cargada con más imágenes del proceso e historia del museo que texto explicativo, esto con la finalidad de atraer visualmente al visitante e invitar al espectador a recorrer la exposición.

El segundo elemento es la duración del recorrido, y debido a que la exposición del Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo" presenta un recorrido corto en comparación con el Museo de Cera de la Ciudad de México, esto nos da la opción de brindarle al visitante mayor información de cada pieza en la exposición, además del nombre o título de la pieza, como se encuentran actualmente las cédulas. Contando con este elemento a favor, es importante que el equipo o la dirección del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo seleccione, delimite y construya el mensaje que pretende transmitir al visitante, un mensaje que debe presentarse de forma clara dentro de las cédulas de la exposición, de tal manera que la mayoría de los visitantes pueda comprender.

Además, el personal del Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo debe

considerar la presentación de distintos tipos de cédulas: explicativas, descriptivas, anecdóticas y de identificación en las piezas en exhibición, lo cual ayudaría al visitante a conocer y reconocer el mensaje que el museo desea transmitir, transitando de la mera exposición de objetos a crear una experiencia en el público y generar un conocimiento en sus visitantes.

Así mismo, dentro del guión que se genere de las cédulas, se añadirá considerar elementos de interés como son: preguntas relacionadas con la exposición o contexto representado, datos relevantes o curiosidades del museo y/o la colección del mismo, cosas que pasarían inadvertidas sí no fueran remarcadas en las cédulas. Un ejemplo, es la mención de las prótesis que tienen en su composición las figuras de cera (ojos de vidrio, uñas y cabello), el tipo de técnica que se utiliza para simular la piel (materiales y aplicación en la cera), así como detalles relevantes de la obtención o cambios de vestuario que han tenido a lo largo del tiempo las figuras de cera (línea temporal fotográfica), etc. Esta información se puede integrar de forma corta y concreta en las cédulas, añadiendo elementos llamativos y de interés a la exposición misma.

En lo que respecta a los detalles como son: acabados de impresión (tamaño de letra, espacio entre palabras-letras-líneas), altura de colocación de cédulas, es necesario realizar pruebas para evaluar sí se adapta a los espacios del museo, y al mismo tiempo, a los estándares que pretende presentar el equipo de la institución, evaluando la recepción que el público tiene ante estos elementos.

Para concluir, debo mencionar que las condiciones ideales y teóricas de la creación de cédulas se expusieron al inicio del presente trabajo, sin embargo, debemos atender a dos agentes específicos para poder implementar esta teoría; el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” (espacios, metas y objetivos) y a su público, para satisfacer las necesidades de ambos grupos.

CONCLUSIONES

La pretensión de este trabajo de investigación es tomar una organización cultural detenida en el tiempo, es decir, una institución que tuvo un estancamiento en su desarrollo y retomarla para demostrar que a través de la investigación y la aplicación del conocimiento adquirido en los campos de la gestión y la promoción cultural, es posible plantear modelos que solucionen las problemáticas particulares que presentan los museos nacionales ayudando a la institución a transitar a un desarrollo continuo.

Conviene subrayar que el profesionalismo de los agentes involucrados en los museos no debe ser menospreciado, así como la constante capacitación y especialización de estos, para que dichos agentes estén preparados a enfrentar las nuevas problemáticas dentro de los museos, como lo fue el año 2020 y los cambios sociales que se presentaron.

Dicho de otra manera, existe en el campo cultural la convicción de que cualquier institución cultural y artística de índole privada o pública puede generar una autogestión enfocada en un desarrollo progresivo integral, sin embargo, la institución por sí misma no será capaz de tal empresa sí no cuenta con el enfoque correcto y esfuerzos claramente delimitados, ya que como lo hemos visto en este trabajo, tanto el Museo de Cera de la Ciudad de México como el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” no se desarrollaron de una forma idéntica, a pesar de compartir características comunes. Hemos sido testigos en esta investigación de la bifurcación que se puede generar en instituciones homólogas, detallando los aspectos principales que definen la divergencia de ambos museos.

Con esto quiero decir que una investigación de calidad debe ser el objetivo principal de cualquier gestor o promotor cultural al momento de intervenir en una institución, una comunidad o un proyecto, ya que la información que arroje la investigación nos proporcionará una perspectiva del panorama completo que afectan al objeto de estudio y también devendrá en el proceso a implementar, siguiendo una lógica de desarrollo.

Por lo anterior, este trabajo de investigación resolvió delimitar el marco teórico y metodológico a partir del cual se iba a atender la problemática presentada en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, presentando una base sólida de conocimientos expuestos que nos sirvió de contexto teórico.

Simultáneamente, se recabaron los datos que se consideraron pertinentes sobre el objeto de estudio para poder entender la complejidad de los campos en los que se debe interceder, así como los alcances de la planeación y programación de intervención, debido a que existen limitantes dentro de la ejecución.

Para ser específicos en el caso de los museos privados se debe comprender e integrar la perspectiva de empresa claramente constituida, sin emanciparnos de la función de transmitir valores culturales, sociales y artísticos que caracterizan a esta institución. Es necesario recalcar este aspecto de un museo privado, debido a que será la piedra angular para la implementación de cada una de las propuestas que el gestor o el promotor cultural señale al órgano principal del museo (dirección, consejo directivo, inversionistas o dueños). Por este motivo, requerirá una ejecución sistemática y paulatina de acciones que impulsen un desarrollo, que genere un impacto cuantitativo, principalmente económico, que sirva de evidencia para continuar con el proceso.

Avanzando en este orden de ideas, actualmente puedo afirmar que el principal obstáculo para una institución privada como lo es el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, es la inversión/generación de recursos económicos, ya que su actual director no considera que sea una empresa redituable, ni tampoco los inversionistas actuales. Precisamente por tal motivo este trabajo de investigación es relevante, ya que aborda una problemática particular dentro de un museo y propone alternativas de trabajo para un desarrollo integrar que genere una sinergia en todos los agentes involucrados.

Más no se trata solamente de generar ingresos proporcionales a los capitales invertidos en el proyecto (tanto humanos como materiales), ya que el gestor y promotor debe mantenerse fiel a su funsión/visión de beneficiar y enriquecer de manera inmaterial a la comunidad que impacta. Debido a que este aspecto, y otros como he detallado en el presente documento, son los que nos diferencian de un administrador o cualquier otro profesional dentro de los museos.

Ahora puedo decir que el gestor y el promotor culturales son agentes que enriquecen mayormente a las instituciones privadas por su visión humanista y comprensión de la complejidad de la problemática cultural y artística. Así mismo, una mayor intervención de dichos agentes culturales permeará en: el adoctrinamiento que se realiza en las instituciones culturales privadas, el consumo de los productos artísticos y culturales, apertura a nuevas formas de creación, nuevas visiones de difusión y el enriquecimiento de las investigaciones que se realizan en el territorio nacional.

Basta como muestra de una institución con desarrollo económico el Museo de Cera de la Ciudad de México, el cual se presentó en este trabajo como una referencia de una empresa cultural que ha desarrollado un modelo operativo funcional, sin embargo, no puedo afirmar que dicha institución ha logrado un desarrollo integral debido a que en su proceso de crecimiento ha desatendido el contenido, así como la información sustancial a la que el visitante tiene acceso. En contraparte, el museo ha fomentado la visión de mercantilización de la experiencia de una visita al museo, eliminando de la experiencia la adquisición de conocimiento significativo para el público cultural, lo cual se contrapone a las características de las instituciones culturales y artísticas de índole pública.

Teniendo en cuenta estos aspectos de ambos museos de cera, es que se construyen las propuestas para implementar en el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”, partiendo de la delimitación estructural interna y la definición de orden y funciones de cada integrante de la institución hasta la propuesta de modelos “piloto” de la gestión, la promoción, la señalética y la museografía, también de los primeros estudios de público a aplicar dentro del museo para erradicar el rezago que la institución presenta.

La diversidad de propuestas expuestas en este trabajo ha sido limitada debido a que la investigación se genera desde una necesidad académica de desarrollo profesional, es decir, el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” no es la institución encargada de su propia investigación. Al ser un proyecto ajeno a la institución museística, es decir, el personal actual del museo puede no compartir la visión de

crecimiento y autogestión integral propuesto para el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”. Así, por ejemplo, no se puede garantizar la ejecución o ni siquiera el comienzo de lo planteado en esta investigación para una implementación gradual dentro del museo, pudiendo quedar como una investigación más para un archivo académico, debido a que las pretensiones de los propietarios del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” son de índole económica.

No obstante, el alcance del presente trabajo impacta en todas las empresas culturales de capital privado, en especial en los museos de la Ciudad de México que se encuentran ubicadas en zonas donde hay un claro rezago o inexistencia de instituciones que promueven el conocimiento no formal, la creación artística y la promoción cultural.

En conclusión, cada esfuerzo que se genere dentro de los campos culturales y artísticos es un aliciente para enriquecer y seguir diversificando los enfoques de trabajo, tanto del ámbito público, pero con especial énfasis en el sector privado. De ahí que es indispensable el establecimiento de un proceso constante de investigación y ejecución de nuevos modelos que atiendan las necesidades particulares de cada museo y paralelamente, la documentación de dicho proceso de transformación, con el fin de que dicho registro de mejora continua de las condiciones de los museos privados sea institucionalizado.

Obras Consultadas.

CASTILLO Negrete, Manuel del. (Comp.) (1994) *5 Curso de Capacitación museográfica en Provincia.* México: Acolman.

COLOMBRES, Adolfo. (2013) *Manual del Promotor Cultural (II) La acción Practica.* Ediciones Colihue. España.

COTÉ, Michel. (Comp.) (1992) *Las tendencias de la museología en Quebec.* Montreál, Canadá. Musée de la civilisation; Société des musées québécois.

DORANTES Díaz, Francisco Javier. (2004) *Derecho Cultural Mexicano, (Problemas Jurídicos)*. México. Fundación Universitaria de Derecho, Administración y Política Colección FUNDAp Derecho, Administración y Política.

DURÁN Pitarque, Sergio. (1982) *El financiamiento de los museos: un desafío que debemos aceptar*. En Museum, Vol. XXXIV Núm.2

FLORES Ayala, Sandra Liliana. (2016) Videos y medios audiovisuales en *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

GÁNDARA Vázquez, Manuel. (2016) La orientación espacial y cognitiva en *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

HERNÁNDEZ Barba, Alfonso. (2005) *Promoción y Gestión Cultural: Intención y Acción.*

JIMÉNEZ, Lucina. (2006) *Políticas culturales en transición; Retos y escenarios de la gestión cultural en México.* México. Colección Intersecciones.

LACOUTURE FORNELLI, Felipe. (1996) La museología y la práctica del museo en Revista Cuicuilco. *Nueva museología mexicana*. Primera parte. Nueva época.Volumen 3, número 7. México.

LEÓN, Aurora. (2010) *El museo. Teoría, praxis y utopía.* España: Ediciones Catedra.

LÓPEZ MORALES, Gloria. (Dir.) (2005) *Patrimonio Cultural y Turismo; Cuadernos 13. Gestión cultural Planta viva en crecimiento.* México. Conaculta

LORD, Barry; Gail Dexter Lord. (2010) *Manual de Gestión de Museos*.

MARÍN Ruiz, Guillermo. (1996) *Manual básico del promotor cultural*. México

MARTÍN Rodríguez, Aida. (Comp.) (2010) *Promoción Cultural. Una nueva mirada.* Colección Punto de Partida. La Habana.

MORALES Moreno, Luis Gerardo. (COMP.)(1996), "Nueva museología mexicana", en Cuicuilco, Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, núms. 7 y 8, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), México.

NARVÁEZ Naranjo, Monserrat. (2016) Audioguías y dispositivos móviles, uso en los museos en *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

PÉREZ Castellanos, Leticia. (Coord.) (2016) *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

PÉREZ Ruíz, Maya Lorena. (1998) *Construcción e investigación del Patrimonio Cultural. Retos de los museos contemporáneos*. Alteridades. México. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.

Ramírez Maruri, Silvia Monserrat. (2016) Cedularios y textos en *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

SCHMILCHUK, Graciela. (Comp.). (1987). *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*. México: INBA.

WITKER, Rodrigo. (2001). *Los museos.* México. CONACULTA.

ZEPEDA Arias, Nayeli. (2016) Prólogo en *Públicos y Museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volumen I. Publicaciones Digitales ENCRYM-INAH

ANEXOS

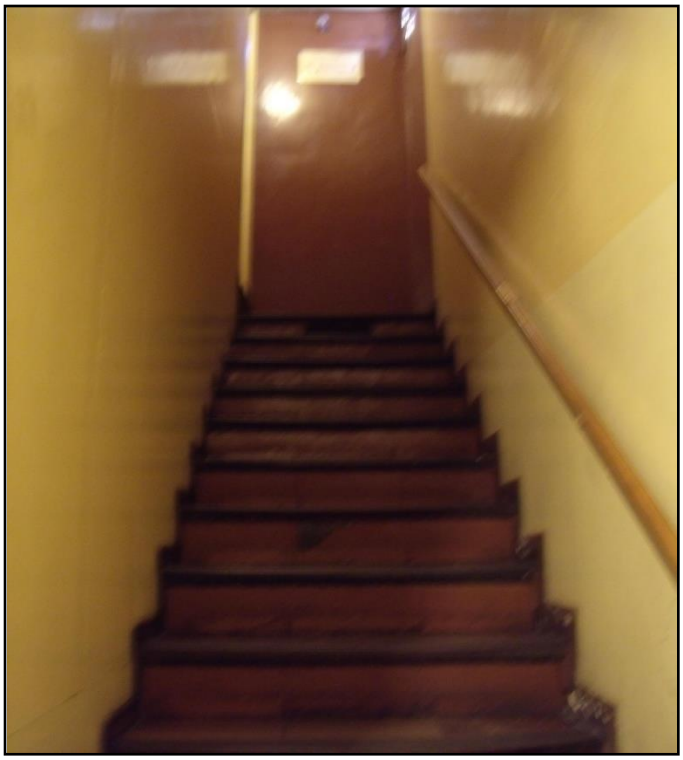
CAPÍTULO 2 EL MUSEO COMO OBJETO DE ESTUDIO

2.2.2 Condiciones Físicas del Museo



64. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Final del pasillo de la planta Baja. Se puede apreciar que no existe el mismo tipo de letra ni estilo en la señalética.
2022
Gustavo A. Madero

65. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Escaleras de la planta baja que dan acceso a la planta alta del museo.
2022
Gustavo A. Madero



66. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Segundo pasillo al que tiene acceso el visitante del museo, este pasillo está localizado en la planta alta.
2022
Gustavo A. Madero



67. Fotografía: Beatriz Paola Reyes Sánchez.
Final del segundo pasillo, ubicado en la planta alta. Planta alta conexión pasillo 2 y 3 .
2022
Gustavo A. Madero



CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LOS MODELOS IMPLEMENTADOS EN LOS MUSEOS DE CERA Y PLANTEAMIENTO DE NUEVAS PROPUESTAS PARA EL MUSEO DE FIGURAS DE CERA DILEA CASTILLO.

4.3.4. Estudios de público: Museo de Figuras de Cera Dilea Castillo

Ejemplo de Estudio de Público para la implementación en el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"

Edad:_____años Fecha:_____

Escolaridad:_____ Ocupación:_____

Alcaldía/Municipio:_____Estado:_____

1. ¿Habías visitado antes el Museo de Figuras de Cera "Dilea Castillo"?

( ) Si (Pasar a la pregunta 2) ( ) No (Pasar a la pregunta 3)

2. ¿Por qué decidiste visitar el Museo de Cera nuevamente? _____

_____

3. ¿Quién te recomendó visitar este museo?_____

_____ _____

4. ¿Qué te imaginabas que verías en la exposición que ofrece este museo?_____

_____

5. ¿Cuánto tiempo duro tu visita? ( ) Menos de 20 minutos

( ) De 20 a 30 minutos ( ) De 35 a 45 minutos ( ) Más de 45 minutos

6. En una escala del 1 al 4, ¿cómo calificarías la información de la exposición?

1. No tiene información

2. Muy poca información

3. Información incompleta

4. Bastante información.

(No contestó)

¿Por qué? _____

_____

8. ¿Qué información del Museo de Figuras de Cera te gustaría conocer?

( ) Origen e Historia del Museo

( ) Elaboración de las figuras

( ) Historia de los personajes de la exposición

( ) Otro _____

_____

9. De acuerdo con la exposición del Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo” ¿aprendiste algo nuevo? SI ( ) NO ( ) ¿Disfrutaste el recorrido? Si ( ) No ( )

10. En una escala del 1 al 4, ¿cómo calificarías las piezas de la exposición del museo?

1. Malas
2. Regulares
3. Buenas
4. Excelentes

¿Por qué? _____

_____

11. ¿Qué pieza de la colección del Museo de Figuras de Cera te pareció más importante o te gustó más? _____

12. ¿Estarías dispuesto a recomendar visitar el Museo de Figuras de Cera “Dilea Castillo”?

Si ( ) No ( )