



AUGE Y DECADENCIA DE LOS MUSEOS EN LA CIUDAD DE LOS PALACIOS

Clave de registro: SIN2012A30162

Escuela de procedencia: Tomás Alva Edison

Integrantes: Nahielly Xin-Wa Chiu Ávila

Marina Belem Mejía Duque Torres

Mixtli Itzel Moreno Jiménez

Enya Roxana Nava García

Asesores: Mtra. Mara Luz Arellano Arjona

Área de conocimiento: Ciencias Sociales

Disciplina: Sociología

Tipo de investigación: De Campo

México, Distrito Federal

Febrero 12 del 2013



Resumen

El presente trabajo de investigación, como su título lo indica, expondrá una muestra del auge y la decadencia de varios museos en el Distrito Federal (D.F.), esto con la finalidad de encontrar la clave del por qué hay museos que son más visitados que otros, lo anterior se logrará a través de una investigación que incluye: documentos, visitas a los museos, encuestas, análisis de contraste, etc.

Se consideraron tres de los museos que, a juicio de los investigadores, son los más completos, novedosos y mejor estructurados de la ciudad para analizar su publicidad, ubicación, estructura y exhibiciones. Los museos seleccionados fueron: El Museo Nacional de Antropología e Historia, el Museo Universitario del Chopo y el Museo Soumaya Plaza Carso. Estos recintos presentan una estructura llamativa, diseñada por arquitectos renombrados, tienen un departamento dedicado particularmente a su difusión y exposiciones cambiantes.

Por otro lado, están los tres museos que, según datos previos a la investigación, están en el D.F y tienen muy poca afluencia de visitantes, esto para lograr el contraste planeado; dichos museos son: El de Cera de la Villa, El del Calzado "El Borcegui" y El Museo de Hidrobiología. Estos discretos pero singulares recintos presentan edificios pequeños y homogéneos, que se mimetizan en el entorno, no presentan letreros muy visibles como para ser identificados a distancia y su única fuente de publicidad son las redes sociales o la difusión de boca en boca, sus exposiciones, aunque bellas, son permanentes.

This research work, as its title announces, exposes the splendor and decay of certain museums located in Mexico City. Its objective is to find the key elements that make a museum a visited or a non-visited one through a comparative analysis.

For this analysis, three of the ten most visited museums, according to the researchers' criteria, were chosen as examples for the research: Museo Nacional de Antropología e Historia, Museo del Chopo



and Museo Soumaya Plaza Carso. These museums present a fancy and well planned structure, carefully designed by renowned architects. Their publicity departments are dedicated to the diffusion and their constantly changing expositions give them all they need to be placed at the top.

On the other hand, the three less visited chosen museums were: Museo de Cera de la Villa, Museo del Calzado "El Borcegui" y Museo de Hidrobiología. These small and peculiar museums present simple buildings that camouflage themselves with the surroundings. Their publicity is based on social networks or simply on the mouth to mouth diffusion. These museums present discrete buildings, they need a striking sign that catches the public's attention, and above all, more publicity. Their exhibits are beautiful and also permanent.

INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema de esta investigación es que, dado que el D.F. es reconocido por el gran número de museos que tiene, unos excelentes y otros no tanto, la presente investigación quiere mostrar cuáles son las diferencias y con ello conocer las razones por las que hay museos en la Ciudad de los Palacios que tienen más visitas que otros; esto a través de un análisis que compare la publicidad, ubicación, arquitectura y exposiciones de tres de los recintos más frecuentados y tres de los menos concurridos.

"En la Ciudad de México hay una gran cantidad de museos, oficialmente 156 y extraoficialmente 200. Esto nos pone al nivel de Londres y por arriba de Buenos Aires, Madrid y París" (Saucedo, 2012, párr.1)¹. La extensión de estos museos va desde los majestuosos como el de Antropología e Historia, a otros que son muy lindos pero que están escondidos en la inmensidad de la metrópolis, como el de Cera

¹ Es importante explicar al lector que los datos expuestos en la parte de Fundamentación teórica, son distintos, porque las cifras sobre el número de museos no son exactas, pero más allá de los números, se puso la nota por la información que ésta contenía.



de la Villa o el del Zapato. En el artículo citado se enlistan todos, entre los cuales se eligieron a los seis protagonistas del trabajo.

La Dra. Luz María Ochoa², ha determinado que "la creación de museos depende del reconocimiento social, político y económico que se les atribuye en ciertas sociedades." (Maceira, 2008, párr. 1) También Graciela de la Torre³ comenta que "el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura, medios de producción y calidad de la oferta cultural de los museos puede garantizar su perdurabilidad como foros culturales socialmente trascendentes" (Conde, 2012, párr. 11).

Con base en las posturas de las doctoras arriba mencionadas, el presente trabajo expondrá un análisis del éxito o fracaso de los museos, a través de suponer que la publicidad es fundamental para atraer visitas y que sólo así un museo se puede dar a conocer.

La siguiente propuesta que estableció esta investigación, pero que finalmente fue errónea, explicaba que la ubicación de un recinto tenía una influencia definitiva sobre la cantidad de visitas que éste recibe, es decir, si un museo se localiza en una zona concurrida de la ciudad, se supuso que recibiría una enorme cantidad de visitantes, de lo contrario, esta cifra se vería disminuida.

Por otro lado, también se estableció que la estructura de un museo es imprescindible para atraer a los visitantes ya que ésta logra captar al paseante; asimismo, se pudo constatar que estas estructuras deben ser llamativas y que es indispensable que destaquen dentro de su entorno.

Por último, se supuso que el tipo de exposición, el que sea temporal o permanente así como la calidad de la misma, son factores que favorecen la afluencia de personas a los museos, siendo las exposiciones de buena calidad, temporales y de tipo llamativo, las que más visitantes atraen.

² Pertenciente al Centro de Investigación y Estudios Avanzados de México.

³ Organizadora de la junta colegiada del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM 2012.



El trabajo que se presenta a continuación logró, a través de un análisis estructural y comparativo, evidenciar las razones por las cuales un museo es o no visitado.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El pasado mes de abril el periódico *El Universal* publicó una nota de Juan Pablo González donde, según un recuento hecho por Alejandro Encinas, exjefe de gobierno, había en la Ciudad de México más de 110⁴ museos en ese momento, lo que la convertía en la entidad con el mayor número de museos en el mundo. Esto en sí mismo es importante, pues nos coloca, a nosotros los defensores, dentro de una ciudad llena de cultura y entretenimiento, aunque paradójicamente muchos de estos lugares los desconocemos.

Ahora bien, existen algunas instituciones museográficas que a pesar de contar con buenos recintos, arquitectónicamente hablando, para albergar exposiciones con obras magníficas, bien expuestas, interesantes y hasta únicas, no tienen un número relevante de visitas, sobre todo cuando son comparadas con otros de su mismo rubro. Tal es el caso del museo de Cera de la Villa, que no le pide nada a los de Madame Toussand, en cuanto a la creación de sus figuras y que, sin embargo, tiene una afluencia de visitantes muy pequeña.

En el otro lado de la medalla están los museos internacionalmente famosos que llegan incluso a ser imanes para turistas extranjeros y nacionales, tal es el caso del Museo de Antropología e Historia, que no sólo cuenta con uno de los mejores recintos arquitectónicos para la exposición de obras, sino que es considerado, según el Consejo Nacional para la Culturas y las Artes (CONACULTA) “como una joya de la arquitectura mexicana del siglo XX, además de ser uno de los 10 recintos más importantes del mundo en su tipo, [el cual] registra un nivel de asistencia anual que rebasa el millón de personas entre nacionales y extranjeros” (CONACULTA, 2011, párr. 2).

⁴ Esta cifra varía según la fuente, pero el número de museos oscila entre 110 y 200.



En el presente trabajo se exponen las respuestas a las interrogantes ¿por qué como museo no soy visitado? y un ¿cómo puedo llegar a serlo? De esta manera el tema se reviste, no sólo de una visión cultural, sino que además toca puntos de interés con relevancia actual, sobre todo por su enfoque único. Aunado a lo anterior, este tema tiene un fuerte valor informativo pues se conocerán cuáles son los puntos clave y las condiciones ideales que tiene un museo con mayor número de visitas, para que, aquellos que no lo son, puedan tomarlos en cuenta. Asimismo, el dar a conocer el caso del museo de Hidrobiología de la Universidad Nacional Metropolitana (UAM), que fue cerrado hace poco tiempo, nos permite entender que no sólo la publicidad, la institución que avala un museo, o lo bueno de sus exposiciones, son garantes del éxito y que aun así un museo puede cerrar sus puertas.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL.

Determinar los factores que hacen que un museo sea más o menos frecuentado, estableciendo esto mediante un análisis de contraste de las diferencias entre la publicidad, ubicación, arquitectura y exposiciones de tres de los diez museos más y menos visitados en el D.F.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la publicidad, ubicación, arquitectura y exposiciones de los museos: Universitario del Chopo, Soumaya de Plaza Carso y Antropología e Historia, como muestra de los recintos más visitados del D. F.
- Analizar la publicidad, ubicación, arquitectura y exposiciones de los museos: del Zapato, Cera de la Villa e Hidrobiología, como muestra de los recintos menos concurridos del D.F.
- Contrastar la publicidad, ubicación, arquitectura y exposiciones de los anteriores museos para determinar las diferencias y, de esa manera, las razones por las que unos tienen más afluencia que los otros.



METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo a través de dos métodos y en dos partes: el primer método y que avaló la primera parte de la investigación, consistió en hacer un análisis de varios documentos, hemerográficos y bibliográficos, que nos proporcionaron información histórica sobre los museos, antecedentes de la estructura de los edificios y datos para conocer cuáles son los elementos que definen a éstos.

En la segunda parte de la investigación, nos fuimos al campo, donde se realizamos entrevistas específicas al personal de cada museo con el objetivo de identificar cómo manejan la publicidad y el montaje de exposiciones; también hicimos una pequeña encuesta para determinar la popularidad de cada recinto y el medio en el que se dio a conocer. Por último, se consultaron arquitectos para identificar a cada museo en su respectivo estilo arquitectónico.

DESARROLLO

MUSEO DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

La difusión de este emblemático museo, orgullo de la arquitectura mexicana por ser uno de los mejores edificios para albergar exposiciones⁵(Arquired,2013, párr.3) recae en todos los medios de comunicación posibles, hablese de radio, televisión, internet, carteles, espectaculares y por supuesto, del poder de la recomendación de boca en boca. La publicidad del museo es manejada por su departamento de promoción cultural, el cual hace énfasis en que cada habitante de la ciudad visite el museo.

El recinto se ubica en una de las principales avenidas de la Ciudad de México, el Paseo de la Reforma. Esta calle, que tiene diversas esculturas y exposiciones a la vista del caminante, cuenta con

⁵ Es comparable con el museo de Guggenheim, museo en forma de caracol, ubicado en Nueva York.



diversos tipos de museos, siendo el principal el de Antropología e Historia, el cual tiene sobre la acera de la vía, justo antes de su entrada, al imponente Dios Tlaloc.

La arquitectura del museo proviene de la corriente modernista⁶. La explanada a sus puertas incita a sus visitantes a permanecer más tiempo para convivir, lo que le da al lugar un ambiente de confort.

Pasando las puertas su gran recepción no ahuyenta a los visitantes ya que al ser espaciosa permite el libre movimiento y permanencia, a pesar de la gran afluencia de personas que el edificio recibe. Asimismo, la sala cuenta con diversas taquillas, una extensa tienda de artesanías del museo y mexicanas, y en ocasiones se pueden apreciar pequeñas exposiciones temporales sin costo alguno. Cuenta con dos niveles, la planta baja, donde se exhiben las exposiciones temporales y el primer nivel donde se localiza la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia, un lugar que enriquece el conocimiento que se puede obtener del recinto.

Al continuar con el recorrido, se encuentra el patio central, que en la primera mitad alberga, el distintivo Paraguas⁷.

Techa y embellece al patio. La columna está adornada con elementos prehispánicos que simbolizan al Sol del Poniente. Se pueden apreciar una ceiba, una rosa de los vientos y un símbolo nuclear que representa a la firmeza, amplitud y claridad del progreso mexicano. En la parte superior de la columna, se aprecia la figura de un hombre rodeado de ramas de olivo y el símbolo de la paz. En conjunto, la columna muestra la lucha de México en tres etapas: Independencia, Reforma y Revolución. (Notimex, 2008, párr. 12)

⁶ Movimiento de finales del s XIX y principios del s. XX que busca nuevas formas y expresiones de las manifestaciones del arte y el pensamiento. Artigas, M. (2007).

⁷ Única gigantesca columna que forma parte de la arquitectura del museo y que sostiene al techo de lámina. Durante su construcción, el principal impedimento fue el evitar que la lluvia afectara a la estructura.



La segunda mitad del patio se conforma de un corredor que lleva a la sala principal del museo que es la sala de la cultura mexicana, en donde se muestran muchas figuras talladas de piedra que esta cultura nos dejó, presenta un techo muy alto. Las salas tienen algunas diferencias en cuanto a la altura de sus techos: "tres metros y medio en la sección de antecedentes y seis metros en las áreas donde se exhiben los grandes logros culturales". (Madrigal, 2012, párr. 1). A un costado se encuentran de las entradas a las diversas salas de exposiciones.

El edificio del museo cuenta con 23 salas de exposición permanentes, una de exposiciones temporales y dos auditorios. Las exposiciones permanentes se dividen en dos tipos: en la planta baja residen colecciones arqueológicas y en la planta alta colecciones etnográficas. El museo posee alrededor de ocho mil piezas de diversas culturas que encontraron su hogar en nuestro territorio, como lo son la Maya, Teotihuacana y Mexica (Museo Nacional de Antropología, 2011, párr. 5).

Cada año este museo es anfitrión de más de un millón de visitantes, (Museo Nacional de Antropología, 2012, párr. 6) cifra que se ha merecido no sólo por sus exposiciones permanentes, sino por las temporales y los eventos en sus auditorios. Un gran número de personas visita al museo más de una vez debido a la comodidad que se experimenta en cada visita, a la constante renovación de exposiciones y porque su extensión es tan grande que muchas veces no se puede ver completa en un solo día.

El costo de ingreso a este museo es de \$57.00, en la admisión general y la entrada es gratuita para niños menores de trece años, adultos mayores de 60 años, pasantes e investigadores del INAH⁸, estudiantes y maestros con credencial vigentes. Los domingos la entrada es gratis para el público nacional y extranjeros residentes.

MUSEO DEL CHOPO

⁸ Instituto Nacional de Antropología e Historia.



El museo del Chopo tiene una historia verdaderamente relevante, sobre todo por no ser un museo diseñado para México; es decir, fue creado para la feria de Dusseldorf, Alemania, en el año de 1902. Al concluir esta feria, la "Compañía Mexicana de Exposición Permanente" compró tres de las cuatro salas de exposición del edificio y las embarcó a México para ubicarlas en la calle del Chopo número diez. Tiempo después estuvo a punto de ser vendida como chatarra, hasta que finalmente la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), se hizo cargo de éste. (Museo Universitario del Chopo, 2011, párr. 3)

La publicidad del Museo del Chopo, al igual que en los museos reconocidos en el D.F. como el de Antropología e Historia, se realiza a través de medios como el radio, el periódico, o de redes sociales. Sin embargo, este museo en particular, de cuya publicidad se encarga el departamento de difusión y cultura de la UNAM, tiene una muy peculiar manera de llamar la atención del público y es a través de la organización de conciertos, obras teatrales, talleres y conferencias de gran nivel, logrando con ello la promoción de todo tipo de arte para cualquier edad.

Ésta es una forma de difusión ha dado buenos resultados ya que gracias a estos eventos, cerca de 600 mil personas visitan y conocen el museo, (Museo Universitario del Chopo, 2010, párr. 4) y una vez que lo conocen, la publicidad, como en todos los museos de México, se hace de boca en boca.

El Museo del Chopo, que en su inicio era llamado el Palacio de Cristal, se construyó como una estructura armable, bajo el diseño de Bruno Möhring⁹; es muy moderno ya que combina exitosamente la fortaleza del acero con la elegancia del vidrio, por sus cúpulas y estructura asemeja más una catedral que un museo. En los años entre 1905 a 1911 fue considerado el edificio más alto de México. El edificio comprende más de 13 galerías, un foro, un teatro, una cafetería, una mediateca y un jardín, así como un proyecto sustentable basado en la reutilización de agua y el uso de paneles solares (Museo Universitario del Chopo, 2011, párr.2).

⁹ (1863-1929) Fue un arquitecto y urbanista Alemán, es considerado uno de los principales de la corriente de Art Nouveau. (Oxford Index beta, 2011, párr.1)



Su estilo arquitectónico es el "Jugendstil"¹⁰ que la enciclopedia Británica define como un estilo artístico que surgió en Alemania a mitad de 1890 y continuó hasta la primera década de los años 20. Por su parte, Demsey expone que los edificios del Art Nouveau "Estéticamente resultan imágenes planas, lineales, ornamentales, que se reducen a una economía de medios que las dota de singular belleza, se alejan de la figuración para centrarse en el mero adorno, muy cerca del diseño industrial" (Dempsey, 2007, párr. 5).

A pesar de no contar con exposiciones permanentes, las exposiciones temporales que se muestran en el Chopo tienen un fin claro, que es el de promover el arte moderno. "Desde su inauguración el Chopo fue un centro promotor del arte contemporáneo, caracterizado por su vocación innovadora, su carácter incluyente y plural; y muy pronto su trabajo lo posicionó como un referente obligado al arte de vanguardia" (Museo Universitario del Chopo, 2011, párr.12)

La entrada general tiene un costo de \$30.00, los estudiantes pagan \$15.00 y los martes es libre.

MUSEO SOUMAYA PLAZA - CARSO

Durante la Inauguración del Museo Soumaya en el 2011, Carlos Slim Helú¹¹ dijo:

Pienso que tenemos que encontrar la manera de hacer que todas las cosas fundamentales y deseables sean universalmente accesibles, por ello creemos en la importancia de que este museo sea parte de la población mexicana, poniendo este inmueble y su colección a disposición de la ciudad y del país, con la intención y compromiso de contribuir en la formación y desarrollo de capital humano, procurando enriquecer y compartir la historia del arte, la cultura mundial y la historia de México. (Fundación Carlos Slim, 2012, p. 1)

Estas palabras enmarcan la importancia de hacer llegar las obras de arte a todo aquel ciudadano que esté interesado en ella, de ahí la importancia de hacer llegar a todo los mexicanos el

¹⁰ También llamado Art Nouveau.

¹¹ Propietario de las colecciones, así como fundador de la Fundación Carlos Slim, propietaria del museo.



conocimiento de que existen lugares, de muy bajo costo, que pueden ampliar la cultura general.

La difusión del Museo Soumaya está a cargo de la "Fundación Carlos Slim" y se lleva a cabo a través de las redes sociales como UNO TV¹², la radio, la televisión y los periódicos. A raíz de su popularidad, a este gran museo se le han hecho reportajes en todos los medios de comunicación masiva, lo que ha llamado la atención de millones de mexicanos y extranjeros.

El museo se encuentra ubicado en la calle de Miguel de Cervantes Saavedra, en la colonia Ampliación Granada y forma parte de Plaza Carso. Esta zona es muy concurrida ya que se encuentran avenidas importantes como Ejército Nacional y la Avenida Río San Joaquín.

El arquitecto del proyecto fue Fernando Romero, quién contó con el apoyo de Carlos Slim y en el folleto oficial de información del Museo Soumaya Plaza-Carso¹³ del 2011, indica que el edificio pertenece a la corriente Vanguardista¹⁴. El recinto tiene una forma asimétrica que puede parecer un cubo retorcido, se sostiene de 28 columnas que hacen que la estructura parezca estar en movimiento, dicha estructura está protegida con una cubierta conformada por miles de hexágonos de aluminio que desde lejos parecen reflejar el cielo.

Los visitantes encontrarán en el museo una estructura muy particular y fuera de lo común, pues es una construcción que llama la atención y sobresale de cualquier otra que haya sido creado.

En la parte interior del Soumaya la forma es poco convencional, pues además de que asemeja un caracol, el lugar es muy cómodo debido a la armonía y a lo espacioso que es, lo que permite al

¹² UNO TV es una página de internet que forma parte de las empresas de las cuales Carlos Slim es propietario.

¹³ El museo recibe su nombre en honor de la ya fallecida esposa de Carlos Slim. Se exhibe en ella la colección privada de Slim.

¹⁴ El vanguardismo es una serie de movimientos artísticos gestados en el periodo de mayor intensidad social, política e ideológica del siglo XX, que tenían como meta la innovación en la producción artística. (Frasas y pensamientos, 2008, párr.1)



visitante desplazarse libremente dentro de la edificación y ver cómodamente el arte que presentan, sin importar el gran número de personas que haya.

En lo que se refiere a las obras de arte expuestas en el museo, Carlos Slim dijo lo siguiente:
Buena parte de la obra que incluye el Museo Soumaya es europea, con el fin de tener disponible en México dicha colección para aquellos mexicanos que no han podido viajar fuera del país, para que también tengan acceso a este arte y disfrutarlo. (Fundación Carlos Slim, 2012, p. 1)

Para exponer las 16 colecciones de obras de arte, de las que Carlos Slim es dueño, se necesitó de 6,500 metros cuadrados de exhibición (González, 2011, párr. 6). El museo se divide en cinco salas de exposiciones permanentes y únicamente una en donde se montan exposiciones temporales.

Es un museo que expone pinturas en óleo, retratos, esculturas e incluso objetos pertenecientes a épocas que abarcan desde el impresionismo hasta el vanguardismo en Europa (Fundación Carlos Slim, 2012, párr. 10). También se exponen obras de arte del México antiguo, de maestros novohispanos y europeos.

La sala más llamativa es en la que exponen ocho esculturas de Auguste Rodin,¹⁵ incluso al entrar al museo, en el vestíbulo, se puede apreciar una réplica certificada de la escultura conocida como “El Pensador”.

Pese a ser un museo reciente, el Soumaya de Plaza Carso, recibe unos 3, 500 visitantes diarios (Fundación Carlos Slim, 2012, párr.3).

La entrada a este recinto es gratuita.

¹⁵ Escultor francés del impresionismo.



MUSEO DEL CALZADO EL BORCEGUÍ

Como dijo el escritor Winston Groom en su libro *Forrest Gump*, "Mamá siempre decía que se puede decir mucho sobre una persona por sus zapatos. A dónde van, a dónde estuvieron." (Groom, W. 1994, párr. 63) ¿Qué es tan interesante de un museo de calzado? Algo tan simple como encontrar en el calzado una cultura, una creencia hasta inclusive un modo de vida.

La publicidad de este museo, se basa en las redes sociales y en el sitio web oficial de la Zapatería "El Borceguí"¹⁶, además de esto, es conocido gracias a las buenas recomendaciones que el público ha dado sobre él a través de los años. El museo ha sido participe en notas informativas dentro de programas televisivos pero el museo no lo ha solicitado para su promoción.

Ubicado en el primer cuadro del Centro Histórico, en la calle de Bolívar, una de las más concurridas de la zona, se encuentra el espléndido museo del Calzado, en el segundo piso de la zapatería "El Borceguí". Este museo es uno más en el Centro Histórico¹⁷, no se ve llamativo, es más, llega a ser imperceptible ya que tiene un único y estrecho acceso.

La arquitectura de este museo es descrita por el arquitecto César Capistrán Sequeda,¹⁸ fundador de la revista *Arquitectura entre líneas* como:

Éste edificio es de cuando Benito Juárez era presidente, pero se le conoce como de la época del Porfiriato, por su arquitectura del s. XIX, aunque el Porfiriato empezó en 1876, en esa época

¹⁶ En un inicio, establecida en la calle de Tiburcio, actualmente República de Uruguay. La zapatería fue propiedad de la familia Chapón en el año de 1865 y posteriormente de otras dos familias que le dieron prestigio y éxito tanto en México como en España.

¹⁷ Muchos de los 110 museos de la ciudad se encuentran en el Centro Histórico.

¹⁸ Arquitecto egresado del Instituto de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Experiencia profesional: Fundador de la revista oficial de la Barra de Arquitectos de Chihuahua, A.C., *Arquitectura entre líneas*.



había mucha arquitectura francesa, hablamos de finales del "romanticismo" y principios del "modernismo", los cuales influyeron mucho el "neoclásico", corriente que usaba elementos como las columnas en la planta alta pero más sencillas, sin tanto detalle como en épocas anteriores. Las flores y plantas que se ven arriba de las ventanas, evocan al art Nouveau, pero buscaban una identidad para la sociedad mexicana. En la ciudad de México, en el centro, hay muchos edificios de esta época.

La entrada al museo es una pequeña puerta que se encuentra a un costado de la mencionada zapatería. Entre el primero y segundo piso se existe un vitral con colores llamativos que tiene el nombre de la zapatería, contiguo a la pared de la entrada al museo, cuelga un diminuto letrero de bronce con el nombre y fecha de inauguración del recinto, junto a éste está una curiosa figurilla del mismo material que representa un antiguo calzado, y que sólo el visitante frecuente o el más observador podrían entender que representa la entrada de un museo.

Al subir las escaleras para ingresar al recinto, el visitante encuentra una pequeña introducción colgada en la pared donde se relata la historia de la zapatería y la creación del museo, que fue abierto el primero de marzo de 1991 en honor a José Villamayor¹⁹ (El Borceguí, 2010, párr. 1). El edificio hace da la ilusión de que está constituido por dos pisos aunque en realidad son tres. Es decir, el segundo piso que se ve desde afuera se modificó, creando un segundo piso que es donde está el museo, esto con el propósito de aumentar su tamaño de exposición. Sus pisos son de madera, las paredes tapizadas de blanco y con enmarcados que aportan información de las piezas que ahí se exhiben. También se pueden encontrar diplomas y documentos que acreditan el valor histórico del museo.

El recinto cuenta con una exposición bastante completa conformada por ejemplares, en su mayoría históricos, que abarcan desde las culturas antiguas, como la egipcia y china, hasta los calzados de

¹⁹ Tercer y último propietario de la zapatería.



personas influyentes como la Reina Isabel II de Inglaterra y Ana Gabriela Guevara. Los ejemplares están acomodados en varios estantes, clasificados cronológicamente en vitrinas. El recorrido comienza con las vitrinas centrales, continuando con las paredes del primer piso y concluyéndolo con las paredes del segundo. Es un recorrido que se realiza en no más de 40 minutos, gracias a que cada ejemplar de zapato posee pocos datos históricos.

El museo recibe en promedio una visita mensual de 1 200 personas, en su mayoría mujeres, (Borceguí, 2010, párr. 1) por obvias razones, aunque el lugar es muy bonito e interesante para ambos sexos. La entrada a este recinto es gratuita.

MUSEO DE LA CERA DE LA VILLA

A pesar de que los museos de cera²⁰ en todo el mundo son extremadamente publicitados y eso ocasiona que sean visitados, existen excepciones, y una de ellas es el Museo de Cera de la Villa.

El museo de cera no cuenta con ningún tipo de publicidad ya que sus dirigentes no creen que sea necesaria para sostenerse. El recinto, que abrió sus puertas en diciembre de 1956 y que pertenece a la familia Neira, basa su popularidad en la difusión de boca en boca y por las recomendaciones de aquellos visitantes que ingresaron a él por mera casualidad.

La Villa es una zona muy concurrida del Distrito Federal, pues en ella reside la imponente Basílica de Guadalupe pero también es el hogar de este discreto museo, el cual está ubicado en la Calzada de los Misterios, a un costado de La Casa de la Morenita del Tepeyac²¹.

Sería de esperarse que el museo se impusiera y destacara de entre los edificios de la calzada, pero no sucede. Al llegar, el visitante se percata de lo poco atractivo que es el edificio, no es más alto que los

²⁰ Con referencia a la cadena de museos de Madame Toussand

²¹ Uno de los muchos nombres que recibe la Virgen de Guadalupe.



otros, se encuentra entre negocios de comida corrida y el señalamiento con el nombre del recinto está dentro de éste, no afuera, donde debería estar colocado para facilitar su ubicación. A pesar de esto, a la entrada se encuentra un distintivo: una peculiar dama vestida de rojo con la vista perdida, un pequeño ejemplar de lo que el visitante encontrará pasando las cortinas²².

María de la Paz Morales, a quien entrevistamos, ha sido empleada del museo durante mucho tiempo, explicó que el edificio fue construido con el propósito de funcionar como museo. Los pasillos son bastante amplios, permitiendo así el libre desplazamiento del visitante, sus pisos de madera y paredes amarillas y opacas alcanzan una armonía que provoca concentrar la atención en las piezas expuestas.

El museo consta de una exhibición de 20 figuras de cera colocadas dentro de trece vitrinas distribuidas en dos pisos. Entre estas piezas se muestran personajes importantes de la historia y cultura mexicana. Reviven pasajes de la Independencia con el General Iturbide, la Reforma con Benito Juárez y la Revolución con Francisco I. Madero, immortalizan la época dorada del cine en México con las efigies de Pedro Infante y Jorge Negrete; además honran a la sociedad mexicana con figuras como la Virgen de Guadalupe.

El recorrido, incluso haciéndolo con paciencia, no dura más de quince minutos y desde la entrada a la salida, el visitante caminará aproximadamente 45 metros. Cada figura cuenta con una breve explicación del personaje representado y a pesar del número reducido de piezas expuestas, la calidad de éstas es impresionante pues en verdad tienen un gran parecido con las personas en quienes están basadas, son extremadamente realistas y dan la impresión de que cobrarán vida en cualquier momento.

²² El acceso a las exhibiciones es por medio de un par de cortinas rojas, igual que la salida.



Los visitantes frecuentes del museo no son estudiantes ni público en general, son personas heredadas, es decir, la mayor parte de los que acuden a ver la exposición, fueron a visitar el museo cuando eran niños y ahora comparten esa experiencia con sus familias. ("Itinerario", 2012, párr. 2)

La cifra de visitas a este recinto, según comentó la Sra. Morales, no es exacta, debido principalmente a que el recinto no lleva un conteo de las personas que entran en él, ya que la familia Neira no lo cree relevante. Es un museo que se mantiene estable gracias al financiamiento de los propietarios y no tanto por el ingreso que aportan los visitantes.

El costo de entrada es de \$10.00 para los adultos y \$6.00 para los niños.

MUSEO DE HIDROBIOLOGÍA

La capital de México tiene muchos museos que diariamente pasan desapercibidos por las personas. De 1,182 museos en todo México, el Distrito Federal cuenta con 156 museos. De esta gran variedad de recintos, el 12.2% tienen como temática la Ciencia y Tecnología (CONACULTA, 2010, Tabla 2)²³, sin embargo, no existe un museo específicamente dedicado a las aguas mexicanas.

El museo de Hidrobiología cerró sus puertas al público hace aproximadamente tres meses, a pesar de ello, la investigación y el análisis se llevaron a cabo para demostrar que, aun cuando un museo está en funcionamiento, al no recibir visitantes, puede llegar a cerrarse.

Este museo fue construido por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) con el propósito de apoyar la licenciatura en Hidrobiología. Su publicidad se realizaba en el Departamento de Hidrobiología, por medio de la UAM Iztapalapa, a través de la organización de la Feria de ciencias del mismo instituto y por los recorridos promovidos en secundarias y preparatorias.

²³ Ver Anexo A.



Este recinto se encontraba en la calle de Sur 21, #230, junto a la UAM, campus Iztapalapa. Un lugar en donde la numeración no está colocada correctamente, por lo que era difícil llegar.

El visitante, de querer conocer el recinto, habría tenido que tomar en cuenta el horario del mismo: de lunes a viernes de 9:00 a 16:00, lo que solamente permitía que hubiera visitas estudiantiles guiadas, las cuales se programaban previamente.

Para identificarse, el museo contaba con un letrero de manta que indicaba el nombre del recinto y en cuanto a su edificación, además de que no tenía una fachada muy vistosa, el edificio era como uno más de los que tiene la UAM. Por otra parte cada sala de exposición estaba separada con paredes de tabla roca, lo que lo hacía poco estable.

El museo se dividía en cinco salas de exposiciones permanentes. Dichas salas exhibían los diferentes tipos de ecosistemas y organismos acuáticos de México, clasificados en: ejemplares de agua dulce, de manglar, de arrecifes y de playas rocosas y arenosas. Además de las exhibiciones, el museo funcionaba como laboratorio y centro de investigaciones biológicas.

Se debe tomar en cuenta que el mantenimiento de un museo como este requiere de tecnologías especiales, por lo que es muy costoso mantenerlo en pie, probablemente, una de las razones por las que se clausuró.

El fundamento del museo consistía en implantar en los visitantes una cultura que abarcara el conocimiento de la fauna y flora silvestre que habita en el agua y que enriquecen a México, así como la preservación de los medios acuáticos de nuestro territorio.

En esta sección es importante aclarar que este museo, pese a lo interesantes y únicas que eran las exposiciones, la publicidad que tenía, que si bien no era enorme, lograba llevar visitantes, el apoyo que le brindaba el museo a la UAM, y que la UAM le daba al museo, éste cerró sus puerta sin



explicación alguna²⁴. Por tal motivo, el cierre de este recinto representa una gran pérdida pero esta situación se agrava más al recordar que aportaba conocimientos únicos sobre la fauna, flora y las aguas de nuestro país, información invaluable para la sociedad.

RESULTADOS

Al realizar una encuesta de la popularidad y exhibición de cada uno de los museos aquí estudiados, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 98 personas de cien han oído hablar del museo de Antropología e Historia, 76 lo han visitado y de éstas, 75 mostraron satisfacción con la exhibición.
- 52 personas de cien han oído hablar del Museo Universitario del Chopo, 36 lo han visitado y de estas 31 mostraron satisfacción con la exhibición.
- 73 personas de cien han oído hablar del Museo Soumaya de Plaza Carso, 37 lo han visitado y de éstas, a 34 les agradó el museo.
- 30 personas de 100 han oído hablar del Museo del Calzado, siete lo han visitado y de éstos, a seis les agradó la exhibición.
- 37 personas de cien han oído hablar del Museo de Cera de la Villa, 21 han ido y a todas les agradó la exhibición.
- 12 personas de cien han oído hablar del museo de Hidrobiología, siete lo habían visitado y de éstas, cuatro mostraron satisfacción con la exhibición.

Los museos con más visitas presentan un departamento de difusión, cosa que los de menos afluencia no tienen, al igual que en el caso de la publicidad en televisión, radio o periódico. Con respecto a la difusión a través de las redes sociales se observó que todos los museos a excepción de los de Cera de la Villa e Hidrobiología la presentan.

²⁴ Por lo menos no se pudo encontrar a nadie que explicará el porqué del cierre



Se encontró que el comportamiento de la afluencia en cuanto a la ubicación de los museos fue diferente a lo esperado. Los museos del Chopo y Soumaya se encuentran en zonas poco concurridas de la ciudad y reciben una inmensa cantidad de visitantes, mientras que los museos de Cera de la Villa y del Calzado, a pesar de localizarse en puntos frecuentados constantemente por el pueblo mexicano, carecen de las visitas que se esperarían de tan populosas áreas.

Todos los museos mencionados, a excepción del de Cera de la Villa, presentan o tienen un encargado, o departamento de difusión o publicidad. Cuando se habla de la difusión a través de las redes sociales, se observa que todos los museos, a excepción del de Cera de la Villa, lo tienen.

Se observó que los tres museos más visitados presentan una estructura llamativa, cosa que no sucede con los menos visitados. Además, los únicos que presentan indicaciones llamativas para señalar su localización, son el de Antropología y el Chopo, aunque el Museo del Calzado tiene una (la de la zapatilla), que se hace muy especial

Las estructuras de los museos con más afluencia junto con el museo de Cera de la Villa, fueron planeadas para ser museos, en cambio las otras dos edificaciones (Hidrobiología y el Zapato) fueron adaptadas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para sacar las conclusiones del trabajo de investigación se entrevistaron a cien personas, con la finalidad de comprobar las afluencias de los museos más y menos visitados. Así también, comparamos cada uno de los elementos que se expuso en los museos dividiéndolo en difusión, exposiciones que presentan, estructura y ubicación así se obtuvieron las conclusiones.



CONCLUSIONES

La publicidad de un museo es un factor influyente en la afluencia del mismo, es el primer impacto que recibe el público del recinto, además de atraerlo, ésta permite que miles de personas sepan de la existencia del museo en cuestión, aumentando así, las posibilidades de una cifra elevada de visitantes.

La ubicación y el acceso a los museos tampoco es un factor que influya en la afluencia de estos, pues se pudo constatar que hay zonas con una gran multitud de personas, y con un acceso inmejorable, como lo son la Villa, el centro histórico, e incluso el de Hidrobiología²⁵, que no hacen que la gente entre al recinto. Se concluyó que es por la falta de un letrero llamativo, o por la nula existencia de indicaciones.

Por otro lado, se pudo concluir que la calidad de las exposiciones, poco o nada tienen que ver con la afluencia de visitantes, ya que por ejemplo, el museo de Cera de la Villa tiene una calidad inigualable de las piezas que expone y aun así no cuenta con muchos visitantes, igual era el caso del de Hidrobiología.

El tener una exposición extraordinaria o sin igual, como en el caso del museo del Zapato, tampoco garantiza la asistencia. Asimismo, el que sean permanentes o temporales tampoco influye en lo absoluto, pues el museo del Chopo tiene sólo exposiciones temporales y recibe un número muy considerable de visitante, al igual que el Museo de Antropología en Historia, que poco o nada cambia sus más importantes exposiciones.

²⁵ Hay que recordar que este museo estaba dentro del campo de la UAM Iztapala, el cual tiene una población estudiantil muy considerable. Pese a esto, el museo cerró



En cuanto a la estructura de los museos se concluyó que definitivamente influye, pues éste debe ser reconocible y llamativo al ojo del público pues eso es determinante para lograr la atracción hacia el recinto.

Sin embargo, también se concluyó que una de la más importantes razones para la falta de visitantes es porque el edificio se mimetiza con los alrededores, es decir, la estructura no sobresale de su entorno y tampoco está hecha para resaltar, en otras palabras, la imagen que la gente maneja para identificar un museo es mucho más llamativa de lo que presentan edificios como el que albergaba las exposiciones de museo de Hidrobiología o los recintos del de Cera de la Villa y el Zapato, pese a que éste último está ubicado en un precioso edificio estilo Art Nouveau.



REFERENCIAS

- Artigas, M. (2007). "El Modernismo" *Universidad Nacional de Educación a Distancia*. Recuperado el 10 de Febrero del 2013 <http://www.uned.es/031282/Modernismo.pdf>
- Arquired,(2013). "Preservación del patrimonio Edificado", *arquired*. Recuperado el 14 de Febrero del 2013. <http://noticias.arquired.com.mx/shwArt.ared?idArt=110>
- Bautista, A. (2006). "El D.F. La Ciudad Con Más Museos En El Mundo, Afirma El Jefe De Gobierno" *La Jornada*. Recuperado el 19 de noviembre del 2012.
<http://www.jornada.unam.mx/2006/11/24/index.php?section=capital&article=047n1cap>
- CONACULTA. (2010). "Mapa Interactivo: México. Infraestructura y Patrimonio", *Sistema de Información Cultural*. Recuperado el 09 de Febrero del 2013.
http://syp.sic.gob.mx/mapaae/web_d/nv/index.php?tema=museo&estado_id=&c=1182
- CONACULTA. (2013). "El Museo Nacional de Antropología, uno de los 10 recintos más importantes del mundo en su género, cumple 47 años de actividad", *Sistema de Información Cultural*. Recuperado el 09 de Febrero del 2013.
http://syp.sic.gob.mx/mapaae/web_d/nv/index.php?estado_id=9&tema=museo
- CONACULTA. (2013). "Mapa Interactivo: Distrito Federal. Infraestructura y Patrimonio", *Sistema de Información Cultural*. Recuperado el 09 de Febrero del 2013.
http://syp.sic.gob.mx/mapaae/web_d/nv/index.php?estado_id=9&tema=museo
- Conde, T. (2012). "Museos...lo que se dice". *La Jornada*. Recuperado el 11 de febrero del 2013
<http://www.jornada.unam.mx/2012/09/25/cultura/a08a1cul>
- Delgado, R. (2010). "Museo del Calzado, el Borceguí: Un espacio para conocer al hombre desde sus pies" *MX-DF*. Recuperado el 29 de enero del 2013. <http://www.mx-df.net/2010/08/museo-del-calzado-el-borcegui/>
- Dempsey, A. (2007). "What is Jugendstil?" *Visual Arts*. Recuperado el 19 de noviembre del 2012. <http://www.visual-arts-cork.com/history-of-art/jugendstil.htm>



Dever Restrepo, P. (2007). "Manual básico de montaje museográfico". *Museos Colombianos*. Recuperado el 18 de Octubre de 2012.

http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/manual_museografia.pdf

El Borceguí, (2012). *El Borceguí. Fundado en 1865. Para una gran ciudad, una gran Zapatería*. México: El Borceguí.

El Borceguí, (2010). "El Borceguí Historia" *El Borceguí*. Recuperado el 29 de enero del 2013. <http://www.elborcegui.com.mx/historia.htm>

Encyclopedia Britannica, (2012). "Jugendstil". *Encyclopedia Britannica*. Recuperado el 19 de noviembre de 2012. <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/1241656/Jugendstil>

Fernández, L. (2003). *Diseño de exposiciones: Concepto Instalación y Montaje*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Frases y Pensamientos, (2008), "Vanguardismo". *Frases y Pensamientos*. Recuperado el 14 de Febrero del 2013. <http://www.frasesypensamientos.com.ar/historia/vanguardismo.html>

Fundación Carlos Slim. (2012). Museo Soumaya. México: Fundación Carlos Slim.

Fundación Carlos Slim. (2011). "Información, entrevistas, preguntas y respuestas." *Carlos Slim Helú*" Recuperado el 19 de noviembre de 2102.

http://www.carlosslim.com/preg_resp_slim_soumaya_plazacarso.html

González, J.P. (2012). "10 Datos Que Debes Saber Del Museo Soumaya Plaza Carso" *El Universal*. Recuperado el 17 de noviembre de 2012. <http://www.eluniversaldf.mx/home/nota21334.html>

González, J.P. (2011). "Museos fuera de lo común en la Ciudad de México" *El Universal*. Recuperado el 17 de noviembre de 2012. <http://www.eluniversaldf.mx/home/nota21334.html>

Groom, W. (1994). "*Forrest Gump*" Estados Unidos de América: CORGI BOOKS LTD.

Gutiérrez, V. (2011). "Soumaya recibirá un millón de visitas en un año" *El economista*. Recuperado el 19 de noviembre del 2012. <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2011/04/24/soumaya-recibira-millon-visitas-ano>

Itinerario. (2012). "Museo de Figuras de Cera de la Villa" *Itinerario*. Recuperado el 31 de enero del 2013. <http://oncetv-ipn.net/itinerario/?p=841>

Keene, S. (2002). *Managing Conservation in Museums*. Gran Bretaña: Butterworth-Heinemann.



Maceira, L. (2008). "Los Museos: espacios para la educación de personas jóvenes y adultas". Decisio. Recuperado el 11 de febrero del 2013.

http://tumbi.crefal.edu.mx/decisio/images/pdf/decisio_20/decisio20_saber1.pdf

Madrigal, A. (2012). "Pasado y Presente". *Museo Nacional De Antropología E Historia*. Recuperado el 18 de noviembre del 2012. <http://www.mna.inah.gob.mx/index.php/acerca-del-mna/pasado-y-presente.html>

Museo Nacional de Antropología, (2011). "El museo en el bosque de Chapultepec". *Museo Nacional de Antropología*. Recuperado el 09 de febrero del 2013. <http://www.mna.inah.gob.mx/index.php/la-coleccion/historia-de-la-coleccion/el-museo-en-el-bosque-de-chapultepec.html>

Museo Universitario del Chopo. (2009). "Información estadística básica." *Memoria UNAM*. Recuperado el 19 de noviembre del 2012. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2009/PDF/8.15-MUChres.pdf>

Museo Universitario del Chopo. (2011). *Erase otra vez un Museo*. México: UNAM.

Museo Universitario del Chopo. (2013). "Chopo sustentable", ¿Qué es chopo sustentable? Recuperado el 09 de febrero del 2013. <http://www.chopo.unam.mx/choposustentable.html>

NOTIMEX. (2008). "El Paraguas del Museo de Antropología" *Terra*. Recuperado el 08 de Febrero del 2013. <http://www.terra.com.mx/ArteyCultura/articulo/702209/El+Paraguas+del+Museo+de+Antropologia.htm>

Quintero, R. (2010). "Programa Integral de Transporte y Vialidad" *Transparencia Línea 3*. Recuperado el 09 de Febrero del 2013.

http://www.transparencialinea3.df.gob.mx/normatividad/programa_integral_transportes.pdf

Saucedo, A., Zavala, M.(2012). "Ciudad de museos", *El Universal*. Recuperado el 11 de Febrero del 2013 <http://www.domingoeluniversal.mx/historias/detalle/Ciudad+de+museos-932>

Ventura, A. (2012). "Los Museos Más Discretos del DF." *El Universal*. Recuperado el 18 noviembre del 2012. <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/69320.html>



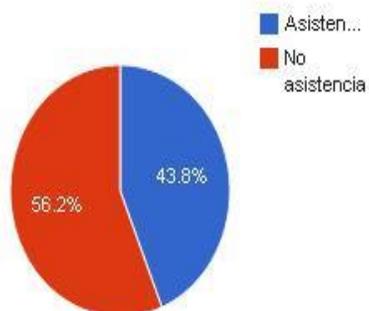
ANEXOS

Anexo A

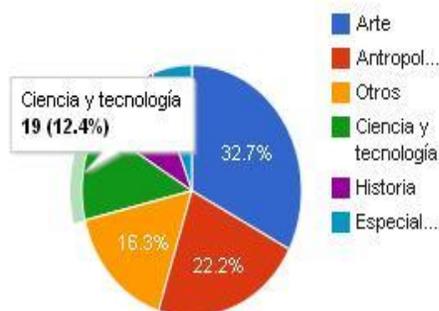
Museos **Infraestructura y patrimonio**

Infraestructura | Gráficas | Estadísticas

Porcentaje de la población que asiste a los museos al menos una vez al año



Temática de museos



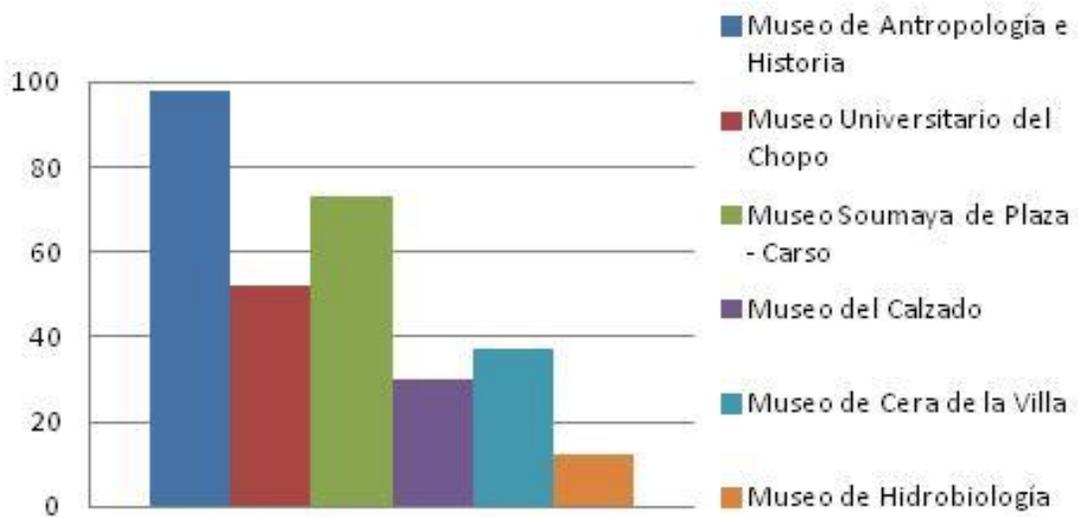
Fuente: Sistema de Información Cultural, CNDI, CONACULTA, Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales 2010, CNDI, CONACULTA





Anexo B

Popularidad





Gráfica de los resultados obtenidos de la encuesta realizada.

