

## **Los públicos del museo de sitio Chorro de Maíta**

### *The publics' opinion on Chorro Maíta site museum*

*Msc. Juan Carlos Osori- Remedios<sup>I</sup>; Dr. C. Alicia  
Martínez-Tena<sup>II</sup>; Dr. Elpidio Expósito- García<sup>III</sup>*

*josorio@vru.uho.edu.cu; alicia@csh.uo.edu.cu;  
expositog@ucp.sc.rimed.cu*

<sup>I</sup>Universidad Oscar Lucero Moya, Holguín, Cuba

<sup>II</sup>Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

<sup>III</sup>Universidad de Ciencias Pedagógicas Frank País, Santiago  
de Cuba, Cuba

#### **Resumen**

El artículo aborda el complejo entorno cubano actual, en el cual el museo de sitio Chorro de Maíta debe desarrollar su gestión cultural, pues se ve inmerso en un escenario que doblemente incide sobre su funcionamiento: por un lado los desarrollos de los públicos, y, por otro lado, las políticas que se han trazado para mantener los éxitos sociales alcanzados, con el menor costo humano posible. El objetivo es buscar alternativas para un reordenamiento que propicie el desarrollo del museo y su gestión cultural, que lo acerque a una solución para revertir adecuadamente la relación público-museo, insertándolo en el contexto nacional e internacional. Se empleó el método crítico reflexivo para los estudios de públicos y su relación con los museos, y la observación, el análisis de documentos, la entrevista y el hermenéutico, para el estudio de los significados.

**Palabras clave:** públicos de museos, sociología de museos, gestión cultural.

**Abstract**

The article is about the Cuban complex environment at present, where the museum must perform its cultural impact, because it is immersed in a scenario that doubly influence on its functioning, on one hand, the publics' development, on the other hand, the policies that have been drawn to maintain the social successes achieved, with a minor human cost. The objective is to look for alternatives to rearrange the development of the museum and its cultural grow, as a solution to benefit adequately the relation between people-museum, inserting it in the national and international context. It is employed the critical reflexive method to the publics studies and their relationships with the museum; the observation, analysis of the documents, the interview; and the hermeneutic methods were reviewed to study the meanings.

**Keywords:** Museum's public, museum's sociology, cultural steps.

**Introducción**

Los estudios de público en nuestros museos surgen por iniciativa del Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura a finales de los setenta y principios de los ochenta del pasado siglo (Arjona, 1980). Ligados, en sus inicios, a la entrada de los Estudios culturales latinoamericanos y su influencia en el campo de la comunicación, se aprecia un “funcionalismo de izquierda”, con enfoques pragmáticos,

### *Santiago 138, 2015*

---

“funcionalismo de izquierda”, con enfoques pragmáticos, en las tres primeras décadas, a partir del triunfo revolucionario (Martín, 1996). Otro de los aspectos incluidos posteriormente son los análisis de recepción (planteado por S. Hall en los años setenta), que estudian las interpretaciones del público, así como el uso de textos y tecnologías mediáticas (González, 2003).

La orientación metodológica del estudio de públicos de museos, desde paradigmas sociológicos, remitió a construcciones teóricas y sus reformulaciones, que facilitaron su enfoque multidimensional (Parsons, 1973; Merton, 1968; Alexander, 1987; Bourdieu, 2004; Hooper Greenhill, 1982; Guidens, 1992; Muñoz, 2007; Schmilchuk, 2012; García Canclini, 1995; González Manet, 2003; Martínez y Expósito, 2011; Delgado, 2006; Alonso Freyre *et al*, 2008; Freire, 2008; Gómez, 2014 y Osorio, 2000, 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior, compartimos el criterio (Ballé, 2001) de que el escenario actual no es muy alentador. Apenas se vislumbra una sociología del museo como la planteada por autores diversos (Gómez, 2014; Osorio, 2014).

Las reflexiones pretenden encontrar alternativas de aproximación a los siguientes aspectos:

-Los estudios de públicos, en particular los de museos.

-Contactos, en relación con la evolución de los Estudios sociológicos de la cultura, que puedan ser provechosos a los fines del estudio.

-Reformulaciones en el funcionamiento museal, en el contexto actual, para satisfacer las necesidades de sus públicos, y contribuir con su formación.

-Reorientación de la gestión cultural del museo para favorecer esta y otras demandas de los públicos en la actualidad.

### **Desarrollo**

Los públicos de museo y sus estudios han experimentado una evolución considerable en las últimas décadas, por lo que se hace necesario prestarle una mayor atención, como alternativa para mejorar el funcionamiento de estas instituciones.

Las producciones teóricas se han diversificado, entrelazando relaciones complejas entre el conocimiento de los actores que incursionan en este campo de

### *Santiago 138, 2015*

---

investigación, a saber, la experiencia en los procesos formativos, la familia de los públicos, y la sistematización en la gestión de las instituciones culturales, que actúan en la configuración del público cultural (Schmilchuk, 2012). El interés en el visitante, aproximarnos a sus motivaciones y expectativas, es relevante para obtener información valiosa que permita ajustar, y en tal caso mejorar, la planificación y gestión de los museos.

A partir de la década de 1970, teniendo en cuenta las nuevas exigencias, se verifican cambios en diversos museos de arte del mundo (dadas sus especificidades, los museos de arte fueron los primeros en darse cuenta que era preciso educar al público para ampliar sus competencias).

Es significativa la introducción de experiencias innovadoras en una sala del Museo de Bellas Artes del Palais de Longchamp, en Marsella, Francia y en el Museo Nacional de Cuba, entre otras. Estas consistían en familiarizarse con las técnicas; con la ayuda de profesores, los visitantes podían hasta tocar las obras, hacer trabajos manuales así como discutir sobre las obras expuestas. Podían informar de la vida y técnicas de los autores, como manera de incrementar sus competencias. Se pretendía que

estos museos superaran concepciones elitistas para entendidos, para convertirse en lugares de formación, información y placer, y así mejorar las relaciones público-museo.

Los problemas del hombre y las relaciones sociales cobran centralidad, hasta llegar a la actualidad, donde se tiene la convicción de que todo lo que sucede importa, los grandes y pequeños hechos, lo cotidiano de la vida, las voces de los excluidos cuentan, no solo para entender el pasado sino para planificar el futuro, sobre todo para evitar que los males se repitan.

Similares cambios experimentaron los museos de corte antropológico, que pasaron a demostrar las contradicciones entre los diferentes grupos humanos, en lugar de restringirse a mostrar lo relacionado con los grupos exóticos.

Esta época marca el inicio de los museos pluralistas, donde los diferentes segmentos sociales podrán estar representados, inclusive las minorías históricamente marginadas, cuidando de no volver a cometer el error de reificación de los objetos o de las culturas, sino mostrando sus relaciones dialécticas y conflictivas. Los museos se

*Santiago 138, 2015*

---

constituyen en zonas de contacto, donde la estructura organizacional de la colección pretende transformarse en una relación histórica, política y moral (Geertz, 2003), y funcionan como una serie de intercambios cargados de poder y tensión.

Aunque todavía existen numerosos museos tradicionales, esta es la tendencia transformadora que se experimenta. Si bien existen diferentes tipologías (por su arquitectura, nuevos paradigmas en cuanto a la relación con el público, la museografía), lo más importante es el papel social que los museos deben desempeñar.

Desde hace décadas en el entorno académico, el concepto de público se ha desplazado hacia el centro de la atención. Conocer sobre las modalidades de penetración y percepción de los hechos culturales en la sociedad es inherente a la evolución especulativa que se ha desplegado en el campo de los Estudios Sociológicos de la cultura.

El interés, aunque gira alrededor de los componentes estructurales de un sistema de acción, aludiendo, entre otras estructuras (nivel macro), a las normas y los valores (la cultura compartida, lo simbólico) que pautan la conducta, sin soslayar su compromiso con la concepción

del sistema social como un sistema de interacción, nivel micro (Ritzer, 2006 y Muñoz, 2007). Es decir, tender a aproximar los niveles macro y micro de análisis (Guidens, 1992, insiste en su carácter relativo), desdibujar los límites entre lo objetivo y lo subjetivo en el análisis del comportamiento de los agentes (Alexander, 1987; Bourdieu, 1997 Ritzert, 2006; Corcuff, 2003).

La perspectiva sociológica es congruente con producciones de autores que enmarcan estudios sociológicos de la cultura y su sistematización en diferentes ámbitos, como los ya mencionados.

Por otro lado, las políticas públicas, bajo el impulso del Estado o territoriales, han contribuido a la renovación (o no) del contexto cultural, haciendo énfasis, aunque con distintas perspectivas, sobre los públicos de la cultura.

La atención hacia los públicos de la cultura ha crecido, y sigue creciendo, así como la multiplicación de observaciones sobre los mismos y el uso de los estudios de público, en el campo de indagación que, en las ciencias sociales, se suele denominar Sociología de los públicos, y en este caso, Sociología de públicos de museos (Bordieu y Darbel, 2004; Hooper Greenhill, 1982; Asensio, 1992;

### *Santiago 138, 2015*

---

Sanguinetti y Garré, 2001; Mantecón, 2007; Pérez Santos, 2000, 2006, 2008; Schmilchuk, 2012; M. Gómez, 2014; Osorio, 2000, 2014).

En este contexto, el proceso evaluativo de las propuestas culturales adquiere un nuevo valor, en cuanto medio de comprensión del encuentro creación-objeto-obra con sus públicos, marcando así una posible ruptura en la tradición que reivindica la autonomía de las élites culturales creativas respecto a las necesidades de los públicos.

La percepción de la diversidad de los públicos ya es un hecho, pero es preciso ir más allá. En una óptica de reapropiación de responsabilidades, las instituciones culturales, tradicionalmente el caso de los museos, actúan en calidad de agentes responsables de la traducción de las perspectivas teóricas en estrategias de gestión.

Conceptos de participación, inclusión social, legitimación territorial, hasta apuestas por fórmulas de exposiciones que reutilicen el espacio público (Freire, 2008), apuntan hacia: involucrar cada vez más a los públicos en la reorganización y reestructuración del campo museístico, trascendiendo incluso los límites institucionales hacia el contexto territorial, involucrándolos, de la manera más

acertada, en los procesos comunicativos. Son las tendencias denominadas Nueva museología y Museología crítica<sup>1</sup>.

Es un reto de diversificación en las funciones de los museos, que hace hincapié en la función de la difusión a través de la puesta en marcha de políticas indicadoras hacia los públicos, con énfasis hacia los públicos frecuentes y potenciales, los que, hasta ahora, no se han acercado suficientemente al museo.

Visitar museos puede ser un hábito, una práctica ocasional o una experiencia desconocida. En Cuba se puede asumir

---

<sup>1</sup>Nueva Museología, concepto hecho popular a finales de la década de los ochenta del siglo pasado. Se utiliza para hacer una distinción formal con el concepto tradicional. Es una continua acción de reciclaje, en constante evolución. La Museología crítica surge de la crisis constante del concepto de museo como espacio de interacción entre el público y una colección. En este marco de revisión conceptual del museo y de la museología como disciplina científica, el museo contemporáneo ha contribuido a avivar la controversia sobre la definición de museo y sus funciones. Exigen el máximo de competencia de los profesionales de la cultura. Deben moverse en parámetros de democracia cultural, por lo que coinciden con nuestra propuesta, desde los presupuestos de la Gestión Cultural, en cuanto a propiciar un diálogo con las dinámicas sociales en la actualidad, con los nuevos modos de relacionarse, integrarse y distinguirse que expresan la diversidad de matrices culturales de los individuos y grupos que constituyen los diferentes segmentos de públicos que visitan los museos.

*Santiago 138, 2015*

---

que es una práctica, la cual, a partir de 1959, como consecuencia de un proyecto social inclusivo en respuesta a los objetivos de democratización cultural, tiende a dejar de ser minoritaria (Arjona, 1980). Sin embargo, las contingencias del llamado “período especial” (finales de la década de los ochenta del siglo XX hasta el presente), repercuten tanto en el funcionamiento de la institución como en la asiduidad de determinados segmentos del público nacional.

Esto no se debe a que exista una desigual distribución de la educación; por el contrario, los alcances en la esfera educacional, que inciden en todos los niveles y esferas de la vida, en particular en la familia, han sido y son notables. Ello hace esperar una formación y capacitación de los diferentes grupos. Públicos con disposiciones adquiridas para acceder y disfrutar, competentemente, de las diversas ofertas culturales, en particular las museales, lo que contribuiría con su formación integral, suponiendo a estas ofertas suficientes para dar respuesta a sus demandas.

No obstante, en la realidad actual se pueden apreciar diferencias con respecto a lo esperado en el desempeño de estos públicos, pues la situación de austeridad económica

(en particular los ingresos familiares), el creciente bombardeo mediático, permeado por los intereses de las “industrias culturales”<sup>2</sup>, y la reformulación de intereses de los públicos, entre otros aspectos, se relacionan con los desequilibrios entre las propuestas culturales y la asiduidad con la que estos acuden a las instituciones culturales, en particular al museo. Esto no basta para explicar las distintas elecciones, gustos y estilos de comportamientos encontrados en segmentos económicos y educativos similares<sup>3</sup>.

Los estudios de público de museo que se han desarrollado en el territorio y, en particular, el museo de sitio<sup>4</sup> Chorro

---

<sup>2</sup> Reflexión del autor. Solo consideremos la repercusión del llamado “paquete”, que se difunde vertiginosamente en nuestra población.

<sup>3</sup> Estos análisis tradicionalmente hechos en Cuba como en otros escenarios, con criterios socioclasistas para la segmentación de los públicos, a finales de los setenta e inicios de los ochenta del pasado siglo, introducen criterios sociológicos complementarios, derivando hacia análisis más específicos (Jorge C. Potrony, 1999), con variables que se refieren al estilo de vida y al modo de vida.

<sup>4</sup> Site museum, museos de sitio o en su lugar (por ejemplo, Machu Picchu). Previamente: museos al aire libre. Exitosos desde los años ochenta, reúnen las preocupaciones del patrimonio, revitalización de la museología, la museografía y el turismo. Definidos por el Consejo internacional de museos (ICOM, por sus siglas en Inglés), como concebidos para proteger la propiedad natural y cultural, móvil e inmóvil, en su lugar original, o sea, preservada en el lugar que tal propiedad fue creada o descubierta. Se considera el pionero el Museo de Famham en Inglaterra, 1888 (durante 20 años se realizaron

### *Santiago 138, 2015*

---

de Maíta, generalmente responden a intereses estadísticos (a tono con un enfoque museológico tradicional tendiente al análisis cuantitativo). Suelen manejar variables sociodemográficas de edad, sexo, ocupación, procedencia, y, en el menor de los casos, opinión sobre la exposición, frecuencia con que visita museos (este en particular), preferencias y expectativas (Osorio, 2000, 2012, 2014).

Los resultados se informan en modelos creados para recoger información de la red de museos, lo que más interesa es la cantidad de público que los visita, haciendo énfasis en determinados segmentos, como el estudiantil y el extranjero. En muy raras ocasiones se hacen valoraciones de cómo el museo responde a las demandas de los públicos que lo visitan.

El período analizado (2007-2008, comparación con el 2012) muestra un decrecimiento en los visitantes a los museos del territorio de Banes. Fueron visitados por 40 784 personas de las cuales un 73,5% (30 005)

---

excavaciones). Esto museos empezaron por Europa y fueron rápidamente adoptados por los Estados Unidos, donde constituyeron un suceso comercial. Tal éxito se debe a la gran aceptación por el público, y a su factibilidad económica con respecto a los museos tradicionales.

*Santiago 138, 2015*

correspondió al segmento nacional; de estos solo el 16 % (4 800) clasifica dentro de los públicos frecuentes. El otro 36,5 % a extranjeros que pagaron por ingresar al museo o por sus servicios, por cualquiera de las vías expeditas<sup>5</sup>. Esta proporción del 16 % justifica el interés en profundizar en el conocimiento de este subsegmento de visitantes.

En los abordajes investigativos, aunque la tendencia del presente estudio es de combinar metodologías cuantitativas y cualitativas, el análisis se inclina por lo cualitativo, que permite aproximaciones a la subjetividad de los actores.

Al museo Chorro de Maíta lo visitaron 13 400 personas, de estos 4 701 fueron nacionales y el 45 % de estos (2 116), se clasifican como frecuentes, los que acuden, preferentemente, durante la etapa de verano<sup>6</sup>. Estudios realizados detectaron que algunos visitantes repiten la

---

<sup>5</sup> Datos tomados de las estadísticas del Centro Provincial del Patrimonio Cultural, contrastados con los archivos de los museos y el Centro municipal de estadísticas de Banes.

<sup>6</sup> Para seleccionar la muestra se sigue un procedimiento similar con los datos estadísticos del año 2008 y 2012.

*Santiago 138, 2015*

---

visita, para otros fue su primera vez y otros visitaron el museo en su inauguración (década de los noventa).

No puede obviarse la influencia, beneficiosa o no, que trajo consigo la apertura de la Aldea Taína, administrada por el Ministerio de Turismo (MINTUR), como continuidad del proyecto Chorro de Maíta, fruto de la investigación y la intención del Dr, José M. Guarch, al frente del Departamento Centro oriental de Arqueología. Tuvo una marcada intención de comercializar el producto cultural, preferentemente para los públicos extranjeros, con varios servicios añadidos, todos en pesos cubanos convertibles (CUC).

Tal perspectiva trajo consigo una reformulación de expectativas e intereses en los públicos nacionales y, particularmente, en los procedentes de la comunidad, al devenir tanto oportunidades como amenazas, por ejemplo, nuevos comportamientos, disfunción (Merton, 1968), no acordes con los valores éticos y morales promulgados, así como nuevos modos de exclusión.

La pesquisa persiguió obtener información que posibilitara establecer si las diferencias en la visitación al museo se relacionan con determinadas variables (como el

atractivo de la oferta cultural, enclave de la institución, gravamen, relación con visitantes extranjeros, accesibilidad al museo y a los servicios, motivación, satisfacción de necesidades, expectativas, entre otras), y si las valoraciones son similares o diferentes.

Al profundizar en la investigación de la recepción del patrimonio cultural por parte del público que visita los museos, se advierten aspectos que llaman la atención (Bourdieu 1997, 2004) como el poder del receptor al legitimar las obras. Por su parte Gómez (2014), plantea que esta legitimación puede ser manipulada, al construir los gustos desde los ámbitos de poder.

Este interés por conocer al destinatario de las propuestas museográficas y la emergencia misma de esta nueva práctica de la investigación de la recepción y necesidades del público, la cual se agrega a las ya tradicionales que venían realizando los museos, como la investigación, la conservación y la difusión del patrimonio cultural, está asociada entre otras razones, con transformaciones que ha experimentado el concepto de patrimonio cultural y de los museos como institución, pero también de lo que

*Santiago 138, 2015*

---

habitualmente es reconocido como conocimiento, aprendizaje, observación y comunicación.

Néstor García Canclini (1995) concluye que para llegar a tal nivel de conocimientos acerca de estos públicos se requieren estudios que consideren con más atención las características de la vida cotidiana de los sujetos: sus ritmos de vida y ocupación, sus obligaciones familiares, las tradiciones de grupo, las relaciones comunitarias, tanto como su edad y sexo.

Dentro de esta tendencia, además, fue viable evaluar la imagen pública del museo (de los públicos en general, con énfasis en el segmento seleccionado y el comunitario), la relación entre la dimensión ritual, comunicacional y educativa del museo a través del análisis de la museografía y la relación de los museos con los públicos por medio de sus percepciones y evaluaciones.

Aproximadamente el 57 % de los usuarios que visitan una vez al museo, particularmente la población circundante, plantean no sentirse suficientemente motivados para repetir su visita, por no mantener expectativas que los incentiven, en especial en lo referido a la exposición permanente (data de más de 10 años).

Como se aprecia, apenas se consideran las particularidades de los visitantes, pues responde a una política cultural establecida a nivel macrosocial, se concreta en una normatividad que regula el funcionamiento estructural de la institución.

Se trata de un profundo cambio al que se están enfrentando los museos en estos años: el museo ya no se dirige a un público abstracto y universal, sino a unos públicos considerados como grupos de usuarios empíricos reales o potenciales, que se definen en función de algunas características, recursos, expectativas o prácticas comunes.

La puesta en valor de este tipo de servicios, que van desde la implementación de la señalización hasta las más sofisticadas actividades de exposición y de mediación cultural, puede ser interpretado como una herramienta en las manos de los poderes públicos para dar vida concreta a sus políticas culturales, y así desarrollar los públicos, a partir de la gestión cultural de la institución museal.

No se trata de complacer a directivos con los resultados de los estudios de públicos, sino de detectar los posibles conflictos que podrían entorpecer la participación de los públicos en el museo o su uso del mismo.

### *Santiago 138, 2015*

---

Lo que se hizo, desde las experiencias derivadas de investigaciones del autor en el contexto del museo Chorro de Maíta y su radio de acción territorial

El posicionamiento hizo pertinente la utilización de conceptos, a partir de su análisis, contextualización y reformulaciones:

- Públicos de museos/Públicos frecuentes: los públicos de museos se particularizan en el subsegmento públicos nacionales frecuentes. Se definen como aquel segmento que siente motivaciones para visitar al museo, considerando sus preferencias estéticas, desde sus competencias en tanto usuarios.
- Estilo y modo de vida: se insiste en la relación dialéctica entre estos conceptos, para hacer coincidir los intereses del estudio con las variables seleccionadas, a partir de su ocupación, sus hábitos y capital cultural, que definan sus preferencias estéticas y posibles manifestaciones de exclusión social, en cuanto a acceso y disfrute.

- Dimensión: para caracterizar el modo en que un proceso puede ser estudiado, analizado desde diferentes posiciones, un enfoque multidimensional desde la integración de los niveles de análisis.
- Gestión cultural<sup>7</sup>: desde las perspectivas de imbricarla en el campo de actividades del museo, que propicie un reacomodamiento de su gestión en correspondencia con las demandas de los públicos, para propiciar su desarrollo.

Esta propuesta enfatiza en los públicos frecuentes que, hasta cierta medida, guardan relación con los públicos potenciales (los públicos posibles a visitar un museo), al considerarlos, además, promotores potenciales, a partir de visitar (o no), el museo, y toma como escenario de sistematización de resultados a la microsociedad universitaria holguinera, a partir de las experiencias en el Chorro de Maíta.

Se concibió y puso en práctica un proyecto, cuyas acciones partieron de un diagnóstico de sus necesidades

---

<sup>7</sup> Para ampliar, remitirse a Martínez y Expósito, 2011.

### *Santiago 138, 2015*

---

culturales, deviniendo opciones extensionistas, a partir de la visita al museo. Se toman como referencia los resultados del proyecto (Osorio, 2000), para el desarrollo sociocultural de los públicos frecuentes del territorio, que hizo énfasis en la comunidad Chorro de Maíta, contextualizándolas con planteamientos de Moreno (2006).

Las visitas al museo, como principal vía de intercambio cultural, se reformularon con una perspectiva multidimensional.

Este proyecto constituye alternativas de respuestas a sus demandas, involucrándolos en una práctica transformadora, que centralizó el reconocimiento del patrimonio, lo cual propició el mejoramiento de su calidad de vida, contribuyendo a la formación de competencias en tanto público potencial-frecuente de museos.

Como aportes de la propuesta se pueden considerar:

- Sendero interpretativo-natural, eco, histórico, arqueológico, “Chorro de Maíta”.
- Opcional recreativa- cultural “Chorro de Maíta”.
- Evento científico Arqueotur-Maíta.

Con el objetivo de generalizar las experiencias se sistematizaron los resultados, contextualizándolos en la Universidad Oscar Lucero Moya de Holguín (Osorio *et al.*, 2012). Se concibe y pone en práctica un proyecto para el desarrollo sociocultural de la comunidad universitaria holguinera, cuyas acciones partieron de un diagnóstico de las necesidades culturales de estudiantes. El proyecto se denomina “Caminos y Saberes”.

Este devino en opciones de extensionismo, como alternativas de estudio de historias locales y de respuestas a sus demandas, involucrando a los participantes en una práctica de socialización, a partir del reconocimiento del patrimonio, lo cual propició el mejoramiento de su calidad de vida, contribuyendo a la formación de competencias en tanto público potencial-frecuente de museos y futuros profesionales.

Como sistematización de experiencias, en la comunidad universitaria Oscar Lucero, de Holguín (Osorio *et al.*, 2012), se diseñaron y llevaron a la práctica ocho recorridos por diversos lugares del territorio, a manera de reencuentro con las riquezas patrimoniales, “Caminos del saber”, una opcional recreativo cultural de extensionismo

### *Santiago 138, 2015*

---

universitario, (uno de ellos fuera del territorio provincial, a Santiago de Cuba), y, como continuidad en el contexto banense (Osorio *et al.*, 2014), se elaboraron otros dos, proyecto “Caminos del saber banense”. A continuación se mencionan algunos:

- Camino del saber universitario.
- De la artillería mambisa a los tanques azules.
- Holguín, Ciudad de los parques: Capital de la juventud.
- El camino del saber aborigen: Yaguajay, Yuvayeque, Turey.
- Por el camino de la revolución: Birán y las raíces.
- Camino de la historia banense, de Baní a Banes: Mitos, leyendas y realidades.
- Banes, “Capital arqueológica”: La villa de los pinos.

Otras acciones:

-Elaboración de mini guías y guía patrimonial de extensionismo universitario, plegables y sueltos, que constituyen fuentes de información.

-Concepción y desarrollo de cursos optativos de pregrado y de postgrado para sistematizar los conocimientos.

-Socialización en eventos: Conferencia científica internacional de la Universidad Oscar Lucero Moya, Universidad 2014, Evento teórico de la fiesta de la cubanía, Simposio del patrimonio de los pueblos del Caribe, Congresos internacionales de pensamiento de la fiesta iberoamericana.

Aportes de las propuestas:

-El diagnóstico, que se denomina de actualización proyectiva<sup>8</sup>, deviene pronóstico de previsión comunicativa, como predictibilidad de los públicos.

-Propuesta dirigida a este subsegmento de públicos frecuentes, basada en la reformulación de los procesos museales de socialización, con la perspectiva de que el museo es un punto de partida, en un campo interpretativo

---

<sup>8</sup> Al sustentarse en resultados del estudio de públicos constituye un diagnóstico proyectivo, se mejora la relación institución-públicos, garantizando desde su génesis el mejor desempeño de los involucrados en la praxis, al considerar sus demandas y expectativas, así como las posibilidades infinitas que tienen las audiencias de interpelar en los momentos de enunciación, como un pronóstico previsorio a partir de sus competencias, en el campo interpretativo multimencional que propicia la Gestión cultural.

### *Santiago 138, 2015*

---

multidimensional, desde lo cultural, público, significación, textos y contextos (Geertz, 2003).

Al centralizar el potencial simbólico del patrimonio y tener en cuenta las características de los públicos, se presupone una participación activa de estos. Los profesionales y otros actores de la institución y/o la comunidad, median el proceso<sup>9</sup>.

-Incorporar el museo al circuito de eventos científicos, con la creación de un espacio de encuentro, propiciador del diálogo de saberes.

-Acciones devenidas en opciones culturales y recreativas, que suelen tener como premisa visitar una institución museal, las cuales involucraron a estudiantes y luego a trabajadores. Se infiere de la evaluación su aceptación a partir de los resultados, que al sistematizarlos, constituyen nuevos puntos de partida.

---

<sup>9</sup> La aplicación de los resultados a partir de las prácticas museales de socialización en el contexto de La Comunidad Chorro de Maíta con una opcional recreativa-cultural y un sendero interpretativo natural, posteriormente, en la comunidad universitaria Oscar Lucero, de Holguín, en un proyecto de extensionismo desde las prácticas de interpretación del patrimonio y un curso de Prácticas de Gestión cultural en el proceso extensionista universitario, así como su generalización en la Filial universitaria Martha Ramos Mojarrieta, de Banes, corroboran la factibilidad de la propuesta.

---

**Conclusiones**

-Las instituciones museales pueden desarrollar acciones que respondan a su función-misión de contribuir a la formación de públicos de museos, desde los resultados de estudios sociológicos de los mismos, sistematizando sus experiencias en coordinación con otras instituciones sociales, a partir de imbricarlas en el campo de praxis que posibilita la Gestión cultural, en tanto propiciatorio del diálogo de saberes.

-Se deben reformular los procesos desde un enfoque multidimensional de las mediaciones, con énfasis en los discursos, para viabilizar los procesos comunicativos, que consideren tanto las potencialidades de la institución como las demandas de los usuarios, introduciendo procedimientos atractivos y novedosos.

-Es de utilidad crear espacios de encuentros científico-culturales, contextualizándolos en el entorno académico-comunitario del territorio, como alternativa de incorporación a este circuito.

-La propuesta recreativa cultural devino alternativa para el proceso enseñanza-aprendizaje de las historias locales.

**Referencias bibliográficas**

Alonso Freyre, J., *et al.* (2008). *Fundamentos para una metodología de estudio de lo comunitario en el discurso de prácticas culturales específicas*. Informe de investigación. CEC-UCLV, Santa Clara.

Alexander, J. C. (1987). *Las teorías sociológicas desde la segunda guerra mundial. Análisis multidimensional*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Arjona, M. (1980). *Los museos en la solución de los problemas sociales y culturales*. La Habana: Dirección de Divulgación del Ministerio de Cultura.

Asensio, M. (1992). *Evaluación cognitiva de la exposición “El Mundo Micénico: perfil de público, actitudes y comportamientos en la exposición”*. Memoria de investigación no publicada. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ballé, C. (2001). Sociología, museos y público. En *Butlletí del Museu Nacional d'Art de Catalunya*, 5, 277-283.

Disponible en:  
<http://www.mcu.es/museos/MC/Laboratorio/index.html>.

Visitado Internet febrero 2014.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Bourdieu, P., Darbel, A. (2004). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona: Paidós.

Castellani, V. y Diotaiuti, J. P. (2002). *El estudio de público en museos y centros de arte como indicador de la programación expositiva*. Simposio Internacional de Estética. Universidad de los Andes, Mérida.

Corcuff, P. (2003). *Las nuevas sociologías. El libro universitario*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Delgado, T. A. (2006). *Síntesis sobre las posturas de los filósofos de la Escuela de Frankfurt*. Material de clases no publicado. Curso de preparación doctoral. Bayazo, Cuba.

Freire, J. (2008). Arte y espacio público. En *Boletín Gestión cultural*, no. 16, abril, pp. 8-16. Disponible en: [www.gestióncultural.org](http://www.gestióncultural.org). Consultado el 17 de mayo de 2014.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo.

*Santiago 138, 2015*

---

Geertz, C. (2003). Descripción densa, hacia teoría interpretativa de la cultura. En *Antropología. Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Gómez Castell, M. (2014). *Significados e intereses en el consumo de servicios culturales en los museos de la ciudad de Bayamo*. Tesis en opción a Doctor en Ciencias Sociológicas. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.

Gómez Iglesias, D. y Martínez Pupo, M. (2011). *Holguín: coleccionismo y museos*. Holguín: Editorial La Mezquita.

González Manet, E. (2003). *Identidad y cultura en la era de la globalización*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Giddens, A. (1992). La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. Buenos Aires: Editorial Amorrortu.

Hooper Greenhill, E. (1982). *Some aspects of a sociology of museums*. *Museums Journal*, 82(2), 69-70. Disponible en:

<http://www.mcu.es/museos/MC/Laboratorio/index.html>.

Consultado en febrero, 2014.

Mantecón, A. R. (2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la ciudad de México. *Revistas culturales*, 3(5), enero-junio, 79-104. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx>

Martín Barbero, J. (1996, octubre). Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. *Sociedad*, 5, 35-47.

Martínez Tena, A. y Expósito García, E. (2011). La gestión cultural en las instituciones culturales urbanas. *Santiago*, 125(2), 33-55.

Merton, R. K. (1968). Manifest and Latent Functions. En R. K. Merton, *Social Theory and Social Structure* (pp. 73-138). Nueva York: Free Press.

Moreno Aragón, J. (2006). *Gestión de proyectos sociales y culturales*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Muñoz Gutiérrez, T. (2007). *La teoría sociológica en el siglo XX. Comentarios preliminares*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Osorio Remedios, J. C. (2000). *Proyecto para el desarrollo sociocultural de la comunidad Chorro de Maíta*. Tesis de Opción a Máster en Desarrollo Socio

*Santiago 138, 2015*

---

cultural comunitario. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.

Osorio Remedios, J. C., *et al.* (2012). Proyecto para el desarrollo sociocultural de la comunidad universitaria Oscar Lucero Moya. En *Memorias de la VI Conferencia Científica Internacional de la Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya*. Disponible en CD. Holguín, Cuba.

Osorio Remedios, J. C., *et al.* (2014). Caminos del saber banense: un proyecto inclusivo para la comunidad universitaria. En *Memorias del IX congreso Iberoamericano de pensamiento*. Disponible en CD. Holguín, Cuba.

Parsons, T. (1973). Algunas categorías fundamentales de la teoría de la acción. En *El funcionalismo en la sociología norteamericana*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Pérez Santos, E. (2000). Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones. España: Ediciones Trea.

Pérez Santos, E. (2006). *Pasado, presente y futuro de los estudios de públicos en los museos: éxitos y decepciones*.

---

Consello Galego de museos: Os museos e o seu público.  
Xunta de Galicia.

Pérez Santos, E. (2008). El estado de la cuestión de los estudios de público en España. *Musa*, 10, 20-30.

Potrony García, J. C. (1999, enero-diciembre). Estilos de vida, segmentación, audiencias y comunicación interactiva. *Debates americanos*, 7-8, 98-104.

Ritzert, G. (2006). *Teoría sociológica contemporánea*. (Tomos I y II). La Habana: Editorial Félix Varela.

Sanguinetti Loza, M. R. y Garré, F. (2001). Estudio de Público: herramienta fundamental para el desarrollo de un proyecto de marketing de museos. *Biblio.*, octubre-diciembre, 10(3), 28-37. Disponible en: <http://www.redalyc.org/>. Consultado el 13 de marzo de 2015.

Schmilchuk, G. (2012, jul./dic). Consumos culturales en América Latina. Balances y desafíos. Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia. *Alteridades*, 22(44). Consultado el sábado 8 de febrero de 2014.