

PONENCIA DE TURISMO CULTURAL EN MUSEOS DE CIUDAD VALLES, S.L.P. ANALISIS Y VALORACION.

CLAUDIA TORRES ESCAMILLA.¹
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSI
claudia.torres.escamilla@hotmail.com

ALMA RAFAELA BOJÓRQUEZ VARGAS²
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSI
bojorquezalma@yahoo.com

RESUMEN

En el municipio de ciudad valles se cuenta con dos museos, los cuales poseen una extensa variedad de vestigios provenientes de los antiguos habitantes de la región Huasteca, éstos poseen una gran riqueza cultural y básicamente cuentan la historia de la vida social, económica y política de los antepasados, así como la religiosa, vestimentas que utilizaban, entre otras particularidades. Esto es parte del patrimonio histórico de la región que identifica y da sentido a las nuevas generaciones sobre su origen. Desafortunadamente el interés por conocer la propia cultura se está perdiendo día con día. Los museos están careciendo de visitantes, tanto locales, como foráneos. Cada vez hay menos visitantes escolares, y a consecuencia de todo ello, no hay suficientes ingresos para el mantenimiento adecuado a cada una de las piezas en exhibición. Los museos no son propiedad privada y el mantenimiento se considera como gasto y no como un ingreso costeable. A consecuencia de lo anterior, el motivo de esta investigación está basada en la problemática de la disminución de turismo en los museos ya que cada día es menos la asistencia de personas a estos espacios culturales. Esta investigación servirá para encontrar una solución que pudiera revertir este efecto y se vaya transformando en un espacio más concurrido y valorado.

PALABRAS CLAVE

Turismo, Turismo Cultural, Patrimonio Cultural, Difusión Cultural, Identidad Cultural.

ABSTRACT:

In the municipality of Ciudad Valles there are two museums, which have an extensive variety of vestiges from the ancient inhabitants of the Huasteca region, they have a great cultural wealth and basically tell the story of the social, economic and political life of the ancestors, as well as the religious one, clothes that they used, among other peculiarities. This is part of the historical heritage of the region that identifies and gives appropriation to new generations about their own origin. Unfortunately, interest in knowing their culture is being lost day by day. Museums are lacking visitors, both local and foreign. There are fewer and fewer school visitors, and as a result of this, there is not enough income for the proper maintenance of each of the pieces on display. Museums are not private property and maintenance is considered an expense and not an affordable income. As a result of the above, the aim of this research is based on the problem of the decrease of tourism in museums as every day is less the attendance of people to these cultural spaces.

¹ Estudiante del 8vo semestre de la Licenciatura en Turismo Sustentable en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca. en Ciudad Valles, San Luis Potosí, México.

² Profesora Investigadora de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, adscrita a la carrera de Turismo Sustentable en la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, en Ciudad Valles, San Luis Potosí, México.

This research will serve to find a solution that could reverse this effect and be transformed into a more crowded and valued space.

KEY WORDS

Tourism, Cultural Tourism, Cultural Heritage, Cultural Diffusion, Cultural Identity

Tema a debatir: Administración y desarrollo del sector turístico.

Huyssen (1996), en su trabajo sobre el museo como cultura de masas, afirma que los museos son actualmente la “niña de sus ojos” de las instituciones culturales, una vez que, a partir de la década de 1980, los museos pasan de ser un local elitista a un local de cultura de masas. Por ello al pensarse en la valorización del patrimonio cultural en la revitalización de los centros históricos, se considera que los museos son lo que el autor llama “paradigma” de las actividades culturales contemporáneas” (HUYSEN.1996, P, 224).

Según Huyssen el turismo que le favorece a los museos es el turismo de masas en el cual se pueden dar a conocer toda la cultura que puede tener un museo en su interior, por ello es importante tocar una de las problemáticas más importantes según Huyssen también menciona que es darle el valor al patrimonio cultural como son los museos y en este caso especificando los de Ciudad Valles.

Los museos y sus colecciones deben de ser reflejos de la sociedad y de ellos mismos. Con la globalización, las formas de ver el mundo van cambiando cada día y los museos deben acompañar estos cambios. Ellos deben de estar atentos al poder universal de las nuevas formas comunicacionales, circulación global del capital, acuerdos y transacciones internacionales, influencias culturales mundiales, turismo cultural; además de tener que adaptarse en el sentido de responder a las necesidades locales, regionales e internacionales (HUYSEN.1996, P, 224)

De lo que nos habla el autor Huyssen, es que actualmente las normas de los patrimonios culturales como lo son los museos van cambiando global y drásticamente así como va cambiando el mundo día a día, nos reafirma que los museos deben de adquirir y adaptarse estos cambios globales, además de acoplarse para responder las necesidades locales, regionales e internacionales, en este caso en ciudad valles, los patrimonios culturales no tienen tanta demanda por los visitantes ya que nos rodean diferentes sitios turísticos los cuales atrapan la atención de los mismos turistas.

1. INTRODUCCIÓN

Este tema se lleva a cabo debido a la importancia de los museos en el municipio de Ciudad. Valles. Esta investigación pretende abordar el estado económico en el que se encuentran dichos museos, también la importancia que tienen en la región, y la importancia que la Secretaria de Turismo del Estado de San Luis Potosí le brinda, dado que es preocupante la baja afluencia de visitantes, tanto por locales, como por los turistas.

El principal beneficio que se busca encontrar la alternativa que permita mayor auge en la visita de los museos de la región, y sean un atractivo turístico más en la región; pero, además, que los propios habitantes locales conozcan sobre sus orígenes y encuentren una mayor identidad cultural de acuerdo con la historia, la antigua cultura y en general, la valoración del legado que encuentra evidencia en las piezas arqueológicas preservadas. De esta manera, los museos puedan subsistir al incrementar los ingresos, ya sea desde el presupuesto público o bien, desde las cuotas de entrada que se cobre a los visitantes. De esta manera, se pueda seguir de manera adecuada el mantenimiento que las piezas requieren y la

administración de los museos. Éstos, considerados edificaciones urbanas culturales, por lo que deberían ser valorados como atractivos turísticos y como recintos de la identidad cultural de los pueblos.

Es importante dar seguimiento a este tema debido que actualmente el turismo en los museos es decreciente, es por ello, que en este documento se aborda este problema con el fin de encontrar elementos que justifiquen la necesidad de mayor atención en la promoción al turismo y un mayor interés de las autoridades locales en cuanto a identificar alternativas para incrementar la afluencia de los mismos habitantes, y no sólo sea visitado por grupos de estudiantes.

Si se promoviera de manera más eficaz y constante, los beneficiados no sólo serían los encargados de los museos, sino la población local, al enriquecer su cultura, los turistas que encontrarían mejores experiencias durante su estadía en la región y, asimismo, las personas que rodean estas edificaciones urbanas, pues la visita a los museos significa también un mercado cautivo en los alrededores de los mismos.

Así pues, la discusión de la problemática en esta aportación académica pretende proporcionar argumentos para que los tomadores de decisiones en el ámbito turístico y cultural, así como en el ámbito de educación, orienten alternativas y nuevas medidas para impulsar un mejor aprovechamiento de ese valioso patrimonio en piezas arqueológicas, artísticas e históricas allí conservadas, custodiadas y valoradas por los administradores y personal operativo de los museos. Que no se quede sólo en ellos la valoración de esas piezas, sino que se viva y se fomente más como un legado, un patrimonio mismo que disfrutar tanto por los habitantes como por los visitantes.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Turismo cultural:

Turismo cultural e histórico: abarcaba en el momento de construcción de la tipología desde lo 'pintoresco' y el 'color local', los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos, pudiendo incluir ciudades o espacios donde se desarrollaran los acontecimientos a resaltar. El ICOMOS (Internacional Council of Sites and Monuments) define el turismo cultural, siguiendo las directrices de la Organización Mundial del Turismo, OMT (por sus siglas en inglés UNWTO), como "un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación". En este sentido, la definición revisada de turismo cultural incluye a su homónimo y al turismo histórico en la categorización de Smith (1992). Pero además se hace bastante difícil separarlo por completo del turismo étnico, salvo porque no cuenta con el elemento diferencial del 'exotismo' y porque, en tanto que productos individuales, puede ser complementario al turismo recreacional, de mayor número y frecuencia de turistas sobre los destinos.

Este tipo de turismo se realiza con el afán de aprender o realizar actividades que proporcionaran aprendizaje, estas visitas se programan con un tiempo de estancia de 3 a 4 días, dependiendo del tipo de destino.

El turista cultural, según (Rico Mansarda 2018) por regla general, tiende a ser un visitante que:

- Está interesado en ir al museo y de éste aprovecha el entorno, el edificio, la temática de exhibición, los contenidos
- Puede considerársele como un "ciudadano cultural" en la medida en que está en la posibilidad de decidir libremente lo que quiere ver y cómo lo quiere ver, la ruta por seguir, el tiempo dedicado a los objetos, vitrinas, tiempos de descanso, etc. y es capaz de mirar objetos y leer las cédulas sin necesidad de depender de una mediación.
- Asiste libremente sin condiciones de tiempo.

- Está dispuesto a pagar por la entrada.
- Es una persona dispuesta a encontrarse con sorpresas.
- Busca servicios museales adicionales. El museo para el turista, representa una gran oportunidad de conocer:
- En un espacio reducido en un tiempo corto, y a través de diferentes lenguajes, lo más importante de un destino turístico o lo más apreciado en ese momento.

2.2 Patrimonio cultural:

Castillo y Lozano encuentran que el patrimonio cultural de cada pueblo se integra a partir de los objetos culturales que mantiene vigentes, bien sea con su sentido y significado originales, o bien como parte de su memoria histórica. Se refieren a México como una sociedad culturalmente no unificada y explica los contextos históricos que generaron o propiciaron esta situación. Mencionan que en México existen diversos patrimonios culturales, es decir, diversos conjuntos de objetos culturales tangibles e intangibles que tienen valor y coherencia dentro de sistemas de significación que son propios de los diferentes grupos sociales que integran la sociedad mexicana y que poseen una cultura distintiva, sin embargo la historia de México, al menos durante los últimos 500 años, es la de una sociedad marcada por la subordinación de pueblos y comunidades con cultura distintiva ante un sector de la población que practica una cultura diferente. (Castillo y M. Lozano, 2006)

Bonfil Batalla (2004, p. 118) señala que este sector, al que se le llama, “cultura dominante, ha impulsado siempre un doble juego frente a las culturas sometidas: por una parte, ha mantenido mecanismos sociales que perpetúan la diferencia y acentúan la desigualdad; por la otra, ha intentado imponer un proyecto nacional uniforme que vuelve ilegítimas a las otras culturas, resultado como consecuencia la incompatibilidad cultural. Se entiende como patrimonio cultural a herencia cultural de los antepasados de una comunidad o región específica, estas comunidades velan por la salvaguarda y la protección de esos bienes, de forma tal que sean preservados debidamente para las generaciones futuras y que puedan ser objeto de estudio y fuente de experiencias emocionales para todos aquellos que los usen, disfruten o visiten. México posee un rico patrimonio cultural ubicado en más de mil museos a nivel nacional y dado que los museos son para el viajero un ‘espacio de encuentro con el destino turístico’, con estos estudios se intenta potenciar sus colecciones y sus actividades para volverlas en atractivos turísticos. Éste no es un análisis acabado, sino que constituye una serie de reflexiones en torno al trinomio: museo-turista-mediador. Es, sobre todo, una invitación para realizar aportaciones desde distintas perspectivas y disciplinas que permitan el cruce de saberes y propicien un entramado interdisciplinario que conduzca a nuestra meta (Castillo y M. Lozano, 2006)

Se entiende por patrimonio cultural inmaterial los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Esto es delo que hablan nuestros autores ya mencionados que el Patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

2.3 Difusión cultural:

Estructurar los conceptos que se encuentran en la base de la relación del museo con la sociedad, especialmente educación (formal, no formal e informal), difusión y comunicación. Y, por otra, sistematizar los servicios que el museo ofrece al gran público para cumplir su función de difusión cultural: información

sobre el museo, acogida, exposiciones temporales, actividades en las salas, actividades fuera de las salas, servicios de información y documentación, venta de publicaciones, reproducciones y otros objetos culturales y de regalo, y servicios fuera del museo (Valdéz-Saguéz, 1997; 2008).

El propósito de este trabajo es el de destacar la necesidad de fomentar el uso turístico de nuestros museos, para lo cual se sugiere construir, dentro de los estudios museológicos, un apartado especial dedicado a los turistas. Una museología turística como campo de estudio específico –de utilidad, tanto para profesionales de museos, como para turismólogos y administradores turísticos-, que aborde las necesidades y expectativas de los viajeros nacionales e internacionales, a fin de integrar las distintas ofertas museales a diferentes programas de turismo cultural, así como a otros programas turísticos alternativos (Zamorano, 2002).

La Difusión Cultural tiene un doble enfoque de actuación según nuestros autores, por un lado el de dar accesibilidad al patrimonio y de elemento de transmisión de conocimiento a la sociedad.

Debe además contribuir, como fin último, a la salvaguarda y mantenimiento de ese patrimonio por medio del reconocimiento de la importancia de ese patrimonio por la sociedad.

Difusión Cultural es uno de los tres elementos que configuran la gestión del patrimonio (investigación, restauración y difusión) y tiene como objetivo poder establecer los vínculos entre el patrimonio y la Sociedad. Es por tanto, la acción de acercamiento del patrimonio cultural hacia la sociedad en general.

2.4 Identidad cultural:

Molano aporta a la discusión sobre desarrollo territorial con identidad cultural, a través de un breve recorrido sobre la evolución de los conceptos de cultura, identidad y patrimonio. El tema es tratado desde varios aspectos: el económico, el humano y el patrimonial. El concepto de identidad cultural se comprende a través de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo. A través de términos como cultura, patrimonio y su relación con el territorio se encontrará el de identidad territorial. Finalmente, Molano aborda la normatividad internacional que se aplica para diferentes tipos de patrimonio. (Molano L., O. 2007. Identidad cultural un concepto que evoluciona. (OPERA. 2007, 69-84p).

También se entiende como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que le dan pertenencia a un grupo social.

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trascienda las fronteras (como en el caso de los emigrantes), el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio. “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (Gomez2014: 43). ¿Qué es la identidad? Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, los casos de refugiados, desplazados, emigrantes, etc.). Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de “patrimonio cultural inmaterial” “La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración.

Lo que nos habla como identidad cultural al conjunto de peculiaridades propias de una cultura o grupo que permiten a los individuos identificarse como miembros de un grupo hablando globalmente, pero también diferenciarse de otros grupos culturales.

Así como también hablando de aspectos tan diversos como la lengua, el sistema de valores y creencias, las tradiciones, los ritos, las costumbres o los comportamientos de una comunidad. Este conjunto de particularidades, patrimonio y herencia cultural de la colectividad, es lo que viene definiendo históricamente la identidad cultural de los pueblos.

2.5 MUSEOS, PRODUCCIÓN Y CONSUMO CULTURALES

Los museos carecen de una "esencia" que los defina, no tienen un rol fundamental y único, sus identidades, objetivos, funciones, conocimientos, materias, etc., son variables y discontinuos, y están sujetos a cambios en las relaciones de poder, a constricciones sociales o políticas; pero han tenido desde siempre un papel activo en la modelación del conocimiento, formando parte de las estructuras del conocimiento, operando y en ocasiones definiendo las reglas para producirlo (Hooper–Greenhill 1999: 191). Los museos, a través de la colección, selección y clasificación de objetos que interpretan para construir una "verdad", configuran una de las modalidades importantes de producción del conocimiento (Hooper–Greenhill, 1999: 192). El museo, además, es uno de los sitios por medio del cual la gente ha sido enseñada a mirar el mundo, valorar el pasado, visualizar las relaciones entre especies y elementos del mundo y de la realidad social (Livingstone, 2005).

He centrado mi investigación en dos de los cinco museos nacionales de México adscritos al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), todos creados entre las décadas de 1940 y 1960, por decreto presidencial, para mostrar la historia o cultura representativas de "toda la nación". Han promovido una identidad nacional mediante la idea de continuidad con el pasado y de la integración de lo arqueológico, lo histórico y lo etnográfico en ésta, además de recurrir a la exhibición, en un mismo sitio, de objetos provenientes de distintos lugares del país "reflejando ciertos valores y concepciones sobre el tiempo histórico, el orden político y el desarrollo económico" (Herrero, 2002: 87p).

Estos museos nacionales son custodios de la memoria social y del patrimonio, que definen lo que es humano, "lo que es ser mexicano" y lo que no es serlo. El sesgo político del conocimiento–patrimonio que preservan y difunden es innegable. Este tipo de museos suelen reconocerse como lugares de la memoria: evocan historias, personajes, eventos, relaciones sociales y símbolos que influyen en la construcción y formación de identidades e imaginarios nacionales o étnicos; debido a esto, los museos antropológicos² y de carácter nacional, a diferencia de otros museos, han sido asumidos como espacios de ideologización, como dispositivos de reproducción y dominación ideológica. Se ha identificado a los museos como "mediadores culturales" en tanto "democratizan" el patrimonio cultural o lo acercan a sus "receptores" (cfr. García, 1989), pero lo que me interesa es reconocer que los museos son espacios de producción y consumo culturales. Las exhibiciones son "en sí mismas un objeto cultural": seleccionan temas; expresan ciertos valores y creencias; suponen un diseño y códigos particulares, así como la realización de ciertas actividades siempre respondiendo a la cultura a la que están dirigidas o en la que se insertan (Duensing, 2005: 22 y 23p).

Estos artefactos culturales son también espacios de consumo cultural, donde hay a su vez un nuevo proceso de producción cultural, pues comparto la idea de que consumir implica el acceso a bienes materiales y simbólicos y un proceso o práctica sociocultural que supone la selección, apropiación y uso de éstos. Al seleccionarlos, se define aquello que se considera públicamente valioso, las maneras en que cada quien se integra y distingue en la sociedad; por ello es un proceso que da sentido de pertenencia (García, 1995: 35, 58, 59).

Si bien por sí mismo el consumo puede generar pertenencia, en el caso de los museos este proceso se ve reforzado por el tipo de bienes que se consumen: "Los museos colocan no sólo a la sociedad en relación con su origen, sino que crean en la producción cultural relaciones de filiación y de réplica con las prácticas y las imágenes anteriores" (García, 1989: 134). Los museos han sido vistos como herramientas para "la toma de conciencia de sí mismo, del sentimiento de ciudadanía y de identidad comunitaria" (Alderoqui, 1996: 31; Domínguez, 1999: 126). Se reconoce que "los museos forman, reflexionan y refuerzan los valores y la identidad de las comunidades a las que se dedican" (conclusiones sobre la Cumbre de los Museos de América (Domínguez, 1999).

En los museos aquí estudiados pueden producirse y consumirse bienes simbólicos: conocimientos, mitos, valores y otros elementos que sirven como referentes identitarios, que influyen en la construcción y formación de imaginarios y de subjetividades, sean nacionales, étnicos, de género de clase, entre otros, proceso que discutiré a mayor profundidad adelante.

2.6 LOS MUSEOS DE HISTORIA NATURAL, UN EJEMPLO

Los museos de historia natural recrean los significados y sentidos de lo natural, la transformación que experimentan estos museos reflejan los cambios en nuestras categorías de análisis y nuestra percepción de la naturaleza (Goodman 1999).

Teoría y retórica van de la mano en estos espacios sociales. Una revisión histórica de los museos de historia natural nos mostraría que estos museos cambian y se transforman como cambia nuestro conocimiento y nuestras representaciones de la naturaleza. En la historia de los museos de historia natural podemos observar al menos tres etapas, correspondientes al desarrollo del conocimiento de la naturaleza: filosofía natural, historia natural, biología.

Esto bien puede tener un correlato museológico con la presentación histórica de un gabinete de curiosidades, las clásicas colecciones de animales disecados y la presentación de dioramas. En la actualidad, en la era de la biotecnología y la crisis ambiental, asistimos a una nueva generación de museos de historia natural basada en una museografía interactiva, multimedia y robótica, y cuyos temas ya no son solamente la historia natural o la biología (Hernández 1994, Goodman, 1999). Al seleccionar y exhibir de determinada forma los elementos de una colección dentro de un museo de historia natural, se está interpretando el (buenos aires 2007.) conocimiento de la naturaleza, reflejando las categorías de conocimiento que se disponen en un determinado tiempo histórico y la idea de naturaleza que ese horizonte ha logrado construir.

Los museos de historia natural tienen su más remoto origen en los gabinetes de curiosidades, éstos eran colecciones de objetos raros y fascinantes que iban desde piezas arqueológicas y artísticas hasta semillas, fósiles, huesos, armas, piedras, animales y plantas. En un principio, un gabinete era sencillamente un mueble donde se guardaban objetos pequeños, pero preciados. A fines del siglo XV y durante el XVI esta palabra adquiere su segunda acepción, aplicándose a salas donde se depositaban piezas raras y valiosas (Rico, 2004). Un gabinete era una cámara o varias recámaras donde los privilegiados coleccionistas solían retirarse a contemplar y analizar los preciados objetos de su propiedad, donde se entremezclaba lo bello, lo valioso, lo raro y lo exótico.

En el siglo XVI el estudio de la naturaleza estaba dentro de la rica tradición de los bestiarios medievales donde no existía una clara distinción entre la observación y la fábula. Hacer historia natural era hablar de las partes y los órganos de las plantas y los animales, de las virtudes que éstos representaban, de las leyendas e historias en las que estaban involucrados, los escudos en los que figuraban, lo que los antiguos decían sobre ellas y lo que se había escrito sucesivamente sobre ellos. El conocimiento que se tenía del reino animal provenía de la Historia natural de Plinio el Viejo, del siglo I.

El evento crucial para los naturalistas y para los museos de la época llegó con el descubrimiento de las nuevas tierras.⁵ Cientos de animales y plantas entraron casi de un golpe a romper el orden establecido,

muchas de estas nuevas formas de vida no se ajustaban a los viejos moldes, se tenían dificultades (Muñoz 2007) Los viajes de exploración a otros continentes trajeron consigo una gran cantidad de plantas y animales, que sirvieron también para la consolidación de jardines botánicos y zoológicos. Tades para su clasificación y mucho menos se ajustaban a las viejas descripciones. En el estudio de las plantas y animales ahora se podía cotejar a los textos con la naturaleza a través de la observación cuidadosa, tal como habían hecho los antiguos y cuando se practicó la observación directa, los zoólogos y botánicos superaron sus antiguas fuentes (Shapin, 1996). A partir de la ruptura del orden medieval, había que comenzar a escribir de nuevo el libro de la naturaleza, de las plantas y los animales, de un mundo en expansión y que a cada momento daba una y otra sorpresa. Es el desorden lo que impulsa la creación de sistemas y nuevas formas de pensar las relaciones que se dan en los organismos. La idea ya no es encontrar lo individual en cada forma, sino lo general, lo que ayuda a la unidad y la homogeneidad de las cosas, las plantas y los animales.

El Museo de Historia Natural de Londres fue incrementando su colección a partir de los viajes de exploración de naturalistas como Humboldt, Banks, Cook, Wallace, Darwin y muchos otros. La política, la ideología y los nacionalismos nutren los primeros museos nacionales de todo tipo, el poder del Estado reflejado en el dominio de lo que es su posesión allende el mar, es un reflejo

(Notas de investigación 193 redes, 2007, 13 paginas) también de la relación entre conocimiento y poder. Los museos abiertos ahora al gran público no sólo son resultado del interés por el desarrollo del conocimiento científico y los nuevos descubrimientos, sino también de la construcción del Estado nación.

El siguiente cambio importante es resultado de la revolución darwinista, pero los museos ofrecían a los visitantes además de información científica, un sentido del orden, del progreso, del método y ley. Los museos eran también instituciones de control y poder, veamos por ejemplo las palabras del biólogo mexicano (Alfonso L. Herrera hablando del Museo de Historia Natural de México): Estas salas se encuentran dispuestas en una serie progresiva conforme a los principios de la filosofía natural, son y deben ser visitadas por el público en un orden filosófico: primero la sala 1, luego la sala 2 y así sucesivamente, el público estará obligado a recorrer cada una de ellas siguiendo también un orden filosófico y con este fin habrá barreras convenientemente dispuestas (Carrillo, 1999). Después a medida que se fue desarrollando la ecología, las exhibiciones trataron de imitar un ambiente más natural, se pasó de una exhibición estática a una que pretendía ser más dinámica, exhibiendo a los animales no en un orden taxonómico, sino ecosistémico y representando las funciones de las diferentes especies en su hábitat, haciendo referencia a los nichos ecológicos y sus relaciones ecosistémicas, como presa-depredador. Hoy, como no se había visto desde la época de la Ilustración, los museos de historia natural están digiriendo una nueva transformación y se encuentran en una gran actividad que los está haciendo renacer, en todo el mundo se realizan y se anuncian planes de renovación. Los avances en genética y biotecnología, pero sobre todo la problemática ambiental, han venido a revolucionar los objetivos de los museos de historia natural, incluso el propio término "historia natural" se ha vuelto sumamente conflictivo y problemático, tanto por su relación con la biología clásica, como por la ya rebasada museografía expositiva (Carrillo, 1999). La separación entre naturaleza y cultura, mantenida como resultado del (muñoz 194 redes, Buenos Aires, 2007, P P. 181) pensamiento moderno que distanció las ciencias y las humanidades en una concepción de especialización y fragmentación del mundo, y que en el mundo de los museos tuvo como consecuencia la separación y especialización de las colecciones, hoy está siendo puesta en duda o al menos se ha matizado profundamente. La naturaleza y cultura se reúnen de nuevo, porque se está construyendo un concepto de naturaleza que ya no separa tan tajantemente al hombre de la naturaleza.

La preocupación por la crisis ambiental es común en personas y en colectivos, pero también en instituciones sociales como los museos, la conservación del patrimonio natural se integró a los objetivos de varios tipos de museo. Los museos de historia natural son instituciones sobre el conocimiento del mundo natural, pero que no se pueden ya limitar estrictamente a los postulados de la ciencia. La crisis ambiental ha llegado a transformar el discurso de los museos de historia natural por medio de la importante participación de las ciencias ambientales que han contribuido a resignificar las exhibiciones, sus ideas y conceptos dentro de este tipo de museos, no sólo en el aspecto de la pérdida de biodiversidad, sino en el de la participación de disciplinas como la geología o la climatología y entorno a los problemas y prioridades ambientales del mundo actual (muñoz 194 redes, Buenos Aires, 2007, P P. 181) Sin duda, la conservación

y los temas científicos clásicos deben estar presentes en todas las actividades del museo, pero esto resulta insuficiente si no se abordan las relaciones del hombre con los sistemas naturales.

Temas como la producción agrícola, el cambio climático global, la biotecnología, la ingeniería genética, el potencial productivo del ambiente y los derechos de los pueblos son temas ineludibles en el nuevo museo de historia natural.

Las implicaciones sociales, económicas, políticas y culturales son temas impostergables para estos museos

La museografía en los museos de historia natural explora la línea de los centros interactivos de ciencia. Antiguamente las piezas y los dioramas tenían un valor en sí mismo, una referencia interna, un discurso sobre el objeto y si bien es cierto que algunas piezas tienen un sentido estético o monumental intrínseco, es necesario una mayor interacción entre la exposición y el público (muñoz 194 redes, Buenos Aires, 2007, P P. 181).

3. NECESIDAD DE MAYORES INVESTIGACIONES SOBRE EL TURISMO CULTURAL Y LOS MUSEOS

Es así que en esta ponencia se pretende resaltar la importancia de fomentar más investigaciones y publicaciones sobre el tema de: Turismo Cultural en museos de Ciudad Valles S.L.P.

Análisis y valoración.

Pues es un área de oportunidad para ofrecer servicios turísticos a este segmento de mercado que no ha sido atendido. De contar con más estudios sobre el tema, sería información que facilitaría la toma de decisiones en el sector turístico en la región.

Por lo cual los museos son unos espacios muy importantes dentro de la infraestructura de cualquier país, en este caso de la región y desde el punto de vista social. Ya sean públicos o privados, con ánimo de lucro o sin él, la finalidad de los museos es la de conservar, investigar, comunicar, exponer o exhibir todo tipo de colecciones. Los museos pueden acumular todo tipo de objetos, venturas, esculturas, etc. Los museos recogen una parte muy importante del saber, de la historia, del arte, de la cultura..., ya sea del propio país, región o cualquier tipo de legado, o de otras partes del mundo, pero siempre bajo una coherencia temática, artística, científica, etc.

El ser humano siempre ha tenido la necesidad de expresarse de muchas maneras y de crear nuevos objetos, crear nuevos mecanismos, utensilios, expresiones artísticas variadas y los museos, cuando nacen como tal, tienen la necesidad de preservarlos y, al mismo tiempo de mostrarlos a los visitantes para que éstos sepan no sólo su funcionalidad o lo que quisieran expresar con ellos, sino también para que las personas que los visiten sean conscientes de la importancia histórica de toda esta creación y, al mismo tiempo, también de cómo el ser humano ha ido creando y mejorando todo lo que lo rodea, ya sea su realidad física como su realidad creativa y artística.

El problema de los museos está en que, la mayoría de las veces, exponen una parte ínfima de todo lo que puedan almacenar, ya que el espacio físico de los mismos, a menos que se pueda aumentar, nunca suele ser suficiente para poder mostrar todo el material acumulado. El otro problema que hay es que sería imposible mostrarlos todos ya que, en la mayoría de las ocasiones, se necesitaría habilitar bastantes y diferentes espacios para lo mucho y variado de lo que se aguarda, lo que implicaría una gran inversión económica, no sólo para la exposición de los mismos, sino también, en muchas ocasiones, para la

restauración de muchos de ellos y el mantenimiento de almacenes, salas de cuarentena, de restauración, etc.

Aun así, los museos son esenciales para preservar el conocimiento del ser humano a todos los niveles. Sin ello sería imposible entender cómo hemos llegado al nivel tecnológico, artístico y cultural actual, así como el desarrollo del ser humano desde el punto de vista físico. Cuando un país se ocupa y preocupa de tener y mantener esos espacios, hablamos de una nación a la que le importa el conocimiento, a la que le importa la cultura de sus habitantes y, sobre todo, le interesa conocer su pasado, su presente y como todo este bagaje cultural influye en el futuro.

Gracias a esta ponencia, y a las aportaciones de los participantes del congreso, se dará continuidad a un proyecto de investigación aplicada en la región, para así darle la importancia a este tema en específico, Tal en el estado de SLP, México, por lo cual, se agradece la disposición de considerar las contribuciones de los lectores.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L. (1999), *Introducción a la Nueva Museología*, Madrid, Alianza Editorial.
- Aguirre, S. Z. (2012). EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LOS MUSEOS COMO RECURSOS CULTURALES URBANOS. UN ANÁLISIS DE CASO DEL MUSEO DE ARTE MODERNO DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN. *TURyDES*, 5(12).
- Alderoquil, Silvia (1996). *Museos y escuelas: socios para educar*. Paidós, Buenos Aires. Ambiente, Gobierno del Distrito Federal, agosto.
- Barrera, M. y A. Peláez Goicochea (2000), "La educación ambiental dentro del Proyecto de Renovación del Museo de Historia Natural de la Ciudad de México", Memoria del Foro los Museos Protagonistas para la Educación Ambiental en el Siglo XXI, Aniversario del Museo Interactivo del Medio
- Bonfil Batalla, G. (2004). "Patrimonio cultural inmaterial: Pensar nuestra cultura". *Diálogos en la acción*, primera etapa, 2004, pp. 117-134.
- Castillo M. y M. Lozano, (2006), *Apuntes para la investigación turística*, México, Universidad de Quintana Roo-CAT
- Cogo, M. (2013). *Análisis de los museos como opción turística: Los casos de Belo Horizonte (Brasil) y Barcelona (España) - El Museu Picasso*. Barcelona. Recuperado el 19 de Julio de 2017
- Donaire, J. A. (2012). *Turistas y museos. Apocalípticos e integrados. MUSEOS Y TURISMO: EXPECTATIVAS Y REALIDADES*, 25.
- Domínguez, Consuelo, Jesús ESTEPA y José María CUENCA (eds.). (1999) *El museo, un espacio para el aprendizaje*. Universidad de Huelva, Huelva.
- Duensing, Sally.(2005) "Museo de ciencia y contextos culturales", *Sinéctica*, núm. 26, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Tlaquepaque, pp. 22–37.
- Gómez, J. M., & Herrera, T. J. F. (2014). Análisis de los factores determinantes de la cultura organizacional en el ambiente empresarial. *Entramado*, 10(1), 96-105.
- Huysen,(1996) *Andreas. Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- Hooper, (1999) Eilean. *Museums and the Shaping of Knowledge*. Routledge, Londres–Nueva York. Intercontinental Ducit et Docet de Investigación, México, UIC, Vol. IV, Núm 1, pp. 37-
- Herrero Prieto, María Inés Sanz Diez * y José Ángel Sanz Lara (2002) *Estudios Turísticos*, n.º 153 (pp. 61de Instituto de Estudios Turísticos Secretaría General de Turismo Secretaría de Estado de Comercio y Turismo Sitio web: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-153-2002-pag61-83-88507.pdf>
- Molano L., O. (nov. 2007). *identidad cultural:.. nov. 2007, de Identidad cultural un concepto que evoluciona. OPERA*
- Molinero, N. M., & Oliver, S. P. (2013). *Turismo cultural.: Patrimonio, museos y empleabilidad*. EOI Esc. Organización Industrial. España. 133 págs. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/306441364_Turismo_cultural_Patrimonio_Museos_y_empl

[eabilidad](#) consultado el día 09 de junio de 2019.

Muñoz, Miguel Fernando. (2007). Los museos de ciencia y la divulgación. julio 2007, de Universidad Nacional de Quilmes Buenos Aires, Argentina . Disponible en Sitio web:

<http://www.redalyc.org/pdf/907/90702507.pdf> . consultado el día 04 de junio de 2019.

OMT. (2016). Panorama OMT del Turismo Internacional. Madrid. Recuperado el 28 de Junio de 2017, de

http://www.thinktur.org/media/OMT_Panorama_Turismo_Internacional_2016.pdf

Prieto, L. C. H. (2002). Turismo cultural de museos: análisis y valoración. Estudios turísticos, (153), 61-83. Disponible en : sitio web:

<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-153-2002-pag61-83-88507.pdf>

Rico, L., (2003), "Una mirada turística al Museo Nacional de Antropología", en Revista

Rico-Mansard, L. F. El museo en busca de los turistas. *El Periplo Sustentable*. Espacio de análisis y reflexión sobre Turismo Sustentable. México: Universidad Autónoma del Estado de México, julio de 2008, núm. 14. [ISSN: 1870-9036].

Sandra Zapata Aguirre. (2012). EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LOS MUSEOS COMO RECURSOS CULTURALES URBANOS. UN ANÁLISIS DE CASO DEL MUSEO DE ARTE MODERNO DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN. de Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Disponible en: Sitio web: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/sza.pdf>

Trillas, 2002.

UNESCO. (2011). Coloquio internacional sobre ciudades, museos y turismo. Cátedra Unesco de turismo cultural. Recuperado de:

http://www.turismoculturalun.org.ar/activ_2011_coloquio.htm consultado el 11 de marzo de 2011.

UNESCO. Universal declaration on cultural diversity. (2001). Declaración universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural = Unesco : universal declaration on cultural diversity, UNESCO. Recuperada en Junio 9, 2009, del sitio Web temoa : Portal de Recursos Educativos Abiertos (REA) en <http://temoa.tec.mx/es/node/19146>

Valdéz-Sagüés, C. V. (1997). *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Tesis Doctoral, Universidad de Navarra.

_____, M. C. (2008): "La difusión, una función del museo". Revista Museos, N. 8. 4, p. 64-75.

VÁZQUEZ, Carlos.(1996) "La puesta en escena del patrimonio cultural mexicano en el Museo Nacional de Historia", Cuicuilco, vol. 3,pp. 19–34.

Zamorano, F., (2002), Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados, México,