

El museo universitario Dr. Luis Mario Schneider de Malinalco como gestor cultural, turístico y de identidad comunitaria

The university museum Dr. Luis Mario Schneider de Malinalco as cultural, tourism, and community identity manager

O museu universitário Dr. Luis Mario Schneider de Malinalco como gerente de cultura, turismo e identidade comunitária

- Artículo de investigación -

Sandra Mejía Reyes¹
Marcelino Castillo Nechar²
Ricardo Hernández López³
Elva Esther Vargas Martínez⁴
Universidad Autónoma del Estado de México

Recibido: 4 de junio 2024
Aceptado: 30 de julio de 2024

Resumen

El presente documento lleva a cabo un análisis de la importancia de la gestión cultural, turística e identitaria en torno al caso práctico de un museo universitario-comunitario: Museo Universitario Dr. Luis Mario Schneider (MUDLMS), con el propósito de identificar como las categorías mencionadas trabajan en conjunto con un modelo sociocrítico que confronta la instrumentalización de un modelo tradicional con la reflexión crítica. La metodología elegida es la de triangulación que permite el análisis cuali-cuantitativo al analizar el discurso, obtener información práctica y reflexionar propositivamente sobre lo analizado. Encontrando que la gestión en

¹ sandramereyes@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9516-7406>

² marcanec62@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4894-813>

³ riherlo@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7145-3782>

⁴ elvacolegio@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2657-2691>

conjunto debe usarse como elementos de cohesión social, capaz de generar conciencia social para los diversos actores participantes en la actividad cultural, turística e identitaria. Lo que permitiría dinamizar las funciones de los museos y generar un papel activo de estos espacios en las comunidades en las que se encuentran inmersas usando el paradigma sociocrítico.

Palabras clave: gestión cultural, turística identitaria, crítica, museo Schneider, Malinalco

Abstract

This document analyzes the importance of cultural, tourism, and identity management in the practical case of a university-community museum: Museo Universitario Dr. Luis Mario Schneider (MUDLMS), to identify how the mentioned categories work together with a socio-critical model that confronts the instrumentalization of a traditional model with critical reflection. The chosen methodology is triangulation, which allows for qualitative-quantitative analysis by analyzing the discourse, obtaining practical information, and reflecting proactively on what has been analyzed. That management should be used as an element of social cohesion, capable of generating social awareness for the various actors participating in cultural, tourism, and identity activity. This would allow the functions of museums to be dynamized and result in an active role for these spaces in the communities in which they are immersed using the socio-critical paradigm.

Keywords: cultural and tourist identity management, criticism, Schneider Museum, Malinalco

Resumo

Este documento analisa a importância da gestão cultural, turística e identitária em torno do caso prático de um museu universitário-comunitário: Museu Universitário

Dr. Luis Mario Schneider (MUDLMS), com o objetivo de identificar como as categorias mencionadas funcionam em conjunto com um contexto sócio- modelo crítico que confronta a instrumentalização de um modelo tradicional com a reflexão crítica. A metodologia escolhida é a triangulação que permite a análise quali-quantitativa ao analisar o discurso, obter informações práticas e refletir propositalmente sobre o que foi analisado. Constatar que a gestão conjunta deve ser utilizada como elemento de coesão social, capaz de gerar consciência social nos diversos atores participantes na atividade cultural, turística e identitária. O que permitiria dinamizar as funções dos museus e gerar um papel ativo para estes espaços nas comunidades em que estão inseridos a partir do paradigma sócio-crítico.

Palavras-chave: gestão de identidade cultural e turística, crítica, museu Schneider, Malinalco.

Introducción

El término gestión -en el ámbito museal- en conjunto con categorías como cultura, identidad y turismo son aspectos que deben usarse de forma cotidiana en estudios que abordan a los museos como nexos entre la comunidad y el turismo.

La elección de dichas categorías se justifican en el análisis del mismo fundamento teórico seleccionado el cual es el crítico, que tiene como características -en su base- la crítica de un sistema capitalista analizado a través de tres momentos: con Adorno (2008), uno de los fundadores de dicha teoría a través de la crítica de la cultura y sociedad; con Jürgen Habermas (1999) en la segunda a través de la Teoría de la acción comunicativa y su orientación por la comprensión de la teoría y la praxis y, una tercera, con Axel Honneth (1997) con su obra: La lucha por el reconocimiento del reconocimiento y el respeto por grupos sometidos. En esa línea destacan autores contemporáneos como Flórez (2006) en el ámbito museal y Nava et al. (2014) en el ámbito turístico.

La gestión cultural, la turística y la identidad comunitaria responden a las necesidades de análisis de la teoría crítica a través de un análisis limitado de dicho fundamento hasta llegar a un modelo sociocrítico (Cros, 2010); al respecto de la sociocrítica y sus características, se habla de la importancia de la historia social, la interdisciplinariedad, la existencia objetiva de leyes y el uso de instrumentos de análisis ajustados al fenómeno, justificando así una investigación de carácter mixto y con un método de triangulación.

Las categorías de análisis de la presente investigación fueron enfocadas a los museos porque además de haber encontrado una problemática repetitiva en dichos recintos donde, estos espacios quedaron desfasados a su forma de gestionarse derivado de las transformaciones globales y eventos de crisis; la realidad es que también son identificados como recintos que se vuelven puentes gestores entre los diversos actores participantes en la actividad cultural- turística-identitaria.

Se retoma a la gestión cultural enfocada a los museos como una herramienta que es una herramienta que enlaza con la “mediación”. Román L. (2011) quien, evidencia que: “el reto principal es realmente comenzar a funcionar como comunidad-red que se informe, que se comunique, que se transmita conocimiento, que proponga, que actúe, que se critique” (p. 8). Por lo que se puede considerar a la gestión cultural como un mecanismo que diseña, promueve y efectúa actividades que permitan la participación de actores corresponsables en sus procesos, permitiendo la inclusión de voces externas del museo. La postura sociocrítica visibiliza la importancia de que todos los actores tengan voz con el mismo peso en cuestión de propuestas, promoviendo la participación multilateral.

De esa manera es como se retoma la categoría identidad comunitaria donde Colombo M. (2005) indica: “refers to a large-scale collective which is continually produced and reproduced in discourse by positioning processes and social categories construction” (p. 52). Axel Honneth (1997), incluso señala que cuando el

individuo se posiciona y genera un aporte para la comunidad a la que pertenece, acrecienta el sentido de pertenencia, permitiendo que el tejido social se fortalezca, respondiendo a la necesidad de reconocimiento del grupo.

Y respecto a la gestión turística del patrimonio Velasco (2009) define como: “la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos” (p.238), enfatizando la importancia de la relación del aspecto económico con el social y se aleja así de la idea de únicamente mercantilizar con la cultura, la cual también es una de las primicias del fundamento sociocrítico.

Encontrando en este artículo de investigación, la importancia de la cohesión social, la relevancia de una mayor flexibilidad en la ejecución de actividades museales y el reconocimiento de las características del paradigma sociocrítico aplicable a estos recintos.

1. Caso de estudio Museo Universitario Dr. Luis Mario Schneider (MUDLMS)

El MUDLMS es el caso práctico de la presente investigación, es un museo perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de México, recinto que se encuentra en la comunidad de Malinalco, comunidad caracterizada por ser un importante centro turístico-cultural-identitario del Estado de México, México.

En dicho museo se identificó la problemática relacionada con el confort en la forma de gestionar la actividad cultural y turística en tiempos de crisis y en tiempos posteriores al mismo, la cual fue visibilizada debido a la pandemia COVID-2019 donde a pesar de realizar la gestión de actividades virtuales por parte del museo durante momentos de cierre físico, no fueron estas suficientes, considerando que el objeto inicial del recinto fue ser un ente innovador para la comunidad de Malinalco. Asimismo, ganador del premio “Miguel Covarrubias” otorgado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, visibilizado que es un museo con un guion

museográfico innovador, pero con el tiempo se ha quedado desfasado en cuanto a su gestión y exhibición.

La gestión tiene que ser un elemento constante ante los cambios venideros.

Falta una red activa y real, más allá de los múltiples foros virtuales, espacios de discusión y difusión, de profesionales de la cultura que de manera conjunta y colectiva contribuya a la transformación de las instituciones culturales, de sus prácticas, de su falta de transparencia y rendición de cuentas (Roman L., 2011,p.13).

La falta de gestión muchas veces se debe a que los museos de origen municipal, estatal, o pertenecientes a alguna dependencia ya sea Instituto Nacional de Antropología e Historia, al Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, a las universidades públicas, municipios, etc., se encuentran subordinados por los diferentes institutos debido a los subsidios que se les otorgan. Por ello, es necesario el análisis más profundo de dichos recintos, para identificar la estructura en conjunto al funcionamiento e identificar las necesidades del sector cultural, turístico e identitario.

2. Metodología

El estudio de caso se llevó a cabo entre el mes de agosto 2021 y diciembre 2023 (donde aún eran visibles las condiciones post-pandémicas); esta se realizó por medio de un análisis de carácter mixto, justificado en el mismo fundamento teórico manejado entre la teoría y praxis, incluyendo la parte de análisis técnico, por lo que se seleccionó un método de análisis de triangulación (Figura 1).

Figura 1. Método de triangulación



Fuente: Elaboración propia (2024)

“La triangulación se refiere al uso de varios métodos (tanto cuantitativos como cualitativos), de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno” (Benavides y Gómez-Restrepo 2005, p. 119). Dicho método fue seleccionado justificadamente por el enfoque teórico seleccionado para esta investigación; analizando la información obtenida o praxis visible a través de las entrevistas, encuestas, y el grupo focal generado; para finalizar con la instrumentación, en este caso por medio del Software Atlas ti (cualitativo) y gráficas (cuantitativo).

Para mayor comprensión, se genera un desglose de cada parte del método de triangulación.

2.1 Teoría

La parte inicial se respalda del fundamento delimitado, es decir, comenzando de lo general a lo particular, partiendo de la teoría crítica, buscando un enfoque un crítico reflexivo del fenómeno y proponiendo su gestión a través de un modelo sociocrítico,

todo ello para anteponerse a un modelo tradicional de gestión turístico-cultural-identitario del museo (Figura 2).

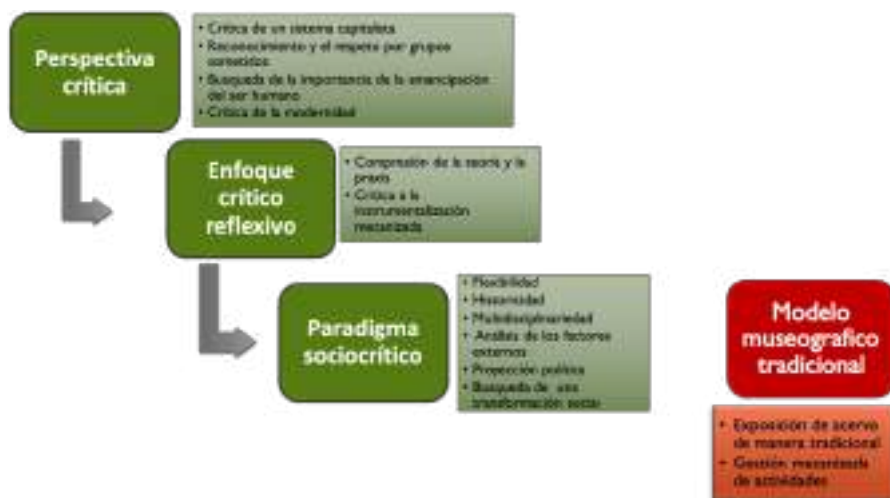
La parte teórica de la investigación se genera de la perspectiva crítica retomando autores de la escuela de Frankfurt en Alemania como Max Horkheimer (1973) evidenciando la importancia de la emancipación del ser humano y Theodor Adorno (2008) con su crítica a la cultura de masas, dando como característica marcada la crítica general de la modernidad y al sistema en el que se encuentra inmerso la sociedad.

Posteriormente, se identifica el enfoque crítico reflexivo donde, como principal característica, retoma el análisis que va desde la teoría a la praxis (Habermas, 1999). Este análisis, entre otras cuestiones, evidencia la constante instrumentalización a la que está envuelta la sociedad y, por lo tanto, una realidad ejecutada por mecanismos que ahora en la contemporaneidad se consideran burocráticos. Para en último término, retomar un modelo sociocrítico como propuesta a plantear para el desarrollo y gestión del museo que, como principal característica propone la flexibilidad, comunicación, historicidad y multidisciplinariedad (Cros, 2010); es un punto de partida para la planeación y ejecución de actividades que se pueden generar a través del museo.

Este paradigma recopila las características más específicas de cada una de las tres generaciones de la teoría crítica y liga rasgos como: la adaptabilidad cultural, la aproximación histórica del fenómeno, la generación de procesos de autorreflexión, una comprensión profunda de los datos derivados de la teoría y de la praxis, la identificación y análisis de los códigos sociales para generar conciencia social, la búsqueda de la interdisciplinariedad, el análisis de los contextos políticos y las dimensiones espaciales, la preservación de las experiencias culturales, el análisis de los factores externos, la identificación de los principales actores participantes en la actividad así como la identificación de las normas sociales y la visualización de la proyección política, con la intención de buscar la transformación social en un

determinado espacio. A continuación, de manera gráfica, se muestra el fundamento y en enfoque asumido:

Figura 2. Fundamento teórico delimitado



Fuente: Elaboración propia (2024)

2.2 Praxis

La parte operativa de la investigación fue recopilada a través de tres fuentes principales de información: entrevistas, un grupo focal y encuestas.

Por la parte cualitativa, a través de entrevistas en profundidad a 11 informantes, (véase tabla 1) integrado por diversos perfiles de la comunidad inmersos en la actividad cultural-turística- identitaria.

Tabla 1. Informantes clave entrevistas en profundidad

Nombre	Sector
Informante 1	Representante del MUDLMS
Informante 2	Representante del MUDLMS
Informante 3	Personal del MUDLMS
Informante 4	Personal del MUDLMS

Informante 5	Representante de la Zona Arqueológica
Informante 6	Personal de la Zona Arqueológica
Informante 7	Representante de la Casa de Cultura y Departamento de Turismo
Informante 8	Representante de recinto cultural "El Tecorral"
Informante 9	Personal de recinto cultural "El Tecorral"
Infórmate 10	Empresario local
Infórmate 11	Representante indígena

Fuente: Elaboración propia

Referente al grupo focal hubo la participación de 12 personas clave que permitieran la diversificación de opiniones (véase Tabla 2).

Tabla 2. Participantes del grupo focal

Nombre	Oficio, trabajo o dependencia
Informante 12	Pintor de la localidad
Informante 13	Profesor de Escuela técnica - Bachillerato técnicos en Turismo
Informante 14	Artesano, Elaboración De Cartonería y Alebrijes
Informante 15	Representante de Tour Operadora y de la Asociación de Prestadores de Servicio Turístico
Informante 16	Representante de la Zona Arqueológica de Malinalco
Informante 17	Representante del Museo Vivo Malinalco
Informante 18 Informante 19	Representante de Fundación Comunitaria de Malinalco
Informante 20	Cronista de Malinalco
Informante 21 Informante 22	Taller de Artesanos de Alfarería y Cartonería
Informante 23	Representante y guía del MUDLMS

Fuente: Elaboración propia (2024)

En la parte cuantitativa se realizaron 45 encuestas en total, divididas de manera equitativa entre pobladores, empresarios locales y turistas aplicados en el área de la cabecera municipal de Malinalco. Dichas herramientas se seleccionaron y justificaron en la elección del enfoque etnográfico para obtener la información con mayor veracidad.

El acercamiento se dio a través de cuatro fases: la primera fue en el museo objeto de caso de estudio MUDLMS, con el personal, como con el director, el museógrafo fundador del museo, administradores y guías.

La segunda fase fue el acercamiento con otras instituciones como casa de cultura y turismo de Malinalco, otros recintos culturales, empresarios locales y artesanos. La tercera fase, la aplicación del grupo focal con presencia de diversos personajes de la comunidad de Malinalco como antropólogos, artistas, tour operadores turísticos, artesanos, artistas, personal del museo, pobladores, etc.; la cuarta, la aplicación de las 45 encuestas antes mencionadas.

2.3 Instrumentación

El último punto para general es el análisis de las respuestas obtenidas. Buscando vincular las respuestas de los instrumentos para generar un análisis de la investigación.

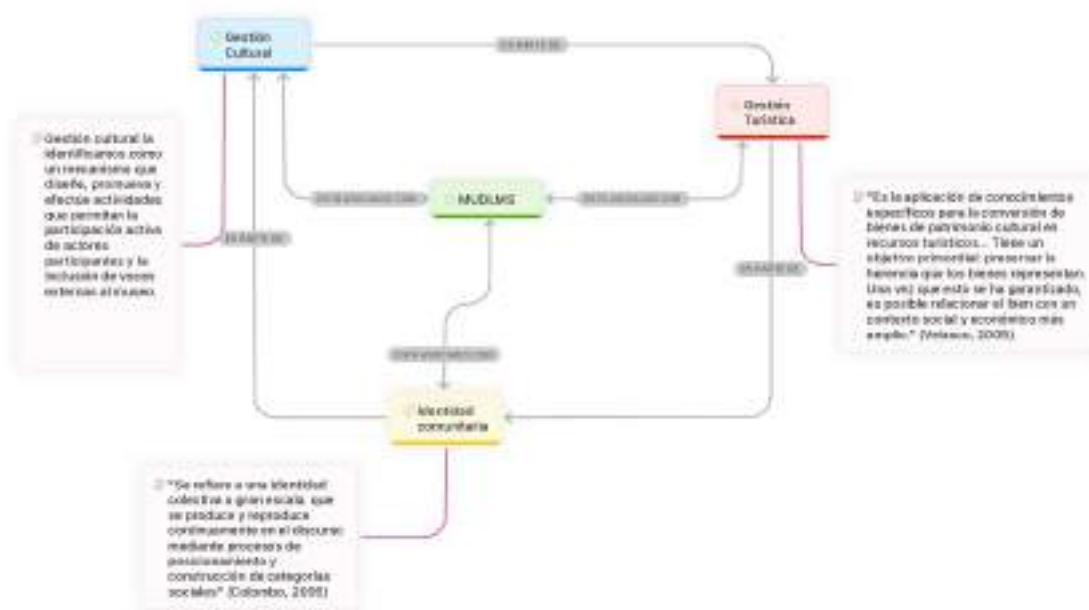
El análisis de las entrevistas en profundidad, así como los comentarios obtenidos en el grupo focal, se realizó por medio de un software llamado Atlas.ti que permite realizar mapeos a través de la organización de la información por medio de categorías, subcategorías y citas. Para el análisis de una forma sistemática, se reiteran las categorías mencionadas en apartados anteriores usando la separación por colores, identificando así la “gestión cultural” de color azul, la “gestión turística” de color rojo y la “identidad comunitaria” color amarillo.

El análisis de la parte cuantitativa se realizó por medio de gráficas, integrando la información de los tres sectores encuestados, pobladores de Malinalco, empresarios locales del municipio y turistas.

3. Resultados

De forma inicial se muestra la relación activa entre las tres categorías de análisis y el objeto de estudio (Figura 3). También se incluye la forma en la que para esta investigación se definieron las categorías, que previamente fueron explicadas.

Figura 3. Vinculación de categorías de análisis



Fuente: Elaboración propia

Las tres categorías se relacionaron debido a que anticipadamente se visibilizó que el museo permite llevar una dinámica propositiva en aspectos como en el económico, en el caso de Malinalco el museo es parte de la oferta turística, la cual es la principal actividad en la cual la población se sustenta; así mismo el museo cumple una función social al generar actividades que permiten la participación de la sociedad por medio de exposiciones culturales y generan identidad; es cultural por la preservación del acervo mismo, e incluso territorial, ya que es un museo ex profeso del territorio habitual de la UAEMex (Toluca, Estado de México), con el propósito de mantener mayor cercanía a la población (Malinalco).

Una vez identificada la correlación se puede generar el análisis individual de cada una de las categorías, a su vez se generaron subcategorías que permiten analizar detalle los componentes que rodean a la esfera de análisis, argumentados por citas relevantes de los informantes haciendo este ejercicio en el análisis de las entrevistas en profundidad.

3.1 Gestión Cultural

Las subcategorías que se generaron para esta esfera de análisis son (véase figura 4):

- . Conciencia cultural
- . Legado cultural
- . Gestión cultural en tiempos de crisis
- . Alianzas locales e institucionales
- . Difusión de programas culturales
- . Recursos financieros
- . Desafíos culturales

Todos los informantes se encontraron de acuerdo con la importancia de la gestión cultural y así se determinó la subcategoría “conciencia cultural”, ya que todos los actores están conscientes del valor de esta esfera en un entorno de una comunidad inmersa en la actividad turística caracterizada por estar relacionada ampliamente con la cultura.

También se identificaron aquellos aspectos que representan identidad a la comunidad generando la subcategoría “Legado cultural” y se mencionan las danzas, artesanías, gastronomía y el museo, indicado por el informante perteneciente a la comunidad y representante de grupos indígenas, así mismo fueron evidenciados por diferentes informantes inmersos en la actividad cultural. Otros aspectos, como las festividades religiosas, los inmuebles históricos y el mismo museo, son evidenciados como el puente que se visualizó al inicio de la investigación, ya que es reconocido como un nexo cultural. El informante 7 (de la Figura 4), indicó que el museo puede colaborar por ser un punto de reunión de muchos visitantes, que pudiera brindar información de actividades de otros espacios.

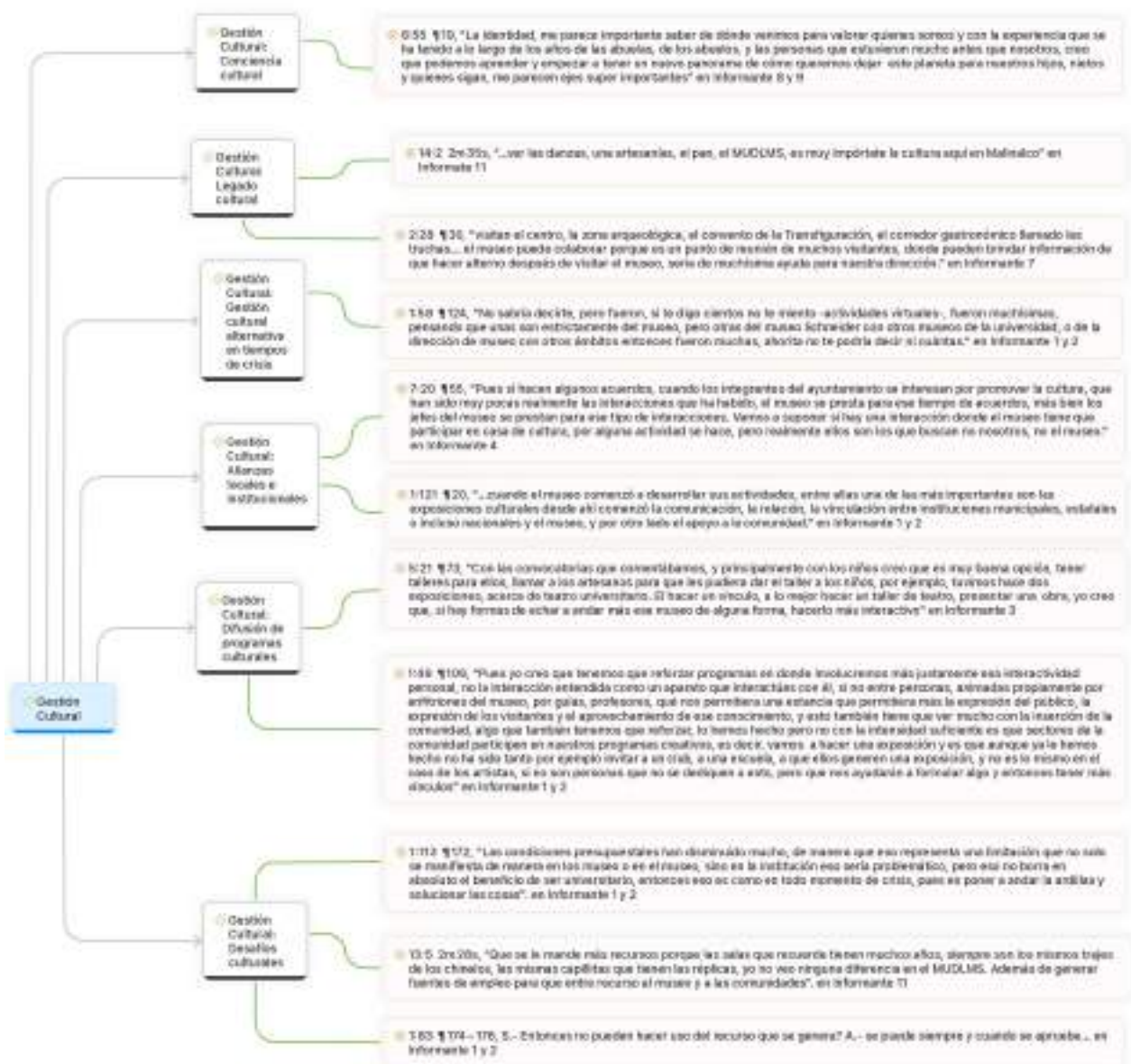
El MUDLMS al ser visibilizado como ente gestor que cumple la función de vincular, debe ser analizado para identificar las “alternativas en tiempos de crisis” que llegó a gestionar en dichos momentos de cambio, el cual generó alternativas virtuales según un informante personal del museo (informante 1 en Figura 4), mencionando que fueron vastas, empero identificando a esta como única alternativa generada, por lo cual se debe hacer una crítica al ejercicio de gestión del museo al verse subordinados por las actividades autorizadas, al pertenecer a la universidad.

Otro informante -también perteneciente al museo- mencionó que las “alianzas locales e institucionales se dan, pero no son las suficientes”, contradiciendo algunos comentarios también de informantes del museo que mencionan que la colaboración con otros entes culturales no es suficiente. Además, mencionó que el acercamiento es generado normalmente por otras instituciones más que por el museo, mostrando la falta de comunicación entre el mismo personal del MUDLMS y evidenciando la falta de proactividad en cuestión de la vinculación. El ejercicio de autorreflexión a través la aplicación de herramientas de investigación propició el generar propuestas relacionadas con la gestión cultural, por ejemplo, se visibilizó la generación de la subcategoría “Difusión de programas culturales”, que evidencia la iniciativa de retomar la actividad con niños para el acercamiento comunitario y propiciar la vinculación con artesanos que permita una gestión colaborativa.

En la conversación con los informantes resaltó nuevamente la dependencia y subordinación del museo al identificar en la subcategoría “Desafíos culturales” la cuestión de la falta de recursos financieros y control del mismo (ya que tiene un sistema mixto de financiamiento), mencionando que en momentos de crisis el museo sufrió y sigue sufriendo la disminución del dinero recibido por parte de la universidad y, además, de que el recurso autogenerado por el cobro de las entradas también conlleva un control de la UAEMex; esto evidencia una problemática sistémica en dependencia y disminución de recurso financiero. El cambio de prioridades depende también del cambio de administraciones y este es un tema que tiene que ser abordado posteriormente.

Entre otros retos que son evidenciados, la comunidad, aunque reconoce el trabajo del guion museográfico generado, a su vez piden innovación para el mismo, (informante 11 en Figura 4). Lo que conlleva actualización y nuevas propuestas del museo para la comunidad que ya se encuentra acostumbrado a la exposición del museo.

Figura 4. Gestión Cultural



Fuente: Elaboración propia

3.2 Gestión Turística

Las subcategorías que se generaron para esta esfera de análisis son:

- . Importancia del turismo
- . Ofertas turísticas
- . Gestión Turística
- . Promoción turística-cultural
- . Programas en conjunto
- . Competitividad del turismo
- . Desafíos
- . Experiencias turísticas (véase Figura 5)

A través de los informantes se testifica que la actividad turística para la comunidad de Malinalco es identificada como la principal fuente de ingresos (informante 6 en Figura 5), sobre todo en la cabecera municipal del pueblo.

La “oferta turística” está ampliamente correlacionada con el “legado cultural” existente en la comunidad Malinalco (véase la Figura 4 y 5), puesto que el turismo que predomina es el cultural, justificado en el nombramiento de “Pueblo Mágico de Malinalco” cuya característica es visibilizar “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad ... manifestaciones socioculturales que significan oportunidad de aprovechamiento turístico” (SECTUR, 2016). Empero, el informante 6 (en la Figura 5) visibiliza que también hay otros tipos de turismo, por ejemplo: el de aventura, el turismo de descanso, el romántico. Además de señalar que la “promoción turística — cultural” muchas veces es gestionada por las agencias de turismo, ya que van innovando o visibilizando diferentes rutas; no sin dejar de señalar que las casas culturales, los museos, los artistas, artesanos, etc. son actores capaces de gestionar y promover la actividad turístico-cultural.

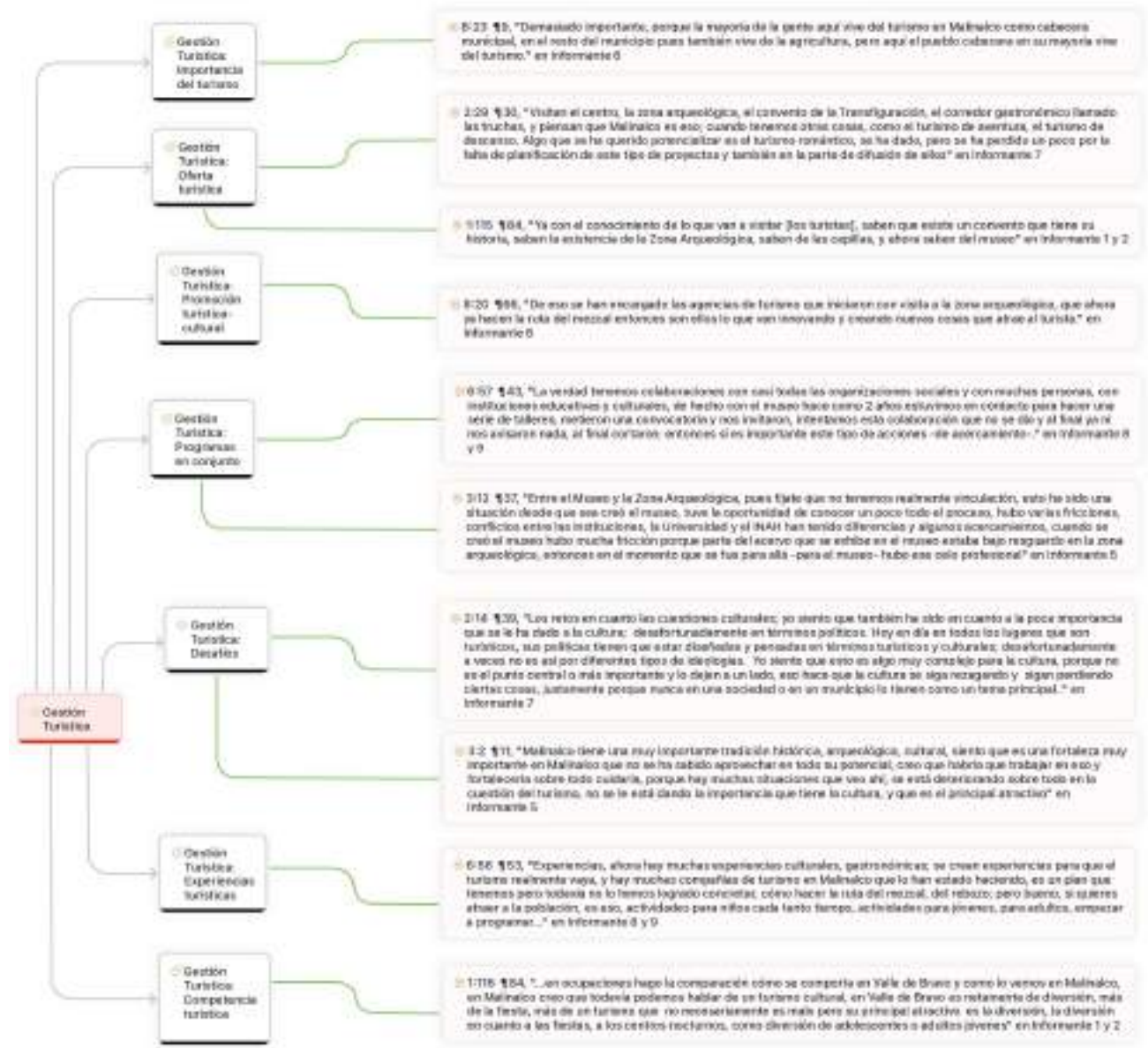
Por ellos se identificó la subcategoría “Programas en conjunto” y que hablando de forma específica del museo figura que ha tenido extensa vinculación (también véase Figura 4, “alianzas locales e institucionales”) pero a los actores con los que hubo este acercamiento como con el informante 8, persona de otro recinto cultural y el informante 5 perteneciente a la zona arqueológica, evidenciaron que no hay una vinculación activa (véase Figura 5).

Es importante identificar los “desafíos” en la actividad turística, como alejarse de un turismo catalogado como “joven” (informante 8 en Figura 5) buscando el acercamiento al turismo cultural y la “Gestión de turismo responsable” respetando las costumbres y tradiciones y enalteciendo las prácticas culturales y generando más oferta cultural.

Generar ese tipo de acercamientos se da a través de la promoción de las “experiencias turísticas” el informante 8, perteneciente a otro recinto cultural compartió propuestas como la ruta del mezcal, del rebozo, atraer a la población con actividades para niños, jóvenes y adultos cada cierto tiempo (véase Figura 5).

Es importante la diversificación antes mencionada por la “competencia turística”, porque solo en el Estado de México existen 12 denominaciones de “pueblos mágicos” (México desconocido, 2024) entre ellos el evidenciado por el informante 1, el cual compara el pueblo mágico de Malinalco al de Valle de Bravo (espacio que comparte características turísticas similares, ubicado también en el Estado de México), haciendo conciencia de la preservación y enaltecimiento que debería generarse hacia del legado cultural de Malinalco.

Figura 5. Gestión Turística



Fuente: Elaboración propia

3.3 Identidad Comunitaria

Las subcategorías que se generaron para esta esfera de análisis son:

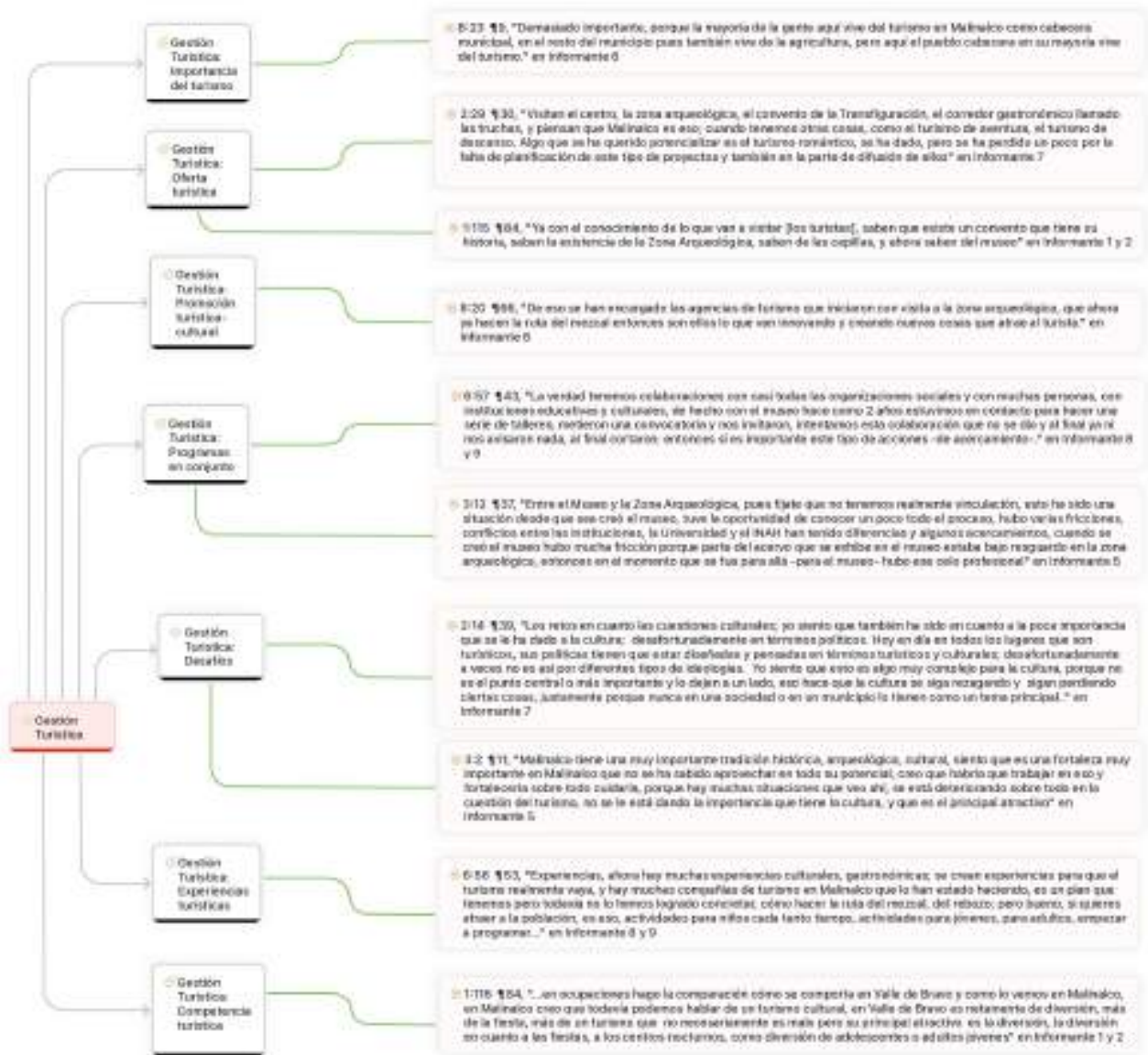
- . Integración Comunitaria
- . Participación que fortalece la identidad
- . Preservación de la autenticidad cultural
- . Problemáticas del desarrollo local
- . Propuestas para fortalecer la identidad (véase Figura 6)

Referente a la “Integración Comunitaria” el informante 11, quien es representante indígena y quien tiene un acercamiento más directo con la comunidad, ha notado una problemática identitaria al atestiguar que, aproximadamente la mitad de la población, no se interesa en lugares como la zona arqueológica, en la ropa tradicional o el idioma náhuatl. Y el informante 2 indica cómo el museo fortalece la “participación que fortalece la identidad” y ayuda a preservar la identidad comunitaria, evidenciando la vinculación con otros museos externos e institucionales, además de con artesanos de barro, pintores, escultores comunitarios, etc., (véase Figura 6).

El museo, en ese sentido, ayuda en la “preservación de la autenticidad cultural” como lo mencionan los informantes 1 y 2, quienes relatan ejemplos de cómo el museo ha sido legitimador y donde la comunidad ha aludido de cómo se sienten identificados al ver acervo que donaron para la exposición del museo (véase Figura 6).

También es necesario identificar las “problemáticas del desarrollo local” que combaten la identidad comunitaria como lo declaran los informantes 1, 2 y 5 quienes mencionan cómo llegó gente no oriunda de Malinalco a poblar a la comunidad, generando más problemáticas, como la disminución de recursos básicos como agua o el encarecimiento de los bienes y servicios, además de la pérdida de identidad, por la poca integración de los pobladores e incluso el cambio de idioma al que se exponen.

Figura 6. Identidad Comunitaria



Fuente: Elaboración propia

3.4 Confrontación de los actores - grupo focal

El grupo focal, donde participaron 12 actores involucrados, tuvo la posibilidad de generar diálogo y confrontación de formas de gestionar la cultura, el turismo y preservar la identidad. En este grupo se evidenciaron problemáticas generales del sector como la desvinculación y el individualismo de diversos actores de forma general en el municipio, pero también referentes al MUDLMS, por ejemplo, se

evidenció la colaboración con diversos actores, pero también la falta de ellos con muchos otros, por ejemplo, el informante 22 (véase tabla 2) quien es artesano, mencionó: “Este es un lugar donde podríamos unir todos nuestros esfuerzos - refiriéndose al museo- de cada una de nuestras fortalezas y sería interesante, por ejemplo, nosotros alguna vez tocamos la puerta aquí y no las abrieron - mencionándolo de manera figurativa-, tanto en exposición como en venta de las artesanías tratamos de hacerlo ...”. Pero no solamente fue señalado dicho recinto, sino que se reconoce que, de forma general, hace falta relación entre los diversos actores. El informante 16 dijo: “Siento que no hay una vinculación entre las diferentes instituciones, los diferentes servicios culturales, los prestadores de servicios turísticos, quienes tienen servicios de hospedaje, alimentación, no hay algo que los aglutine y que el museo sea el actor que detone, eso me parece interesante”.

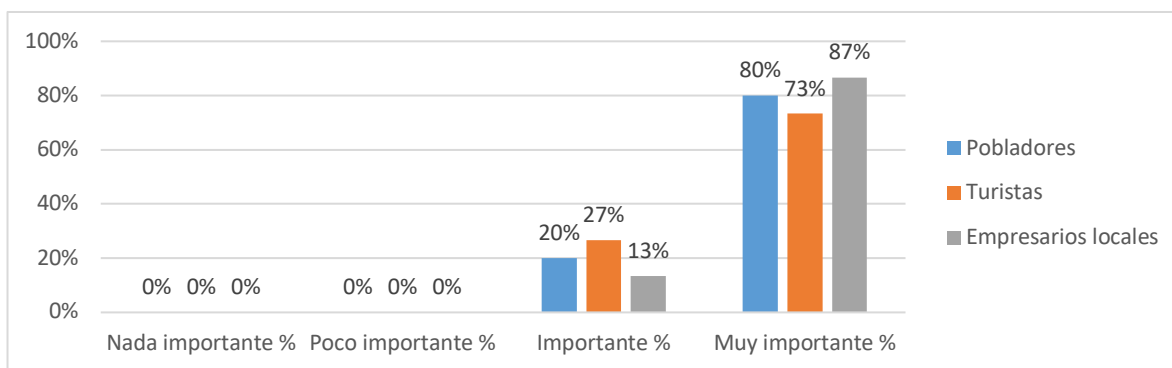
Los actores presentes reconocieron cómo el museo puede ser ese enlace que la comunidad necesita. Además de ello, lo más relevante fue ese intercambio de ideas para innovar en la actividad turístico-cultural, no solamente aplicada al museo, sino de forma general a la comunidad de Malinalco. También hubo propuestas en torno a la vinculación activa con los diversos participantes, pero, igualmente, a la variación de actividades como la actualización de tecnologías existentes, contactar con grupos y personas claves y el crear un diálogo mostrando incluso que la identidad individualizada no debe verse de forma negativa, sino como un factor que puede fortalecer la presencia individual contribuyendo a gestionar una identidad general, siempre y cuando exista disposición a colaborar.

3.5 Identificación de ideas de los encuestados

Los cuestionamientos que a continuación se mencionan, se hicieron enfocados en el MUDLMS, pero también se realizaron estas preguntas a los demás actores en general. Es importante destacar que para que un estudio sea integral no únicamente son valiosos los análisis que se enfocan a un aspecto de la problemática, es

necesaria la verificación general (dentro y fuera del recinto) donde intervienen las categorías que deben ser estudiadas y analizadas para una interpretación global. Todos los encuestados destacan la importancia de la cultura, la identidad y el turismo para la comunidad de Malinalco, todas sus respuestas se encuentran entre la opción “importante y muy importante” para los tres grupos de encuestados, una respuesta que según las condiciones de la comunidad era esperada, derivado de que están inmersos en la actividad turístico-cultural, como su principal fuente económica en la zona (véase Figura 7).

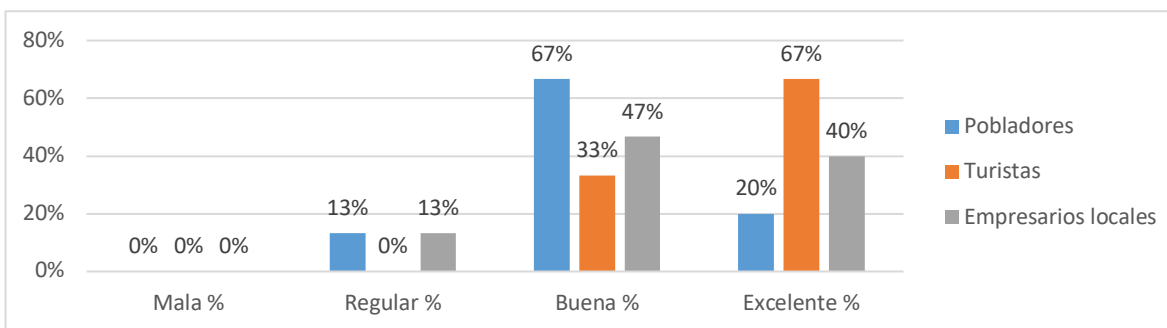
Figura 7. La cultura, la identidad y el turismo en Malinalco



Fuente: Elaboración propia (2024)

Respecto a la exposición del patrimonio la mayoría de las respuestas son positivas, sobre todo la de los turistas de los cuales el 67% opinó que era excelente, considerando que el recinto que no se encuentran en su cotidianidad o cercana a ella (su lugar de origen no es Malinalco, se encuentran ahí de visita), y esto hace que -en su mayoría- la respuesta sea “excelente”. Mientras que la población en un 67% también encuentra a la exposición como “buena”, considerando que el museo tiene el mismo formato desde su apertura en el 2001 (véase Figura 8).

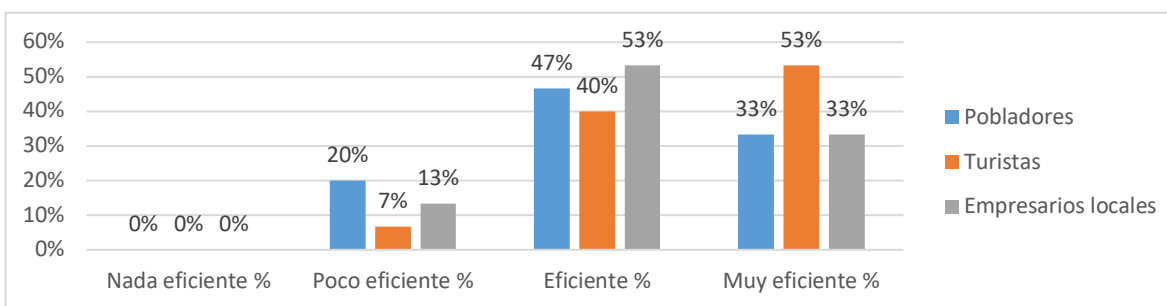
Figura 8: La exposición dentro del MUDLMS sobre el patrimonio que proyecta



Fuente: Elaboración propia

Respecto al papel gestor que cumple el museo, quien tiene una mejor imagen - según las encuestas- es el turista con un 53% de aprobación, mencionando que es “muy eficiente” en cuanto su gestión; empero, cabe aclarar que, la opinión más cercana es la de los pobladores y empresarios locales quienes están directamente relacionados con el municipio, opinando excelencia únicamente en el 33% de ambos grupos de entrevistados (véase Figura 9).

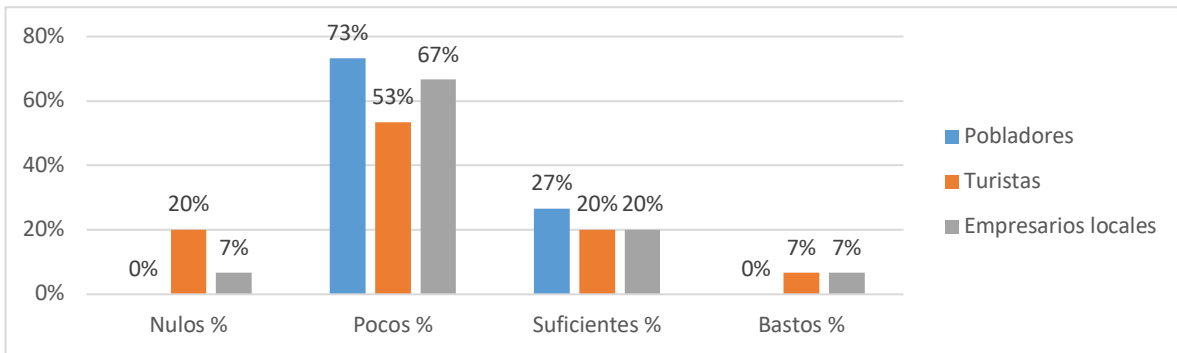
Figura 9: El papel gestor del MUDLMS sobre la cultura, el turismo y la identidad



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente gráfica (Figura 10) se puede visibilizar que los tres grupos de entrevistados tienen una respuesta unánime, donde confirman que los medios por los que se difunde la presencia del museo son pocos. Considerando la opinión de los pobladores, quienes se encuentran en cercanía espacial, mencionan en su mayoría (el 73%) que los medios nos son suficientes, ni los medios impresos como folletos, volantes, carteles, etc., ni los digitales (véase Figura 10).

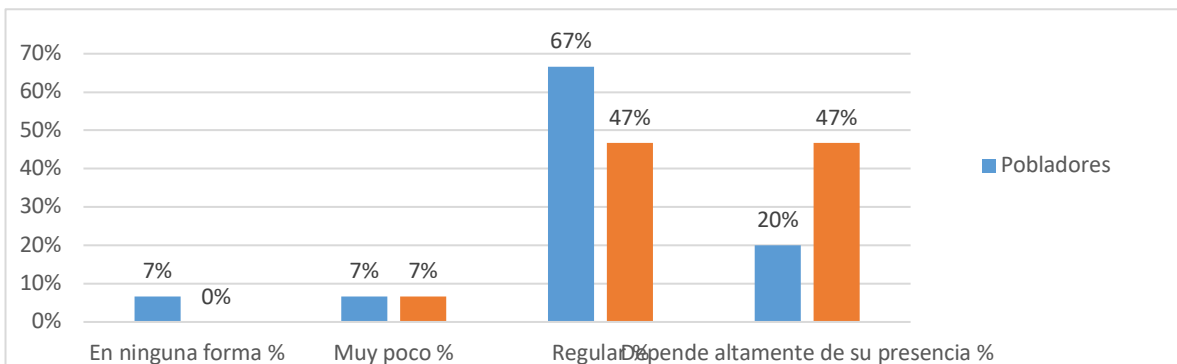
Figura 10. Los medios por los que se difunde la presencia del MUDLMS



Fuente: Elaboración propia

La pregunta si la actividad económica se ve beneficiada por la presencia del museo únicamente se hizo a dos de los grupos de entrevistados (pobladores y empresarios locales) por temas de cohabitación en el municipio, lo que propicia que estén calificados a dictaminar si un recinto cultural como ese beneficia a no a Malinalco. En ese mismo tenor, la población local, en su mayoría, opina que el impacto es “regular” (un 67%), mientras que los empresarios piensan que la actividad se ve beneficiada de manera “regular” y “alta” con un 47%, respectivamente (véase Figura 11).

Figura 11. La actividad económica se ve beneficiada con la presencia del MUDLMS

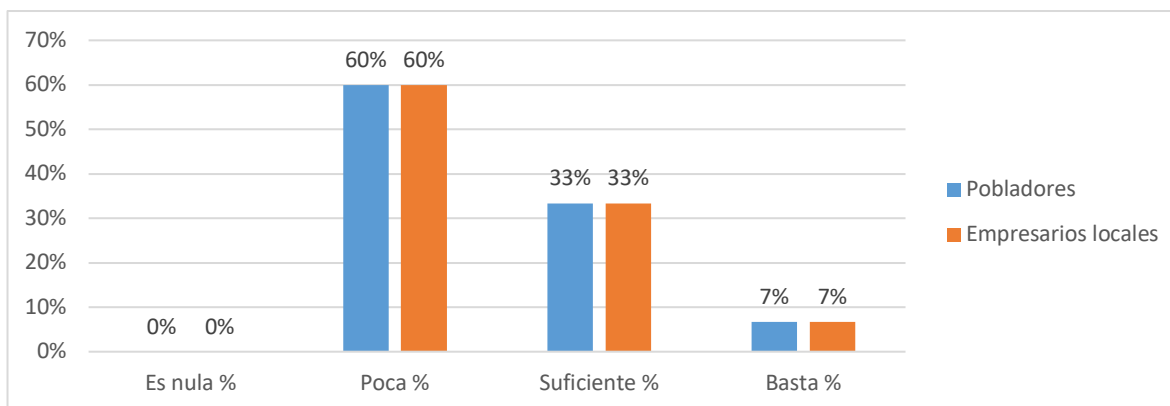


Fuente: Elaboración propia

La pregunta sobre la percepción e importancia de la vinculación actual entre los actores sociales en la comunidad de Malinalco se formuló únicamente al grupo de pobladores y empresarios locales, encontrando que ambos están de acuerdo en

igualdad de porcentaje (con un 60%) indicando que tal vinculación es “poca” (Figura 12). Ello, más que un problema, es un área de oportunidad para la generación de propuestas para el desarrollo y la gestión efectiva del MUDLMS.

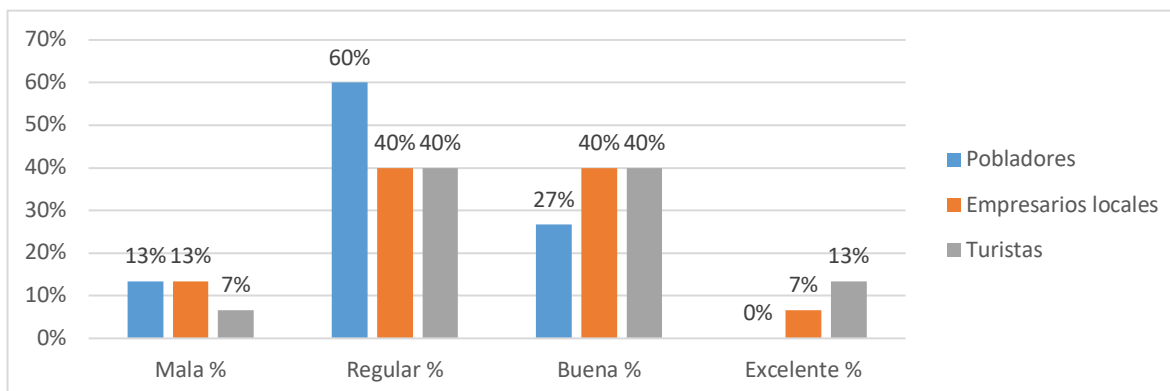
Figura 12. La vinculación para una correcta ejecución del turismo y la cultural en Malinalco



Fuente: Elaboración propia

Sobre la pregunta: ¿cómo consideran que las instituciones están realizando la gestión del turismo y la cultura de Malinalco? La población respondió con un 60% que la están realizando de manera “regular”, lo que resulta una respuesta poco favorable. En cuanto a las respuestas de los empresarios locales y turistas, su respuesta fue igualitaria en porcentajes (40%) considerando que las respuestas en su mayoría se encuentran entre “regulares” y “buenas”.

Figura 13. La actividad económica se ve beneficiada con la presencia del MUDLMS



Fuente: Elaboración propia

4. Discusión

Abordar el papel que cumplen los museos insertos de manera directa en comunidades originarias, tradicionales o ancestrales las cuales, además, poseen patrimonios culturales y atractivos turísticos relevantes y una afluencia de visitantes cuantiosa, que interactúa y convive con los locales, hace necesario un análisis desde una perspectiva crítica-reflexiva por las múltiples implicaciones que ello conlleva, no tan solo por ser una fuente de ingresos y generación de empleos, como convencionalmente se declara, sino, fundamentalmente, porque aspectos tan trascendentales como la cultura, la identidad y el turismo tienen finalidades distintas y diversas que requieren un actor o varios que gestionen eficaz y eficientemente aquellos aspectos en pro de los habitantes, empresarios, gestores y los mismos visitantes.

En ese sentido, los museos, así llamados comunitarios, insertos en un entorno tan prolífico y variado en manifestaciones socioculturales y turístico-económicas, requieren equilibrar los intereses manifiestos en escenarios de ese tipo. Y es que, la finalidad de un museo comunitario que amplíe su funcionamiento bajo la perspectiva sociocrítica es apuntalar la gestión y promoción del desarrollo local, que contribuya al fortalecimiento de las comunidades y sus actores sociales.

En el caso del Museo Universitario Dr. Luis Mario Schneider (MUDLMS), la idea de creación buscaba posicionarlo como un puente para rescatar y vincular procesos identitarios, turísticos y culturales de Malinalco, funciones que fueron sacudidas ante la crisis COVID-19 y que, ante los cambios y dificultades afrontadas por tal pandemia, el enfoque sociocrítico, mostró la posibilidad de orientar su estructura y funcionamiento a un modelo flexible, promotor de estrategias y acciones frente a situaciones adversas.

El enfoque sociocrítico -planteado para esta investigación- dio pauta para entender no solo al modelo museográfico actual del museo, sino vislumbrar condiciones que rodean al recinto en sus aspectos económicos, culturales y sociales que hacen que

pueden permitir o no su desempeño de manera efectiva. Por ello, la instrumentalización de la investigación se enfocó a escuchar las voces de sus actores a fin de rescatarlas y reconocer alternativas de gestión y promoción de sus objetivos inicialmente planteados, como a continuación se hace notar.

De manera general entre los actores participantes de la actividad turística, cultural e identitaria de Malinalco (gestores culturales, representantes de diversas casas de cultura, museos, asociaciones civiles, instituciones públicas, escuelas, pobladores, empresarios locales, artesanos, artistas y turistas, entre otros), que fueron generadores de la información para la presente investigación, están conscientes de la importancia de la preservación y de la necesidad de una gestión integral de la cultura, la identidad y el turismo considerando que el turismo es la principal actividad económica de la cabecera de Malinalco y, lo es, por su gran legado cultural. Pero, también se reconoce que la actividad cultural está transformándose a un turismo que se considera como masificado, lo cual ya está generando problemas que están siendo visibles para la comunidad, como la gentrificación y, con ello, el encarecimiento de productos de necesidad básica, la pérdida de costumbres y tradiciones.

Dicha problemática puede ser combatida con la preservación de la identidad a través de la gestión cultural integral que permita el fortalecimiento de dicha actividad, evitando la turistificación de todas las actividades asociadas a ella.

El museo fue identificado -por diversos informantes- como el recinto cultural facultativo para ser ese nexo aglutinante necesario en la participación proactiva de los actores, porque forma parte de la oferta turística y ayuda al fortalecimiento económico de la comunidad y, aunque ya se observa una cierta función de gestor, el museo requiere desplegar una nueva estructura y funcionamiento en torno a la gestión comunitaria identitaria y turística que actualmente ya realiza el museo, ya que, derivado de la subordinación en la que se encuentra por ser parte de una institución educativa, su desempeño en esa zona de confort lo mantienen como un

museo convencional: horarios preestablecidos que no responden a las necesidades del visitante, autonomía condicionada, presupuestos e ingresos bajos, falta de integración con algunos actores inmersos en la misma actividad, además de poca difusión del espacio.

A través de este estudio fue posible identificar información relevante no solo para el museo, sino para sus diversos actores vinculados a él, que permite sugerir posibles planes de acción y reconocer debilidades que pueden ser trabajadas para el fortalecimiento de la actividad turística-cultural-identitaria.

El modelo museológico debe transformarse a uno que sea flexible para afrontar retos y cambios globales, ya que, a pesar de superar una museología tradicional e incursionar en la llamada nueva museología, puede desarrollar un enfoque sociomuseológico y, mejor aún, el de la museología crítica en el que la gestión cultural comunitaria sea fundamental en su quehacer al propiciar la movilidad de escenarios y productos culturales, que generen cambios visibles con base en las diferencias, en las provocaciones de una realidad en continua tensión que, al contrario de dispersarlas, las confronte y conviva con ellas.

En el caso específico del MUDLMS su quehacer se puede fortalecer bajo la aplicación de un paradigma sociocrítico en el museo. Derivado de la información obtenida del estudio de caso, se encontró que, apostar por una mayor flexibilidad en la ejecución de actividades propiciará un mayor contacto con otros actores relacionados con la actividad cultural, identitaria y turística del lugar. Esto dará lugar a una mayor vinculación y, con ello, mayor oportunidad de propuestas de reforzamiento comunitario, educativo y cultural que permitan a la comunidad de Malinalco un reforzamiento de su identidad, además de una oferta socioturística que permitirá la diversificación de actividades que puedan realizar tanto residentes, empresarios, gestores culturales, funcionarios como turistas.

Dichas actividades se recomienda que vayan en marco al fortalecimiento y enaltecimiento de costumbres y tradiciones de la comunidad y la cultura de

Malinalco, algunas mencionadas fueron las fiestas patronales tan destacadas para la comunidad, la festividad de Día de Muertos y sus altares monumentales, la talla en madera, el pan tradicional de la zona de Malinalco, las plantaciones y casas mezcaleras, el rescate de los conocimientos tradicionales con plantas regionales, el uso de la ropa de manta, el rescate arqueológico que aún es basto por la zona geográfica de montañas volcánicas en las cuales se encuentran escondidos estos vestigios, los monumentos históricos religiosos con los que cuenta, la promoción de la gastronomía (truchas), la difusión de la representación de Semana Santa, la recuperación y cuidado de “los diablitos” que son pinturas rupestres antropomorfas, etc. Pero estas propuestas, aunque van más enfocadas a la parte cultural, no significa que no tengan presente el patrimonio biocultural de Malinalco, mostrando que también existe riqueza en cuanto a flora y fauna, además de riqueza de atractivos de naturaleza y aventura en la zona.

En cuanto al aspecto financiero, se reconoce que el recurso obtenido de las entradas al museo es insuficiente y el que se obtiene requiere aprobación de uso por parte de la institución educativa, por lo que se formularon propuestas de un recorrido cultural por diversos recintos y espacios, así como la diversificación de actividades a través de talleristas que permitan mayor colaboración, dinamicidad y oportunidades de generar ingresos.

Se propuso el fortalecimiento identitario por medio de la educación y acercamiento con escuelas que, aunque ya se había realizado con anterioridad, se pausó derivado de problemáticas económicas, pandémicas y de escasa vinculación. Este programa fue elogiado por diversos actores a pesar de haberse efectuado a inicios de la creación del museo. Fue un programa que repercutió positivamente en la comunidad.

El que el museo apunte la gestión turístico-cultural, permitirá fomentar los aspectos culturales, turísticos e identitarios para un mayor conocimiento y aprovechamiento de los actores interesados en ello, por lo tanto, de colaboradores que permitan dinamizar sus funciones.

Entendiendo a los museos comunitarios (considerados los dependientes de instituciones educativas como el MUDLMS) como sitios sin fines de lucro, se comprende que el cobro y la obtención de recursos está controlada para ciertos fines como el de su mantenimiento, el paradigma sociocrítico al aludir a la flexibilidad en el esquema de operaciones permitirá la mejora de la gestión, así como una mayor eficiencia y eficacia en sus operaciones socioculturales y turísticas en beneficio de la población.

Conclusiones

Los museos son recintos que pueden convertirse en espacios generadores de oportunidad para la integración de actores participantes en la actividad turística cultural e identitaria de las comunidades en las que se encuentran inmersos, con ayuda de modelos museológicos flexibles y transformadores para afrontar retos y cambios globales. El modelo sociocrítico aplicado a estos espacios permite la coparticipación y con ello la mejora activa de sus funciones gestoras derivado de la identificación de problemáticas de los entornos comunitarios desde la experiencia, posibilitando ejercer una acción que motive a la reflexión y al desarrollo corresponsable.

Referencias

Adorno, T. W. (2008). *Crítica de la Cultura y de la Sociedad I* (Vol. 1). Ediciones Ariel.

Benavides, M. O. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124.

Colombo, M. (2005). The discursive construction of community identity. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 15, 48-62. <https://doi.org/10.1002/casp.809>

Cros, E. (2010). Sociocrítica e interdisciplinariedad. *Estudios teóricos sociocríticos y disciplinares, Dossier, (25)*, 11-25.

Flórez, M. M. (2006). La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo: caso del museo de arte contemporáneo de Castilla y León, MUSAC. *De Arte. Revista de Historia del Arte, (5)*, 231-243. <https://doi.org/10.18002/da.v0i5.1558>

Habermas, J. (1999). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Taurus Humanidades.

Honneth, A. (1997). *La lucha por el reconocimiento*. Crítica Grijalbo Mondadori.

Román, L. E. (2011). Una revisión teórica sobre la gestión cultural. *Revista Digital de Gestión Cultural, 1(1)*.

Nava, C., Castillo, M., Castillo, M., Mendoza, Y. R. y Vargas, E. (2014). La crítica en el pensamiento turístico. *Rosa dos Ventos, 6(3)*, 324-341.

México Desconocido. (2024). Pueblos Mágicos en el Estado de México.

Secretaría de Turismo (SECTUR). (2016). Programa Pueblos Mágicos.

Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo, (23)*, 237-254.