

La experiencia del espectador

Tal vez no haya mejores analistas de la oferta cultural que esos espectadores que rutinariamente sintonizan la radio pública, observan la televisión cultural o asisten a los museos de arte. Aquí, tres casos: tres dictámenes.

TELEVISIÓN



En 2006, cuando se aprobaron las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones, el futuro de la radio y la televisión pública se tornó incierto. Las modificaciones, que cancelan la concesión de frecuencias gratuitas a organizaciones sin fines de lucro, ejecutaron

legalmente al IMER, Once TV, Canal 22 y TV UNAM, entre otros medios. Posteriormente, cuando estos cambios fueron declarados inconstitucionales por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, se suscitó un breve debate en torno al papel que la televisión pública debía cumplir en México. Quedó claro que estas propuestas no comerciales eran necesarias para la incipiente democracia nacional, pero también fue evidente que tenían que ser reestructuradas en pos de una mayor sintonía con el público; debían asumir un protagonismo inédito en la reflexión de nuestra pluralidad. Por eso en 2007 se desarrollaron los programas *Defensor del televidente* (Canal 22) y *Defensor de la audiencia* (Once TV), mecanismos a través de los cuales la ciudadanía puede sugerir transformaciones y cuestionar el funcionamiento de estos organismos. A tres años de instauradas estas políticas podría decirse que la televisión pública vive un momento óptimo, pero su desempeño aún no se corresponde del todo con una sociedad que, entre adormilada e indiferente, la contempla.

La televisión pública es el escaparate del Estado que la patrocina, así como de las instituciones de educación superior que la administran. Como una página de internet, su programación es la faz con la que se muestran al mundo y esta debe representar, así como seducir, a la ciudadanía. Debido a este compromiso sus niveles de audiencia no sólo señalan la recepción de un producto, además determinan la efectividad comunicativa que tienen con la sociedad. Ese diálogo se da en dos contextos, el nacional y el internacional. En el primero su

propuesta televisiva resulta fresca, renovadora e incluso vanguardista. Pero en un medio global —y en una época en que la televisión se ve por cable, en la red y DVD— el proyecto resulta insuficiente, carece de audacia, imaginación y alcance.

Al tomar en cuenta sólo la televisión nacional, la oferta pública se agradece porque no recurre a la estridencia —dejo de lado la cuestión de los contenidos ya que, por no tener nada en común, resultan imposibles de ser comparados. Visual y auditivamente prudentes, Once TV, Canal 22 y TV UNAM son un remanso de serenidad en medio del bombardeo amarillista que estructura el perfil ideológico de sus contrapartes privadas. Conscientes de que gritar no implica contundencia en la argumentación, la propuesta pública realiza su apuesta en “sordina”: sus mejores producciones son una delicada invitación al razonamiento, se conforman con crear las condiciones para una reflexión y hará todo, incluso callar, antes que aturdir. Algo sorprendente en un medio tan proclive al aspaviento. *Primer plano*, por ejemplo, el mejor programa de análisis político del país, es la opción televisiva para quien quiere entender la realidad que lo circunda y no sólo escandalizarse. Sus noticieros —*Noticias 22* y *Noticiero nocturno*— despliegan una cortesía desusada en su línea editorial: la ciencia y la cultura cohabitan con la política y la nota roja; deportes es sólo una sección y no un noticiero paralelo. Pero esta medida, que yo aplaudo en el entorno mexicano, se vuelve insuficiente cuando nuestra televisión pública compite con las propuestas extranjeras, tanto privadas como de Estado, ya sean culturales o de entretenimiento. Ese recato, en un sofisticadísimo mercado mediático, deja de ser una propuesta atractiva y se convierte en una de sus más grandes trabas.

Once TV, Canal 22 y TV UNAM abusan del documental tradicional —ese más afín a la programación de Edusat que a los proyectados en *Ambulante*— y con él comparten sus virtudes y defectos. Nadie podrá escatimarle a *Engañados por la naturaleza*, *Academia cierta* o *Los imprescindibles* su voluntad informativa y su talento educador. Son sin lugar a dudas inteligentes, incluso podrían llegar a ser interesantes. Pero estos valores, tal como son presentados en estas producciones, sólo alcanzarán a dos tipos de audiencia: una ocasional, que recalca ahí por un

agotamiento en el zapping, y otra interesada en algo tan específico como las estrategias reproductivas del colibrí. En un contexto internacional, donde la experimentación televisiva no sólo es incesante, además se ha convertido en una poética, el *tempo* pausado y cauteloso de estos canales deja insatisfecho al espectador inteligente. Este tipo de documentales quieren transmitir un saber, pero su fórmula, en lugar de facilitarle su labor, ha terminado por dificultarla. La entrevista con el experto, las imágenes que sólo buscan ilustrar y su temática remota, entre otros recursos trillados, hacen del género algo obsoleto y lo vuelven predecible. El mensaje emitido ya no puede ser comunicado, mucho menos podrá ser discutido.

No importa qué tan interesante o inteligente sea la televisión pública, por su forma se presenta ante su público sólo como aburrida. Ese es el problema de, por ejemplo, *Discutamos México*, el gran proyecto con el que las televisoras públicas están festejando el Bicentenario. La intención es loable pero no tan efectiva como se desearía. Su formato aleja al televidente, transmite la sensación de que es algo ya visto, es como un “repetido”. Si la efeméride lo amerita, ¿por qué no imitar el modelo norteamericano e intentar algo como *John Adams*, la serie de HBO sobre el segundo presidente de los Estados Unidos? Acudir al drama antes que a la mesa redonda, a la intriga antes que al revisionismo. Si la producción resulta satisfactoria, como el caso citado, el revisionismo y la mesa redonda se darán posteriormente de forma natural. Como un profesor que disfruta de plaza vitalicia, la televisión pública sabe pero ya no prepara clase, todavía enseña pero sólo al alumno pertinaz, aquel que no se amedrenta por el tedio del dictado. Requiere, en una palabra, de imaginación, carencia esencial que no se compensa poniendo luces de neón en la escenografía de *Primer plano*. Eso no lo hace ni más “moderno” ni más “atractivo”. Aunque públicas, estas instituciones deben compartir su objetivo último con las compañías privadas: tener una audiencia reincidente y no accidental.

Hacer una televisión pública que manifieste la pluralidad social no implica hacer televisión para minorías. Este reto, el mayor al que se enfrentan estos organismos, sólo podrá ser sorteado con lo que me gustaría llamar la imaginación institucional. No me quejo de la transmisión de *Cuéntame cómo pasó* y *En terapia*, entre otros ejemplos de gran televisión internacional, así como de la proyección de películas que no pasan por nuestra cartelera. Pero, debido al vacío creativo dejado por las compañías privadas, la televisión pública tiene hoy la oportunidad histórica de explicarnos, narrarnos e inventarnos. Once TV explora el camino correcto. Bajo la administración de Fernando Sariñana se han producido un par de series que buscan delinear la cara de ese país que desea verse retratado: *XY* y *Bienes raíces*. Digerible el primero, indigesto el segundo, son programas que intentan desmantelar los estereotipos que determinan el ser hombre y mujer en una sociedad conservadora como la nuestra. Si algún reparo tengo ante estos proyectos

es que, para realizarlos, se sacrificó buena parte de la barra infantil del canal que era lo mejor que ofrecía. Por otro lado, la renovación impulsada por Jorge Volpi en Canal 22 es menos dramática pero pronto se estrenará *Opera prima*: un *reality show* de cantantes de ópera. Aún no sale al aire, y la apuesta es tan arriesgada que me espero cualquier cosa, pero a primera vista contiene en grado justo esa imaginación institucional: una forma audaz y convincente permitirá transmitir un sofisticado contenido cultural a un público amplio.

La televisión pública tiene tanto potencial no aprovechado que pareciera tener la finalidad expresa de no competir con la televisión privada. De no ser así el Estado hace gala de una candidez inconmensurable al no haber explotado un canal de propaganda idóneo. Uno que puede manifestar su índole democrática, plural e inteligente mejor que ningún otro medio. Por ahora, el gobierno que esta televisión ilustra es uno anticuado, indiferente al desarrollo de las telecomunicaciones que, además, subestima a su público. Por otra parte, las instituciones de educación superior que los dirigen, así como el CNCA, manifiestan una peligrosa propensión al autismo. La televisión no es laboratorio o cubículo universitario ni debe ser torre de marfil. Es ágora, plaza pública que exige un flujo de comunicación continuo para su funcionamiento. La autocritica que estos organismos realizaron a su interior, si bien provechosa, no ha sido suficiente. Tiene que ganarse su espacio en la preferencia de los espectadores con astucia, no por decreto. Se requiere consolidar a la televisión pública porque sigue pendiente la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y, por ende, su existencia continúa en riesgo. Sólo ejercitando la imaginación institucional se podrá evitar el monólogo reiterativo del ruido blanco. —

— GUILLERMO ESPINOSA ESTRADA

RADIO



Poco después, cuando me puse a hablar de la misteriosa radio, Austerlitz dijo que él tenía la opinión de que las voces que, al comenzar en la oscuridad, atravesaban el aire y de las que podíamos captar muy poco, tenían, como los murciélagos, su propia vida, que rebuían a la luz del sol.

W.G. Sebald, *Austerlitz*

La radio pública es un bien escaso. El espectro radioeléctrico se satura y los recursos para abastecer a las estaciones escasean con cada ejercicio fiscal. Según un reporte estadístico del Conaculta, al año 2007 en todo el territorio se contaban 347 estaciones de radio permisionadas —obligadas a operar sin fines de lucro. 347 para cien millones

Varios autores

de personas, repartidas de forma desigual sobre un territorio vasto; 347 tanto en AM como en FM, urbanas y rurales, en lenguas indígenas y en español. No son tantas. Quizá pensarlo así lo vuelva más sencillo de visualizar: hay una estación de radio –1.1 en realidad– por cada distrito electoral. Hay más municipios en el estado de Oaxaca que estaciones de radio pública en la República entera.

No sólo eso. La radio pública estuvo cerca de ser privatizada hace unos años y de último minuto la salvó la Suprema Corte.

No sólo eso. A la radio pública la amenaza una forma muy particular de obsolescencia. Además de la obvia necesidad de sostenerle el paso a la tecnología, así también parece que la radio pública precisa quitarse de encima la plétora de lugares comunes que la asocian con lo avejentado y lo excesivamente quieto. En estas preconcepciones el referente más claro es la vieja “Hora Nacional”, el programa que, más allá de recordarnos el domingo por la noche la tragedia del lunes por venir, requisa con totalitaria naturalidad el cuadrante radial entero. Temas insoportablemente solemnes, tratados con la misma abulia que provocaría esperar un turno para ser atendido en una oficina de gobierno y una musicalización que sólo acentuaba lo apollado de las ideas. Estimo que esa imagen mental o alguna variación parecida permanece vigente en los escuchas potenciales al considerar sintonizar estaciones de radio pública. En la famosa *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales* del Conaculta de 2003, sólo tres de cada veinte encuestados que confirmaron escuchar radio respondieron que entre las estaciones de su preferencia había “radiodifusoras culturales”. Es decir que del 87 por ciento que respondió que sí escuchaban radio, sólo un poco más del quince por ciento se cuenta dentro de ese público fiel a lo que las estaciones públicas programan. Es un quince por ciento que se podría dar por descontado, como una especie de voto duro, de capital de inicio: ellos son los convencidos. Para el setenta y tantos por ciento restante, la radio pública o es una incógnita o es una pereza.

Un bien escaso, decíamos, la radio pública; amenazada por la privatización y el prejuicio de ser la versión en sepia de la radio. Pero hace falta apenas un vistazo para reconocer que no es por falta de variedad que se le escuche poco. La oferta de programación intenta dar cuenta de las pluralidades que está obligada a atender. Sin duda esta cobertura editorial jamás será una tarea cumplida, pero escuchar la barra de programas activos de Radio Educación o Radio UNAM—desde el interés general en los noticieros de la BBC o RFI, hasta los programas particulares sobre cuestiones ambientales o jurídicas—, o lo perfilado de las estaciones que pertenecen al IMER, obliga a aceptar que el trabajo en cuanto a la amplitud de la oferta es quizás una de las batallas más vivas en la radio pública en este momento.

Una de las estrategias que las estaciones de radio pública han echado a andar para erradicar la mala percepción de ser

parciales o acrílicas, y de no dar cabida a la pluralidad, ha sido la de crear la figura de la “defensoría de los radioescuchas”, el “ombudsman del auditorio”. Espacios que se toman en serio el proverbial buzón de sugerencias e intentan mantenerse a cierta distancia de las instituciones que auditan: sólo así, nos dicen, se puede garantizar la salud del vínculo entre el público y los productores de contenidos. Los mensajes se reciben, se catalogan, se evalúan, se priorizan y se responden. Las respuestas van emitidas en forma de recomendaciones—porque estas instancias no sancionan, civilizadamente recomiendan. Si bien la candidez de las intenciones y la genuina ventana de participación abierta al público son de celebrarse, me parece que a fin de cuentas es querer desatar un nudo burocrático convocando a una reunión plenaria de consejo.

Hay que reconocer que lo que la radio pública ha sabido hacer muy bien es mantener sus espacios en el cuadrante rebosantes de la música que casi por mandato contractual la radio comercial está obligada a desatender (cómo insertar, dentro de los segmentos rígidos que ya se han vendido a los anunciantes, la *Rapsodia en azul* de Gershwin, “So what” de Miles Davis, o alguna de las canciones más extensas de Mars Volta o Sonic Youth). Dejada a la voluntad de la radio comercial, toda esa *otra* música parecería por falta de tiempo al aire. Ibero 90.9 de la Universidad Iberoamericana, Reactor, Horizonte y Opus del IMER, y la programación de música clásica de Radio UNAM y Radio Educación, son, en el espectro del centro del país, la última línea de defensa.

El problema entonces, a mi parecer, se halla en parte en otra preconcepción acerca de la radio pública: es un producto cultural que parece no poder salir de su *amateurismo*. Como si se tratara de un requisito que los estatutos exigen cumplir, los programas—exceptuando los musicales antes mencionados, aunque no necesariamente todos—tienen valores de producción reducidos y trillados, formatos anquilosados en la eterna dialéctica del conductor/moderador inquisitivo y pausado y los expertos que pueblan una imaginaria mesa redonda. *Platiquen entre ustedes*. Bueno por conocido, ha terminado por convertirse en la marca de agua que rubrica las emisiones públicas; es la señal de identidad más reconocible de lo “cultural” en la radio. Quizás en algún momento del régimen priista, cuando las estaciones eran en la práctica una especie de oficina de prensa estatal descentralizada, se haya proscrito el uso integral y osado de efectos especiales y formatos alternos; quizás entonces se acordó que el formato conductor-experto sería el formato a privilegiar. *Leamos algunas llamadas del público*.

Amateurismo y obsolescencia, convengamos, son amenazas que estarían ahora reservadas para las agencias de viaje: entrañan, estas amenazas, una terrible falta de sincronía con el momento actual, con los tiempos que corren. Usos y costumbres de nuestra culturita, pues, juzgar nuestro desempeño basados en parámetros que empiezan a caducar. En el caso

de la radio pública, si hace algunas décadas la producción de los programas era parte de una mezcla de grandes empeños individuales, escasísimos recursos, tecnologías magras y la respiración sobre la nuca del Estado, los esfuerzos habrían ya de permitir mayor arrojo, innovaciones y críticas que, por el momento, hacen su aparición de cuando en cuando (el desaparecido programa “Café Encuentros” en el IMER, algunos de los programas de comentarios de Radio UNAM, y algunos otros). Dicho de otro modo, no es suficiente con confiar en que, comparado con la raquítica oferta de cultura y diversidad en la radio comercial, la radio pública será siempre la alternativa. Porque las alternativas también se arrancian.

En los primeros años de la BBC, cuando aún no era la institución en la que se ha convertido, John Reith, su primer director, escribió lo que es sin duda una de las advertencias más vigentes para la radio pública: “En ocasiones se nos ha hecho saber que estamos dando al público lo que creemos que el público quiere –pero pocos saben lo que quieren y muchos menos saben lo que necesitan. En cualquier caso, es mejor sobreestimar la mentalidad del público que subestimarla. Quien se jacta de dar al público lo que este quiere está las más de las veces creando una demanda ficticia de estándares cada vez más bajos que entonces aquel podrá satisfacer.” –

– PABLO DUARTE

MUSEOS



La variedad centralizada

A pesar de la notable ventaja que México tiene en oferta cultural frente a otros países de Latinoamérica, no se puede decir que tengamos aquí un ‘Prado’ o un ‘Louvre’, un recinto indiscutiblemente protagónico que conserve

el acervo de imágenes –el imaginario– que le dan sustento emocional a la nación. El Museo Nacional de Antropología es lo que más se acerca, pero no hay, en el terreno de las artes plásticas, un espacio equivalente. Tampoco podemos hablar de, por ejemplo, un Guggenheim nacional: un museo que convierta en oro todo lo que expone, cuyo sistema de adquisiciones funcione, en la práctica, como la oficina de canonizaciones del Vaticano. Tenemos, en cambio, un archipiélago de museos públicos con objetivos más o menos declarados. Solamente en torno a la Alameda Central están el Palacio de Bellas Artes, el Laboratorio de Arte Alameda, el Museo Nacional de la Estampa, el Franz Mayer. Más adelante, el Munal, el del Estanquillo, el de la Ciudad de México, el Antiguo Colegio de San Ildefonso y otros que se me escapan. Si se calcula la densidad de espacios de expo-

sición de la zona se entienden fácilmente las imputaciones de centralismo, sin necesidad de análisis ulteriores. En este contexto plural, el modelo de “centro cultural” puede traer mayores beneficios que el de museo ostentoso. Con el énfasis puesto en la creación de comunidades, antes que en la atracción de públicos masivos, el centro cultural abre un espacio de diálogo más íntimo y certero que las altas aspiraciones pedagógicas del Museo.

A manera de diagnóstico, no sería una mala idea hacer un recorrido por los museos públicos siguiendo un orden geopolítico: comenzar por los más céntricos y luego avanzar hacia la periferia. Si se pudiera hacer algo así a nivel nacional, empezando en Bellas Artes y terminando en el Cecut, se entendería que, pese a la centralización económica de la cultura, muchos de los museos periféricos tienen mayor capacidad para generar propuestas, como si su distancia respecto de la burocracia cultural centralizada les confiriera cierta libertad de movimiento.

El personal ignorado

Ahora bien, siendo el Palacio de Bellas Artes el museo de arte que recibe más visitas al año, parece contraintuitivo identificarlo con el modelo menos funcional para defender en cambio el de los centros culturales, que ni remotamente aspiran a un público de esas dimensiones. Sin embargo, algunas de las taras institucionales más visibles pueden encontrarse en el fastuoso Palacio, y conviene dejar de lado la cuestión cuantitativa, que tanto luce en los discursos oficiales, para centrarse un momento en los problemas. Por mencionar primero lo evidente: en pocos museos es tan acusada la falta de información que los propios trabajadores tienen sobre lo que se exhibe. Confiadas de que las audioguías y los guías no certificados que acechan a su presa en la explanada cumplen plenamente su objetivo, las autoridades consideran prescindible algo que es de sentido común: dar un mínimo de información a los trabajadores del museo sobre su cartelera. En cambio, se impone la (sin)razón institucional: a la pregunta más sencilla, lo remiten a uno a la oficina de servicios educativos. (Esto, que suena a exageración, me sucedió hace poco en otro de los grandes museos públicos, el Munal.)

En un artículo publicado por la revista *Museum*, de la American Association of Museums, Susan Glasser expone la experiencia del Museo de Arte de Carolina del Norte. Allí, una vez al mes todos los trabajadores se reúnen en sesiones para familiarizarse con las piezas expuestas y comentarlas. No se impone un discurso histórico-artístico determinado de antemano por las autoridades, sino que se anima a los participantes a calificar las piezas mediante la elección de palabras aisladas, etiquetas –tags– que den cuenta de la opinión de cada uno. El resultado puede ser, si se quiere, predecible: una acumulación de clichés dudosamente poéticos o delibe-

Varios autores

radamente cómicos; pero lo cierto es que hay un acercamiento personal al espacio de trabajo. Ese mínimo gesto, ese esfuerzo por generar un ambiente laboral más acorde al tipo de institución, hace una diferencia notable no sólo en el orden de la eficiencia del centro, sino también en un sentido puramente curatorial. La crítica que puede extraerse de este ejemplo no atañe tanto a la noción de *management* como a una cuestión estética: la recepción de la obra de arte.

Participación alienante

Otra de las taras compartidas por los grandes museos públicos de arte: la falta total de imaginación a la hora de incorporar la tecnología. La torpeza en este rubro, a la que escapan los pequeños centros (el Laboratorio de Arte Alameda y el Ex Teresa Arte Actual, por ejemplo), es proverbial: cuando una exposición presenta algún dispositivo electrónico, el fracaso de las inclinaciones pedagógicas se hace patente. Los adolescentes se agolpan con auténtica ansiedad alrededor de un control remoto cuya función jamás indagan y, prescindiendo de la parte “analógica” de la exposición, se pelean por apretar cinco minutos los botones.

Debe de existir una manera más inteligente de integrar la tecnología a los museos, sin que eso signifique una glorificación de la distracción como elemento constitutivo de la experiencia pedagógica. Paradójicamente, los museos que mejor han sabido hacerlo son aquellos a los que menor atención se les presta desde las oficinas centrales. Castigados por la falta de difusión, por la reducción de recursos, algunos centros han tenido que generar mecanismos de participación pública más efectivos. Sus salas de actividades son entonces atractivas y planeadas, y no esos cuartos vacíos con crayolas de colores que sólo se utilizan para rubricar el tedio: “Aquí estuvo el Karlangas”.

Por una museística menor

Podrían distinguirse dos tipos de museos de arte, a grandes rasgos: por un lado, aquel que presenta una colección permanente sólida, el museo-acervo enfocado en el aspecto histórico. Ese sería, por ejemplo, el caso del Munal. En segundo lugar está el museo que, sin tener una colección deslumbrante, se propone ser escaparate de propuestas contemporáneas capaces de generar discusión; el museo-laboratorio. (El Laboratorio de Arte Alameda, por ejemplo, tuvo el tino de ajustar su nombre al tipo de necesidad que pretendía cubrir, y creo que en la especificidad de su propuesta se encuentra la clave de su éxito.) Algunos museos llegan a condensar ambas posibilidades: la dupla MOMA-P.S.I, en Nueva York, o el Reina Sofía de Madrid encarnan ese ideal. El Palacio de Bellas Artes, más discreto, se presenta como una colección de muralismo y tres o cuatro salas que buscan canalizar lo más *mainstream* del arte en general, sin una línea de acción muy definida al margen de este criterio.

El Munal, en cambio, parece mejor parado: la colección permanente tiene un orden cronológico fácil de seguir. Las temporales suelen tener una intención concreta, y más que en la retrospectiva individual se insiste en el diálogo entre tradiciones. Pero, a pesar de estas virtudes, el Munal se nutre, frugalmente, de estudiantes acarreados y turistas sin guía. Es, en términos generales, un museo de afluencia restringida, que no deja de evocar cierto ambiente polvoriento y cierto olor a encerrado. Haría falta una buena dosis de imaginación y un cambio de estrategia para revertir el tono grisáceo del museo y presentar la colección —excelente— de forma más amable.

En cualquier caso, cada vez resulta más evidente que muchas de las propuestas museísticas más interesantes surgen de instituciones que rehúyen de la intención totalizante. Algunos de los casos más citados —a mi parecer, con plena justicia— son ciertos recintos oaxaqueños —el MACO, el Instituto de Artes Gráficas—, el Centro de las Artes de San Luis Potosí y, en la ciudad de México, espacios como el Carrillo Gil, que gracias en buena parte a programas conjuntos con empresas y fundaciones privadas ha logrado agrupar, más que una masa accidental, una comunidad interesada alrededor suyo.

La vitalidad de estas instituciones puede comprobarse no sólo en la disparidad del público que las visita, sino en la capacidad que tienen para forjarse una identidad definida entre el público y los creadores. En un país sin tradición de hábitos bibliotecarios, es infrecuente encontrar un espacio como la nueva biblioteca del Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca, donde es normal ver personas que se acercan a hojear volúmenes de arte y a sacarle jugo a la discreta pero coherente colección que el instituto pone al alcance de cualquiera. El contraste con las megabibliotecas y los fallidos “centros de documentación” permanentemente vacíos no podría ser más claro.

Es verdad que los centros culturales no pueden aspirar a una afluencia de público como la que recibe el Palacio de Bellas Artes. Pero me pregunto si una afluencia masiva es realmente un argumento a favor. Si en cada una de esas marabuntas las personas entran a una sala para apretar con desesperación un panel con botones y luego salen corriendo en busca del siguiente dispositivo que les recuerde a un Playstation, entonces quizás la labor educativa que pretende desempeñar ese museo no es precisamente un éxito, a pesar de las cifras.

El asunto aquí no es enlistar las bondades o subrayar los yerros de ciertas instituciones, sino detectar la *actitud* que subyace a su buen o mal funcionamiento. Creo, en definitiva, que algunos principios generales, esbozados al vuelo más arriba, van comprobando su eficacia sobre la marcha: descentralización, participación de capital privado, integración con las comunidades locales y una mayor implicación del personal del museo. —

— DANIEL SALDAÑA PARÍS