

Historia y vida cotidiana: la apropiación del patrimonio mexicana dentro y fuera del Museo del Templo Mayor

ANA ROSAS MANTECÓN*

1. Introducción

El Museo del Templo Mayor (MTM)¹, creado hace apenas cinco años, se ha convertido en uno de los más visitados del país. Su ubicación, en el corazón del centro de la ciudad de México, lo hace, sin duda, un museo de sitio privilegiado para la difusión del patrimonio mexicana; y si consideramos el peso que a dicho patrimonio se da en las políticas oficiales de definición de la cultura nacional, aquilataremos la significación de este espacio.

En nuestra investigación partimos de varios supuestos:

a) La oferta del museo se realiza a la manera de un texto, a través del cual se restringen e inducen las posibilidades de lectura. Sin embargo, este texto no es omnipotente: no podemos deducir de la caracterización de la oferta cultural lo que el público recibe. Esto se debe fundamentalmente a dos cuestiones: por un lado, la oferta de un museo es múltiple y compleja, debido a que existen diferentes niveles de emisión del mensaje (las cédulas escritas, la colocación de los objetos, su iluminación, la organización de las salas, las visitas guiadas, etc.). Por otro lado, la relación emisión-recepción se ve también mediada por la heterogeneidad del público: por parte de éste se da un proceso activo de recepción y apropiación diferenciadas de

las propuestas del emisor, dependiendo de su edad, nivel de escolaridad, origen social, hábitos de consumo, etc. Así, el rechazo, la apropiación, la negociación, etc., que éste realiza, están mediados por un conjunto previo de disposiciones y conocimientos (un determinado capital cultural) que son actualizados en la visita al museo.

b) La abundancia y variedad de las prácticas culturales de los distintos grupos sociales desbordan los equipamientos respectivos, por lo que el estudio de la correspondencia entre equipamientos y prácticas culturales es solamente un punto de partida para analizar las relaciones entre oferta y prácticas culturales. Lo anterior nos llevó a incorporar el registro de actividades culturales relacionadas con los contenidos del museo, que se realizan en la plaza frente a la zona arqueológica, lo cual nos permitió retomar tanto una oferta cultural alternativa, como comparar las percepciones sobre el patrimonio mexicana en un espacio institucional y en uno informal.

Siguiendo estas premisas, comenzaremos por caracterizar la oferta cultural del MTM, ubicando el contexto en el que surge, los agentes que participaron en su definición, así como sus objetivos, contenidos y medios utilizados. Proseguiremos con la revisión del discurso alternativo sobre el mundo mexicana que se ofrece a los transeúntes en la plaza fuera del museo, por parte de guías informales. De ahí, pasaremos a la descripción del público que asiste al museo, buscando contrastar las características generales de éste con las del habitante promedio de la ciudad. Una vez delineados sus rasgos

*Profesora-Investigadora del Departamento de Antropología, UAM-I, Investigadora de la Dirección de Estudios de Antropología Social, INAH.

básicos, intentaremos distinguir las diferencias. Por último, abordaremos la cuestión de la identificación de los visitantes y los no visitantes con el mundo mexica.

Para la realización de la investigación utilizamos una combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas: se muestran así datos provenientes de fuentes bibliográficas y hemerográficas de la revisión documental del archivo del MTM, de entrevistas, del análisis estadístico de encuestas y de observación directa².

Aquel 28 de febrero de 1978 sentí pleno y redondo el poder: podía, por mi voluntad, transformar la realidad que encubría raíces fundamentales de mi México, precisamente en el centro original de su historia... Poner, junto a la plaza donde está el templo del crucificado, el de la descuartizada. Abrir el espacio de nuestra conciencia de Nación excepcional.

*José López Portillo,
Presidente de la República (1976-1982)*

2. El poder de la puesta en escena: contexto en el que surge el MTM

El surgimiento del Museo del Templo Mayor es producto, en palabras de su actual director y fundador, Eduardo Matos, "de una afortunada coincidencia de interés científico y poder presidencial"³. Sus progenitores, por así decirlo, provienen de dos espacios diferenciados que, a través de la puesta en escena de un determinado patrimonio —en este caso, el de las piezas encontradas en las excavaciones de la zona arqueológica—, ejercen ciertas posiciones de poder.

Bourdieu nos proporciona, a través del concepto de "campo", la posibilidad de entender este proceso: los "campos" son espacios estructurados de posiciones, que, aunque gozan de relativa autonomía unos

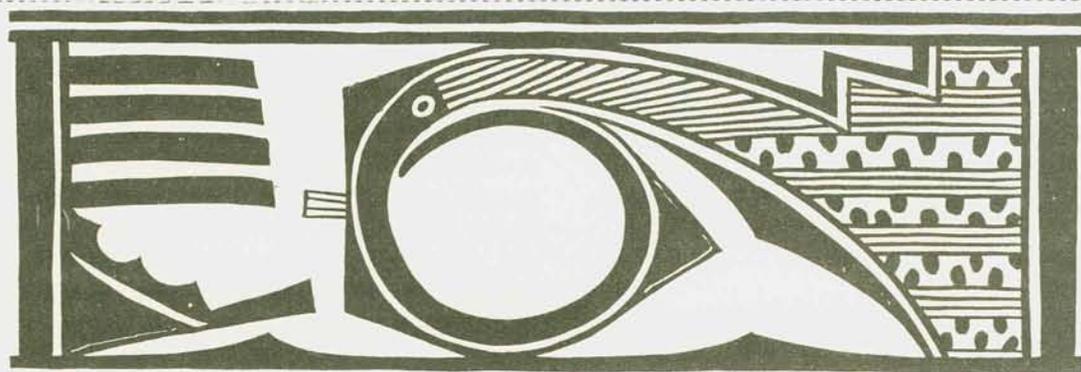
frente a otros, con reglas específicas de acción, no se pueden comprender aisladamente, ya que en la dinámica social están atravesados unos por otros. Los "agentes culturales" son los sujetos que intervienen en un determinado campo, en el cual guardan ciertas posiciones de poder en relación a su capacidad para controlar la producción y la circulación de los bienes en juego en ese campo⁴.

En el caso del MTM asistimos a la intersección de dos campos, el político y el científico, en la cual diferentes agentes culturales luchan por legitimar sus respectivos espacios de acción y por imprimir en el museo una orientación particular sobre el papel que debe desempeñar en la construcción de la nacionalidad y la identidad mexicanas.

El sexenio durante el cual se dio el hallazgo fortuito de la Coyolxauhqui⁵ —descubrimiento, realizado en 1978, que dio pie al rescate arqueológico y a la posterior construcción del Museo del Templo Mayor— había sido marcado por el *boom* petrolero, el cual permitió impulsar proyectos de restauración de monumentos en el Centro Histórico (Palacio Nacional, Catedral, Archivos del Ayuntamiento, etc.) y alentó al Estado en su búsqueda de legitimación a través de la recuperación del pasado prehispánico.

Por otra parte, no obstante que el marco político pugnó por el reconocimiento y la revaloración nacional del mundo prehispánico, desde sus inicios el Proyecto Templo Mayor consideró "de gran importancia para nosotros como científicos sociales, el tratar, en la medida de lo posible, de desmistificar nuestra historia prehispánica. En general, el pasado prehispánico ha sido objeto de una visión en ocasiones distorsionada por un enfoque ideológico que tiende a la idea de que todo era grandioso... y la información que nuestros museos transmiten no es la de sociedades vistas integralmente, sino la de objetos sobresalientes de aquellas sociedades, con lo cual se refuerza esa imagen"⁶.

Estos planteamientos de Eduardo Matos —coordinador de las obras de rescate— han formado parte de la corriente de la arqueología mexicana que se ha



llamado "materialista histórica" y que gracias a la realización de las excavaciones y del museo, contó con un espacio para legitimarse dentro del campo científico⁷. En el museo del Templo Mayor la desmitificación se pretende lograr mediante la presentación de la historia mexicana dentro de su contexto social "desde un marco conceptual del materialismo histórico"⁸: mostrando la "formación económico-social mexicana", tanto en lo que respecta a la base agrícola y tributaria de Tenochtitlan, como a su "instancia superestructural". A través del análisis de cómo el Templo Mayor representa el lugar, real o simbólico, donde se asentaba el poder mexicano, buscan ilustrar la coherencia de la relación "entre estructura y superestructura y cómo esta última está totalmente al servicio del grupo dirigente e íntimamente imbricada con la base económica". Para Matos, las ofrendas, las esculturas y en general las piezas encontradas en las excavaciones tienen "un contenido que deberá reflejar la ideología del grupo dominante y cómo éste se sirve de las dos formas de aparatos de Estado —el represivo y el ideológico— para mantener su hegemonía y lograr su reproducción"⁹.

3. Los mensajes y la museografía del Museo del Templo Mayor

Encontramos así que el museo tiene dos objetivos principales: por una parte, complementar la zona arqueológica, e incluso reproducir su distribución arquitectónico-religiosa, y por otra, desmitificar al mundo mexicano. De esta manera, buscando lo primero, se decidió reproducir en el diseño del edificio del museo la división que muestra el propio Templo Mayor: las ocho salas, ubicadas en cuatro niveles, se dividieron en dos alas (norte y sur), correspondientes a la posición de los templos de Tláloc y Huitzilopochtli. Son los símbolos de los dos ejes sobre los que giró la sociedad mexicana: la muerte (los sacrificios) para dominar y el agua para sobrevivir.

El recorrido por el museo está estructurado en forma narrativa: diseñado como caracol, con un principio y un fin, constituye una espiral única que no permite interrupciones o el paso de cualquier sala a otra. Con una colección de 7 000 objetos, procedentes de cerca de 100 ofrendas localizadas en la zona arqueológica, se nos va relatando, en una especie de corte transversal, la estructura social y política de los mexicanos, siendo la primera y la última salas los antecedentes y el final de su historia.

La empresa desmitificadora es emprendida así en el MTM a través de dos vías: la distribución de las piezas dentro de un ordenamiento que busca contextualizarlas y por medio de las cédulas introductorias

a cada sala. Los medios utilizados, sin embargo, encuentran ciertos obstáculos para cumplir su función.

Por una parte, la estructura del museo no es explícita: en ninguna parte se informa que éste reproduzca la división arquitectónico-religiosa del Templo Mayor, ni que tenga entre sus objetivos desmitificar a los mexicanos, por lo cual dichos objetivos pasan desapercibidos para muchos visitantes. Por lo que respecta a las cédulas, sólo la mitad de las salas (2, 3, 5 y 6) cuentan con una explicación introductoria. En realidad, son escasos los textos que explican las piezas, dificultándose que se evidencie en el museo la riqueza de información obtenida durante las excavaciones y el contexto del que forman parte. Asimismo, la preminencia de citas textuales (de poetas nahuas, cronistas indígenas y españoles y de escritores contemporáneos) sobre explicaciones temáticas evidencia un guión científico débilmente estructurado.

Habíamos hablado de una estructura narrativa en el MTM. En realidad, nos encontramos ante dos narraciones: la que pretende el guión (desmitificadora, materialista) y la vivencial (uno la va armando con la experiencia de la teatralidad). Al ser arrastrado más hacia lo vivencial que hacia el aspecto informativo, el resultado final para el visitante es un conjunto de mensajes contradictorios.

En la sala 1 es donde más se acentúa la teatralidad del discurso museográfico, a través de la oscuridad dominante que envuelve sorpresivamente al visitante. La luz está dirigida hacia los objetos y las gráficas en vidrio vidriado. Se puede considerar que aquí las cédulas son para ser admiradas como tallas: leerlas requiere un gran esfuerzo dada la falta de luz. Es tal el peso de la teatralidad, que el visitante se ve impulsado a vivenciar esa admirable puesta en escena, más que a reflexionar sobre el contenido de la sala, en la cual se intenta dar dimensión histórica tanto al origen de los mexicanos, como a la fundación de Tenochtitlan.

Aunque encontramos excepciones¹⁰, en general los visitantes siguen la ruta de la sala 1 a la 8. Las variaciones se dan dentro de las salas, en donde no se repite un recorrido determinado. El diseño en forma de espiral favorece el contacto con el museo como una experiencia ritual. La naturaleza ritual de esta experiencia no resulta evidente por sí misma, ni los visitantes la consideran como tal. Más bien el museo mismo —las instalaciones, la disposición de las salas y los objetos— crea una experiencia que rememora las experiencias religiosas tradicionales.

De acuerdo con la creencia que predomina, —nos dicen Duncan y Wallach—, el espacio del museo, aparte de los objetos que contiene, está

vacío. Lo que [consideramos]... como un espacio ritual estructurado —un ambiente ideológicamente activo—, generalmente se mantiene invisible y se experimenta sólo como un medio traslúcido a través del cual el arte puede observarse objetivamente y sin distracción”¹¹. Al igual que otros monumentos ceremoniales, el museo “es un fenómeno arquitectónico complejo que... organiza la experiencia del visitante tal como un texto organiza una actuación. Los individuos responden de forma diferente de acuerdo con su educación, cultura y clase social. Pero ...al seguir el programa arquitectónico, el visitante se compromete en una actividad descrita, con precisión, como un ritual”¹².

La monumentalidad se auna a la teatralidad. La monumentalidad —expresada por la misma Guía oficial del museo—¹³ se acentúa por la disposición y/o dimensiones de esculturas de invaluable calidad estética como la Coyolxauhqui, los Guerreros Aguila, la vasija Tláloc. En general, las piezas más pequeñas son acomodadas en vitrinas; sólo en dos de las salas del museo se presentan ofrendas completas (los objetos encontrados formaban parte de ofrendas). La colocación e iluminación de las piezas ha suscitado la crítica de que se da prioridad al aspecto estético en demérito del educativo: “si bien cada objeto posee un valor por sí mismo, su significado se haría más comprensible si se le relacionara con otros que le sirvieran de contexto y permitieran extraer sentidos determinados al conjunto. El dar cabida sobre todo a objetos estéticamente relevantes favorece el culto al objeto por sus características superficiales restringiendo posibilidades en su interpretación”¹⁴. Así, aunque en algunas cédulas se proporcione información contextualizadora, estas explicaciones pierden peso ante el sentido general que produce el manejo de los objetos y los espacios.

4. ¿Una oferta alternativa?: otras fuentes de conocimiento sobre los mexicas

El público potencial, el que pasa cerca y se queda en la plaza frente a la zona arqueológica, recibe la información sobre los mexicas de una forma diferente al que entra al Museo del Templo Mayor. En dicha plaza se ofrecen diversas explicaciones sobre el México prehispánico por parte de guías “informales” (simplemente se paran y hablan ante los transeúntes).

Es posible hablar entonces de dos circuitos diferenciados, con discursos también diferenciados en forma y contenido, que se oponen entre sí, con

agentes que se autoidentifican como distintos de los pertenecientes al otro circuito, y que también llegan a públicos diferentes. Por una parte, el discurso del museo es un discurso legitimado institucionalmente, con un lenguaje formal y un respaldo de los campos científico y político, y que además se ofrece permanentemente dentro de un horario determinado. El discurso de la plaza es informal, sin horarios, utiliza formas y recursos discursivos de los “merolíticos” o vendedores ambulantes, agresivo, directo, y cuestiona la legitimidad del campo científico en una búsqueda por legitimarse fuera de él (y frente a él).

Pudimos identificar diferentes tipos de guías informales que se presentan en la plaza, algunos de los cuales además realizan danzas prehispánicas y venden carteles¹⁵. Las exposiciones verbales, con una duración de 30 a 35 minutos, en poco tiempo logran atraer a un público que rodea por completo la fuente-maqueta que representa a México-Tenochtitlan y se encuentra en el centro de la plaza. Sin mucha reverencia se suben al barandal de la fuente y hablan alto, sin bajar nunca el tono de voz. Repiten un discurso aprendido, aunque no por ello cada uno deja de improvisar, de acentuar ciertas partes y de recalcar determinada información, para que el público recuerde y aprenda lo ya dicho por ellos.

En su discurso van explicando varias partes de la maqueta, datos generales sobre la población y la organización espacial de Tenochtitlan, sobre el significado de los nombres nahuas, pero en general el objetivo es criticar la conquista española y la supuesta superioridad de este grupo social, así como revalorar las culturas prehispánicas y su desarrollo como civilizaciones. Niegan la existencia de sacrificios humanos entre los mexicas y censuran que se afirme lo contrario en la zona arqueológica del Templo Mayor. Se pronuncian por la recuperación del origen, lo que es nuestro, lo “auténtico mexica”.

Llama la atención su éxito en relacionar a los mexicas con la cotidianidad del escucha: tienen un discurso agresivo que enfrenta a la gente con su falta de conocimiento sobre el mundo azteca¹⁶. Instando al transeúnte a volver a los orígenes, a reencontrar la mexicanidad, critican el discurso desmitificador del MTM.

Los investigadores del Museo del Templo Mayor también se diferencian de los guías que se presentan en la plaza, sobre los que, con alguna excepción, no tienen una buena opinión. Argumentan que quieren mitificar al mexica, que son de baja condición social y niegan los sacrificios humanos aunque haya evidencias arqueológicas de ellos y, opinan en general, que “no tienen idea de lo que dicen”.

Estos dos discursos, el del museo y el de los guías informales, buscan ofrecer interpretaciones opues-

tas del pasado mexicana: por una parte, el MTM proclama como objetivo central la desmitificación de dicho pasado y, por la otra, los guías, en su intento por revalorar el mundo prehispánico, acaban engrandeciéndolo y mitificándolo. Curiosamente, por lo menos en cuanto a sus objetivos, estos guías tienen más coincidencias con el Estado en cuanto al papel que el pasado prehispánico debe desempeñar en la construcción de la nacionalidad y la identidad mexicanas. Su discurso sobre la grandeza del mundo azteca resulta así más oficialista que el del propio museo.

5. El público del MTM: cuántos y quiénes van

En las encuestas sobre consumo cultural realizadas en la ciudad de México por el estudio general sobre *Políticas culturales, necesidades y consumo sociocultural*¹⁷, se hizo patente la poca tradición que existe en el Distrito Federal por el uso del museo. Tan sólo 5 museos, de los 57 existentes en la ciudad, han sido visitados últimamente por más del 5% de la población. Entre esos museos se encuentra el del Templo Mayor, el más importante museo de sitio (llamado así porque se encuentra asociado a una zona arqueológica) del Distrito Federal, tanto por su colección, como por el volumen de público.

Estabilizado en un promedio de medio millón de visitantes al año, según los datos oficiales del INAH, fue en 1988 el cuarto museo más concurrido de la ciudad¹⁸. Si comparamos sus visitantes con el total de los asistentes a museos en el Distrito Federal y a nivel nacional (v. cuadro 1) encontramos que en 1985, año en que se inauguró la zona arqueológica del Templo Mayor, casi una cuarta parte del público de museos de la ciudad (21.1%) y un 13.6% de la asistencia nacional se concentraron en el MTM. Para los años siguientes, la proporción bajó, como promedio, a un 12% de los visitantes en el D.F. y a un 8% de los de toda la República.

En las encuestas que aplicamos a principios de 1990¹⁹ encontramos que dos terceras partes de los asistentes son hombres y que la mayoría del público tiene menos de 30 años (sólo un 7% tiene entre 40 y 59 años). Por lo que respecta a la escolaridad, ésta es considerablemente elevada si consideramos que un 85.5% cuenta con estudios medios y superiores. En cuanto al ingreso, el 40% gana más de 1.5 millones mensuales, mientras el 22% gana menos de 600 mil, 19% entre 600 y 900 mil, y 18% entre uno y 1.5 millones.

Las cifras anteriormente expuestas nos muestran la mayor concentración de asistencia a los museos en sectores de ingresos mayores y de nivel universitario, confirmando la influencia de los condiciona-

CUADRO 1

Comparación de las cifras de asistencia al Museo del Templo Mayor, a los museos del Distrito Federal y a los museos del país

Año	Visit. MTM	Visit. D.F.	Visit. total del país
1985 (*)	896 260	4 235 922	6 589 832
1986 (*)	464 457	3 605 682	5 951 581
1987 (**)	508 581	4 098 573	6 555 024
1988	556 896	4 403 961	6 916 339

(*) Los datos se refieren a la asistencia a la zona arqueológica.

(**) A partir de octubre se pudo visitar también el museo.

Fuente: Estadística de visitantes a museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos abiertos al público y en custodia del INAH, 1985-1988. Coordinación Nacional de Planeación y Programación.

mientos económicos y educativos en el interés por este tipo de prácticas culturales. Si comparamos el público del MTM con el habitante promedio de la ciudad de México (V. cuadro 2), encontramos que, a excepción del caso del Museo Nacional de Antropología, que tiene proporciones similares de visita, resalta el escaso conocimiento del MTM por parte de los capitalinos (confirmándose lo encontrado por la encuesta aplicada por este museo en 1987) y el que una quinta parte de ellos (20%) no haya mencionado haber visitado algún museo. En todos los casos, los porcentajes de visita a museos específicos son menores. Vemos así que la práctica de asistir a un museo resulta minoritaria respecto del conjunto de la población, pero es igualmente claro que tiende a ser realizada asiduamente por un sector definido; de los visitantes al MTM, encontramos que un 42% había ya asistido a dicho museo en otra ocasión: un 17.5% regresaba por segunda vez, un 6.3% por tercera y un 18.1 por cuarta vez.

Sin embargo, la mayor disposición de un sector de la población no se restringe únicamente a la utilización de ciertos equipamientos culturales, como los teatros, el cine, los museos, etc. Observamos también que entre el público del museo hay una tendencia a hacer un mayor uso de la ciudad, por lo menos los fines de semana. Si sumamos "salir a pasear" con "asistencia a espectáculos de algún tipo", la comparación es del 44% para los visitantes del MTM, contra un 19% del capitalino promedio.

Se va perfilando así un grupo particular de consumidores de un cierto tipo de bienes culturales, como son los museos. Pero, ¿hasta dónde podemos hablar de un público homogéneo en el Museo del Templo

CUADRO 2

Comparación entre el público del Museo del Templo Mayor y el habitante promedio de la ciudad

	PÚBLICO MTM (*)	Capitalino promedio (**)
Museos visitados recientemente(***)	100% MTM	5% MTM
	46% M. N. de Antrop.	45% M. N. de Antropología
	14% M. N. de Hist.	10% M. N. de Historia
		20% ninguno
Actividades de fin de semana	32% salir a pasear	14% salir a pasear
	8% visitar fam/amigos	8% visitar fam.
	12% asist. a espec. de algún tipo.	5% asist. a espec. táculos de algún tipo
	6% ver televisión	9% ver televisión

Fuentes: (*) Encuesta aplicada por nosotros en 1990.

(**) Encuesta sobre consumo cultural correspondiente al estudio sobre Políticas culturales, necesidades y consumo sociocultural.

(***) Los porcentajes rebasan el 100% porque se dieron varias opciones, que fueron sumadas.

Mayor? Si analizamos detenidamente las encuestas encontraremos que se distinguen *dos tipos de público*: el del fin de semana y el de entre semana. Nos parece de suma importancia profundizar en el estudio de un público diferenciado, que de ser caracterizado como tal, exigiría políticas educativas, de difusión y promoción del museo también diferenciadas.

El público del domingo tiende a tener una menor escolaridad que el de entre semana (aunque el *domingo* acuden personas de todas las escolaridades, de los grupos que menos acuden al museo, cuando lo hacen es en *domingo*: técnicos, 100% de su asistencia total; y los de carrera corta, 77.8% de su asistencia total).

Si atendemos a la *ocupación* encontramos tendencias semejantes: *entre semana* y el *sábado* el público se compone mayoritariamente por estudiantes y empleados, mientras el *domingo* la asistencia es mucho más variada. El reconocimiento de un público diferenciado se confirma si analizamos la distribución por *ingreso*: existe una ligera tendencia a que los visitantes de menores ingresos vayan más el *sábado* y el *domingo* y los de percepciones mayores lo hagan más *entre semana*.

Las diferencias en el perfil general se reflejan en la manera de relacionarse con el museo: mientras el

sábado y el *domingo* la mayor parte del público asiste acompañado (más del 80% en ambos casos), *entre semana* sube el porcentaje que asiste solo al museo (53.6% del total de personas que asisten solas en la semana). Por lo que respecta a la lectura de las cédulas, del total de la semana, el *domingo* más gente declara no haberlas leído (45.5% del total de la semana), frente al *sábado*, en que dicha proporción asciende al 4.1% y *entre semana* sólo el 6.7%.

Observamos una tendencia a un público más crítico *entre semana* ya que, aunque las opiniones favorables sobre las cédulas se distribuyen más o menos homogéneamente durante todos los días, las críticas tienden a ser formuladas en mayor proporción *entre semana*. Igualmente se puede apreciar cierta tendencia a un mayor tiempo en el recorrido por el museo.

6. ¿Qué ven?: ¿Hacia una desmitificación del mundo mexica dentro y fuera del museo?

El MTM busca la desmitificación del pasado prehispánico a través de la afirmación de las bases materiales y políticas de la mitología mexica (la guerra y la agricultura). Como ya señalamos, esta intención desmitificadora se realiza de una manera tácita, sin que se indique en cédulas al respecto.

Encontramos, así, ciertas dificultades del público para captar la estructura narrativa —dificultades que se agudizan si tomamos en cuenta la reducida proporción que lee las cédulas. El recorrido ritual que se realiza en el MTM va armando una experiencia particular de la puesta en escena del patrimonio del museo, que otorga un mayor peso a la teatralidad y a la monumentalización, que al mensaje desmitificador de los mexicas.

A diferencia de varios de los críticos que enfocan sus baterías hacia la teatralización, nosotros consideramos que ésta es inherente a la puesta en escena de cualquier museo. Como han señalado Duncan y Wallach, los museos comparten características fundamentales con los monumentos ceremoniales tradicionales, ya que su función primaria es ideológica, esto es, imprimir en sus visitantes las creencias y valores sociales más reverenciados por el poder y la autoridad. La cuestión entonces es preguntarnos en qué medida se logra balancear la teatralización con la narración que se pretende transmitir.

Un primer acercamiento a las encuestas nos brinda una idea general sobre la identificación y la mitificación de los mexicas por parte del público del MTM. Al inquirir a los visitantes, encontramos que la mitad de ellos tiene una idea positiva sobre los mexicas (49.4%), frente a un 5% que la tiene negati-

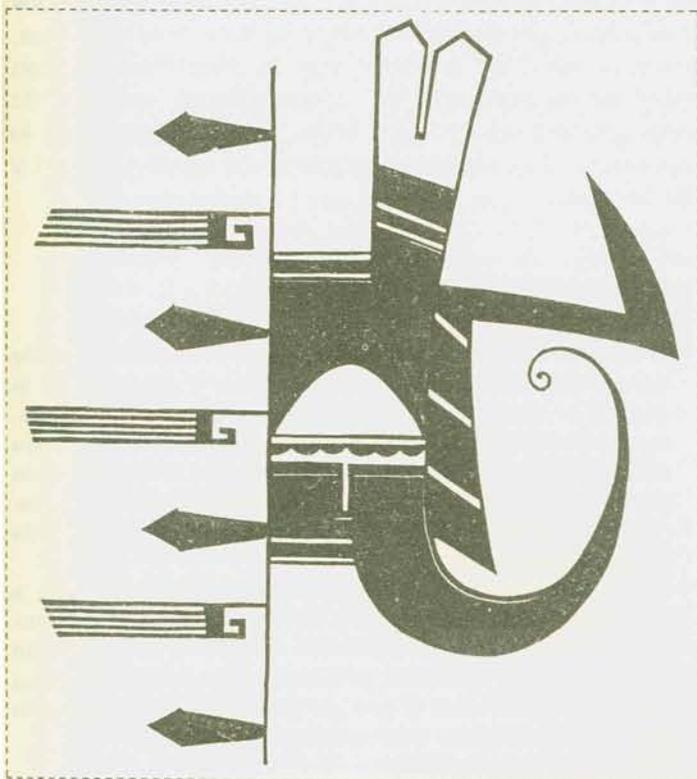
va. Una cuarta parte tiene una idea neutral (24.4%), junto al 18.8% que no los conoce.

Ante la pregunta de si les hubiera gustado vivir en tiempo de los mexicas, el 65.6% contestó afirmativamente, frente a un 28.6% al que no le gustaría. El 5.8% se mostró ambiguo, indeciso.

Al analizar las respuestas, buscamos localizar en qué niveles operaba la identificación con los mexicas, y surgió la hipótesis de que ésta no necesariamente surge del conocimiento, sino, en ocasiones, de lo contrario, esto es, de imágenes que nada tienen que ver con la veracidad. Entre los que tienen una idea *positiva* de los mexicas encontramos, por ejemplo, los que asumen una visión grandiosa (eran fabulosos, gran civilización en astronomía y economía) y los que tienen una visión positiva basada en construcciones imaginarias no siempre verificables (fundaron una raza no había tanta pobreza).

Entre los que tienen una idea *negativa*, descubrimos una visión crítica de diversos aspectos de la vida de los mexicas: era un pueblo dominante, bárbaro, luchaban y abusaban de los demás, tenían creencias medio raras como los sacrificios.

Entre los que tienen una idea *neutral* encontramos los que se limitaron a mencionar datos históricos (eran originarios de Aztlán, fundaron Tenochtitlan, habitaron el valle de México), los que mencionaron mitos, como el de la búsqueda y encuentro del águila sobre el nopal, y los que emitieron ideas imprecisas (su cultura, su economía, su tradición, ofrendas).



Por lo que respecta a la pregunta sobre si les gustaría haber vivido entre los mexicas, encontramos que entre los que respondieron afirmativamente sobresalen los que, con una clara idealización, consideran que era mejor que ahora (todo era más tranquilo y saludable, la gente vivía en mejor relación con la naturaleza, era un tiempo sin tanto problema psicológico, se trataba de un mundo donde no había contaminación y todo era natural, era una vida mejor, "fue más libre todo", entonces la gente buscaba la superación espiritual y no económica, la gente vivía mucho mejor que ahora). Vemos así que la identificación con los mexicas no siempre tiene como base el conocimiento de este grupo; las visiones positivas sobre éste se basan comúnmente en construcciones imaginarias, en proyecciones de deseos del presente que llevan, por ejemplo, a una naturalización del mundo prehispánico ("todo era natural", "eran más limpios") o a otros tipos de idealización romántica ("fue más libre todo", "por el amor al prójimo que se tenía en esa época", "era un tiempo sin tanto problema psicológico", etc.).

No obstante lo anterior, no podemos atribuir al contacto con el museo la responsabilidad exclusiva de la mitificación de los mexicas, ni esperar que una visita transforme radicalmente estas concepciones. La visión mitificada y grandiosa de los mexicas corresponde a una particular idea de la nacionalidad mexicana, hegemonizada a través de la escuela, los medios de comunicación, los libros y los museos. Estos no logran el consenso por sí mismos, simplemente contribuyen como espacios sociales de conformación de identidades. Así, tenemos que como fuente de aprendizaje sobre los mexicas, los entrevistados mencionaron con mayores porcentajes a la escuela y a los libros: 41.7% y 33.3%, respectivamente. De menor importancia resultan el Museo de Antropología, con un 3.8% y la televisión (2.6%).

Si comparamos las respuestas sobre el mundo mexica de los visitantes con las de los que fueron entrevistados fuera del museo, encontramos que aunque hay una mayor tendencia a la idealización de los mexicas por parte de los no visitantes, las diferencias no son realmente notorias (V. cuadro 3). Entre los que manifestaron una idea positiva sobre este grupo prehispánico, domina una visión grandiosa. Entre los que manifestaron una idea negativa no encontramos una posición crítica, sino una imagen más bien despectiva (gente pobre, sin recursos).

Por lo que respecta a las fuentes de aprendizaje sobre los aztecas, los entrevistados en la plaza mencionan como las más importantes a la escuela (44.5%) y a los discursos de la plaza (15.8%), frente al 1.4% que reconoce a los museos de Antropología y del Templo Mayor.

CUADRO 3

Comparación entre las percepciones sobre el mundo mexica de los visitantes y los no visitantes al MTM

<i>Idea sobre los mexicas</i>	<i>Visitantes</i>	<i>No visitantes</i>
Positiva	49.4%	46.8%
Negativa	5.0%	1.9%
Neutral	24.4%	29.7%
Los desconocen	18.8%	21.5%

<i>¿Les hubiera gustado vivir en el tiempo de los mexicas?</i>	<i>Visitantes</i>	<i>No visitantes</i>
Afirmativamente	65.6%	67.8%
Negativamente	28.6%	26.2%

Fuente: encuesta aplicada por nosotros en 1990.

7. Comentario final

Los museos son una de las formas privilegiadas en las cuales se escenifica el patrimonio de una nación. El poder de su puesta en escena radica precisamente en la posibilidad de generar conocimientos a través de la experiencia de la teatralización de dicho patrimonio. Sin embargo, no se puede hablar de una dominación directa del poder estatal a través de los museos, sino que ésta se encuentra mediada por la autonomización de los propios museos (la sacralización y el distanciamiento que produce cualquier ordenamiento museográfico), la contradicción en los mensajes emitidos (no hay una propuesta lineal) y las diferencias en el público.

En el caso del Museo del Templo Mayor asistimos a la lucha entre dos campos, el político y el científico, por legitimarse a través de la puesta en escena del patrimonio mexica. El mayor peso de la lógica y necesidades del campo político se tradujo en el MTM en una subordinación del contenido desmitificador y materialista a la museografía monumental —de gran atractivo para el público, si tomamos en cuenta la gran afluencia al MTM—, a través de la cual el Estado ofrece la teatralización de su unidad y concepción sobre la identidad nacional. El peso de dicha concepción en el museo se ve reforzado, por un lado, por su localización justo al lado del Palacio Nacional, la Catedral y el Zócalo, pilares fundamentales de un

determinado espacio de hegemonía. Por otra parte la debilidad de los medios de transmisión del conocimiento integral y desmitificador del mundo mexica —cédulas y estructura organizativa del museo— dificultaron la consecución de estos objetivos del proyecto original²⁰.

Alrededor de dos terceras partes del público mostró una imagen idealizada de los mexicas y declaró como fuentes principales de conocimiento sobre este grupo a la escuela y a los libros. Así, encontramos que las intenciones desmitificadoras del MTM no surtieron mayor efecto, por lo menos entre el público del fin de semana. Por el contrario, se dió una tendencia hacia la menor idealización dentro de la audiencia de entre semana, que lee en mayor grado las cédulas y realiza un recorrido con más detenimiento. Por lo que respecta al público de la plaza, se dieron tendencias ligeramente más marcadas hacia la mitificación de los aztecas y sus principales fuentes de aprendizaje fueron la escuela y los guías informales.

En este trabajo nos interesó revisar en qué medida influían la visita al museo y el escuchar los discursos en la plaza, en la constitución de las opiniones sobre los mexicas y en la identificación con ellos. Al estudiarlos como espacios sociales de conformación de identidades, buscamos localizar en qué niveles operaba la identificación con los aztecas; encontramos que la apropiación del patrimonio mexica está mediada no sólo por el nivel educativo o de ingresos: encuentra sus raíces en la vida cotidiana del público, en sus necesidades inmediatas. Sobre el mito de los mexicas se proyectan así expectativas, frustraciones, sueños, etc., de manera que la identificación con ellos no es producto del conocimiento histórico de este grupo prehispánico sino, muchas veces, de lo contrario. Ahí radica precisamente su efectividad y su fuerza.

Notas

¹ El Templo Mayor de los mexicas era el más importante dentro del centro ceremonial (político y religioso) de la ciudad de Tenochtitlan. Representaba el centro fundamental de su cosmovisión, ya que de él partían los cuatro rumbos del universo y, en consecuencia, la organización espacial de la ciudad. En este lugar los mexicas plasmaron su creciente poderío, ampliando y superponiendo templos completos.

² Deseamos hacer patente nuestro agradecimiento a Eduardo Matos, director del MTM y al personal del museo, por el apoyo que brindaron a nuestra investigación al abrirnos sus archivos, proporcionarnos las encuestas realizadas por ellos y por su permanente disposición para las entrevistas que realizamos.

³ Citado por Marín, 1988.

³ Citado por Marín, 1988.

⁴ V. Bourdieu, 1980; García Canclini, 1986.

⁵ Se trata de uno de los más grandes monolitos de cantera de la cultura mexicana, el cual representa a la diosa de la luna en forma de mujer descuartizada.

⁶ Matos, 1979b:19-20.

⁷ El Proyecto Templo Mayor, coordinado por E. Matos, ha recibido diversos reconocimientos en México, Francia, Estados Unidos y Alemania. V. Franco:40.

⁸ Según el propio Eduardo Matos, en Franco:38.

⁹ Matos, 1979a:31-32.

¹⁰ Esto es, personas que empiezan por la última sala y acaban en la uno.

¹¹ Duncan y Wallach:7.

¹² *Ibid.*:4.

¹³ Se lee en la guía mencionada: Al comienzo del recorrido "encontramos una monumental maqueta de lo que fue el recinto ceremonial mexicana a la llegada de los españoles...". Y en otra parte: La visita se inicia a la derecha, en donde vemos un "un enorme muro de cráneos..." (subrayado nuestro). Matos, 1989:48.

¹⁴ Martínez y Ramírez:15. V. también Chac y Hers.

¹⁵ Varios de estos guías pertenecen a una organización denominada "Restauradores del Anáhuac", la cual tiene entre sus objetivos que se revaloren las tradiciones prehispánicas. La difusión de sus mensajes se realiza a través de discursos, de bailes, de conmemoraciones, de libros, de cassettes y de carteles alusivos. Otros de los guías van de manera independiente.

¹⁶ Decía uno de ellos dirigiéndose al público: "¿Sabes contar en náhuatl?... Pero qué tal en inglés, ¿verdad?, uan, tu, tri...".

¹⁷ Las encuestas se aplicaron en septiembre y octubre de 1989 a hombres y mujeres mayores de 15 años, residentes en siete delegaciones de la ciudad de México. El proyecto general, del cual esta investigación forma parte, fue dirigido por Néstor García Canclini.

¹⁸ Sin embargo, Georgina Alonso, subdirectora de la coordinación técnica del Museo del Templo Mayor, asegura que las cifras correctas de público son el triple de las oficialmente reconocidas: en 1988, por ejemplo, en lugar de 556 896 visitantes, tuvieron 1 699 365. Mientras las autoridades del museo afirman que de 1987 a 1988 tuvieron 2 millones de visitantes, las cifras oficiales sólo les reconocen 1 065 477. Por lo que respecta a 1989, Georgina Alonso reporta 1 043 947. A mi pregunta del porqué de las diferencias, se nos explicó que el INAH, reduce el número de visitantes para que no rebase al que efectivamente tiene el Museo de Antropología.

¹⁹ Aplicamos 160 encuestas al público asistente al museo, tomando como base para decidir el tamaño de la muestra que representara el 1% de la población mínima que acude cada día. Distribuimos la muestra así: 15 encuestas diarias de martes a viernes, y 50 encuestas el sábado y el domingo, respectivamente. Aunque es una muestra limitada, tomamos la decisión teniendo en cuenta que no disponíamos de otras proporciones que ayudaran a distribuir la muestra y debido a la limitación de recursos humanos y económicos para ampliarla. En el análisis por computadora de las encuestas contamos con el

apoyo de Javier Lozano.

²⁰ Al respecto nos parece claro que una importante tarea para fortalecer la dimensión educativa del MTM es reforzar los diferentes canales de transmisión de conocimiento con que cuenta el museo.

Bibliografía

AGUILAR, M. A. *et al.*

1985 *Análisis de la imagen visual de los museos, sitios históricos y zonas arqueológicas*, México, junio, fotocopia.

1987 *ANTROPOLOGÍA*, Boletín oficial del INAH, México, nueva época, núm. 17, nov.-dic., suplemento.

BLANCO, José Joaquín

1990 "Museos equivocados", en *La Jornada Semanal*, México, 18 de febrero, pp. 43-44.

BOURDIEU, P.

1980 "Algunas propiedades de los campos", en *Questions de Sociologie*, París, Les Editions de Minuit.

CENTRO CULTURAL CAMINO REAL-INAH-SALVAT

1987 *Guía oficial del centro de la ciudad de México*, México.

CIMET *et al.*

1987 *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, México, INBA.

CHAC

1988 "Es un fraude cultural el Museo del Templo Mayor", en *Proceso*, México, núm. 589, febrero.

DE LEÓN Y GAMA, Antonio

1979 "Descripción de dos piedras", en Matos, E. (comp.), *Trabajos arqueológicos en el centro de la ciudad de México*, México, SEP-INAH.

DUNCAN, Carol y Alan Wallach

s/f "El gran museo", mimeo.

EDER *et al.*

1977 "El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer", *Plural*, vol. IV, julio.

FLORESCANO, Enrique

1987 "Patrimonio y política cultural de México: los desafíos del presente y del futuro", en *Antropología*, Boletín oficial del INAH, México, nueva época, núm. 15-16, julio-oct.

FRANCO, J.

1988 "Eduardo Matos Moctezuma. Arqueología: exaltación, mito o realidad de la historia", en *Vértigo*, México, año III, núm. 21, pp. 38-40.

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1986 *Desigualdad cultural y poder simbólico*, México, ENAH, Cuaderno de Trabajo, núm. 1.

1987 "¿Quiénes usan el patrimonio? Políticas culturales y participación social", en *Antropología*, México, Boletín oficial del INAH, nueva época, núm. 15-16, julio-octubre, pp. 11-24.

GONZÁLEZ BLANCO, S.

1984 *Lineamientos generales para visitas a la zona arqueológica del Templo Mayor*, México, INAH, Cuadernos de Trabajo de la zona arqueológica

del Templo Mayor, núm. 2.

GONZÁLEZ DE LEON, T.

- 1989 Citado en García Hernández, Arturo, "Atrapado por políticas titubeantes, el Centro Histórico se deteriora", *La Jornada*, México, 30 de noviembre, p. 32.

HERS, Marie Areti

- 1989 "¿Rematar el pasado?", México, Instituto de Investigaciones Estéticas, mimeo.

LÓPEZ PORTILLO, José

- 1981 "Prólogo", en varios autores, *El Templo Mayor*, México, Bancomer, pp. 25-27.
- 1988 "Matos Moctezuma y el materialismo, en el Museo del Templo Mayor: grandeza y crueldad del mundo azteca", en *Proceso*, México, núm. 583, enero.

MARIN, C.

- 1988 "Respuesta a Chac", en *Proceso*, México, núm. 589, febrero.

MARTINEZ MEDINA, Rosa María y Enrique Ramírez Serrano

- 1988 "Proyecto de investigación: El mensaje y los medios de transmisión en el museo del Templo

Mayor: una evaluación a través del público", INAH, mimeo.

MATOS MOCTEZUMA, E.

- 1989 *Guía oficial del Templo Mayor*, México, INAH-Salvat, (en prensa).

- 1979a "El Proyecto Templo Mayor" en *Ciencia y desarrollo*, México, CONACYT, enero-febrero, núm. 24, pp. 30-33.

- 1979b "El proyecto Templo Mayor: objetivos y programa", en *Trabajos arqueológicos en el centro de la ciudad de México*, México, SEP-INAH, pp.13-26.

PACHECO, Paco

- 1990 "Coyolxauhqui, un espacio a su medida en el Templo Mayor", en *Punto*, México, año VIII, núm. 377, 22 enero, p. 16.

SCHMILCHUK, G.

- 1987 *Museos: comunicación y educación. Antología comentada*, México, CENIDIAP. Colección Artes Plásticas. Serie Investigación y documentación de las Artes, núm. 5.