

PROPUESTA PARA LA DIVULGACION CULTURAL A TRAVÉS DE EXPOSICIONES FOTOGRAFICAS ITINERANTES EN ESPACIOS PUBLICOS EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO

Ángel Antonio García García¹ y David Navarrete Escobedo²

RESUMEN

La ciudad de Guanajuato, ofrece al turista una riqueza cultural. De su arquitectura y su traza urbana destaca una red de calles subterráneas únicas en América Latina con un gran potencial turístico todavía inexplorado e inexplorado. El objetivo principal es proponer un modelo para divulgación cultural mediante galerías urbanas. Además de optimizar el uso de los espacios públicos a la vez que se aprecia la arquitectura; generando nuevos productos para diversificar la oferta turística de la ciudad. Se aplicaron encuestas a residentes y turistas. Los resultados mostraron que mayoritariamente los museos no son visitados, sea por falta de tiempo, falta de interés o por los precios de acceso. La propuesta de divulgación cultural nace a partir de la carencia de éstas exposiciones en espacios urbanos y abiertos; la falta de apreciación de las calles subterráneas; y principalmente de la necesidad de fortalecer y diversificar la oferta turística de la ciudad.

Galería, Turista, Museos, Subterránea.

Palabras Clave

¹ Licenciatura en Administración de Recursos Turísticos, División de Ciencias Económico Administrativas. Fraccionamiento 1, Col. El Establo S/N; C.P. 36250, Guanajuato, Guanajuato, Teléfono (01) 473- 73-52 900; lartgarcia@gmail.com

² Profesor, Universidad de Guanajuato, División de Arquitectura Arte y Diseño, Departamento de Arquitectura, Avenida Juárez No. 77, Col. Centro, C.P: 36000, Guanajuato, Guanajuato. Teléfono: (01) 473-10 20 100 ext. 2233; david.navarrete.ugto@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La animación cultural se define como la realización más significativa de cara a promover una cultura de participación y hacer de la cultura no un elemento de encubrimiento ideológico, sino una energía creadora vinculada a la edificación de una nueva sociedad, (EGG, 1983). Con base en anterior nace la idea de la presente propuesta para la divulgación cultural con el objetivo de difundir la cultura en una ciudad patrimonio a partir de la animación sociocultural.

La ciudad de Guanajuato, declarada patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO en 1988 y denominada Destino Cultural de México por la Secretaria de Turismo del Estado de Guanajuato, (ROMERO, 2014) ofrece al turista una riqueza de patrimonio tangible e intangible al contar con más de 20 museos y eventos artísticos de talla internacional como el Festival Internacional Cervantino. Sin embargo existen otras condiciones únicas de la ciudad claves de su prestigio cultural: su arquitectura y su traza urbana. De esos elementos destaca una red de calles subterráneas única en América Latina con un gran potencial turístico todavía inexplorado e inexplorado.

Tanto la comunidad guanajuatense como los turistas tienen la oportunidad de apreciar el arte de la ciudad, pero a veces espacios cerrados como los museos, por ejemplo. Esta propuesta va encaminada a que se integre la apreciación de representaciones gráficas en un paseo por las calles subterráneas de la ciudad.

La propuesta de divulgación cultural nace a partir de la carencia de éstas exposiciones en espacios públicos, la falta de apreciación de las calles subterráneas, y principalmente fortalecer y diversificar la oferta turística de la ciudad.

La dinámica que se propone para la ciudad de Guanajuato cuenta con un antecedente de implementación en ciudades como: Querétaro México, Ciudad de México, Ciudad de Bogotá, Colombia, Ciudad de Montevideo, Uruguay.

Según la Asociación Nacional de Universidad e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2013) la difusión de la cultura contribuye al desarrollo cultural y a la formación integral de la comunidad estudiantil y académica, así como de la sociedad en general a través del diálogo, rescate, preservación, propagación y enriquecimiento de la cultura en todas sus expresiones y posibilidades incluidas las manifestaciones del arte, la ciencia, las humanidades y los valores gregarios. Así mediante esta propuesta de divulgación cultural se busca contribuir positivamente al desarrollo cultural de la sociedad guanajuatense, y turistas, mediante la exposición de expresión artística en lugares públicos.

Guanajuato se posiciona como la séptima entidad en llegada de turistas de acuerdo a cifras de (SECTUR, 2012), y es sin duda un destino por excelencia en México, posee una riqueza cultural, arquitectónica e histórica de gran importancia. En Guanajuato existen cerca de 24 museos (DIRECCION MUNICIPAL TURISMO 2012) en los que se ofrece al visitante exposiciones de carácter artístico, histórico y cultural que forman parte de la oferta turística de Guanajuato sin embargo, la ciudad carece de exposiciones artísticas en espacios públicos (galerías urbanas).

Objetivo general

Elaborar una propuesta para divulgación cultural mediante exposiciones fotográficas itinerantes en espacios públicos destinados a la comunidad guanajuatense y turistas que visitan ésta ciudad.

Objetivos específicos.

Optimizar el uso de los espacios públicos (banquetas, calles subterráneas) como un atractivo más de la ciudad a la vez que se aprecia la arquitectura urbana y las fotografías artísticas además de identificar los motivos por el cual los turistas y residente no asisten a los museos y medir la aprobación para la inserción de galerías urbanas en la ciudad de Guanajuato por parte de turistas y residente.

Métodos y materiales

Metodología

Fase 1 Investigación: Se llevó a cabo la investigación documental referente a la divulgación, cultura, animación sociocultural y el contexto turístico de la ciudad de Guanajuato así como de la importancia de facilitar el alcance de la cultura a la sociedad.

Fase 2 Diagnóstico: Se realizó un diagnóstico, para identificar ciudades en los que se haya implementado una dinámica similar de exposiciones fotográficas en espacios públicos y su éxito.

Fase 3 Análisis: Se tomaron fotografías de la calle padre Belauzarán para identificar el espacio físico y con uso de mapas satelitales de trazo la poligonal para delimitar el espacio y medir la longitud de la calle, en el que se propone sean colocadas las galerías urbanas.

Fase 4 Redacción y elaboración de encuestas: Se redactaron las encuestas para su posterior aplicación a la población guanajuatense. El instrumento realizado fue el cuestionario para entrevista directa. Se eligió dicha técnica ya que, al ser un método cuantitativo y cualitativo permite la fácil comprensión y descripción de los resultados apegándonos al identificar la frecuencia con la que se visita museos, galerías y exposiciones culturales.

Fase 5 Propuesta: Se diseñó un montaje (de manera digital), para apreciar cómo será el resultado y aspecto físico de la calle subterránea una vez instaladas la propuesta de las exposiciones fotográficas.

Fase 6 Evaluación: Se aplicaron las encuestas redactadas en la fase 4 para obtener resultados que sustenten y justifiquen esta propuesta de divulgación científica. Utilizando como herramienta de propuesta el diseño del montaje digital y hacer que la idea de la galería urbana sea más fácil de comprender.

RESULTADOS

Uno de los resultados principales fue la realización de perspectivas de la calle subterránea calle padre Belauzarán el cual nos brinda un acercamiento mas real de la propuesta que se tiene

Se muestran en la Figura 1, Figura 2 y Figura 3.



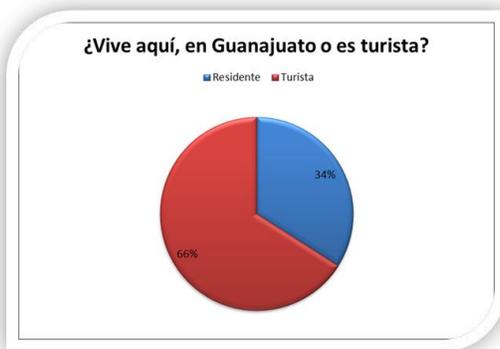
Figura 1. Perspectiva Calle Padre Belauzarán



Figura 2. Perspectiva Calle Padre Belauzarán.

Resultados de Encuestas

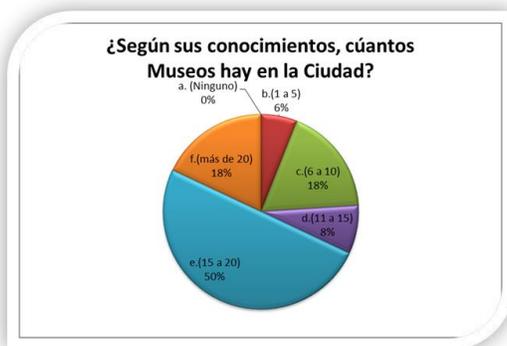
Respecto al perfil de los encuestados, en su mayoría fueron turistas con un 66% y un 34% de residentes, cabe mencionar que las encuestas fueron aplicadas al azar en el centro histórico de la ciudad de Guanajuato. Con base a los resultados



podemos saber más de cerca cual es la perspectiva que tienen los turistas en cuanto a la aprobación de la implementación de exposiciones fotográficas en espacios públicos. (Figura 3)

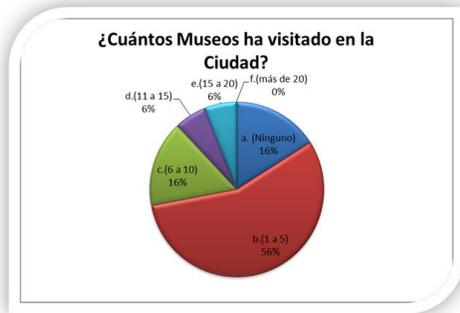
cuenta de que solo el 6% tiene conocimiento de la cantidad de museos y exposiciones que ofrece Guanajuato, sin embargo identificamos que tanto los turistas como la población está consciente de

Figura 3. Porcentaje de turistas v residentes



Nos interesamos en saber si los turistas y la población de Guanajuato tiene conocimiento acerca de la oferta cultural que tiene la ciudad y al aplicar las encuestas nos dimos cuenta de que solo el 6% tiene conocimiento de la cantidad de museos y exposiciones que ofrece Guanajuato, sin embargo identificamos que tanto los turistas como la población está consciente de la, y que cerca del 70% de la muestra identifican un promedio de 18 museos y/o exposiciones en la ciudad lo cual nos da pauta a indagar acerca del aprovechamiento que se le da a estos recintos. (Figura 4)

Es lamentable saber que la gran mayoría de turistas y la población no tiene la práctica visitar los museos, ya que de la muestra el 16% ni siquiera han pisado un museo y el 56% han visitado de 1 a 5 museos en el ultimo año. Uno de los resultados mas relevantes es que ninguno de los encuestados han visitado mas de 20 museos en la ciudad en el ultimo año. (Figura 6)



Uno de objetivos de mayor importancia para la investigación era el identificar cual es el motivo por el cual tanto los turistas como

los residentes visitan los museos en donde logramos establecer que la falta de tiempo es el motivo más recurrente, seguido de la Falta de conocimiento de los museos y en menor grado la ubicación, las exposiciones poco atractivas y el costo de las entradas a los museos. (Figura 6)

Durante la aplicación de las encuestas se les mostró a los participantes imágenes de la propuesta de la galería urbana, se consultó si aprobaban el proyecto y si les resultaba atractivo. Los resultados fueron sumamente favorables ya que el 94% dieron visto bueno y manifestaron estar de acuerdo con la instalación de exposiciones fotográficas itinerantes en espacios públicos. (Figura 7).

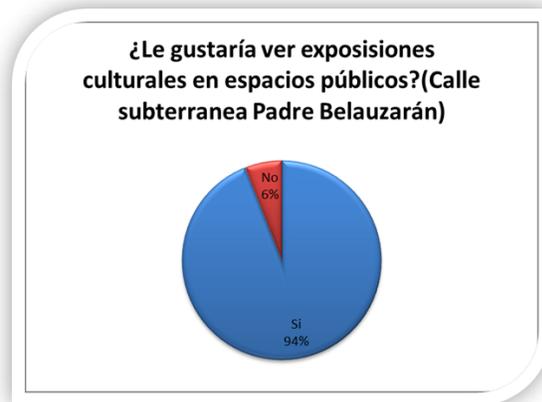


Figura 7. Aprobación de la implementación de la Galería Urbana

CONCLUSIONES

Se encontró que la propuesta de la exposición fotográfica en espacios públicos resulta muy atractiva para residentes y turistas ya que el 94% respondieron a favor del proyecto. Identificamos además que más del 72 % de la muestra han visitado de 0 a 5 museos en el último año, lo cual nos da la oportunidad de proponer nuevos métodos para la divulgación cultural en la ciudad de Guanajuato, y

considerando que la ubicación y el costo que tienen los museos es de suma importancia para la asistencia a los mismos, el hecho de que la exposición se encuentre en la calle es el pretexto ideal para llegar a todo tipo de público.

Un resultado importante es que el 12% de la muestra encuentra los museos aburridos, es decir manifiestan que las exposiciones no son de su interés y resultan poco atractivas, este estudio plantea una primera exploración del fenómeno en las que posteriormente se podría indagar sobre los interés que tienen los turistas y residentes en cuanto a la oferta cultural y así también diversificar las exposiciones con el fin de conectar con los interés de los asistentes.

REFERENCIAS

Asociación Nacional de Universidad e Instituciones de Educación Superior (2013). "Acerca de la difusión cultura, la divulgación científica y los medios de comunicación" en ANUIES. Consultado en <http://www.anui.es.mx/content.php?varSectionID=136>

DataTur (2012). "Llegada de Turistas Nacionales e Internacionales por Entidad Federativa en 2012" El Turismo en México 2012. Secretaria de Turismo. [pp 12]

Egg, A. (1983). "Metodología y práctica de la animación socio cultural "Animación Sociocultural" .Caja de Ahorros de Alicante y Murcia, [pp19-25]

H. Ayuntamiento Guanajuato, (2012). "Museos y Galerías en Guanajuato" en Dirección General de Turismo. Consultado en <http://www.guanajuatocapital.mx/?mod=museos>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1999). Líneas Generales "Cultura" en UNESCO. Consultado en <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

ROMERO (2014). "Guanajuato el destino cultural de México" en El Economista. Consultado en <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/04/09/guanajuato-quiere-ser-destino-cultural-mexico>