

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

**EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES EN LAS
CASAS MUSEO:
CASO OBSERVATORIO CULTURAL VILLA
OCAMPO.**

Tesis de Grado
Licenciatura en Turismo

Romero Huergo, María Belén.

Legajo: 87371/0.

Correo electrónico: RomeroHBelen@gmail.com

DIRECTORA: Mallo, Josefina.

FECHA: 17 de septiembre de 2019.

To let oneself be carried on passively is unthinkable.

Virginia Woolf.

INDICE

RESUMEN.....	4
INTRODUCCION.....	5
OBJETIVOS.....	8
METODOLOGIA.....	9
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO.....	11
PATRIMONIO: CONCEPTO, ACTIVACION E INTERPRETACION.....	11
CASAS MUSEO.....	16
EMOCIONES.....	21
CAPÍTULO II: VILLA OCAMPO.....	26
VICTORIA OCAMPO.....	26
OBSERVATORIO CULTURAL VILLA OCAMPO.....	27
CAPÍTULO III: EXPERIENCIAS EN VILLA OCAMPO.....	31
OBSERVACION PARTICIPATIVA.....	31
ENTREVISTAS NO ESTRUCTURADAS.....	34
ANALISIS CONJUNTO DEL TRABAJO DE CAMPO.....	39
CONCLUSIONES.....	42
REFERENCIAS.....	44
BIBLIOGRAFIA.....	44
FUENTES.....	47
ANEXO I.....	48
ANEXO II.....	48
ANEXO III.....	54

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo estudiar la experiencia que viven los visitantes de Villa Ocampo, casa que habitó la escritora Victoria Ocampo y actualmente funciona como casa museo en el municipio de San Isidro, Buenos Aires.

Las casas museo son la tipología museística que más logra evocar la historia en los visitantes gracias a sus características intrínsecas, generando en las personas sentimientos de confianza y empatía con la persona que habitó la casa.

Se realizó, en primera instancia, una descripción de los conceptos relevantes a la hora de llevar a cabo la investigación como son el patrimonio y las emociones, ambos en relación con las casas museo y, luego, para alcanzar el objetivo de la tesis se llevó a cabo una observación participativa de las visitas guiadas que se ofrecen en el lugar y se realizaron entrevistas no estructuradas al público.

Finalmente, con la información obtenida con estas metodologías se consiguió comparar la experiencia que se vive en Villa Ocampo con la experiencia que los diferentes autores que abordaron el tema de las casas museo describen se vive en estos lugares en particular y se elaboraron las conclusiones del trabajo.

INTRODUCCION

La siguiente investigación aborda la experiencia que tienen los visitantes de la casa que habitó Victoria Ocampo en San Isidro, Buenos Aires, y se encuentra actualmente administrado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) bajo el nombre de Observatorio Cultural Villa Ocampo.

Victoria Ocampo fue una destacada figura de la vida intelectual y cultural de la Argentina y convirtió su casa de San Isidro en un punto de encuentro para los escritores y pensadores más relevantes del siglo XX como parte de su objetivo de promover la cultura.

Si bien la UNESCO, siguiendo con la voluntad que la propia Victoria Ocampo tuvo antes de donarle la casa, asume principalmente la tarea de utilizar el observatorio para difundir conocimiento cultural y patrimonial, la casa también se encuentra abierta a visitas y se realizan recorridos guiados los fines de semana y feriados para las personas que deseen conocer el lugar donde vivió Victoria Ocampo.

Pérez Mateo (2011) define a las casas museo como un tipo de museo que trasmite valores inmateriales exponiendo objetos ligados a su propietario, que representan símbolos de la historia y testimonios del modo de vida del dueño. En el caso de Villa Ocampo no solo se hace hincapié en las instalaciones de la casa, sino que también en su mobiliario y en los eventos que ocurrieron en ella, por lo que evoca la historia para las personas que la visitan.

Por otro lado, respecto a las experiencias que los visitantes tienen en las casas museos Deloche (1999) afirma que las casas museo comparten la característica de tener un “aura”, a la cual define como la fuerza que el visitante siente al estar en contacto con las mismas, que proviene de su historia y el rol que se les asocia. Por su parte, Giovanni Pinna (2001) destaca el papel que tienen las mismas para poner al visitante en contacto con la historia y además crear un lazo entre esa historia y la persona que visita la casa. Risnicoff de Gorgas (2006) también afirma que la autenticidad que caracteriza a las casas museo es lo que genera diferentes emociones en los visitantes ya que estos se sienten inmersos en un ambiente que se creó en un tiempo pasado y eso tiene consecuencias en sus formas de ver el presente.

La experiencia vivida en Villa Ocampo se puede traducir en sentimientos por el doble carácter que posee esta casa según Tatavitto & Moré (2015): el de patrimonio tangible y, al mismo tiempo, patrimonio intangible. Los visitantes no solo experimentan una evocación de la historia por la arquitectura del siglo XIX y el entorno en donde esta está inserta, sino que también por las costumbres de quien la habitó y los sucesos que allí ocurrieron (Luca de Tena, 2007), producto de una etapa cultural específica en la historia del país.

Los visitantes experimentan lo descrito con anterioridad a través de la disciplina de la interpretación (Guglielmino, 2007). El término interpretación se puede emplear en este contexto determinado: hay un lugar con valores patrimoniales que es visitado por el público y se utiliza una estrategia amena y efectiva que conecta al público con este recurso (Miranda, 2008). En el caso de Villa Ocampo, la estrategia elegida son las visitas guiadas por la casa museo. Esta estrategia de interpretación es lo que sirve de base para

educar al público visitante y transmitirles el significado del patrimonio, produciendo conexiones intelectuales y emocionales entre el recurso y el público visitante (Miranda & Ham, 2008).

Para estudiar este tema, por un lado, se destacará la importancia patrimonial de Villa Ocampo y, por otro lado, se abordarán los aspectos interpretativos del patrimonio, que son los que determinan el significado que se les da a los objetos patrimoniales.

La hipótesis de este trabajo es que Villa Ocampo genera en el visitante emociones fuertemente dependientes de la interpretación elegida por el proceso de recorrida organizada en la misma, que configuran una experiencia específica para la comprensión de su dueña y su época.

Esta investigación toma sentido al tener en cuenta el contexto actual de las sociedades: el ocio ocupa un lugar privilegiado en la jerarquía de los valores de la sociedad y el turismo es uno de los principales usos que se le da a ese ocio (Prieto, 2002), particularmente el turismo cultural que crece de forma progresiva e imparable (Richard, 2007).

Es importante aclarar que si bien la temática de las casas museos, sus visitantes y la experiencia en las mismas está fuertemente relacionada con el turismo y fue abordada por múltiples autores pertenecientes a distintas disciplinas, las casas museo no fueron vistas en particular como objeto de estudio de los profesionales del turismo.

El fenómeno de las casas museo, dentro de la tipología de turismo cultural, surgió a finales del siglo XIX. Los primeros ejemplos de esta tipología de museos son la casa de Dürer, que fue musealizada en 1871; la casa de Michelangelo Buonarroti, abierta en 1859 y la del Greco en 1910, entre otras. Con ellas, por primera vez, se puso en valor no solo lo arquitectónico sino también a quien las habitó.

El valor de las casas museos yace en que en estas se conserva y difunde el patrimonio inmaterial de una manera más eficiente que en el resto de las tipológicas museísticas, ya que en este tipo de museo no importa demasiado la obra arquitectónica, sino que su valor yace en la determinada estructura económica de los moradores y sus relaciones sociales y su vinculación con el inmueble (Mateo, 2011). Esto provoca un impacto en el público, que siente la presencia de la persona que vivió en la casa, pero también su ausencia.

Pero para que esto se transmita correctamente se debe hacer mediante un recorrido museístico adecuado (López, 2015), que debe contar con una interpretación del pasado para que las personas puedan comprender el valor de los objetos.

La importancia del estudio de la experiencia vivida en Villa Ocampo radica en poder comprobar si los visitantes sienten esa atmósfera que los lleva a otra época, para descubrir si el dialogo que se creó entre la casa-museo y el visitante se hizo de una manera tal que cumple las expectativas que los administradores del museo tienen: lograr que el visitante tenga una conexión directa no solo con la persona que habitó la casa, sino que también con el pasado.

La tesis cuenta con una presentación de los objetivos de la investigación y la metodología utilizada para alcanzarlos. Luego, le siguen tres capítulos: En el primer capítulo se aborda el marco teórico de la investigación, el cual incluye tres apartados: patrimonio, casas museo y emociones. Primero, se explicará no solo el concepto de patrimonio, sino sus características y su relación con la cultura, para así también abordar el concepto de patrimonio cultural que resulta relevante para la investigación. Además, se repasarán

términos como puesta en valor del patrimonio, mercantilización e interpretación del patrimonio, deteniéndose principalmente en una forma de interpretación específica: la visita guiada. Luego se analizaron las casas museo, incluyendo información sobre cuando se empezaron a considerar como un nuevo tipo de museo, las diferentes tipologías de casas museo y, lo más relevante, sus características y la experiencia que los visitantes viven en ellas. Por último, dentro del marco teórico se analizarán las emociones de los consumidores y visitantes incluyendo estudios previos de las mismas, la relación con la satisfacción y la experiencia del consumidor y la evaluación de la experiencia del consumidor mediante sus emociones. En el segundo capítulo se hará un breve resumen de la vida de Victoria Ocampo y luego, se explicará la donación de Villa Ocampo a la UNESCO y se mencionará su importancia patrimonial. Finalmente, en el tercer capítulo de la tesis se compartirá como fue la realización del trabajo de campo en dos apartados que incluyen respectivamente detalles sobre la observación participativa de las visitas y de las entrevistas no estructuradas a los visitantes, mencionando los testimonios brindados por los entrevistados y también las reacciones de los visitantes ante la visita guiada y la revelación de datos por parte de los guías. Al final del trabajo, se presentan las conclusiones del mismo.

OBJETIVOS

Objetivo General

El objetivo general de esta tesis es indagar las características de la relación entre la experiencia museística de la casa museo Villa Ocampo y las emociones despertadas en sus visitantes

Objetivos Específicos

La tesis contara con los siguientes objetivos específicos:

- Realizar una descripción de la casa, destacando su valor patrimonial tanto material como inmaterial, con el fin de explicar brevemente porque los visitantes deciden acercarse a la misma.
- Definir si Villa Ocampo entra en la clasificación de casa museo basándose en los sentimientos que los visitantes experimentan al visitar el lugar, a partir del proceso comunicacional entre patrimonio y visitante.
- Identificar las emociones recurrentes de los visitantes de casas museos, así como también sus motivaciones para concurrir a las mismas, para luego compararlas con el caso Villa Ocampo.
- Analizar el papel de los guías turísticos en la interpretación emotiva de Villa Ocampo.

METODOLOGIA

La estrategia metodológica elegida es de carácter cualitativo ya que es la que resulta indicada para abordar la temática a analizar.

Por el lado descriptivo de la investigación, el valor patrimonial de la casa *per se* es explicado realizando una recopilación de datos de artículos periodísticos, publicaciones de la misma UNESCO con respecto a la casa y documentales, como así también información comunicada en el relato compartido por el guía en la visita guiada. Al mismo tiempo, se tomaron datos de la biografía oficial de Victoria Ocampo para describir sucesos ocurridos en la casa.

El estudio se centra en los sujetos que visitan la casa y por eso para la recolección de información primaria se utilizaron dos métodos para recuperar sus vivencias: la entrevista y la observación participativa.

La entrevista es una conversación que tiene por objeto obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida de las personas (Benadiba & Plotinsky (2001) en Sautu et al, 2005) y es en muchos casos, según Woods (1989), la única manera de descubrir las visiones de las distintas personas sobre un determinado tema.

El tipo de entrevista elegida fue la entrevista no estructurada, la cual resulta indicada para entender el comportamiento complejo de los miembros de una sociedad (Malinowski en Lucca y Berrios, 2003). Las preguntas se seleccionaron tomando como base los objetivos de la investigación, pero también teniendo en cuenta las impresiones y la información obtenida en la instancia de observación participativa.

La observación participativa es una descripción de eventos y comportamientos en el escenario que se estudiara. La misma sirve como apoyo de otros métodos cualitativos de investigación (en este caso, las entrevistas previamente mencionadas), ya que sirve para comprobar situaciones que los informantes describieron en las entrevistas (Marshall & Rossman (1989) en Kawulich, 2005).

Como afirma Valles (2000) la observación participativa resulta un método apropiado cuando el fenómeno está lo suficientemente delimitado en tamaño y localización para ser estudiado como un caso.

La observación permite agregar a los resultados la versión del investigador, además de la visión de las personas entrevistadas, y logra aproximarse a la realidad social gracias a la observación de modo directo en el momento que acontecen los fenómenos de estudio (Valles, 2000)

Según Gold (1958, en Kawulich, 2005) hay cuatro posturas que se pueden tomar al momento de hacer una observación:

1. El observador es miembro del grupo que está siendo estudiado y oculta su postura.
2. El investigador es un miembro del grupo estudiado, pero el grupo es consciente de la actividad de investigación.

3. El investigador no es un miembro de grupo, pero participa como un medio para ejecutar una mejor observación y generar un entendimiento más completo de las actividades grupales.
4. El investigador está completamente oculto mientras observa, o se halla a plena vista en un escenario público, pero el público estudiado no está advertido de que lo observan.

En esta investigación se utilizará la cuarta postura ya que resulta no molesta y desconocida para los participantes, por lo que podrán actuar más natural y sin restricciones (Kawulich, 2005). La principal ventaja de este método es poder permitir contrastar lo que se dice con lo que se hace.

La observación es útil para incrementar la validez del estudio y para obtener una mayor comprensión del contexto de estudio, desarrollando una comprensión holística de la situación estudiada (DeWalt & DeWalt (2002) en Kawulich, 2005).

Estos dos métodos son complementarios entre sí: la entrevista complementa a la observación ya que muchos sentimientos solo pueden ser comprendidos mediante declaraciones de las personas que los experimentan (Maestre, 1976); mientras que la observación complementa a la entrevista ya que muchas veces la gente actúa de cierta manera al saber que están siendo observados (Bernard, 1994).

Durante el trabajo de campo de esta investigación se llevaron a cabo veinte entrevistas no estructuradas a los visitantes de Villa Ocampo. La muestra seleccionada y estudiada cuenta tanto con hombres como con mujeres de un rango amplio de edades: desde jóvenes transitando la década de los veinte hasta adultos mayores. Todos fueron entrevistados a la salida de la casa museo, una vez que terminaron de realizar la visita guiada por Villa Ocampo y tuvieron tiempo de recorrer el predio. Si bien la mayoría de las entrevistas fueron individuales, en ocasiones también contestaron las preguntas dos o más personas al mismo tiempo.

Para reforzar los datos obtenidos de las entrevistas también se realizó la observación participativa de la visita guiada: se hizo el recorrido cuatro veces, todas las veces realizado por guías distintos, con relatos distintos. Los grupos observados contaban de aproximadamente treinta personas, también de todas las edades. Se observó como respondían los visitantes a la información que el correspondiente guía iba brindando a medida que avanzaba con la visita, prestando atención en si el grupo realizaba preguntas, si se concentraban en el relato y en los objetos que se iban mencionando o mostrando, entre otras cosas.

CAPÍTULO I: MARCO TEORICO

PATRIMONIO: CONCEPTO, ACTIVACION E INTERPRETACION.

En términos generales, se puede definir al patrimonio como el acervo de una sociedad. Este término incluye bienes que se acumularon por herencia y son comunes al conjunto de individuos que integran una sociedad (Bertoncello et al, 2016).

Estos bienes tienen dos características principales: por un lado, tienen que ver con la naturaleza o con la cultura, por lo tanto, el patrimonio puede ser natural o cultural. Por otro lado, están relacionados con el pasado de una sociedad (Zamora Acosta, 2011) ya que como también afirma Bertoncello (2016) el patrimonio se recibe del pasado, y se relaciona con una herencia.

De este concepto general de patrimonio se derivan otras nociones del patrimonio, entre ellas la de patrimonio cultural.

Según Zamora Acosta (2011) la cultura tradicional es el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad y fueron fundadas en la tradición, expresadas por un grupo de individuos y responden a las expectativas que tiene la comunidad sobre expresión de su identidad cultural y social. Puede adaptar las formas de literatura, música, ritos, arquitectura, entre otras.

A raíz de esta definición de cultura, se puede plantear al patrimonio cultural como un conjunto de manifestaciones u objetos producidos por la humanidad, que una sociedad recibe como herencia y que constituyen elementos significativos de su identidad como pueblo. (Peñalba, 2005)

Pero como bien destaca Fernández (2017) el patrimonio no se valora solo por la riqueza que puedan a llegar a tener los objetos, obras, paisajes o sitios, sino que también por los sentimientos y emociones que genera.

Es importante destacar esta última característica porque transforma al patrimonio en una construcción social, su significación para una sociedad supera al patrimonio en sí y se convierte en una representación de la sociedad que lo heredó de su pasado y lo adoptó como signo de identidad cultural (Zamora Acosta, 2011).

El patrimonio cultural siempre estuvo ligado con el surgimiento y la consolidación de las naciones durante los siglos XIX y XX, porque junto a los proyectos territoriales, sociales, políticos y económicos de esa época también se construyó un proyecto cultural y de identidad para legitimarlos (Pérez Ruiz, 1998), pero el concepto de patrimonio cultural comenzó a ser utilizado oficialmente luego de la Conferencia General de la UNESCO de 1962, en París. En el término subyace el interés de las naciones por que se establezca una normativa tanto para la protección como para la recuperación de bienes culturales y para hacer compatibles las necesidades de desarrollo y modernización con las de conservación y protección de bienes culturales.

En ambas de las definiciones expuestas, tanto la de patrimonio como patrimonio cultural, se habla de un patrimonio heredado del pasado.

Es importante también sumar a estas definiciones la de patrimonio histórico, siendo este para Prieto (2002) una colección de objetos tangibles e intangibles que se relacionan con

el desarrollo cultural de una sociedad, provienen de las generaciones pasadas y son estimados por los individuos contemporáneos.

Es valioso resaltar la existencia de este tipo de patrimonio porque tiene algunas características que son útiles para esta investigación y el patrimonio que se analiza: Por un lado, al visitar lugares relacionados con el patrimonio histórico no se demanda el bien en sí mismo, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados y que abarcan desde la emoción estética hasta el valor cognitivo y de formación. Por otro lado, los bienes de patrimonio histórico comportan una experiencia cultural de carácter cualitativo, como puede ser contemplar un cuadro o reconocer señas de un pasado en un recorrido de un sitio histórico (Prieto, 2002)

Pero todas las definiciones mencionadas anteriormente, incluyendo la de patrimonio histórico, ponen a la sociedad solo como una receptora de ese patrimonio, el cual debe mantener para que luego sea heredado por las generaciones futuras, y también toma al patrimonio como algo estático.

Troncoso & Almirón (2005) plantean que diferentes autores han criticado esta manera de analizar el patrimonio, ya que la sociedad también en momentos cumple el rol de creadora de patrimonio, que más adelante será legado para generaciones futuras.

Con esta otra manera de ver el concepto de patrimonio se pueden relacionar los conceptos de puesta en valor o activación del patrimonio. Según Prats (en Rusillo, 2015) la activación patrimonial es la acción de seleccionar y transformar el recurso en producto patrimonial. Sin esta acción la capacidad de transmisión de los bienes culturales permanecería oculta para la mayoría de la sociedad.

Una vez que se realiza la activación del patrimonio, el mismo puede considerarse un recurso, lo que Fernández Poncela (2002) también expone que sería considerar al patrimonio como oferta turística.

Troncoso & Almirón (2005) explican que en las últimas décadas hubo un crecimiento del patrimonio como oferta turística por la aparición de un nuevo turista que busca acercarse a las distintas culturas y consumir productos que se diferencien del turismo de masas. Así, el turismo de patrimonio permite que los turistas se acercan al patrimonio, se contacten con él y así lo puedan valorar y disfrutar.

Entonces, en este nuevo contexto en cual hay una demanda creciente de productos turísticos relacionados con el patrimonio, el turismo se convierte en un aliado para la puesta en valor de los elementos patrimoniales de un lugar.

Las visitas culturales han motivado a los viajeros desde la antigüedad, sobre todos desde el Renacimiento y, luego, con el nacimiento de los Grand Tour. El turismo cultural integra dos áreas: turismo y cultura. Ambos conceptos han atravesado distintas fases a lo largo de los años, siendo conceptualizados por diferentes autores desde distintas perspectivas (Mestanza & Revilla, 2016).

El concepto de cultura ya fue analizado previamente. Mientras que, sobre el turismo, se puede decir es una las actividades humanas contemporáneas más relevante de los últimos tiempos, con una gran importancia social y económica a nivel mundial (Maragliano, 2008)

El turismo cultural empezó a ser reconocido como una categoría específica de turismo a fines de la década del '70 cuando los investigadores especializados en turismo se dieron cuenta que existía gente que viajaba específicamente para entender más la cultura o el

patrimonio de un destino. En la mayoría de los casos la cultura forma parte del total de la experiencia turística y casi todos los viajes incluyen ciertos elementos culturales. (Benediktsson, 2004)

Según Mestanza & Revilla (2016), el turismo cultural, que abarca ambos conceptos, tiene su origen en la cultura que integra todos los aspectos de nuestra vida cotidiana bajo múltiples formas, estas pueden ser el patrimonio, la lengua, los hábitos, las tradiciones o la gastronomía, entre otros. Las autoras explican que a ese concepto de turismo cultural hay que agregarle el viaje, que también adquiere una dimensión cultural a través de las experiencias que viven los viajeros en sus estancias.

Según Arrieta Urtizberea (2012) el turismo, por un lado, y el patrimonio cultural y los museos, por otro lado, forman dos sistemas con un grado importante de interrelación, tanto en el plano teórico como en el plano práctico.

Silberg (1995) define al turismo cultural como las visitas realizadas por personas, fuera de la comunidad receptora, motivadas totalmente o en parte, por el interés histórico, artístico, científico, o por las costumbres y modos de vida de una comunidad, región, grupo o institución.

La UNESCO en cambio, también incluye en su definición las excursiones a lugares culturales, con el fin de aprender sobre el patrimonio de manera informada sobre el contexto y los valores históricos, lo que incluye en el término también los turistas de la misma comunidad receptora. (UNESCO, 1986).

Añadiendo la idea del viaje se incorpora una dimensión de mercado y consumo. Así, se puede ver a la oferta como herramienta de conservación del patrimonio (Mestanza & Revilla, 2016).

Pero se advierte que no hay que convertir el patrimonio únicamente en un objeto de consumo ya que su mercantilización llevada al extremo puede destruir el recurso patrimonial. (Troncoso & Almirón, 2005).

Desde esta postura en la cual se toma al patrimonio como objeto de consumo, también deben tenerse en cuenta las expectativas que tendrán los futuros consumidores de este. Estos nuevos turistas de los cuales se hace mención buscan como prioridad el componente emocional de la experiencia turística, quieren emociones y sentimientos que satisfagan su sistema emocional (Prats & Talavera 2001).

Así es como como la disciplina de interpretación del patrimonio se convierte relevante, ya que será lo que permite que la persona que consume el recurso patrimonial pueda conectar emocionalmente con el mismo, y así pueda encontrarle un valor personal y tener una experiencia enriquecedora (Morales, 2008).

Si bien la interpretación es un acto de transferencia cultural que puede llegar a ser tan antiguo como la propia humanidad, no fue hasta hace algunos años que se la definió. En una primera instancia, la interpretación fue llamada interpretación ambiental, pero, desde mediados de los años ochenta, se comenzó a llamar a la disciplina interpretación del patrimonio. Esto se decidió en el Primer Congreso Mundial de Interpretación del Patrimonio en 1985, en Canadá, ya que el término patrimonio es más amplio que el término ambiental (Miranda, 1998).

Según Veverka (en Maragliano, 2008) la interpretación del patrimonio tiene tres objetivos: Los objetivos de conocimiento, que incluye lo que se quiere que el público conozca como resultado de la interpretación; los objetivos emocionales, que son los sentimientos que se

quiere que surjan en las personas a partir del conocimiento obtenido; y los objetivos actitudinales, que abarcan las nuevas actitudes que se pretenden que el visitante adopte, que tendrán origen en las emociones que generó el conocimiento adquirido.

Para Miranda (1998) la interpretación es la culminación de la puesta en valor de los rasgos del patrimonio, para su uso y disfrute de todo el público. El público tiene derecho a disfrutar el patrimonio, y a comprenderlo, para así poder no solo apreciarlo, sino que también contribuir a su conservación.

Moscardó (en Jafari (2000) citado en Rabotic, 2008) enfatiza que todas las definiciones de interpretación tienen en común tres cosas: Primero, la interpretación está vista como una forma de comunicación que tiene como objetivo estimular al público para que se interese en aprender y que desarrolle la habilidad de observar; segundo, la interpretación genera un soporte para la presentación de un lugar, ayudar a la gente a entender; tercero, la interpretación puede verse como un recurso turístico, recreacional, o cultural.

Según Rabotic (2008) la interpretación puede tener diferentes formas: por un lado, puede ser personal y basarse en visitas guiadas, demostraciones, storytelling, caminatas y tours. Mientras que, por otro lado, la interpretación impersonal se basa en carteles, exhibiciones, caminos auto guiados, entre otros.

En este estudio se pondrá énfasis en la una forma específica de interpretación personal: la visita guiada, ya que es relevante para el tema a analizar.

Las visitas guiadas son una de las actividades humanas más antiguas. Los guías existen hace miles de años, pero fue con el surgimiento del turismo de masa que los guías se convirtieron en un factor importante en la industria del turismo (Rabotic, 2008).

La visita guiada es una estrategia o medio interpretativo personal que consiste en atender al visitante a través de una ruta preestablecida, en la cual el estilo de presentación y los contenidos pueden variar dependiendo del guía y del grupo (Báñez López et al, 2008).

Como expone Cohen (1985 en Rabotic, 2008), el rol más importante de los guías es el rol comunicativo: la selección de los puntos importantes, presentar la información correcta e interpretar todo lo que los turistas no entiendan.

Los guías tienen la responsabilidad y el poder de ser los proveedores de información, de esconder, mostrar, seleccionar e interpretar la información que es dada a los visitantes.

De acuerdo con Morales (1998 en Báñez et al, 2008) esta forma de interpretación se destaca porque establece un contacto personal entre el guía y los visitantes, permite que el visitante tenga contacto directo con el recurso, admite que se puedan responder preguntas y también se pueden hacer modificaciones para que la visita se adapte a la concurrencia.

Según Morales (1998 en Báñez et al, 2008) el guía debe ser ameno, capaz de estimular la imaginación y participación del grupo, saber seleccionar la estrategia más apropiada para cada ocasión, estimular la utilización de los sentidos, ser entusiasta, utilizar un lenguaje sencillo sin descuidar el nivel técnico, entre otras cualidades.

En cuanto a la interpretación de los museos en particular, según Fernández Balboa (2007) los museos deberían cumplir tres estrategias para una interpretación exitosa: la participación, la animación y la demostración. La participación tiene como base combatir la actitud pasiva y contemplativa por parte de los visitantes y la mejor manera de generar esta participación es con una actividad personalizada en el museo. La estrategia de

demostración no tiene como único objetivo mostrar algo, sino que se basa en refrendar con documentos u objetos lo dicho, atestiguar a través de objetos es una herramienta útil que tienen los museos a su disposición. Por último, la animación consiste en brindar un clima, lo que significa brindar un contexto a los objetos que están en exposición.

Los visitantes participan de una visita guiada por voluntad propia, no porque son forzados a hacerlo, teniendo el derecho de esperar una experiencia placentera. Generalmente la visita al museo responde a una búsqueda de distracción y esparcimiento (Fernández Balboa, 2007), por eso, aunque divertirse no es normalmente el objetivo principal de la interpretación, el relato del guía debe ser interesante, no solamente nombrar nombres y fechas (Rabotic, 2008).

Hay dos modalidades básicas de guías: por un lado, la modalidad tradicional donde el guía realiza una exposición de un tema casi de memoria. Por otro lado, la guía interpretativa, eso no significa que tenga que contar obligatoriamente con actos interpretativos, sino que sea una guía pertinente, amena y organizada. El guía en este caso tiene que ser original, tener una buena personalidad, identidad y claridad en sus objetivos. Tiene que saber que espera como resultado final, a donde se quiere llegar. Se debe ajustar el guion a la audiencia de turno, utilizando técnicas que apuntaran a revelar significados y relacione entre el visitante y el patrimonio (Fernández Balboa, 2007).

Según Brito (2012), los guías son los que posibilitan la conexión entre el visitante y el lugar que se visita. Son en gran parte los responsables de la satisfacción de los visitantes de un lugar. Los guías tienen un papel crucial en sugerir emociones y sensaciones y en este contexto postmoderno el rol del guía es agregar algún elemento a la visita que los visitantes no podrían ver de otra manera (MacGrath (2003) en Rabotic, 2008).

Además, la interpretación de sitios culturales evoca un sentimiento de nacionalidad y orgullo (Rabotic, 2008) y si la forma de interpretación elegida por el sitio es la visita guiada, el guía será el responsable del relato que permita generar esos sentimientos en los visitantes.

Según Pérez Ruiz (1998) hay que educar al público para que cuente con las herramientas para apreciar los bienes culturales expuestos y para que, una vez que tenga contacto con ellos, se pueda acercarse lo más posible a estos bienes. La autora destaca no solo la importancia de la educación, sino también de la concientización del público: el patrimonio debe servir para fortalecer en el público la conciencia y las reflexiones críticas sobre su entorno social, político y cultural, además de despertarle curiosidad y motivación por conocer.

No obstante, Morales (2008) también aclara que el antes mencionado no es el único propósito de la interpretación, también se busca mediante ella conservar el patrimonio a merced de las actitudes de los visitantes, a los cuales al mismo tiempo se les intenta dar un máximo disfrute.

Este propósito de conservación del patrimonio es importante porque para que el patrimonio pueda tener un uso turístico es necesario poder garantizar su conservación, para que así sea posible transmitir sus significados de una generación a otra. (Conti & Cravero Igarza, 2010).

CASAS MUSEO

La apreciación de las casas museo como un nuevo tipo de museo empezó en Europa con el establecimiento del DemHist durante la conferencia del Consejo Internacional de Museos (ICOM) “*Living History: Historic House Museums*” en Génova, en el año 1997. En dicha conferencia se planteó la necesidad de crear un comité dedicado a esta categoría de museo, para así resaltar su naturaleza y valores y poder llegar a una definición conceptual y una clasificación de las casas museo, ausentes hasta el momento en el área (Pinna, 2001).

DemHist (acrónimo del término en francés “*Demeures Historiques*”) es un Comité Internacional del ICOM que se enfoca en la conservación y el manejo de las casas museo. Como es explicado en su página web, sus metas incluyen el desarrollo de estándares de conservación, restauración y seguridad para las casas museo; así como ayudar a desarrollar la comunicación entre sus profesionales y visitantes. Se encarga también de mejorar las relaciones de la casa museo con la comunidad mientras aumenta su visibilidad y el turismo.

DemHist realiza diferentes acciones para alcanzar estas metas: se llevan a cabo conferencias anuales, se realizan publicaciones y se indican buenas prácticas y consejos de seguridad para la administración de casas museos.

La conformación de DemHist sucedió porque se expuso el concepto de que cuando las casas museo son abiertas al público, constituyen una categoría museística especial y diferente a todas las demás. (Pinna, 2001). Según Pinna, esto se debe a que las mismas solo pueden existir juntando el mobiliario original del periodo en el que la casa fue habitada, y la manera de mostrarlo o el uso de espacios no puede ser modificado sin falsificar la historia. Por esta razón, se puede decir que las casas museo están fosificadas (Pinna, 2001). El autor afirma que, además, las casas museo forman una tipología museística aparte porque pueden variar desde un palacio real hasta casas de personas famosos o hasta estudios de artistas.

Si bien fue en el año 1997 cuando se planteó la necesidad de darle un marco teórico a las casas museo, estas surgieron como tipología museística en las últimas décadas del siglo XIX. Este fenómeno puede ser relacionado, según López (2015) con la afirmación de la identidad privada. Por un lado, el concepto de museo público surge de los cambios sociales durante la revolución francesa, cuando surgió el derecho al arte y la cultura. Por otro lado, en el siglo XIX el concepto de “individuo jurídico” se transforma en realidad y junto con esto se empiezan a consagrar a los individuos y sus logros. Esta consagración se expresa en acciones como dedicar monumentos o nombrar calles en su honor.

En este contexto, dado por los cambios mencionados, fue donde aparecieron las primeras casas museos. Se puede decir que en este tipo de museo se consagran individuos, ya que no solo se hace hincapié en el valor arquitectónico de las casas, sino que también se valoriza a quien las habitó.

El primer ejemplo de casa museo se presenta en 1825 cuando la ciudad de Núremberg compra la casa de Dürer y la musealiza en 1871; en 1859 se abre la casa de Michelangelo Buonarroti en Florencia; en 1910 la de el Greco en Toledo y en 1911 la de Rembrandt en Ámsterdam (López, 2015).

Desde la aparición de esta nueva tipología museística, diferentes autores han abordado el tema, pero, al momento de la creación de DemHist en 1997, todavía no había una definición de este tipo de museos.

Por este motivo Pinna (2001) explica que, en un principio, la atención de DemHist estuvo puesta en identificar las características intrínsecas de las casas museo y las problemáticas que pueden devenir de las mismas. Se buscó entender mejor las casas museo, y obtener información básica sobre ella para poder llegar a una definición. Aunque, como plantea el autor, una definición absoluta debía también incluir una clasificación de las casas museo.

Hasta el momento en que se creó la DemHist no había una clasificación exhaustiva de casas museo. Como expone Pinna (2001), solo existía la clasificación de S. Butcher-Youngmans, quien en 1993 dividió las casas museo en tres grandes grupos como propuesta de clasificación inicial:

- Casas Museo Documentarias: Narran la vida de un personaje o lugar histórico con interés cultural y contienen objetos originales, en su ubicación original.
- Casas Museo Representativas: Documentan un estilo, una época o una manera de vivir. El entorno puede ser reconstruido usando elementos no originales.
- Casas Museo Estéticas: Lugares donde se exponen colecciones privadas en un ambiente que no se relaciona con la casa, su historia o antiguos habitantes.

Pinna evidencia como la definición de Butcher-Youngmans marcó la diferencia entre una casa histórica y una casa museo histórica porque en ésta última se incluye el edificio y el mobiliario original, todo lo contrario que una casa museo estética, la cual no debería ser incluida en la definición de casa museo histórica.

Por esta falta de clasificación previa, en la conferencia de Génova se planteó la necesidad de no solo establecer una clasificación de casa museo, sino que de hacerlo en diferentes categorías: palacios reales, casas dedicadas a hombres ilustres, casas de artistas, casas dedicadas al estilo de una época, casa de coleccionistas, casas históricas temáticas, casas familia, casas con una específica identidad sociocultural.

Desde ese momento, hasta la actualidad, el comité logro individualizar nueve tipologías de casas museos basándose en características narrativas. Pavoni (2012) explica que esta distinción entre tipos de casas museo hace surgir la diversidad de experiencias que puede ofrecer esta tipología museológica.

Las nueve tipologías definidas son:

- Casas de hombre ilustres: Casas de personajes famosos internacionalmente o con capacidad de encarnar localmente los valores y las cualidades en los que se reconoce la comunidad y a través de los cuales se presenta. Pueden ser escritores, artistas, músicos, políticos, héroes, militares u otros.
- Casas de coleccionistas: Casas ideadas y decoradas por coleccionistas, y, por lo tanto, documentos del gusto de coleccionar y del acto de habitar de un determinado período histórico.
- Casas de la Belleza: Casas donde la casa se ve como obra de arte, ya sea por la estructura arquitectónica, la decoración y mobiliario, o la coherencia integral del proyecto.

- Casas intérpretes de eventos históricos: Casas testimonio de un evento o que representan los cambios vividos por la sociedad en el tiempo.
- Casas deseadas por una comunidad: Casas transformadas en museo porque la comunidad las considera capaces de contar la identidad del territorio en el que se encuentra.
- Moradas nobiliarias, palacios y edificios donde generaciones de una misma familia o de familias que se han sucedido han dejado los signos de la propia historia.
- Edificios reales o lugares del poder, palacios y moradas, ya completamente musealizados o todavía parcialmente utilizadas para la función original.
- Casas del clero, monasterios, abadías y otras residencias eclesiásticas: Actualmente abiertas al público, pero con un uso residencial en el pasado.
- Casas de carácter etno-antropológico, documentos de un mundo y de una sociedad desaparecida: Como pueden ser, por ejemplo, las casas campesinas en una sociedad pre industrializada.

Si bien desde el DemHist se ha planteado esta clasificación, que desde un principio se consideró que sería necesaria para luego llegar a una definición de casa museo, la definición de casa museo todavía es un tema en discusión (Torres Gonzales, 2013).

Hay una indefinición conceptual pero diferentes autores han tratado el tema, aportando su visión sobre que es una casa museo y sus características.

Por un lado, hay un acuerdo en que una casa se transforma en casa museo no solo cuando la misma se abre al público (Pinna (2001); Luca de Tena (2007); García Ramos, (2013)) sino que cuando la casa no fue transformada para esto y conserva su disposición original, testimonio de una forma de habitar de una persona concreta en una época concreta.

Por otro lado, a pesar de la indefinición también hay un consenso en que lo que se destaca de las casas museo es que el visitante vive una experiencia que se diferencia a las de los demás tipos de museos.

La casa convertida en museo surge de lo que fue una residencia privada, pero a su vez también surge de un tejido social y cultural del lugar en donde se encuentra ubicada y tiene un rol en la memoria de la comunidad. Esto les brinda una mayor capacidad que la que tienen los otros tipos de museos para que los visitantes conozcan el mundo y la época en la que se habitó la casa (Torres González, 2013).

Según Pérez Mateo (2016) lo que hace que las casas museo permitan un mayor vínculo con el entorno que el que permiten los grandes museos son los ambientes familiares de las mismas, que logran que el visitante se pueda identificar con su propia historia, pero al mismo tiempo, lo llevan a otra época por la atmosfera que se crea en ellas. Risnicoff de Gordas (2001) adjudica a esta atmosfera que se forma en las casas museo el hecho de que en ellas se puede sentir, al mismo tiempo, la presencia y la ausencia de quien las habito, lo que genera un impacto en el visitante.

Según Torres González (2013) las casas museo logran que el público comprenda el discurso que se quiere brindar de forma más efectiva que otras tipologías museísticas y

generan un sentimiento de confianza con los que la habitan. Esto se debe que el espacio y todo lo expuesto en él se encuentra relacionado con la cotidianidad de cada persona. Los cuartos tienen los mismos usos que los cuartos del público visitante, las personas los reconocen de su propia vida, pero al mismo tiempo lo identifican con aspectos de lo cotidiano de un tiempo pasado.

Estas ideas se relacionan con el poder que Pinna (2001) destaca tienen este tipo de museo de evocar la historia y poner al visitante en contacto directo con ella. Este mencionado poder evocativo del pasado cautiva a los visitantes por las sensaciones fuertes que en ellos genera: hace que las personas se pregunten por que pasaron los habitantes de ese espacio, si sintieron las mismas cosas que ellos, ya sean sentimientos de felicidad o desdicha. El entorno es capaz de comunicar las historias de vida de las personas que habitaron el espacio y generar cierta empatía con los que habitaron la casa, su vida y su pasado.

La experiencia en la casa museo se puede ver como un viaje con una máquina del tiempo (Risnicoff de Gordas, 2001). Los visitantes sienten que viajan a un pasado congelado y este viaje también ofrece la posibilidad de auto descubrimiento en el que pueden aprender sobre ellos mismos: estar cara a cara con el pasado da la posibilidad de reafirmar quienes somos y quienes no somos.

Pérez Mateo (2016) afirma que en una casa museo el público revive, evoca, imagina o identifica cómo sería la vida cotidiana en su interior, y esto lo hace mediante la contemplación de los objetos que fueron utilizados por sus habitantes. Estos objetos son propios de una forma de vida determinada y permiten que el público comprenda el discurrir cotidiano no solo de una época concreta, sino que también de una clase social determinada. Dentro de los objetos que se pueden encontrar en la casa, la autora destaca al mobiliario como el responsable de crear un ambiente determinado, sobre los demás objetos.

Los muebles y objetos en las casas museo parecen estar impregnados de valores afectivos y sentimientos: Forman parte de las relaciones de las personas que habitaron la casa y crean con ellas una relación casi psicológica (Torres González, 2013). La autora agrega, además, que cuando los objetos de la casa museo son auténticos tiene un poder único para generar una conexión directa entre el visitante y el lugar.

Según Melgar & Leoz (2018) los objetos y la manera en que son expuestos pueden generar experiencias enriquecedoras que transformaran la visita en memorable. Lo importante no es el valor de las piezas expuestas, sino que se puedan generar emociones a través de ellas.

Es ese valor inmaterial que transmite el mobiliario y el resto de los objetos de las casas museo lo que les confiere a las mismas el "aura" que Deloche (1999) define como una fuerza inmaterial que impacta al visitante cuando entra en contacto con el objeto y que resulta de su historia y su trayectoria en el tiempo y espacio y el rol de culto que se le asocia.

Los objetos en este tipo de museo tienen una función simbólica. Según Torres González (2013) ayudan a que a medida que el visitante entre en esta "capsula de tiempo" que es una casa museo sea invadido por una sensación de alejamiento de la realidad poco a poco. Aun cuando están acompañados las sensaciones que generan las casas museo provocan que el visitante viva la experiencia en soledad.

Como resumen, la categoría museística de las casas museo comenzó a ser un objeto de estudio más relevante a partir de la creación de DemHist, que se planteó como necesaria para poder estudiar las características y la manera de administrar este tipo de museos, que difieren del resto por la experiencia particular que brinda al visitante al hacer que el mismo se sienta en contacto directo con la historia. Si bien el DemHist planteó como uno de sus objetivos definir lo que es una casa museo, aun no hay un acuerdo en ese aspecto, pero si han logrado llegar a una clasificación de casa museo que abarca los diferentes tipos y ha sabido, en las diferentes conferencias que se realizan desde su creación, plantear soluciones para las problemáticas más frecuentes que se presentan al administrar casas museo.

EMOCIONES

Las emociones son variables afectivas que tienen una relación estrecha con los estímulos que las provoca, esta relación es más estrecha que la que tienen las mismas variables con el estado de ánimo. (Batson, Sahw y Oleson (1992) en Alcañiz & Simó, 2005).

Según Scherer & Ceschi (2000) las emociones son frecuentemente definidas como una construcción psicológica que consiste de varios componentes, entre ellos: sentimientos subjetivos, expresiones motoras o excitación psicológica.

Desde una perspectiva integradora, se pueden definir la emoción como un conjunto de interacciones entre factores subjetivos y objetivos, influidos por sistemas neuronales y hormonales que pueden generar experiencias afectivas (como sentimientos de agrado o desagrado), procesos cognitivos (como la percepción y evaluaciones), activación de ajustes fisiológicos y un comportamiento que suele ser expresivo (Kleinginna & Kleinginna (1981) en Alcañiz & Simó, 2005).

Según Alcañiz & Simó (2005), la investigación de las emociones ha presentado un crecimiento aún con las dificultades conceptuales y metodológica que derivan de la multiplicidad de disciplinas que abordan el tema, entre ellas la psicología y la neurociencia. Particularmente, en los últimos años, el papel de las emociones en marketing ha recibido una considerable atención (Ruth, Brunel & Otnes (2002); Smith & Bolton (2002) en Alcañiz & Simó, 2004).

Las emociones tienen un rol altamente motivante en la conducta del consumidor. Es importante aclarar que las investigaciones sobre el tema fueron cambiando su foco a lo largo de los años y fue en el último tiempo que le han atribuido cada vez mayor importancia al rol que juegan las emociones al momento de definir los niveles de satisfacción (Legrenzi & Troilo, 2005).

Según Shi & Chen (2008 en Gosling & de Freitas Coelho, 2016) la satisfacción es la relación entre el entendimiento preliminar de los clientes y su comprensión actual. La satisfacción es una respuesta a un servicio recibido, después de ser juzgado por quien lo recibe: es el bienestar de los visitantes después de experimentar el servicio ofrecido por el museo.

La satisfacción de un turista es influenciada por los aspectos emocionales y cognitivos y los valores asociados, y no sólo por el aspecto técnico del museo. (Bigné et al, 2008 en Gosling & de Freitas Coelho, 2016)

Si bien existe una cantidad importante de bibliografía basada en investigar la satisfacción de los consumidores, hay pocos estudios disponibles sobre la satisfacción de los visitantes. Por ese motivo se suelen utilizar las teorías sobre la satisfacción de los consumidores y aplicarlas a los visitantes (Legrenzi & Troilo,2005).

Es importante aclarar en este apartado que, así como no existe una extensa bibliografía sobre la satisfacción de los visitantes del museo, tampoco se han encontrado estudios específicos sobre los visitantes de casas museo y sus emociones. Si bien en la bibliografía museística, como hemos expuesto hasta aquí, se hace referencia a las

emociones que se espera despertar en ellos. En este sentido, este trabajo intenta señalar algunos indicios posibles

Como afirman Legrenzi & Troilo (2005), las variables emocionales son un atributo de vital importancia y la satisfacción está definida, por lo menos parcialmente, como una experiencia afectiva. Siguiendo este pensamiento, Alcañiz & Simó (2004) aseguran que las emociones del consumidor se conciben, en un sentido amplio, dentro del afecto o de las respuestas afectivas.

El análisis de las emociones que siente el consumidor permite conocer su estado afectivo. Así, conocer su diagnóstico emocional sirve para conocer su grado de satisfacción (Dube y Menon (2000); Van Dolen et al (2004) en Alcañiz & Simó ,2004), ya que se sostiene que las emociones motivan en gran medida la conducta del consumidor y también están fuertemente asociadas con el grado de satisfacción del consumidor.

Hay dos aspectos importantes sobre el tema para tener en cuenta en esta investigación:

Por un lado, en los productos culturales las emociones tienen todavía un peso mayor en la conducta del consumidor, tales productos apuntan al lado sensorial y hedonista del consumidor a un extremo mayor que los otros (Legrenzi & Troilo, 2005) por lo que, la conducta del visitante está fuertemente influenciada por las variables emocionales en un punto todavía más grande que en los demás sectores.

Por otro lado, en el ámbito de los servicios la inclusión de las emociones en la concepción de la satisfacción es particularmente importante debido a que la mayoría de los servicios se basan en la experiencia, participación o vivencia del consumidor (Benkenstein, Yavas y Forberger (2003); Foxall y Greenley (1999); Grönroos (2000); Liljander y Strandvik (1997); Szymanski y Henard (2001) en Alcañiz & Simó, 2004)

Esto se relaciona con el estudio de Caldwell (2001) sobre visitantes de museos (en Legrenzi & Troilo, 2005) que expone que uno de los factores que los visitantes consideran importante durante la visita es la habilidad del museo para estimular emociones, si bien el autor explica que no es claro que hace que la visita al museo sea placentera o interesante para los individuos.

Otro estudio relevante citado por Legrenzi & Troilo (2005) es el estudio de Joy & Sherry (2003), que fue desarrollado en el sector de los museos. Estos dos autores supieron reconocer que la atmósfera creada en el museo puede ser un factor clave para estimular los sentidos de los visitantes, y así provocar diferentes emociones en ellos. De esta manera la capacidad de conectar con los sentidos hace que se viva una experiencia placentera.

Pine & Gilmore (1999) fueron los primeros en observar e investigar la conducta de los visitantes de museos: su investigación muestra que la visita al museo no solo es una simple atracción cultural, sino que es una experiencia que toma en consideración severos aspectos relacionados con la esfera individual (educación y entretenimiento) y la esfera social (compartir valores y conocimientos con amigos y familia). Las visitas al museo no son solamente visitas informativas, sino que son experiencias.

Visitar un museo es una actividad de disfrute. Muchas veces los visitantes lo hacen acompañados de sus seres queridos. Esto es relevante porque la visita al museo tiene

una dimensión relacional íntima, es decir, entre dos personas, y por lo tanto varía en consonancia con los co-visitantes

Uno de los desafíos que tienen los museos es poder brindar experiencias fluidas, interactivas e imaginarias a los visitantes (Melgar & Leoz, 2018), ya que los mismos eligen emplear su tiempo en un museo en gran parte por las sensaciones que general.

Es importante tener en cuenta la mención de los autores sobre la experiencia, ya que esta será un punto fundamental para la satisfacción del consumidor o visitante: Los consumidores buscan una experiencia total; donde el placer, la cultura, la educación y la interacción social sean incluidas, por lo que el concepto de experiencia se convierte en una clave para la satisfacción del consumidor (Rurale, 2017)

El concepto de experiencia en marketing surgió durante los años 80 como una reacción opuesta a la racionalización extrema de la relación entre las firmas y los clientes, que existía previamente. Los consumidores empezaron a ser vistos no solo como seres racionales, sino también como seres emocionales que buscan experiencias sensoriales durante sus interacciones con las firmas. Así, las experiencias de consumo se empezaron a ver como personales, subjetivas y con un fuerte componente emocional.

Según Rurale (2017), en las últimas décadas, los individuos han buscado más intensamente la sensación y emoción producidas por experiencias, por lo que lo que quieren obtener hoy es una experiencia y no solo un producto o servicio.

Los consumidores esperan vivir una experiencia absorbente que sea capaz de afectar su cuerpo y mente. Para vivir esa experiencia particular que buscan, los clientes deben enfrentarse a una fase crucial de inmersión en un cierto contexto, para poder acceder a la experiencia. (Rurale, 2017)

Schmitt (1999) ha definido a la inmersión como un proceso necesario para acceder a experiencias holísticas. Pine & Gilmore (1997) insisten en que la total inmersión física y mental del consumidor en un cierto contexto es fundamental para hacer que la experiencia se convierta en memorable.

Tradicionalmente, la idea de inmersión ha explícitamente involucrado un sentido de inmediatez. Esto surge de la asociación de la inmersión con la experiencia de que el consumidor se sumerge en algo, una visión que tiende a ver la inmersión como solo un modelo de inducción a emociones instantáneas, pero de acuerdo con la perspectiva de Carù & Cova (2006), no hay necesidad de que la inmersión sea cuasi instantánea, sino que puede ser parcial, y puede ser lenta y gradual. Cuando es así, la inmersión se define como progresiva, de otra manera es llamada inmersión inmediata.

Es importante aclarar, que los autores resaltan que una experiencia no es necesariamente menos valorable como consecuencia de una inmersión progresiva. De la misma manera que el nivel de satisfacción no está asociado al tipo de inmersión.

Cuando los consumidores son expuestos a un contexto o un escenario, ellos ponen en lugar operación subjetivas que son llamadas operaciones de apropiación (Ladwein, 2003). Estas operaciones psicológicas son las que los consumidores producen en un esfuerzo de contribuir con la creación de experiencias.

De acuerdo con Carù & Cova (2006), la inmersión en las experiencias existe cuando los consumidores exitosamente ponen en práctica los métodos de apropiación que pueden hacerlos eliminar o reducir la distancia existente entre ellos y el contexto.

Las tres operaciones de apropiación no tienen que ser vistas como pasos bien definidos, sino que tienen que ser vistas como parte de un ciclo:

1. Anidamiento: una persona se siente cómoda porque se concentra en algo con lo que ya había estado en contacto gracias a sus experiencias previas y trasfondo, dejando de lado todo lo demás.
2. Investigación: consiste en una extensión progresiva del campo de conocimiento.
3. Grabado: un individuo, elaborando sobre la experiencia, le da un significado personal con el soporte de sus competencias y creatividad.



Fuente: Elaboración propia en base a Carù & Cova (2006).

Los autores afirman que el concepto de inmersión literalmente implica convertirse en uno con la experiencia, y por lo tanto implica la idea de una eliminación total de la distancia entre el consumidor y la situación. Los consumidores se inmergen en un enclave seguro en donde pueden dejarse ir. (Rurale, 2017)

Poulsson & Kale (2004) aseguran que la experiencia debe captar a los consumidores y tener una relevancia personal para ellos, ofrecer sorpresa mientras genera conocimiento. Otras fuentes de apreciación de la experiencia pueden derivar de las emociones y sentimientos que genera (amor, odio, miedo, felicidad, aburrimiento, ansiedad, empatía, tristeza o más).

Según Silverman (2007) los visitantes de los museos construyen significados mediante la memoria y las experiencias pasadas. Para poder hacer conexiones los visitantes se apoyan en tres ámbitos: los conocimientos y habilidades relevantes a la experiencia del museo; las normas y expectativas; y las situaciones y eventos de la vida.

Los estudios de visitantes sugieren que a través de la memoria los visitantes recuperan experiencias pasadas de estos tres ámbitos mencionados y con ellas pueden moldear el significado del presente.

Como afirman Melgar & Leoz (2018) los museos son grandes contenedores de objetos y es con estos objetos que los visitantes se relacionan emocionalmente. Esto es así porque las personas conocen el lenguaje de los objetos. En el marco de esta investigación, esto toma aun importancia porque en las casas museos del estilo de Villa Ocampo los visitantes son expuestos a objetos que suelen ser parte de su vida cotidiana.

Para Zaragoza Bernal (2015) la cultura material influye en nuestras emociones y también ayuda a los visitantes a interpretar eventos.

Es importante que las personas tengan una buena vivencia en los museos y con los objetos, ya que los mismos son señas de identidad (Melgar & Leoz, 2018). Los objetos se relacionan con la memoria. Así, objetos, memoria e identidad se construyen no solo mirando el pasado, sino que, también proyectando al futuro, desde una proyección identitaria.

Si bien está claro que las emociones son importantes al momento de evaluar la experiencia del visitante, es importante encontrar la forma de medir estas emociones. Para esta tarea, Derbaix & Pham (1989 en Alcañiz & Simó, 2005) exponen tres métodos para medir las emociones: medidas psicofisiológicas, observación del comportamiento motor y declaraciones subjetivas (método verbal). Dentro de las medidas psicofisiológicas se incluyen las medidas electro dermales, medidas del sistema circulatorio, medidas de la tensión muscular y de la activación en el sistema nervioso central. En cuanto a la medición del comportamiento motor se destacan el análisis de la expresión facial, reacciones motoras, dilatación de pupilas y movimiento de los ojos.

Las técnicas basadas en declaraciones subjetivas o el método verbal se recogen principalmente mediante cuestionarios. Los estudios sobre visitantes de museos se están realizando desde hace muchos años en nuestro país y en el mundo (Fernández Balboa, 2007). Usando preguntas mensurables y útiles, los estudios de visitantes se documentan sobre preguntas simples, utilizando técnicas psicológicas y sociológicas. La utilización de cuestionarios presenta ventajas entre las cuales se destacan: la capacidad de adaptación a la diversidad de reacciones afectivas bajo estudio, que no requiere equipamiento especial y, que resulta más fácil para alcanzar una muestra mayor. Además, sirve para evaluar no solo la dirección de las emociones (positiva/negativa) sino también que el contenido de las emociones. Se consideran las medidas verbales como un método de valoración efectivo y eficiente.

CAPÍTULO II: VILLA OCAMPO

VICTORIA OCAMPO

Victoria Ocampo fue una escritora, ensayista, traductora y editora argentina. Es recordada, además de por su obra literaria, por su actuación como mecenas de la cultura. Nacida el 7 de abril de 1890, formo parte de una familia de corte aristocrático: fue primera hija del matrimonio entre Manuel Ocampo y Ramona de Aguirre de Ocampo, ambos pertenecientes a la elite porteña. Fue educada por institutrices, recibiendo en su casa una educación en francés, inglés, italiano, álgebra, música, historia y religión.

Desde joven Ocampo se vinculó con los artistas e intelectuales, tanto argentinos como extranjeros, más destacados de su época, pero fue a los 41 años cuando empezó el proyecto por el cual sería mayormente conocida: la revista literaria Sur. Al fundar la revista Sur en el año 1931, Ocampo busco construir un puente cultural entre Latinoamérica y Europa. Fue por este motivo que se convirtió en promotora de la literatura universal en Latinoamérica y Sur se convirtió en una publicación clave para el desarrollo de numerosos escritores latinoamericanos y para la difusión de obras de escritores de todo el mundo.

Sur marcó el ingreso de Ocampo al campo intelectual, ya que le permitió no sólo entrar en contacto de manera institucional con diversos intelectuales, sino constituir una plataforma material para publicar y difundir sus escritos y lo que ella consideraba literatura de calidad. (Queirolo, 2008)

Ocampo también se destacó por su activismo a favor de los derechos de la mujer y abrió caminos a las mismas, contribuyendo al cambio de mentalidad sobre el papel que estas debían ocupar en la sociedad y en la cultura.

La figura de Victoria Ocampo ocupa un lugar central en la configuración de la identidad argentina, especialmente entre 1930 y 1950: fue directora de la revista Sur desde 1931 hasta su muerte, presidió la editorial del mismo nombre, estuvo al frente del Fondo Nacional de las Artes al cual contribuyó para su creación en 1958 hasta su renuncia en 1973, y fue la primera mujer en ingresar en la Academia Argentina de Letras en 1977 (Observatorio UNESCO Villa Ocampo).

Ocampo empleo sus propios recursos en la creación de Sur y financio sus publicaciones, lo que le genero grandes problemas económicos. Ante estos problemas, Ocampo dono sus residencias a la UNESCO en 1973, logrando un acuerdo: el organismo se hacía cargo del mantenimiento de las viviendas y les permitía a Victoria Ocampo y su hermana Angelica residir en ellas hasta su fallecimiento.

La escritora murió en su habitación de Villa Ocampo a los 88 años, el 27 de enero de 1979, por motivo de un cáncer de boca, contra el que lucho desde que se lo diagnosticaron en 1963.

OBSERVATORIO CULTURAL VILLA OCAMPO

En 1973 Victoria Ocampo, junto a su hermana Angélica Ocampo, ofrecieron a la UNESCO dos propiedades: Villa Ocampo, ubicada en San Isidro y Villa Victoria, ubicada en Mar del Plata. La UNESCO aceptó. Por voluntad de Victoria Ocampo, en el acta de donación de Villa Ocampo se especificó que la propiedad debería “servir, con un espíritu vivo y creador, para la promoción, el estudio, la experimentación y el desarrollo de actividades de interés para la cultura, la literatura, el arte y la comunicación social que contribuyan a mejorar la calidad de vida, la comunicación, la cooperación internacional y la paz entre los pueblos”.

UNESCO destaca que la decisión de donar las propiedades al organismo se debe a que el mismo comparte valores con Ocampo: el uso de la cultura como factor de desarrollo, la promoción de la diversidad cultural, la ampliación de los derechos de la mujer, entre otros.

Villa Victoria fue puesta en venta y comprada en el año 1981 por la Municipalidad de General Pueyrredón, que la conserva en calidad de patrimonio histórico. Las bibliotecas, los discos y las pinturas que contenía fueron llevados a Villa Ocampo. Con los recursos obtenidos de la venta de Villa Victoria se estableció la “Cuenta Especial Villa Ocampo”, destinada a financiar algunas de las actividades que se realizarían en Villa Ocampo y a cubrir gastos inherentes a su conservación y mantenimiento.

Villa Ocampo se encuentra sobre la calle Elortondo al 1837 en Beccar, Buenos Aires y tiene una superficie total de 11.202 metros cuadrados. La casa fue construida en el año 1891 por el Ingeniero Manuel Ocampo, padre de Victoria Ocampo, con un estilo arquitectónico franco victoriano y es considerada uno de los últimos exponentes integrales de las mansiones construidas en la costa norteña del Río de la Plata.

La casa, que originalmente fue construida como quinta de verano para los padres de Victoria, es una mezcla de renacimiento italiano y clasicismo francés. Victoria Ocampo heredó la casa en 1930, luego de la muerte de sus padres, pero continuó usándola solo como casa de veraneo por once años más, hasta que se terminó mudando definitivamente.

Victoria Ocampo hospedó en ella a personalidades emblemáticas de la cultura universal como por ejemplo Rabindranath Tagore, José Ortega y Gasset, Igor Stravinsky, Graham Greene, Roger Caillois. Además, Villa Ocampo constituye un importante testimonio de la vida y la obra de Victoria Ocampo, que como se resaltó anteriormente, fue una de las personalidades más relevantes de la vida cultural argentina y latinoamericana.

Además del valor artístico, histórico y cultural de la construcción, integran Villa Ocampo todo tipo de objetos pertenecientes a Victoria Ocampo: mobiliario, obras de arte, fotografías, la biblioteca. Según Helf, N. & Grementieri, F. (2018) el valor de Villa Ocampo es cultural, histórico, estético, arquitectónico y paisajístico.

Por el lado arquitectónico, su valor deviene de la mezcla de la construcción entre villa y gran chalé, con influencias europeas de distintas épocas. El edificio es un claro ejemplo de arquitectura de finales del siglo XIX.

El valor histórico lo aportan no solo el hecho de que sea donde habitó Victoria Ocampo, quien fue un personaje central en la cultura Argentina, reconocida internacionalmente y con un mensaje que sigue vigente en la actualidad (incluyendo su acción por los derechos de la mujer o su preocupación por el medio ambiente, ideas que siguen vigentes) sino que también fueron los eventos que ocurrieron ahí los que dejan una impronta: Albert Camus se refugió allí cuando el gobierno de Perón prohibió la conferencia que el escritor debía dar sobre la libertad de expresión; Igor Stravinsky se alojó en Villa Ocampo cuando vino al país para dirigir *Persephone* en el Teatro Colón y compuso música en el piano de la casa; Jorge Luis Borges y Adolfo Bioy Casares se conocieron allí e iniciaron una amistad destacada para la literatura del país.

De estos eventos también surge el valor cultural del lugar: Villa Ocampo fue un privilegiado escenario de cultura. En la casa se instalaron diálogos en los que concurrieron distintas visiones del mundo y se difundieron concepciones del pensamiento y expresiones de la literatura.

El valor estético puede verse reflejado en la mezcla de los dos estilos principales: el de la *Belle Époque*, definido por la familia Ocampo, cuyo estilo refleja la época de la Inglaterra victoriana, y el que corresponde al reciclaje que Victoria Ocampo realizó en 1940, principalmente agregando mobiliario moderno.

En Villa Ocampo el mobiliario tiene un significado preciso. Victoria Ocampo incorporó rasgos modernos en la decoración, pero también conservó y puso en valor las piezas heredadas de su familia. Así, en el lugar conviven lámparas Bauhaus en el comedor, fundas blancas de algodón en los sillones con los retratos de los bisabuelos Ocampo, ejecutados por Prilidiano Pueyrredón, que evocan el siglo XIX y el poder de las grandes familias patricias.

Los objetos de Villa Ocampo son narradores de historias. Los objetos reflejan, conscientemente o no, las creencias de los individuos que los compraron o usaron (Melgar & Leoz, 2018)

Según Prown (en Melgar & Leoz, 2018) la nacionalidad, lugar, clase social, religión, profesión y otras características de un individuo están encapsuladas en la forma, los materiales, el color y el estilo de los objetos. Las experiencias y valores de una comunidad son expuestas a través de su cultura material.

Se destacan los libros y documentos personales de Victoria Ocampo que se hallaban en la casa al momento de su muerte y el archivo de la revista *Sur*, que fue donado por la Fundación *Sur* (creada por Ocampo). El conjunto de ambos archivos consolidados se compone de más de 11.000 libros, 2.500 publicaciones periódicas, 1.000 fotografías, 4.000 cartas, papeles, manuscritos, discos, partituras, una colección completa de la revista *Sur* encuadernada y anotada por Victoria Ocampo, una colección con los libros que se conservan de la editorial *Sur* y otros documentos.

El patrimonio bibliográfico es fundamental para entender cómo los componentes tangibles e intangibles de Villa Ocampo forman una unidad: Por un lado, el conjunto bibliográfico es testimonio de la trayectoria de Victoria Ocampo y de una de sus pasiones, y, por otro lado, al mismo tiempo, es una característica esencial en la ambientación de los interiores. Los

distintos objetos que contiene Villa Ocampo contribuyen a narrar una historia: la historia de una mujer, de una familia y de una época.

Existen en Argentina otros museos en donde los visitantes pueden conocer como fue el estilo de vida dentro de la propiedad, como por ejemplo el Museo Nacional Estancia Jesuítica de Alta Gracia y Casa del Virrey Liniers en Alta Gracia, Córdoba. En el mismo se narra las distintas formas en las que se habitó la estancia mediante distintas salas ambientadas y así la historia se reconstruye a través de maquetas, fotografías y algunos objetos como mobiliario.

También existe en caso del Museo Guiraldes en San Antonio de Areco que ofrece expresiones del pasado argentino vinculadas con el gaucho, sus costumbres, usos, forma de vida. El mismo cuenta con una casona que reproduce una hacienda del siglo XVIII, pensada para ilustrar la manera típica de habitar la región pampeana pero nunca fue una vivienda, sino que fue construida simplemente para cumplir esa función.

Pero estos lugares no son del todo comparables con Villa Ocampo. Villa Ocampo es un lugar de memoria, así como un manifiesto de las ideas y gusto de Victoria Ocampo. La casa conserva íntegramente el mobiliario y no sufrió intervenciones irreversibles después de la muerte de su dueña. En Argentina no hay casos similares donde existan un conjunto de varios componentes completo y en buenas condiciones, como así tampoco existen otros casos donde convivan fluidamente el siglo XIX y la renovación modernista. (Helf, N. & Grementieri, F., 2018)

La singularidad del lugar se potencia con la fuerza de quien habitó la casa y las memorias de muchos huéspedes célebres. Villa Ocampo es, de esta manera, una suerte de extracto de la historia argentina y de una generación de la elite internacional. Además, es importante aclarar la situación privilegiada de Villa Ocampo, ya que al estar fuera de la órbita gubernamental la casa está protegida de los vaivenes de la política, lo que quiso asegurar Victoria Ocampo al donar la casa a un organismo internacional y no al estado. El sitio es monumento histórico nacional desde 1997.

Villa Ocampo permanece abierta al público desde el año 2003. Luego de varios proyectos fracasados, se logró desarrollar un plan que tuvo como lineamientos generales la conservación de la casa y de sus bienes, pero sin congelarla en el tiempo; desarrollar una restauración estética; armar un programa cultural en la casa que se alinee con la identidad de su dueña; y enmarcar el programa dentro de los objetivos de la UNESCO, como Ocampo lo quiso.

Si bien las casas museo al presentarse como un testimonio de la historia parecen estar obligadas a siempre permanecer igual (Torres González, 2013) y renunciar a un posible dinamismo, en Villa Ocampo esto es suplido con una importante agenda de actividades relacionadas con la cultura y el arte.

Se buscó que el lugar sea útil a la cultura de la Argentina y no tenga como objetivo atraer solo a un público erudito, pero al mismo tiempo que no haya un turismo sobredimensionado en el lugar, principalmente porque la casa no fue diseñada para manifestaciones multitudinarias, y de haberlas, no solo pondría en riesgo el patrimonio interfiriendo con su conversación, sino que también transformaría la casa en algo que no es (Helf, N. & Grementieri, F., 2018)

En Villa Ocampo, se busca que al recorrer el lugar el visitante sienta que está en una casa habitada, no es un museo o en un lugar público. Por ese motivo, no hay etiquetas ni nomencladores en ninguna pieza, ya que identificarlas explícitamente arruinaría la ilusión de que la vida que se vivió en la casa aún existe. Esto es una característica común en las casas museos ya que en ellas se intenta brindar al visitante una sensación de continuidad, por eso se limitan las herramientas de comunicación museográficas para favorecer la vivencia del público (Torres González, 2013).

Por otro lado, es importante aclarar que las visitas guiadas de la casa buscan hacer reflexionar acerca de lo que los visitantes ven, y así hacerlos conectar con su propia historia para transformarlos en partícipe de la visita. Por eso, el foco en las visitas no se pone en transmitir todo lo que hay para contar sobre el lugar, su dueña o los sucesos que ocurrieron en la casa, sino que el objetivo es interpelar al visitante.

Estas decisiones responden a las indicaciones de Tilden (2006) sobre la interpretación. El autor deja en claro que cualquier interpretación será estéril si el visitante no relaciona lo que se muestra con algún aspecto de su personalidad. También, respecto a la información Tilden aclara que no es sinónimo de interpretación, aunque la interpretación si se basa en información. Interpretar no es simplemente revelar información a los visitantes.

CAPÍTULO III: EXPERIENCIAS EN VILLA OCAMPO

El trabajo de campo de esta investigación consiste en lo que pueden distinguirse como dos etapas de recolección de información: en un primer momento se realizó el recorrido guiado de la casa museo para llevar a cabo una observación participativa de los visitantes. Luego, se entrevistó a los visitantes que habían participado del recorrido guiado, para hacerles preguntas breves sobre la experiencia.

OBSERVACION PARTICIPATIVA

Villa Ocampo ofrece el servicio de visita guiada a todo visitante que abone la entrada a la casa: ya sea pagando el abono general, el abono con descuento para docentes y estudiantes, o entrando sin abonar en el caso de las personas con alguna discapacidad o los menos de 12 años. Las visitas se realizan en grupos de no más de 30 personas, tienen una duración estimada de 45 minutos y son llevadas a cabo por distintos guías.

La casa museo abre al público los días viernes, sábados, domingos y feriados, de 12.30 horas a 19.00 horas, y es en ese lapso donde se realizan las visitas. El número de visitas guiadas que se brindan por día depende de la cantidad de visitantes. Las personas que quieran conocer la casa también, si así lo desean, pueden recorrer las instalaciones sin ningún guía.

El guía a cargo de la visita comienza el relato en el frente de la casa, donde da las pautas generales de la visita explicando cómo será el recorrido. El encargado de la visita recorre junto al grupo toda la planta baja de la casa: la entrada, el comedor, el cuarto de música, el cuarto de estar. El recorrido guiado termina en la tienda de la casa (donde se venden libros sobre Victoria Ocampo y Villa Ocampo, ediciones de Sur y *souvenirs*). Luego, los visitantes pueden recorrer por su cuenta el primer piso de la casa tomándose todo el tiempo que deseen, donde se encuentra el dormitorio de Victoria Ocampo, su escritorio, y la biblioteca con ediciones originales, una de las cosas que más llama la atención de las personas. También se permite que los visitantes conozcan el balcón con vistas al jardín trasero.

Para realizar el trabajo de campo, se visitó Villa Ocampo en dos ocasiones: el sábado 19 de abril del 2019 y el sábado 11 de mayo de 2019. Se han observado cuatro visitas guiadas en total, dos por jornada, realizadas por tres guías diferentes. Si bien todos los guías recorren los mismos espacios en el mismo orden, cada uno tiene una forma de relato particular y una forma diferente de acercarse al público.

La observación participativa se realizó observando a los grupos de personas que realizaban la visita guiada ya que es la forma de interpretación elegida por el lugar. Observar la visita permitió ver las reacciones del público cuando los guías revelaban información importante y cuando entraban en contacto por primera vez con los ambientes y el mobiliario.

Las visitas observadas fueron todas dadas en español, siendo este el idioma que la mayoría de los visitantes hablan. Es importante destacar que se ha observado que los visitantes no hispanohablantes que concurrieron durante la realización del trabajo de

campo estaban visitando la casa con otro guía que les explicaba en su idioma nativo, pero era ajeno a Villa Ocampo.

Las visitas guiadas de Villa Ocampo, según lo que se observó en el trabajo de campo, atraen visitantes de todas las edades: desde niños o adolescentes que acompañan a familiares hasta adultos mayores.

En un principio, luego de juntar al grupo de más o menos treinta personas que hacen la visita guiada, el guía explica información general sobre Victoria Ocampo y el valor arquitectónico de Villa Ocampo, ganándose en general la atención de los visitantes que empiezan a analizar la fachada de la casa. Una vez que los visitantes ingresan a la casa, paran por primera vez para escuchar al guía en el comedor de la casa. El comedor conserva sus muebles originales. Normalmente es en este momento de la visita donde los visitantes comienzan a hacerle preguntas al guía. Luego de estar un tiempo en el comedor, se invita a los visitantes a pasar al cuarto de música, explicándoles con anterioridad de que se trata ya que el espacio es chico y el grupo y el guía no pueden ubicarse cómodamente como para que el relato siga en ese cuarto. Se pide a los visitantes que vayan entrando de a pocas personas y circulando para que el resto también pueda entrar y los grupos cumplen con lo que se indica. El siguiente cuarto es el hall central de Villa Ocampo en donde el guía invita a los visitantes a sentarse en los sillones y sillas que hay en ese ambiente, que también son parte del mobiliario original de la casa, y en todas las visitas observadas se ocupan todos los lugares disponibles para tomar asiento. En este cuarto el relato del guía se basa más que nada en los orígenes de la familia de Victoria Ocampo, teniendo como punto de partida los cuadros de los bisabuelos de Victoria Ocampo que se exponen en las paredes. El recorrido sigue por la “sala Sur”, donde los visitantes pueden ver un escritorio de Villa Ocampo y otro ángulo de la sala de música. En esta parte de la casa también son chicos los espacios así que el grupo los recorre sin el relato del guía en el lugar. La última vez que el guía responsable de la visita se dirige al grupo entero es en la tienda de Villa Ocampo, lugar donde termina la visita guiada, pero no donde termina el recorrido de la casa. Allí el guía les indica a los visitantes que pueden subir al primer piso de la casa y recorrer por su cuenta las distintas habitaciones que incluyen la biblioteca de Victoria Ocampo, su dormitorio, un escritorio y un baño, entre otros. Además, una vez arriba los visitantes pueden salir al balcón con vista al patio. El guía acompaña a los grupos arriba y está a disposición de las personas que quieran seguir haciéndole consultas.

En todos los cuartos de Villa Ocampo mencionados con anterioridad y, a pesar del amplio rango de edades de los visitantes, todas las personas estudiadas en las observaciones parecen compartir actitudes similares al realizar la visita: se los puede ver atentos a lo que los guías cuentan en el relato, observando lo que se indica y haciendo preguntas que van desde intrigas sobre la vida cotidiana de Victoria Ocampo en la casa hasta el proceso de restauración por el que pasó el lugar.

“Hubo cambios drásticos al momento de restaurar la casa?”

(Mujer de 50 años aproximadamente, visita guiada observada el 19 de abril del 2019)

“Cuáles son los orígenes de la familia Ocampo?”

(Hombre de 65 años aproximadamente, visita guiada observada el 11 de mayo del 2019)

“Victoria Ocampo tuvo hermanos hombres?”

(Hombre de 45 años aproximadamente, visita guiada observada el 11 de mayo del 2019)

Gran cantidad del grupo que hace la visita toma fotografías de cada cuarto, del ambiente en general pero también algunos objetos específicos que les llaman la atención o que, quizás, parecen tener una mayor importancia que el resto. En el piso de arriba la mayoría de los visitantes saca fotos de la vista del balcón y pasan en este lugar un rato largo disfrutando la vista. Se destaca que es en el piso de arriba donde el público toma mayor cantidad de fotografías y comienza a hablar un poco más entre sí, ya que durante el relato del guía se escuchan pocos comentarios entre los visitantes.

El discurso ayuda a evocar lo que fue la vida para quien habitó el lugar. En la visita se pone énfasis en los sucesos que ocurrieron en la vida de Victoria Ocampo y, en especial, en la casa. Este relato atrapa a los visitantes: se puede ver la sorpresa en la cara de los presentes cuando se menciona la vida amorosa de Ocampo, se hacen preguntas sobre los antepasados de la dueña de casa y se nota la intriga que genera en el público ciertas actitudes de Victoria Ocampo que rompían con los estereotipos de género.

El relato elegido para los visitantes de Villa Ocampo permite pensar que las puertas de Villa Ocampo no son abiertas al público solo para que contemplen los ambientes y los objetos del interior de la casa, sino para que el público pueda conocer a Victoria Ocampo y a diferentes aspectos de su vida.

También se destaca la cantidad de preguntas que hacen los visitantes sobre el mobiliario: llaman particularmente el interés de los visitantes las pinturas de seda japonesa que se exponen en el comedor, los cuadros de los bisabuelos de Victoria Ocampo como así también las lámparas de Bauhaus. Cada vez que el guía destaca un objeto dentro de alguno de los ambientes todos los visitantes le prestan atención y lo analizan.

Es importante que se le preste atención al mobiliario de las casas museo ya que autores como Pérez Mateo (2016) afirman que ayuda a crear un ambiente determinado.

Las respuestas que tienen las personas hacia los objetos en exposición contribuyen a la creación del significado construido por los mismos. Silverman (2007) destaca ejemplos como la alegría de ver una silla como con la que uno creció, la urgencia de tocar un instrumento musical en exhibición.

Los objetos de Villa Ocampo llevan al que la visita no solo a una época determinada, sino que también que los hace conocer lo cotidiano de una clase social determinada como fue la de Ocampo. Esto se da de una manera mas clara en Villa Ocampo ya que, además, todos los objetos de la casa son auténticos, lo que para Torres González (2013) genera una conexión directa entre el visitante y el lugar.

Es importante aclarar que es mediante muchas de las actitudes que se han descripto con anterioridad que se manifiestan las distintas emociones de los visitantes, que luego serán confirmadas y descriptas con mayor detalle durante las entrevistas no estructuradas. Estas actitudes parecen ser heterogéneas: los visitantes prestan atención, sienten sorpresa y curiosidad a medida que se le van revelando información nueva, observan objetos y ambientes con admiración y recorren los jardines con tranquilidad y placer.

ENTREVISTAS NO ESTRUCTURADAS

Respecto a las entrevistas no estructuradas, se realizaron 20 entrevistas a visitantes sin discriminar la edad, lo que permite tener una muestra con una amplia variedad de edades (sin haber tenido en cuenta a los niños y adolescentes que estaban en compañía de adultos). Desde jóvenes que transitan sus 20 hasta adultos mayores.

Al realizarse el acercamiento a los visitantes, primero se les explicó cuál era la finalidad de la entrevista, aclarando que la entrevista sería breve y solamente sobre la experiencia vivida en la casa museo. Pero, si bien no se le pidieron datos personales explícitamente, si se hicieron anotaciones sobre sexo, edad aproximada, personas con la que realizaron la visita y algún dato más que haya parecido relevante en el momento (como por ejemplo si mencionaban en qué lugar vivían)

A todos los entrevistados se le han hecho preguntas que abarcaban los mismos temas, pero no siempre fueron hechas en el mismo orden ni de la misma manera. Sin embargo, en todas las entrevistas se respecto la primera pregunta que tenía como objetivo simplemente saber si se disfrutó el recorrido por la casa, siendo útil para romper el hielo, pero también para ya empezar a recolectar información.

Los visitantes entrevistados en su mayoría presentaron una buena disposición para contestar las preguntas y en ocasiones se notó cómo el entrevistado tenía ganas de compartir sus opiniones sobre la casa museo y parecía emocionado por tener la oportunidad de contar lo que vivió durante el recorrido.

En varias ocasiones los entrevistados preguntaron si era posible contestar las preguntas junto a la persona (o personas) que los acompañaban en ese momento, pero, en su mayoría, aún después de preguntar, las respuestas fueron personales.

Las primeras preguntas de la entrevista solían ser de respuestas cortas (¿Disfrutaste la visita? ¿Soles visitar museos?) y a medida que se avanzaba con la entrevista se iba pasado a preguntas con respuestas más complejas y que requerían que la persona entrevistada se explayara más en sus respuestas (¿Por qué sentís que es diferente visitas una casa museo a visitar otro tipo de museo? ¿Qué disfrutaste de la visita? ¿Cómo te hizo sentir?).

Es importante aclarar que en general las personas entrevistadas no conocían en profundidad la historia de Victoria Ocampo, solamente la habían escuchado nombrar o conocían quien era muy superficialmente. Esto se coincide con la gran atención prestada por los visitantes en el recorrido: la información que revelan los guías es información que estas personas seguramente estén escuchando por primera vez.

Por lo expuesto en las entrevistas, los visitantes parecen haber entendido que es lo que se buscó transmitir con la visita y el relato. La visita sirvió para que tengan mayor conocimiento, no solo sobre Victoria Ocampo, sino que también sobre la historia de Argentina. Esto responde a una característica, propia de las casas museo, que indica Torres González (2013): este tipo de museo tiene mas capacidad de hacer que los visitantes conozcan una época determinada de una comunidad.

“Me pareció que cualquier persona que esté interesada en la vida de la Argentina tiene que si o si conocer este lugar. Es algo muy argentino. Hay mucha historia acá”

(Entrevista día 19/04. Hombre de 50 años aproximadamente. Visitó con su pareja)

“Me parece que se relató bastante bien la época y la importancia que tuvo ella dentro de la literatura argentina”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 40 años aproximadamente. Visitó con sus dos hijos varones)

Estas declaraciones son pertinentes teniendo en cuenta que los visitantes en su mayoría son provenientes de la zona. Los mismos residentes de zonas cercanas buscan conocer su propia historia. Los museos en general son productores de conocimiento y ofrecen a la comunidad una comprensión de la evolución de la sociedad (Gosling & de Freitas Coelho, 2016).

En su mayoría, los entrevistados destacaron la importancia de la visita guiada y la capacidad de los guías para transmitir los sucesos que ocurrieron en la casa: valoran el relato completo pero llevadero, y se apreció la síntesis al momento de contar la historia del lugar.

“Me gustó mucho el guía. Explico muy bien y me parece que transmitió mucho de lo que se vivió en esta casa”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 40 años aproximadamente. Visitó con sus dos hijos varones)

“El guía explicó muy bien todo. No nos aburrimos para nada”

(Entrevista día 19/04. Hombre de 50 años aproximadamente. Visitó con su pareja)

“Lo que me gustó mucho es la pasión que le pone la chica que lo relata, realmente te das cuenta de que sabe”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 40 años aproximadamente. Visitó con su familia)

“(…) Mas que nada con el guía, el (guía) que nos tocó sabía mucho de todo. La visita guiada estuvo muy bien, le preguntabas cualquier cosa y contestaba.”

(Entrevista día 19/04. Hombre de 60 años aproximadamente. Visitó con su familia)

“Destaco el conocimiento del guía: la información y como lo explico. “

(Entrevista día 11/05. Mujer de 40 años aproximadamente)

“El guía fue breve e hizo que sea entretenido. Eso es importante.”

(Entrevista día 11/05. Hombre 35 años aproximadamente. Visitó con su familia)

“El guía es buenísimo, muy informado y nada aburrido. Hizo que sea llevadera (...) el guía hizo que fuera muy interesante”

(Entrevista día 11/05. Pareja de 25 años aproximadamente)

“Muy atrapada con todo lo que contó el guía. Muchas cosas que ni te imaginabas de Victoria Ocampo. Nunca me aburrí. Volvería a la casa otra vez”

(Entrevista de 11/05. Mujer de 50 años aproximadamente. Visitó con sus amigas)

Es de suma importancia aclarar que no estaba incluida ninguna pregunta directa sobre los guías ni en las preguntas planeadas con anterioridad al trabajo de campo ni en las que fueron surgiendo a medida que se realizaron las entrevistas, pero igualmente, fue un tema mencionado por gran cantidad de los entrevistados, mostrando la importancia orgánica que los visitantes le dan a los encargados de realizar las visitas.

El rol que expone Brito (2012) de los guías como grandes responsables de la satisfacción de los visitantes, se cumple en el caso de Villa Ocampo. Con las opiniones sobre los guías en las respuestas de las entrevistas, se pone en evidencia que no solo importa que el guía exponga fecha y hechos, sino que aprecia un relato interesante y llevadero, para que sea amena la manera en la que los visitantes decidieron pasar su tiempo libre.

Se puede observar un alto nivel de bienestar en los visitantes después de experimentar el servicio ofrecido por el museo.

Los guías cumplen un papel importante en la formación de una conexión entre el lugar y el visitante, son los que brindan las herramientas para que los visitantes puedan formar significados. En el caso de Villa Ocampo los guías cumplen el rol comunicativo expuesto por Rabolic (2008): presentan información correcta, seleccionando los puntos importantes y manteniendo entretenidos a los visitantes.

El rol fundamental que tienen los guías en Villa Ocampo tiene mucho que ver con el hecho de que ellos mismos son los que con el relato logran generar emociones en los visitantes, es mediante la información que van revelando los significados que se crean entre los presentes y el lugar en donde están, sus objetos y ambientes. Sin esta información brindada por los guías sería difícil que los visitantes puedan comprender lo que están viendo. Si bien es posible colocar nomencladores y placas con información en distintos lugares, esto quitaría la sensación de continuidad de la casa e interferiría con la sensación que tienen los visitantes de recorrer un lugar que podría ser habitado por ellos mismos.

Es importante aclarar que los guías parecen buscar que los visitantes les hagan preguntas, incentivándolos y con buena disposición para contestar. Se destaca que una visitante le preguntó al guía porque no había nomencladores que indicaran que era todo lo que había en la casa y el guía le explicó que era para que le hagan preguntas a los guías que realizan las visitas.

Se puede afirmar que la forma de interpretación elegida por Villa Ocampo es la correcta para los visitantes que concurren a ella: esto se puede ver no solo con las respuestas de las entrevistas sino también con los resultados de la observación participativa en donde se aprecia cómo los visitantes buscan constantemente conocer más que la información que es compartida por el guía y por eso hacen preguntas. También se puede apreciar la satisfacción de los visitantes con esta forma de interpretación porque no es raro ver como luego de finalizado el recorrido algún visitante se acerca al guía para felicitarlo por su trabajo.

De la muestra de veinte personas que se entrevistó, solo una vez se registró una opinión negativa sobre la manera de transmitir la información de uno de los guías, pero, aun así, se elogio los conocimientos del mismo sobre Victoria Ocampo.

“No era muy divertido, pero conocía muy bien al personaje”

(Entrevista día 11/05. Grupo de cinco mujeres de 60 años aproximadamente. Visitaron juntas)

Pinna (2001) afirma que las casas museo tienen un poder evocativo del pasado, generan sensaciones fuertes en los visitantes y estas sensaciones hacen que las personas se preguntan por qué pasaron los habitantes de ese espacio.

Así también, Pérez Mateo (2016) destaca de esta tipología de museos que en ellos el público revive o imagina lo que fue la vida en el interior de la casa, mediante los objetos que los habitantes utilizaban.

Como ya se menciona antes, los objetos tienen el poder de evocar las características de la persona que los utilizó y cumplen un papel fundamental en los museos. Según Melgar & Leoz (2018) los objetos son capaces de generar experiencias memorables en los visitantes. En Villa Ocampo esto se prueba con lo que los entrevistados dijeron sobre la casa, con declaraciones como:

“(...) Donde ella dormía, o donde ella trabaja o donde la gente se reunía. Todo tiene su parte linda, sus cosas para imaginarse o para ver y disfrutarla.”

(Entrevista día 19/04. Hombre de 50 años aproximadamente. Visitó con su pareja)

“(...) la casa en sí, los objetos, los muebles... uno se imagina de lo que fue. Esto también es una reducción de la vida que llevaba”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 60 años aproximadamente. Visitó con su hija)

“Vas a la casa de alguien a conocer a esa persona, más que el lugar en sí (...) Te podés imaginar cómo era todo lo que (Victoria Ocampo) hacía”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 25 años aproximadamente. Visitó con sus amigas)

“... Acá podés venir y conocer una persona”

(Entrevista día 19/04. Hombre de 60 años aproximadamente. Visitó con su familia)

“Es como entender la vida de la persona. Entender hasta qué pensaba cuando puso una lamparita distinta a la que estaba originalmente. Empezas a conocer un poco como vivía y que quería. Es como conocer a la persona.”

(Entrevista día 11/05. Mujer de 45 años aproximadamente. Visitó con su madre)

“Es como vivir donde ella vivió y ver donde se sentó, donde escribía y que es lo que hacía (...) es una casa bien habitable, podés venir a vivir vos. “

(Entrevista día 11/05. Mujer de 60 años aproximadamente. Visitó con sus amigas)

“Acá te metes en la vida de Victoria Ocampo, porque además de conocer todo su entorno conoces su vida. Donde dormía, donde iba al baño, es más conocer al personaje. La gente no viene para ver la casa, venís a ver “la casa de...”

(Entrevista día 11/05. Grupo de cinco mujeres de 60 años aproximadamente. Visitaron juntas)

“Acá ves todos los ambientes donde vivió una persona y podés ver hasta lo que era su personalidad, como colocaba los muebles y decoraba... La verdad que lo

que se siente en las casas así es extraordinario (...) Estas viendo muy de cerca cómo vive alguien (...) Te puedes imaginar cómo vivía, el comedor, la habitación, todo. Hace que puedas ver cómo eran las cosas”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 40 años aproximadamente. Visito con su pareja)

“Acá recorres una casa, como vivía una persona, que le gustaba. Te sentís diferente porque recorres eso... una casa, no un museo. Y con lo que te cuentan podés ver como era todo, como se juntaban acá, en que cuartos hacia cada cosa, hasta donde dormía. Podes ver todo tal cual era”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 50 años aproximadamente. Visito con su amiga)

Estas declaraciones sirven para afirmar ciertas cosas:

Por un lado, los visitantes comprenden que al visitar una casa museo lo que se valoriza a la persona que la habitó. Esto es el punto inicial por lo que surgió esta categoría de museos, para consagrar individuos, y se cumple en Villa Ocampo.

Por otro lado, las personas que recorren la casa son capaces de revivir lo que fue la vida en la propiedad, pero no solo se imaginan como Victoria Ocampo desarrollaba ahí sus actividades cotidianas, sino que también lo relacionan con su propia historia, ya que los entrevistados también mencionan que pueden verse viviendo en la casa ya que es un lugar habitable. Es importante destacar que esto sucede en Villa Ocampo, aunque el espacio pertenezca a un círculo más elitista ya que igualmente la casa era escenario de todas las acciones que realizan los humanos: comer, dormir, conversar, etc. Esto se da por el sentimiento de confianza que brindan las casas museo a los visitantes, ellos sienten que conocen los ambientes que se les muestra y también permite que puedan empatizar con las personas que habitaron el lugar, como hace mención Torres González (2013).

También, es posible afirmar que los visitantes viajan al pasado al visitar Villa Ocampo. Esto se da con el relato del guía que menciona costumbres y tradiciones de la época, pero también el mobiliario y la atmósfera de la casa ayudan a que los visitantes sientan que están en otra época por un momento. Todo esto lo pueden hacer gracias a la atmósfera que brinda la casa y los datos que aportan los guías ya que la mayoría de los encuestados admitieron no conocer demasiado sobre Victoria Ocampo antes de la visita.

Aunque si bien se suele describir la experiencia de los visitantes de una casa museo como un viaje al pasado (Risnicoff de Gordas, 2001) en Villa Ocampo esto se da parcialmente, pero adrede. Esto no pasa por que el ambiente de la casa no transporte a los que la visita a otra época, sino porque durante el relato, los guías se encargan de asegurarle a los visitantes que Villa Ocampo no está “fosificada”, sino que en los ambientes todavía se realizan reuniones, eventos, y hasta el piano que tantas veces fue tocado por personajes importantes cuando Ocampo habitaba la casa, todavía es tocado.

ANÁLISIS CONJUNTO DEL TRABAJO DE CAMPO

Se puede afirmar que se cumplieron los tres objetivos de la interpretación del patrimonio que menciona Veverka (citado en Maragliano, 2008) que fueron expuestos en el marco teórico de este trabajo:

1-

Objetivos de conocimiento: Se busca que el público conozca. Esto se logra, al momento de preguntarles a los visitantes si tenían conocimientos sobre Victoria Ocampo o la casa anterior a la visita, la mayoría afirmó que no. Pero, sin embargo, luego de la visita pudieron recopilar información suficiente sobre Victoria Ocampo y su esencia.

2-

Objetivos emocionales: Se refiere a los sentimientos que surgen a partir de este nuevo conocimiento. Es difícil que los entrevistados exterioricen los sentimientos que atravesaron durante la visita, por eso para esto juega un papel fundamental la observación participativa: la gente estaba atenta, haciendo preguntas al guía, pidiendo que se repita cierta información a la que quizás no se le prestó atención por estar mirando alguno de los muchos detalles de la casa. Todo esto indica un cierto sentimiento de intriga e interés por el lugar.

Se puede detectar la sorpresa de los visitantes cuando los guías cuentan sobre el rol como mujer de Victoria Ocampo, o sobre su romance con Julián Martínez. Y aunque se puede ver la sorpresa en las facciones de las personas, no se apresuran a hacer comentarios sobre esos hechos a sus acompañantes, sino que siguen escuchando atentos el relato de los guías.

3-

Objetivos actitudinales: Es todavía más difícil poder afirmar si se cumplen estos objetivos ya que no se puede monitorear cuáles son las actitudes nuevas que los visitantes adoptaron una vez que dejan la casa. Igualmente dan algunos indicios ciertos sucesos observados: se hicieron preguntas del tipo “¿Hay algún libro que hable de cómo fue la restauración de Villa Ocampo?”, o la compra de libros que hablan sobre el lugar o Victoria Ocampo en la tienda, lo que indica que luego de dejar la casa se seguirán instruyendo sobre el lugar. Una pareja entrevistada pidió recomendaciones de otras casas museos para visitar y una mujer entrevistada afirmó que luego de la visita buscaría aún más información de Victoria Ocampo, ya que se quedó con ganas de saber más. Estos hechos dan a entender que al dejar la casa adoptaran una actitud que no tendrían de no haberla visitado: ya se a leer un libro sobre la propietaria o visitar otras casas museos.

Al afirmar que se cumplen estos objetivos también se puede afirmar que se cumplen los requisitos de una experiencia para Poulsson & Kate (2004): se capta la atención de los visitantes; se ofrece sorpresa mientras se genera conocimiento y genera emociones.

Todas las personas entrevistadas y las observadas realizaron la visita acompañadas, ya sea de una pareja, familiares o amigos. Esto deja en evidencia lo que exponen Pine and Gilmore (1999): la gente no solo visita una atracción cultural en busca de educación, sino que también lo hacen para compartir valores y conocimientos con amigos o familiares.

Al mismo tiempo, también podemos afirmar lo que propone Torres González (2013), aunque el visitante este acompañado la experiencia dentro de la casa parece ser individual. Durante las visitas observadas se notaron pocos diálogos entre los participantes, siendo todas las preguntas y comentarios dirigidos a quien fuera el guía y no a las personas con las que habían visitado el lugar. Una vez terminado el recorrido guiado si se han observado como entre los grupos de visitantes que había concurrido juntos se hacían comentarios o señalaban cosas sobre el lugar o datos que había brindado el guía.

La experiencia total que buscan los consumidores según Rurale (2017) puede asumirse como un hecho en Villa Ocampo: Se incluye en la experiencia la cultura y la educación, mediante la visita guiada; también la interacción social por lo expuesto anteriormente y; por último, también el placer, lo que se puede probar con las declaraciones de los entrevistados ya que la totalidad de ellos han afirmado que les gusto la visita y la disfrutaron.

Si bien con lo observado ya es posible reconocer algunas de las emociones por las que pasan los visitantes de Villa Ocampo; como sorpresa, interés, intriga o placer, también es importante destacar lo que los mismos exteriorizaron en las entrevistas realizadas.

Los visitantes mencionaron en diferentes ocasiones que la casa les provocaba inspiración, y que podían imaginar que tenía el mismo efecto en Victoria Ocampo cuando la habitó:

“Me parece que ayudaba o la motivaba a escribir”

(Entrevista día 19/04. Mujer de 60 años aproximadamente. Visitó con su hija)

“En un entorno así cualquiera puede escribir”

(Comentario escuchado en la observación participativa del día 11/05)

También comentaron que el lugar les brinda paz y felicidad. Muchos de los visitantes manifestaron su agrado comentando que ya habían visitado la casa en múltiples ocasiones.

“Las cosas van a otro ritmo acá adentro”

(Comentario escuchado en la observación participativa del día 11/05)

Los comentarios de los visitantes acerca del entorno de Villa Ocampo son esenciales para poder afirmar que la mayoría de las personas que recorren la casa se siente inmersos en el contexto, sintiendo emociones similares, pero en diferentes matices.

Como se explicó antes, la inmersión de los visitantes puede ser inmediata o progresiva. La observación participativa ayuda a clasificar el tipo de inmersión que se da en esta casa museo: los visitantes normalmente parecen más atentos e inmersos en la experiencia a medida que van adquiriendo conocimientos sobre Victoria Ocampo y su vida en la casa, a medida que se les explica como la propietaria utilizó los diferentes ambientes y pueden ser capaces de imaginarla en esos mismos cuartos que ellos están recorriendo.

Esto hace que la inmersión sea progresiva. Lo que también se puede probar en el final del recorrido: en la parte en donde termina el relato del guía, la gente sigue recorriendo el

espacio atento y con lentitud, sin apuros en terminar el recorrido, todavía inmersos en la esencia de la dueña de la casa, viendo quizás los cuartos más íntimos de la casa: su dormitorio, su escritorio y su baño.

Villa Ocampo logra generar sentimientos en las personas que deciden visitar el lugar, lo cual tiene influencia en la experiencia vivida por los mismos, teniendo en cuenta la cantidad de estudios que afirman que los visitantes aprecian cuando un museo es capaz de estimular sus emociones.

Estos sentimientos que se generan en Villa Ocampo pueden relacionarse con lo que Deloche define como un aura. Esta aura que el autor afirma que las casas museo poseen es lo que impacta al visitante, y se da por la historia del lugar, que en esta casa museo en particular tiene un rol importante: escuchar lo que fue la vida de Victoria Ocampo, una mujer que vivió en otra época y clase social diferente a la de las personas que visitan su casa, tiene un impacto en los visitantes pero el relato hace que, por un lado, puedan imaginarse por unos momentos lo que fue la vida en la propiedad, y por otro lado, que luego de familiarizarse con los ambientes puedan imaginarse a ellos mismos viviendo ahí, ya que son los mismos cuartos que tienen en el lugar donde ellos habitan.

Esto muestra que Villa Ocampo no solo hace que los visitantes puedan transportarse a otro siglo y otro estilo de vida diferente, lleno de eventos importantes para la historia y cultural del país, sino que también puedan identificar el espacio con las actividades de su vida cotidiana.

Se dan en Villa Ocampo dos sucesos: los visitantes se sienten capaces de habitar la casa ya que pueden reconocer los ambientes, mobiliario y objetos de la misma y relacionarlos con su realidad, pero al mismo tiempo se alejan de su realidad ya que la casa museo funciona como un elemento que les permite viajar a un pasado que no vivieron, pero sí pueden imaginar por el relato ofrecido en la visita por parte de los guías.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada en el Observatorio Cultural Villa Ocampo se puede afirmar el cumplimiento del objetivo principal de esta tesis: Villa Ocampo logra generar en el público que arriba al lugar ciertas emociones que son características de las casas museos: empatía, sorpresa, serenidad, placer, entusiasmo, satisfacción, nostalgia, compasión, entre las más mencionadas.

Con los resultados que se obtuvieron tanto con la observación participativa como con las entrevistas realizadas, se puede llegar a la conclusión de que los visitantes de esta casa museo en general se sienten inmersos en la experiencia, reconocen los ambientes que recorren y eso les permite sentir una cercanía con la persona que habito el lugar.

Villa Ocampo transmite los valores inmateriales del lugar mediante objetos, habitaciones, pero también mediante la interpretación elegida por la casa museo: la visita guiada, que logra evocar en los visitantes la vida de Victoria Ocampo y los eventos ocurridos en su casa.

Los turistas reconocen los objetos expuestos en cada una de las habitaciones y son capaces de entender su lenguaje. La cultura material, de esta manera, logra influir en la experiencia que tiene los que visitan la casa museo no solo porque pueden ser reconocido fácilmente sino también porque a pesar de ser objetos familiares son testimonios importantes de la época y la persona que habito el lugar.

Es importante destacar el rol fundamental que poseen los guías de Villa Ocampo en el nivel de satisfacción de quienes la visitan: el relato de los guías es lo que hace que las personas puedan comprender que es lo que están viendo y la importancia de cada objeto que forma el conjunto de lo que es Villa Ocampo.

La interpretación amena, educativa y, sobre todo, adecuada para esta casa museo, logra brindar a quien realiza la visita guiada información fundamental para que puedan formar conexiones con el recurso. También permite que los visitantes comprendan que no están solo conociendo la historia de Victoria Ocampo, sino también los sucesos de un momento histórico determinado para una clase social determinada. La relación entre la casa y quienes la visita es en gran parte fruto del trabajo de los guías responsables de que exista una interpretación exitosa del lugar.

Los visitantes de Villa Ocampo suelen proceder de zonas aledañas, gente procedente de la misma comunidad, buscando construir una imagen de lo que fue una época particular en la historia argentina. Queda evidenciado que las personas se acercan a un lugar que consideran propio, lo que destaca cierto vínculo entre la casa museo y el sentido de comunidad. Son capaces de reconocer la historia y vivencia de Victoria Ocampo, pero al mismo tiempo pueden imaginar una historia propia en el lugar, ya que pueden verse habitando ese espacio.

Se debe mencionar la falta de estudios sobre los museos que poseen estas características, aun existiendo una amplia bibliografía que relaciona al turismo, los museos y las emociones, no hay investigaciones que se centren en estudiar las

emociones específicas que provocan las casas museo en los visitantes. En este sentido, este trabajo intenta señalar algunos indicios posibles.

En Villa Ocampo se logra que el visitante este en contacto con la historia de quien habito la casa y al mismo tiempo que genere conexiones personales con el lugar.

Villa Ocampo logra ser considerada una casa museo no solo por conservar su disposición original sin ser transformada, sino que por algo mucho más importante: por la experiencia que es capaz de brindarle al que la visita mediante una interpretación adecuada que logra brindar una experiencia memorable, sabiendo expresar no solo el valor arquitectónico y material de la casa, sino que también la importancia que tiene quien la habito en la historia de Argentina.

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFIA

Alcañiz, J. E. B., & Simó, L. A. (2004). Modelo cognitivo-afectivo de la satisfacción en servicios de ocio y turismo. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*.

Alcañiz, J. E. B., & Simó, L. A. (2005). Emociones del consumidor. Aplicación de la escala agrado-activación en la segmentación de visitantes de servicios de ocio y turismo. *Revista Española de Investigación de Marketing*.

Almirón, A., Bertoncetto, R., & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*.

Arrieta Urtizberea, I. (2012). *Museos y turismo: expectativas y realidades*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua.

Benadiba, L., & Plotinsky, D. (2001). *Historia oral: construcción del archivo histórico escolar. Una herramienta para la enseñanza de las ciencias sociales*. Noveduc Libros.

Benediktsson, G. (2004). Museums and tourism. *Stakeholders, resource and sustainable development, Göteborg University, Göteborg*.

Berríos, R., & Lucca, N. (2003). Investigación Cualitativa: Fundamentos, Diseños y Estrategias.

Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.

Brito, M. (2012). Intercultural interpretation strategies in the museum: the case study of a guided visit to the Coach Museum in Lisbon. *Revista Turismo & Desenvolvimento*.

Carù, A., & Cova, B. (2006). How to facilitate immersion in a consumption experience: Appropriation operations and service elements. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*.

Conti, A. L., & Cravero Igarza, S. (2010). Patrimonio, comunidad local y turismo. *Notas en turismo y economía*.

Deloche, B. (1999). Museologie et philosophie. *ICOM. International Council of Museums. ICOFOM, International Committee for Museology/Comite international pour la muséologie. Museology and Philosophy/Muséologie et philosophie*.

Fernández Balboa, C. (2007). La interpretación del Patrimonio en la Argentina. *Administración de Parques Nacionales*.

Fernández Poncela, A. M. (2009). Conmemoraciones, lugares de la memoria y turismo: Querétaro. *Alegatos-Revista Jurídica de la Universidad Autónoma Metropolitana*.

- Fernández, A. M. (2017). Patrimonio y turismo. *Revista Turismo em Análise*.
- Gosling, M., Silva, J. A., & de Freitas Coelho, M. (2016). El modelo de experiencias aplicado a un museo: La perspectiva de los visitantes. *Estudios y perspectivas en turismo*.
- Guglielmino, M. (2007). La difusión del patrimonio. Actualización y debate. *Revista electrónica de Patrimonio Histórico*.
- Helf, N. & Grementieri, F. (2018). *Patrimonio en el siglo XXI: El caso de Villa Ocampo*. Yoeditor
- Kawulich, B. (2005, May). La observación participante como método de recolección de datos. In *Forum: qualitative social research*.
- Ladwein, R. (2003). Les modalités de l'appropriation de l'expérience de consommation: le cas du tourisme urbain. *Sociétés, consommations et consommateurs*.
- Legrenzi, L., & Troilo, G. (2005). The impact of exhibit arrangement on visitors' emotions: A study at the Victoria & Albert Museum.
- López, N. B., Moncada, J. A., & Aranguren, J. (2008). Visita guiada sobre el tema beneficios ambientales dirigida a los visitantes del área recreativa Los Venados, Parque Nacional El Ávila. *Revista de investigación*.
- López, C. E. (2015). Casa museo, casas históricas. Definiciones y ejemplos en Barcelona.
- Luca de Tena, C. (2007). *Escritor y personaje: dos formas distintas de habitar una casa. Cervantes, Dulcinea y las casas-museo*. Ministerio de Educación.
- Maragliano, M. G. (2008). Interpretación del Patrimonio: Una experiencia de conocimiento que revela significados. *Anuario de estudios en turismo*.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1989). *Designing Qualitative Research* Sage Publications. *Newbury Park, California*.
- Mateo, S. (2011). Las Casas Museo como salvaguarda del Patrimonio Inmaterial: El mobiliario como exponente de una cultura ya desaparecida. *Seminario de Investigación en Museología de los Países de Lengua Portuguesa y Española*.
- Melgar, M. F., & Leoz, J. L. D. L. R. (2018). De los objetos al museo. Experiencias educativas emotivas y creativas. *CONTEXTOS DE EDUCACION*.
- Mestanza, J. G., & Revilla, M. R. G. (2016). El turismo cultural en Málaga: Una apuesta por los museos. *International journal of scientific management and tourism*.
- Miranda, J. M. (1998). La interpretación del patrimonio natural y cultural: todo un camino por recorrer. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*.
- Miranda, J. M., & Ham, S. H. (2008). ¿A qué interpretación nos referimos? *Boletín de interpretación*, (19).
- Miranda, J. M. (2008). El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio. In *La comunicación global del patrimonio cultural*. Ediciones Trea.

- Musante, K., & DeWalt, B. R. (2010). *Participant observation: A guide for fieldworkers*. Rowman Altamira.
- Pavoni, Rossana (2012). Casas museo: una tipología de museos para poner en valor.
- Peñalba, J. L. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, individuo y sociedad*.
- Pérez Mateo, S. (2016). Las casas museo en España: análisis de una tipología museística singular. *Proyecto de investigación*.
- Pérez-Ruiz, M. L. (1998). Construcción e investigación del patrimonio cultural. Retos en los museos contemporáneos. *Alteridades*.
- Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Pinna, G. (2001). Introduction to historic house museums. *Museum International*.
- Prats, L., & Santana Talavera, A. (2011). Turismo y patrimonio: entramados narrativos.
- Prieto, L. C. H. (2002). Turismo cultural de museos: análisis y valoración. *Estudios turísticos*.
- Poulsson, S. H., & Kale, S. H. (2004). The experience economy and commercial experiences. *The marketing review*.
- Queirolo, G. A. (2009). Victoria Ocampo [1890-1979]: Cruces entre feminismo, clase y elite intelectual. *Clío & asociados*.
- Rabotic, B. (2008). Tourist guides as cultural heritage interpreters: Belgrade experience with municipality-sponsored guided walks for local residents. In *International Tourism Conference: Cultural and Event Tourism Issues & Debates*.
- Ramos, M. D. G. (2013). *Casas museo y recreación de ambientes: una aproximación al caso español*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Richards, G. (2007). ATLAS Cultural Tourism Survey. *Summary report 2007*.
- Risnicoff de Gorgas, M. (2001). Reality as illusion, the historic houses that become museums. *Museum International*.
- Risnicoff De Gorgas, M. Casas (2006) Museo de lo privado a lo público. Alta Gracia, Córdoba, Argentina.
- Rurale, A. (2017). *Experience consumption: an empirical research in historical house museums* (Doctoral dissertation, Universitat de València).
- Rusillo, S. M. M. (2015). Difusión cultural. La Magdalena de los productos patrimoniales. *Revista electrónica de Patrimonio Histórico*.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires.

Scherer, K. R., & Ceschi, G. (2000). Criteria for emotion recognition from verbal and nonverbal expression: Studying baggage loss in the airport. *Personality and social psychology bulletin*.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*.

Silverman, L. H. (2007). Los museos en una nueva era: los visitantes y la construcción de significado. *Banco de la República de Colombia*

Tatavitto, M. S., & Moré, M. R. (2015). Patrimonio y movilidad: el turismo literario de Villa Ocampo. In *X Jornadas Nacionales de Investigación en Arte en Argentina y América Latina (La Plata, 2015)*.

Tilden, F. (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

Torres Gonzales, Begoña. "Introducción" en Casas museo: museología y gestión. Ministerio de educación, Cultura y Deporte, en Casas museo: museología y gestión. Actas de los Congresos de Casas Museo (2006, 2007, 2008). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2013.

Troncoso, C. A., & Almirón, A. V. (2005). Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones. *Aportes y transferencias*.

UNESCO (1986). The UNESCO Framework for Cultural Statistics. Comisión estadística y económica para Europa. UNESCO: Conferencia de estadísticos europeos. Tercera reunión conjunta sobre estadísticas culturales, 17 al 20 de marzo de 1986.

Valles, M. S. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis Editorial.

Woods, P. (2006). La escuela por dentro. *Educere*.

Zamora Acosta, E. (2011). Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.

Zaragoza Bernal, J. M. (2015). Ampliar el marco. Hacia una historia material de las emociones. *Vínculos de Historia. Revista del Departamento de Historia de la Universidad de Castilla-La Mancha*

FUENTES

Sitio web oficial del Observatorio UNESCO Villa Ocampo.

<http://unescovillaocampo.org> . Visitada 19 de marzo de 2019

Sitio web oficial de DEMHIST

<http://demhist.icom.museum/shop/shop.php?detail=1255432597>. Visitada 21 marzo de 2019

ANEXO I

Preguntas de las entrevistas no estructuradas

¿Qué te pareció la visita?

¿Soles visitar casas museos?

¿Pensas que hay una diferencia entre visitar casas museos y visitar otros tipos de museos?

¿Qué te motivo para visitar Villa Ocampo

¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de realizar la visita?

¿Te parece que le casa transmite la esencia de Victoria Ocampo?

¿Qué destacas de la visita?

ANEXO II

Entrevistas realizadas el día 19 de abril de 2019.

Primera entrevista: Hombre de unos 50 años. Visito con su pareja.

• ¿Qué les pareció la visita?

Me pareció, digamos que, lo que sentí, que cualquier persona que esté interesada, digamos, en la vida de la Argentina tiene que si o si conocer este lugar. Es algo muy, muy argentino viste. Hay mucha historia acá.

• ¿Soles visitar casas museo?

No mucho. Hacemos turismo común, digamos, pero de vez en cuando algunas cositas sí. O que tengan que ver.... Si, con la historia argentina, sí. Cuando podemos alguna cosita hacemos, no mucho, no es que hacemos exclusivamente eso.

• ¿Qué te motivo a venir a Villa Ocampo?

Justamente por lo mismo, digamos. Si bien no sabía exactamente de qué se trataba, tenía una idea muy elemental, digamos, de lo que uno ve por televisión y no más que eso. Eso hizo que, bueno, me incentivara a tratar de conocer con más profundidad esto.

• ¿Por lo que aprendiste en la visita sobre Victoria Ocampo, te parece que el lugar muestra su esencia?

Y, es donde ella vivió y donde recibió a toda esta gente. Si, claro. Si, sí.

- ¿Qué es lo que disfrutaste más de la casa?

Toda la casa. Casa lugar de la casa tiene su encanto. Donde ella dormía, o donde ella trabaja o donde la gente se reunía. Todo tiene su parte linda, sus cosas para imaginarse o para ver y disfrutarla.

Segunda entrevista: Mujer de unos 40 años. Visito en familia

- ¿Qué te pareció la visita?

Linda, muy linda. Muy interesante.

- ¿Soles visitar casas museo?

No, es la primera vez que venimos en familia a eso.

- ¿Que los llevo a venir?

Y hoy era un día que, hace mucho que yo lo quería hacer, y que bueno, la idea de conocer un poquito más lo nuestro ¿no? Uno viaja y siempre conoce un montón de cosas afuera y no conoce lo que tiene cerquita.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de la visita?

No. Había leído una historia, no más, pero como sobrina de Enrique Ocampo y nada más.

- ¿Te parece que la casa logra transmitir la esencia de Victoria?

Si, creo que sí.

- ¿Disfrutaste de la visita?

Mucho.

Tercera entrevista: Mujer de unos 60 años. Visito con la hija.

- ¿Qué te pareció la visita?

Ay, me encanto. Me pareció muy completa. Me gusto la síntesis que se hizo y las gráficas que mostraron para que quedara claro, digamos.

- ¿Soles visitar casas museo?

Si, suelo visitar. Hace poco visite la de Mar del Plata porque a mi hija le gusta mucho.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo?

Si, si, conocía algo. Bueno, ahora estamos en una secuencia de visitar las distintas casas.

- ¿Sentis que el lugar transmitió la esencia de Victoria Ocampo?

Si, totalmente. Me parece que sí. El lugar... Bueno, la casa en sí, los objetos, los muebles y lo que uno se imagina de lo que fue. Esto también es una reducción a la vida que llevaba, que además me parece que ayudaba o la motivaba a escribir. A parte la despreocupación total, de poder hacer lo que le gusta y contar con el tiempo suficiente. Admirable la dedicación al estudio y, bueno, todo lo que los padres hicieron de los hijos ¿no? Institutrices, contaron que a los 5 años hablaba varios idiomas, también eso, digamos, no todas las familias pudientes antes lo hacían. Que había una... detrás de esta familia había una... detrás de Victoria había una familia que empujaba, que motivaba, ¿no? La educación y demás. Y me encanta. Me encanta transmitir... que los jóvenes vean, los adolescentes, que miren, que vean, lo que se puede hacer.

Cuarta entrevista: Mujer de unos 40 años. Visito con sus dos hijos varones.

- ¿Qué opinaste de la visita?

Y, a mí me gusta. Yo es la segunda vez que vengo, yo ya estuve acá. Ahora traje a los chicos.

- ¿Soles visitar casas museo?

Si, cada tanto. Conocemos la de Mar del Plata también.

- ¿Antes de venir acá por primera vez, conocías algo sobre Victoria Ocampo?

Si, sobre Victoria Ocampo, sí. No conocía esta casa, la vez que vine por primera vez.

- ¿Sentis que la casa logra transmitir el espíritu de Victoria Ocampo?

Yo creo que sí.

- ¿Durante el recorrido que es lo que más disfrutaste? ¿Como te sentiste?

Me gustó mucho el guía. Explico muy bien y bueno, me parece que transmitió mucho de lo que se vivió en esta casa, ¿no? Creo que estuvo muy bien, sí. Conto para el que, digamos, que por ahí no sabe, como los chicos que saben un poco menos, me parece que relato bastante bien la época y bueno, la importancia que tuvo ella, ¿no? Dentro de la literatura argentina.

Quinta entrevista: Una pareja de unos 45 años. Contestaron juntos.

- ¿Qué les pareció la visita?

Ella: Muy interesante, muy linda historia y muy agradable el lugar. Muy, muy.

- ¿Son de visitar casas museo?

-Si, nos gusta. Nos gusta mucho

-Si, sí. Habitualmente tratamos de...

- De cuándo vamos a un lugar...

- De hacer alguna visita guiada, porque muchas veces pasa que vos ves el lugar, pero no sabes la historia, no conoces en que año fue...

- Que paso, que sucedió...

- Una cantidad de cosas que te...

-Si dejo algo, acá dejo algo importante.

- Claro.

- ¿Conocían algo de Victoria Ocampo antes de visitar la casa?

- De nombre, de nombre.

- De nombre y algo de su historia.

- Si, por supuesto, pero no detalladamente tampoco.

- Hemos pasado cantidad de veces por la puerta, pero nunca entramos. O por la zona, no por la puerta porque no es un lugar tan sencillo de pasar, pero si por la zona. Pero hoy decidimos venir con tiempo para hacer la visita y entrar...

- Y bueno, ver un poco más.

- ¿Con lo que aprendieron en la visita sobre Victoria, les parece que la casa refleja su espíritu?

-Si, sí. Por cómo está decorada. Si, sí. Se nota que fue de alguien con impronta, con una idea marcada. Si.

- ¿Qué es lo que más disfrutaron? ¿Como se sintieron?

- Nos sentimos muy bien.

- Cómodos.

- Toda la parte del jardín. Nos gustó toda la parte del jardín, la casa, como esta mantenida. Mucho la charla.

- La persona que nos contó. Excelente. Muy, muy bien. Muy resumido y no aburrido. La verdad muy buena. Linda, como para al que le interesa este tipo de visitas, para recomendar.

Sexta entrevista: Mujer de unos 40 años. Visito con su familia.

- ¿Qué opinaste de la visita?

Excelente. La chica nos contó un montón de la historia.

- ¿Soles visitar casas museo?

Cuando podemos nos gusta, hacer con visita guiada.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de la visita?

Muy poquito. Poco. Lo común, que era vanguardista y eso, pero no de la historia.

- ¿Con lo que te contaron de la visita, sentís que la casa evoca su espíritu? ¿Se ve reflejada lo que fue ella acá?

Si, lo refleja muy bien.

- ¿Qué es lo que más disfrutaron de la visita? ¿Como se sintieron?

Lo que me gustó mucho es la pasión que le pone la chica que lo relata, que realmente te das cuenta que sabe. Por qué no es que sabe de ella sola, se fue para arriba de la familia, para abajo y desde hace mil años para esta época, sabía todo. También, hasta el día de hoy. Fantástico.

Séptima entrevista. Hombre de unos 50 años. Visito con su pareja.

- ¿Cómo estuvo la visita?

Me gusto, me gustó mucho. Ella (la mujer) me venía insistiendo para venir y bueno...

- ¿Soles visitar museos? Ya sea en Buenos Aires o en otros lados.

Si, de vez en cuando. Mas que nada cuando viajamos.

- Sentis que la experiencia de recorrer una casa museo es diferente a la de otro tipo de museo?

Si, acá es mas en contacto con las cosas. Esto es otra cosa. En un museo ves lo que exponen, pero acá lo que se ve es todo.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de realizar la visita?

Un poco sí. Ella (la mujer) conocía más.

- ¿Durante el recorrido que es lo que más disfrutaste? ¿Como te sentiste?

Bien. Lo disfrute todo, fue muy interesante y el guía explico muy bien todo. No nos aburrimos para nada. Nos enteramos muchas cosas de las que no teníamos ni idea.

Octava entrevista: Mujer de unos 25 años. Visito con dos amigas.

- ¿Qué te pareció la visita?

Me encanto. Muy buena nuestra guía, lo hizo muy llevadero.

- ¿Soles visitar museos de cualquier tipo?

Si, me gusta mucho. Intento ir seguido.

- ¿Y sentís que la experiencia de visitar otros tipos de museos es distinta a la de visitar este tipo de museos? Las casas museo.

Si, yo creo que sí.

- ¿Y porque piensas que es eso?

No sé, ya el lugar es diferente. Ves otra cosa, y vas a la casa de alguien a conocer a esa persona, más que el lugar en sí. Si, es diferente esto.

- ¿Qué es lo que más te gusto del recorrido?

Todo, ver donde Victoria Ocampo vivía y hacia todo. Además, donde estuvieron todas esas personas importantes. Te podés imaginar cómo era todo lo que hacía. Me gustó mucho.

Novena entrevista: Hombre de unos 60 años. Visito con la familia.

- ¿Qué te pareció la visita?

Estuvo muy interesante, la verdad.

- ¿Sos de visitar museos? Ya sea acá en Buenos Aires o en otros lados

Si, a veces visitamos. Conocemos bastantes.

- ¿Que los llevo a venir?

Habíamos venido hace unos años y nos gustó, pero mi hija no conocía así que ahora vinimos con ella.

- ¿Sentis que visitar una casa museo es diferente a visitar otro tipo de museo o te parece que es más o menos parecido?

No, es distinto. Yo creo que sí.

- ¿Y porque pensas que es distinto?

Porque acá podes venir y conocer un persona. Es más íntimo y aprendes mucho. Mas que nada con el guía, el que nos tocó sabía mucho de todo. La visita guiada estuvo muy bien, le preguntabas cualquier cosa y contestaba.

- ¿Disfrutaste de la visita?-[

Si, la disfrutamos mucho. Me gustó mucho la biblioteca y el piso de arriba. La casa es muy linda, estamos muy conformes.

ANEXO III

Entrevistas realizadas el día 11 de mayo de 2019

Primera entrevista: Mujer de unos 35 años. Visito con su pareja

- ¿Qué les pareció la visita?

Estuvo buena, fue muy informativa, esclarecedora.

- ¿Suelen visitar museos?

No.

- ¿Les parece que visitar una casa museo es diferente que visitar un museo de otro tipo?

Si, es distinto. Si, por es donde vivieron. Se aprecia más la historia.

- ¿Pueden reconocer algún sentimiento que les generó el lugar? ¿Algo que el relato les transmitió?

A mí, en particular, la diferencia que había entre la servidumbre y la clase alta, en esa época. Demasiado era la diferencia.

- ¿Conocían algo de Victoria Ocampo antes de venir acá?
Si, sí, sí.

Segunda entrevista: mujer de unos 65 años. Visito con su hija.

- ¿Qué les pareció la visita?
Muy interesante.

- ¿Suelen visitar museos?
Si.

- ¿Cuál creen que es la diferencia entre visitar una casa museo o visitar un museo de otro tipo?

Si, a mí me parece que (las casas museo) sin un guía que te oriente en la casa museos se perdería todo.

- ¿Hay algo de la visita que les haya llamado la atención? ¿Qué les haya generado un sentimiento?

La cantidad de libros, tan cuidadosos.

Tercera entrevista: mujer de unos 45 años. Visito con su madre

- ¿Qué les pareció la visita?

Ehhh, está bastante buena. O sea, por lo menos yo, no sabía mucho sobre Victoria Ocampo y te da un pantallazo.

- ¿Hay algo que te haya llamado la atención? ¿Qué te haya interesado más?

Me intereso el estilo de vida y me parecía super progre para su época digamos. Así, que me iré a googlear un poquito más de información, pero esta bueno lo que nos contaron.

- ¿Normalmente visitas museos?

Normalmente sí. Ella, mi mama, es de La Plata y averigua cuándo hay museos y venimos.

- ¿Cuál piensan que es la diferencia entre un museo tradicional y una casa museo?

Si, acá es más como entender la vida de la persona, ¿no? Es como que entras hasta como a.... Está bastante conservada como la hizo ella, entonces es entender hasta qué

pensaba cuando puso una lamparita distinta a la que estaba originalmente. Empezas a conocer un poco como vivía y que quería. Si, cambia. Es como más conocer a la persona.

Cuarta entrevista: hombre de unos 40 años. Visito con su pareja.

- ¿Qué te pareció la visita?

Me gusto. Muy buena.

- ¿Hay algo que destagues más? ¿Qué te llamo la atención del recorrido?

En primer lugar, el conocimiento del guía, que no suele pasar en todas las visitas guiadas. Somos de hacer varias visitas guiadas y, especialmente, destaco eso: la información, como lo explico.

- ¿Visitan museos normalmente?

Si, sí.

- ¿Sentís que hay alguna diferencia entre otros tipos de museos y una casa museo?
Si, por supuesto.

- ¿Y porque piensas que es esa diferencia?

Y porque, en realidad, lo que... más que nada, se centra en la persona que vivió y en, por ejemplo, un museo de arte tenes distintas fases.

- ¿Conocían algo de Victoria Ocampo antes de venir?

Si, por ejemplo, la casa de Barrio Parque y la casa de Mar del Plata.

- ¿Sienten que esta casa refleja su espíritu, la esencia de Victoria Ocampo?

Si, sin duda. Ves tantos libros y ya sabes que es de ella. Porque conocimos la de Barrio Parque y siempre tiene biblioteca, los libros muy ordenados, es como su esencia, es como el alma.

Quinta entrevista: mujer de unos 60 años. Visito con amigas

- ¿Qué te pareció la visita?

Linda.

- ¿Hay algo que destagues del recorrido que te haya gustado más?

Lo que más me gusto es que es una casa bien típica de la época, que está muy bien conservada, tiene muy buena vista. Bueno, acá en San Isidro está lleno de estas casas, no es que sea original, original pero lo lindo es que se puede venir, nosotras vinimos a almorzar y después hicimos la visita. Además, un día divino nos acompañó, la pasamos regio.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de hacer la visita?

Si, tenía una idea de quién era, sí.

- ¿Con lo que aprendiste durante la visita sentís que la casa refleja lo que ella fue, su esencia?

La verdad que sí, toda esa biblioteca divina, con tantos libros y originales. Me encanto. Ese lugar, con esa galería, me gustó mucho. Como esta cuidada, los árboles, todo, vale la pena venir, la verdad.

- ¿Normalmente vas a otros tipos de museos?

Si, sí, yo soy de ir a museos, soy coleccionista de arte. Estoy en el tema.

- ¿Sentís que hay alguna diferencia entre visitar una casa museo y visitar otro tipo de museo?

Es como más íntimo la casa museo, es más lindo visitar una casa museo. Además, es como vivir donde ella vivió y ver donde se sentó, donde escribía y que es lo que hacía. Tampoco es una casa tan grande como para perderte, es una casa bien habitable, podés venir a vivir vos. Las chimeneas me encantaron, que cada lugar tenga su chimenea. Muy vanguardista en todo lo que era ella, muy moderna, como se relacionó con todo el mundo. Una persona que no había estudiado, porque no la dejaron. Muy lindo, la verdad es que me gustó mucho venir. Ya hacía rato que tenía ganas de venir, mi hija había venido y me dijo “¡mamá tienes que ir!”

Sexta entrevista: grupo de mujeres de 60 años. Visitaron juntas.

- ¿Qué les pareció la visita?

Excelente.

- ¿Hay algo que destacan?

-El guía este re bien informado. No era muy divertido, pero conocía muy bien al personaje, a la dueña de casa. Que eso es muy bueno, porque no solamente es el entorno, sino la persona que vivió ahí. Contestaba preguntas. Al principio pareció que el grupo era algo rígido, pero bueno, hay que manejar esos grupos.

-Lo que encontré malo es que el grupo era muy numeroso, demasiado numeroso. Creo que tendrían que ser grupos de diez, quince personas como máximo. Si, tan grande no.

Sobre todo, que hay espacios chicos que no podías entrar con el guía porque no entra el grupo, entonces no podían hacer una pregunta puntual.

- ¿Sienten que hay alguna diferencia entre visitar una casa museo y visitar algún museo de otro tipo?

Si, acá te metes en la vida de la persona que haya vivido. El museo te muestra piezas. En general un museo no tiene la vivencia. Acá te metes en la vida de Victoria Ocampo, porque además de conocer todo su entorno conoces su vida. Donde dormía, donde iba al baño, es más conocer al personaje. La gente no viene para ver la casa, venís a ver “la casa de...”

Séptima entrevista: Hombre de unos 35 años. Visito con su familia.

- ¿Qué les pareció la visita?

Estuvo bien, estuvo interesante... Si.

- ¿Suelen visitar museos?

A veces sí.

- ¿Cuál creen que es la diferencia entre visitar una casa museo o visitar un museo de otro tipo?

Y... son cosas diferentes. Estoy más acostumbrado a los museos normales, pero esto me gusta, lo recorres de otra forma.

- ¿Hay algún sentimiento en particular que les haya generado la visita?

Me gusta, fue muy interesante y nada aburrida. El guía fue breve e hizo que sea entretenido. Eso es importante.

Octava entrevista: Mujer de unos 40 años. Visito con su pareja.

- ¿Cómo estuvo la visita?

Estuvo linda, muy linda.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de realizar la visita?

Si, sabía que ella fue muy moderna para su época. Y algunas cosas más, pero aprendí más con la visita, contaron muchas cosas.

- ¿Sentís que venir a una casa museo es diferente a visitar otro tipo de museo?

Yo voy mucho a museos y esto es algo totalmente diferentes. No se... acá ves todos los ambientes donde vivió una persona y podes ver hasta lo que era su personalidad, como colocaba los muebles y decoraba... La verdad que lo que se siente en las casas así es extraordinario.

- ¿Y porque te parece que te sentís así en las casas museo?

Yo creo que porque estás viendo muy de cerca cómo vive alguien. Además, en esta casa... Te podes imaginar cómo vivía, el comedor, la habitación, todo. Hace que puedas ver cómo eran las cosas.

- Sentis que la casa transmitió la esencia de VO?

Si, muchísimo. Toda la decoración, las cosas que cambio. Es su casa, te das cuenta.

Novena entrevista: Hombre de unos 55 años. Visito con su familia

- ¿Te gusto la visita?

Estuvo bien, sí.

- ¿Soles visitar museos? Ya sea en Buenos Aires o estando de viaje.

Si, si... bastante

- ¿Y pensas que visitar una casa museo es la misma experiencia que visitar otro museo?

No, no creo. Lo otro es más frío. Acá no tuvimos mucho tiempo de recorrer después de lo que nos mostró el guía, pero te sentís de otra manera. Ya con la visita guiada es diferente. Las cosas que cuenta la guía son más íntimas.

- ¿Conocías algo de Victoria Ocampo antes de venir?

No... muy poco. Casi nada.

Decima entrevista. Pareja de unos 25 años.

- ¿Qué les pareció la visita? ¿Les gusto?

Estuvo buena, interesante.

- ¿Cómo se sintieron durante la visita?

-Bien.

-Me gustó mucho. El guía es buenísimo, muy informado y nada aburrido. Hizo que sea llevadera.

-Si, sí.

- ¿Suelen visitar museos?

Poco, deberíamos ir más.

- ¿Pero han visitado museos de otro tipo?

Si, sí.

- ¿Y creen que visitar una casa museo como esta es diferente a visitar otros museos?

-Y...

-Yo creo que sí.

-Si, yo también. Esto me parece más interesante. A parte este lugar, es divino, no se puede creer.

- ¿Cómo se sintieron durante la visita?

Ya te digo, el guía hizo que fuera muy interesante. Entretenido.

Décimo primer entrevista: Mujer de unos 50. Visito con una amiga.

- ¿Te gusto la visita?

Me encanto. Muy buena la verdad. Me sorprendió mucho. Nos encantó el guía.

- ¿Conocías algo de VO antes de visitar la casa?

Algo conocía. Que era escritora, era muy moderna y como... salía de las normas.

- ¿Visitas museos normalmente?

Si.

- ¿Te parece que es diferente la experiencia de visitar una casa museo a la de visitar otro tipo de museo?

Es muy diferente. Acá recorres una casa, como vivía una persona, que le gustaba. Te sentís diferente porque recorres eso... una casa, no un museo. Y con lo que te cuentan podes ver cómo era todo, como se juntaban acá, en que cuartos hacia cada cosa, hasta donde dormía. Podes ver todo tal cual era.

- ¿Como te sentiste durante el recorrido?

Muy atrapada con todo lo que contó el guía. Muchas cosas que ni te imaginabas de Victoria Ocampo. Nunca me aburrí... volvería a la casa otra vez. Me encanto.