

## **PROYECTANDO EN LA INTROSPECCIÓN**

### **El desafío del MAP (Buenos Aires) de repensarse en pandemia**

María Florencia Puebla

Escuela Nacional de Antropología e Historia

[pueblaflorencia@hotmail.com](mailto:pueblaflorencia@hotmail.com)

Lucia Eliana Aravena

Museo de Arte Popular José Hernández

[aravenacyr@gmail.com](mailto:aravenacyr@gmail.com)

Argentina

Recibido: 06 de febrero de 2022

Aceptado: 03 de Mayo de 2022

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark://wpa6tuqn9>

## **Resumen**

En este trabajo describiremos cuatro proyectos realizados por el Museo de Arte Popular José Hernández de Buenos Aires (MAP), en el marco de la Pandemia por el virus SARS-CoV-2. Esta institución aprovechó la oportunidad del contexto de quietud y cese de actividades generadas por la cuarentena obligatoria, para reflexionar sobre su accionar y vínculos que estaba teniendo con la población y diversos espacios culturales, patrimoniales y científicos nacionales y latinoamericanos. El MAP tiene una larga trayectoria de servicio sociocultural y comunicativo, para la cual trabaja con el fin de continuarla, enriquecerla y expandirla año tras año.

Siguiendo con esto, diseñó y desarrolló los proyectos: “Conectar Artesanos: Archivo de la Memoria del Campo Artesanal (AMCA)”; “Neoartesanías: Saberes tradicionales, creaciones innovadoras”; “Entramado de colecciones: los textiles del ahora y del ayer. Proyecto de puesta en valor para las colecciones textiles del MAP”; y por último “Convergencias invisibles: del barrio padre Carlos Mugica al MAP y viceversa”.

Estos se realizaron en el año 2021, fueron de naturaleza diversa y tuvieron como fin que el MAP llegue a lugares donde no tenía comunicación ni conexión. Por ende, permitió que el museo se abra a otros públicos y comunidades, entablara puentes de diálogos, y proyecte futuros trabajos en coparticipación y colaboración con otros sectores. Además, los cuatro proyectos consolidaron y expandieron la misión institucional y social que tiene el MAP, que es la de dar a conocer a la población y poner en valor el patrimonio artesanal

de Argentina. Así, se da continuidad a una gestión patrimonial y comunicativa de gran valor y significancia.

**Palabras claves:** museología, museos en pandemia, comunicación en museos, museos de arte popular

## PROJECTING IN INTROSPECTION

### The challenge of the map (Buenos Aires) to rethink itself in pandemic

#### Abstract

In this work we will describe four projects carried out by the José Hernandez Museum of Popular Art in Buenos Aires (MAP), within the framework of the SARS-CoV-2 virus pandemic. This institution took advantage of the opportunity of the context of stillness and cessation of activities generated by the mandatory quarantine, to reflect on its actions and links that it had with the population and cultural, heritage and scientific spaces.

Following this, the museum redesigned and developed the projects: “Connect Craftsman: Archive of the Memory of the Craft Field (AMCA)”; “Neocrafts: Traditional knowledge, innovative creations”; “Network of collections: the textiles of today and yesterday. Value enhancement project for the MAP textile collections”; and finally “Invisible convergences: from the Padre Carlos Mugica neighborhood to the MAP and back”.

These were executed in the year 2021, were of a diverse nature and had the purpose of getting the MAP to places where it had no communication or connection. This allowed the museum to open up to other audiences and communities, to establish bridges of dialogue and exchange, and to project future work in co-participation and collaboration with other sectors. In addition, the four projects consolidated and expanded the institutional and social mission of the MAP, which is to make the population aware of and value the craft heritage of Argentina. In this way, the museum gives continuity to a heritage and communicative management of great value and significance.

**keywords:** museology, museums in pandemic, communication in museums, folk art museums

#### Introducción

A partir de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 acontecida en el año 2020 nos encontramos ante una situación inesperada en el mundo entero. Transitamos tiempos de cambios sociales, culturales y económicos; y se generó (sobre todo) una transformación en la manera en que los humanos teníamos de vincularnos y comunicarnos.

En el campo de la museología, establecida la cuarentena y sin presencia de públicos, vivimos momentos de espera y quietud, que se convirtieron en buenas oportunidades para reflexionar sobre los recorridos realizados hasta el momento y los caminos que se quieren

proyectar para un futuro cercano. Asimismo, la pandemia también nos produjo un profundo cuestionamiento sobre el rol social que los museos desempeñan, y las posibles respuestas que podemos brindar ante las demandas sociales.

En este contexto, el Museo de Arte Popular José Hernández (en adelante MAP) de Buenos Aires entró en un proceso de introspección, donde se detuvo a repensar sobre cómo eran los vínculos que tenía con sus públicos, y en particular las formas en que se estaba relacionando con diversos sectores de la comunidad. A partir de este ejercicio, se encaró una fase de acción donde se realizaron actividades y elaboraron proyectos, con el fin de entablar nuevos canales de comunicación, acción y financiamiento acordes a las demandas sociales y a los tiempos contemporáneos.

Para esto, el MAP desplegó toda su energía y capacidad creativa en desarrollar una programación y contenido virtual coherente y articulado. Tanto su página como sus redes sociales (Instagram, twitter y Facebook) estuvieron permanentemente activas; y se potenciaron al actuar y comunicar en conjunto con otros museos de la Ciudad de Buenos Aires.

Sumado a lo anterior, se realizaron tres exposiciones virtuales, tituladas: “Máscaras Chané”, “Hermógenes Cayo: imaginero de la Puna” y “Nueva generaciones de cesteros. Relatos en primera persona”. Asimismo, se llevaron a cabo conversatorios vía Youtube con trabajadores de museos de arte popular de Latinoamérica. Estos fueron: pláticas con directivos de los Museo de Arte Popular Americano Tomás Lago de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile, el Museo de Artes y Tradiciones populares Luis Repetto Málaga de Perú, el Museo de Arte Popular de Ciudad de México, el Museo del Carnaval de Montevideo, el Centro Cultural Museo Catcarve de Oruro en Bolivia, el Museo del Carnaval de Barranquilla en Colombia, el Museo del Carnaval de Recife en Brasil, y el Museo Casa del Tejido antiguo de Guatemala. Por otro lado, se organizó el XVI y XVII Salón Textil, ambos en formato *online*.

En paralelo, planificó y luego llevó a cabo en el 2021 cuatro proyectos, que se denominaron: “Conectar Artesanos: Archivo de la Memoria del Campo Artesanal (AMCA)”; “Neoartesanías: Saberes tradicionales, creaciones innovadoras”; “Entramado de colecciones: los textiles del ahora y del ayer. Proyecto de puesta en valor para las colecciones textiles del MAP”; y por último “Convergencias invisibles: del barrio padre Carlos Mugica al MAP y viceversa”. Estos fueron de naturaleza muy diversa y abarcaron distintas áreas del MAP, como son la de documentación; investigación; conservación y restauración; comunicación y promoción artesanal; dirección y educación. En este escrito sólo nos detendremos, por falta de espacio, a describir los cuatro proyectos mencionados. Esto sin desconocer la trayectoria, servicio y labor sociocultural y comunicativa que tiene el MAP desde sus orígenes; y que refleja su real preocupación por mantenerse conectados y en articulación con los diversos colectivos, espacios y sujetos con los que interactúa y trabaja. Esto último lo lleva a cabo de manera coordinada y

colaborativa a través de actividades, programas y convenios; así como en la producción de sus contenidos museales<sup>1</sup>.

Luego reflexionaremos sobre los cambios que transita esta institución en tiempos post pandemia, y las nuevas perspectivas y desafíos en cuanto a comunicación y divulgación patrimonial al que éste se enfrenta en el presente.

### **Repensando-se en pandemia**

A partir de la década de 1970, comenzó un cambio en cuanto a la concepción que se tenía del museo. Con la llegada de lo que se conoció como Nueva Museología se pasó de un paradigma donde primaban las colecciones y sus cuidados, a otro interesado en los colectivos sociales cercanos al museo (Mairesse, 2000; Rivière, 1985). Esto repercutió en gran medida en su función comunicativa, debido a que por primera vez se puso interés en cómo era el mensaje que se les estaba transmitiendo a los públicos, y cómo estos construían su identidad a partir del mismo.

Estos intereses fueron postulados en la Mesa Redonda de Santiago de Chile del año 1972 (UNESCO, 1973), y hacen hincapié en profundizar un sentido social y cultural por parte de los museos en sus poblaciones. Estas propuestas, fueron continuadas por la museología contemporánea que las afianzó desde un carácter subjetivo y personal (Scheiner, 2008, 2011).

Estas propuestas aún continúan vigentes, y han generado un ejercicio por parte de los museos en emplear nuevas estrategias de comunicación con sus visitantes con el fin de acercarse, conocerlos/as y entablar diálogos. No obstante, para tener estos canales funcionando resulta imprescindible tener un mensaje claro sobre qué decir, cómo decirlo y manejar diversos medios para hacerlo.

A esto se le suma, la importancia de comprender que la comunicación es un proceso que implica varias partes, por lo que es cambiante y cotidiana. Se transmiten mensajes con capacidad de respuesta e interacción, y donde los elementos o sujetos implicados intercambian constantemente sus roles de emisor y receptor. Los museos desplegaban considerables esfuerzos por llevar a cabo buenos procesos de comunicación, y estaban logrando resultados innovadores y significativos. Sin embargo, en los últimos años la realidad cambió.

Como es sabido, por el contexto sanitario del año 2020 causado por el virus del SARS-CoV-2, los museos (así como otras instituciones y espacios públicos) cerraron sus puertas. La ausencia de públicos y trabajadores significó un contexto de quietud en cuanto a actividades y agenda expositiva. Siguiendo con esto, el MAP vio la oportunidad de iniciar un proceso de análisis y reflexión sobre los públicos a los que estaba llegando, y las posibles maneras de sumar y reforzar vínculos con otras instituciones y escenarios con

---

<sup>1</sup> Para conocer esta trayectoria y las actividades y programación que realiza, visitar la página del MAP:  
<https://www.buenosaires.gob.ar/museos/museo-de-arte-popular-jose-hernandez>

los que tenía poca interacción; o con los que había trabajado, pero por razones diversas, el vínculo no se había podido sostener en el tiempo.

Con respecto al caso específico del MAP, sus trabajadores durante la pandemia tuvieron que reformular sus tareas y objetivos, con el fin de seguir elaborando contenidos museales. Hubo áreas que pudieron continuar con sus actividades desde el trabajo remoto para volcar la programación a lo virtual; pero otras (como fue el caso de las áreas de conservación y montaje) no pudieron continuar con sus labores cotidianas, y se vieron en la necesidad de buscar otros caminos, metodologías e interlocutores.

Estas reformulaciones siempre apuntaron a ejecutar una de las misiones que tiene el MAP, que es jerarquizar el trabajo de artesanos y artesanas tradicionales, criollos y de pueblos originarios; pero también de contemporáneos y urbanos. Esta institución busca constantemente promover y poner en valor los saberes artesanales y de los artistas populares. Principalmente se focaliza en las artesanías como patrimonio cultural, y en los artesanos y artesanas como sus productores.

Teniendo en cuenta este objetivo, desde el 2000 viene desarrollando un Programa de Promoción de Artesanos, que consiste en la investigación y gestión del patrimonio artesanal. En el 2003 incorporó la colección de artesanías urbanas de Buenos Aires, como parte de su proceso de patrimonialización y puesta en valor. Este fue un punto de inflexión en dicha institución, ya que se reformuló y amplió el criterio de artesanía vigente hasta el momento, el cual estaba ligado exclusivamente a lo tradicional y criollo.

|5|

El Programa de Promoción de Artesanos desarrolla actualmente convocatorias, concursos, capacitaciones y otras actividades que permiten a los artesanos y artesanas difundir sus producciones en plataformas físicas y virtuales. La institución por su parte, fomenta la puesta en valor de sus saberes, técnicas y oficio. Asimismo, en todos sus canales de comunicación, el MAP intenta proponer a la población reflexiones sobre la gestión, conservación y capacitación del patrimonio cultural artesanal de Argentina.

Los cuatro proyectos que aquí se especifican, nacen de esta línea de acción y misión; y trataron de abrir nuevas vías en cuanto a producción, vinculación y comunicación del MAP. Los mismos, fueron respaldados económicamente con aportes externos, ya que se daba por descontado que el 2020 sería un año donde el museo no contaría con presupuesto público de la Ciudad de Buenos Aires, por la crisis económica surgida a causa de la pandemia.

Los subsidios conseguidos fueron de naturaleza diversa, como por ejemplo para el primer proyecto “Conectar Artesanos: Archivo de la Memoria del Campo Artesanal (AMCA)”, se obtuvo un financiamiento de la Fundación Williams<sup>2</sup> (de Buenos Aires), institución sin fines de lucro, de índole privada que impulsa y promueve actividades científicas y culturales en Argentina.

---

<sup>2</sup>Resultados de la convocatoria ensayar museos 2020, Fundación Williams: <https://www.fundacionwilliams.org.ar/convocatoria-ensayar-museos/>. Resultado convocatoria Mecenazgo 2020, Neoartesanías: <https://www.impulsocultural.com.ar/proyectos/neoartesanias>.



Los otros tres proyectos restantes fueron beneficiados con subsidios del programa Mecenazgo de la Ciudad de Buenos Aires<sup>3</sup>. Se trata de un financiamiento del Ministerio de Cultura que fomenta y estimula el desarrollo de proyectos artísticos y culturales, esto por medio de la derivación de Ingresos Brutos de la Ciudad. Mecenazgo otorgó el 100% del presupuesto, que se obtuvo gracias a la participación de un banco privado. También la Asociación de Amigos del MAP contribuyó con materiales y productos para su desarrollo.

A continuación, describiremos cada uno de los proyectos mencionados. Incluiremos el contexto en el cual surgió, sus características más importantes, los especialistas e integrantes involucrados, los objetivos a los que apuntó, las actividades realizadas y los desafíos y resultados positivos.

### **Primer proyecto: Conectar Artesanxs: Archivo de la Memoria del Campo Artesanal (AMCA)**

Se trata de un registro virtual de artesanas y artesanos de Argentina, propuesta y llevada a cabo por el Programa de Artesanos/as del Museo del MAP y la Asociación de Amigos del Museo (AAMAP- Asociación Amigos Museo de Arte Popular)<sup>4</sup>. Fue galardonado por la Fundación Williams, con un subsidio para que fuese ejecutado en el año 2020 y 2021. Este finalizó con la realización de un archivo virtual de acceso libre, de uso institucional y de servicio comunitario. Contó con la participación de personal y trabajadores del museo, y todos los recursos humanos y económicos fueron destinados a realizar el diseño y producción de la base de datos.

Tuvo como fin promover, difundir y generar conciencia a la población de Buenos Aires de los saberes, producciones y riqueza del patrimonio artesanal del país. Con esto, se buscó fomentar la valoración y sentido de pertenencia en la ciudadanía hacia las artesanías nacionales.

Específicamente es un archivo de los artesanos/as de las distintas partes del país y sus producciones pertenecientes a diversos rubros. Intenta incluir la mayor cantidad de

---

<sup>3</sup>Resultado convocatoria Mecenazgo 2020, Neoartesanías: <https://www.impulsocultural.com.ar/proyectos/neoartesanias>. Resultado convocatoria Mecenazgo 2020, Los textiles del ahora y del ayer: <https://www.impulsocultural.com.ar/proyectos/los-textiles-del-ahora-y-del-ayer>. Resultado convocatoria Mecenazgo 2020, Convergencias invisibles: del barrio Padre Carlos Mugica al MAP y viceversa: <https://www.impulsocultural.com.ar/proyectos/convergencias-invisibles-del-barrio-padre-carlos-mugica-sl-map-y-viceversa>

<sup>4</sup> Para más información acerca del registro, visitar la página del MAP-*Archivo de la Memoria del Campo Artesanal*; <https://www.archivoartesanal.com.ar/>

productores artesanales de Argentina, actualizando datos e información mediante la participación no sólo del MAP, sino de los propios actores sociales involucrados.

Es de registro gratuito y online, y se accede completando un formulario de acceso público, gestionado desde el MAP. Allí pueden incluir producciones artesanales de diversos rubros y características, además de información cualitativa como son testimonios y contenidos audiovisuales. Con esto, se constituye un banco de datos y mapa artesanal nacional completo, actualizado y federal. Asimismo, a partir de esta base las personas registradas podrán gestionar y/o recibir apoyo para la exhibición, difusión, promoción y comercialización de sus artesanías. Este registro puede visitarse libremente en internet, se va actualizando de forma permanente.

Dicha base contribuye a conectar diversas latitudes, brindarles un ámbito de conocimiento, acompañamiento y apoyo; ofreciendo un espacio de encuentro e intercambio con los diferentes partícipes que conforman el mundo artesanal. Además, promueve un vínculo entre los y las artesanos/as como productores culturales y la artesanía, involucrando su propio universo identitario y laboral.

Cuenta con diferentes niveles de acceso a la información: los datos y características generales de los y las artesanos/as estarán disponibles en la página web del museo. Otros más específicos, serán reservados a consultas que requieran investigadores, artesanos/as, diseñadores y prensa, entre otros.

El MAP se posiciona de este modo como generador, nexos y asesor de las instituciones, colectivos o empresas que soliciten información para llevar a cabo ferias, exposiciones, encuentros, promoción y comercialización de sus artesanías, construyendo así a ser un mecanismo de inclusión económica y social.

El proyecto tiene como antecedente el Banco de la Memoria del Campo Artesanal (BAMCA), desarrollado por el MAP en el 2000. Este funcionó casi dos décadas, recopilando la información de artesanos/as y visitantes que se relacionaban con y en el museo. Otro antecedente es el Registro Nacional de Artesanos Textiles de la República Argentina (ReNATRA), coordinado por el Centro Textiles del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Mercado Nacional de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA).

En cuanto al desafío que enfrentó este proyecto, el principal fue la forma en que se seleccionaron los/as artesanos/as que integran el registro. Para esto se definió un criterio de selección, que tuvo que ver con que las producciones que realizaban dichos artistas den cuenta de un valor cultural evidente y que sean representativas de una identidad, técnica y/o estilo personal.

Como resultados positivos podemos mencionar que se creó un instrumento capaz de mostrar la diversidad, calidad y zonas geográficas de la producción artesanal a nivel nacional, y se conforma un archivo ordenado y actualizado, que permite que la comunicación y conocimiento del patrimonio fluya sin intermediarios, llegue a todos lados y sea abierto, libre y gratuito.

Con esto, se abren y consolidan caminos que intentan democratizar el acceso público a la información patrimonial, además de facilitar las consultas realizadas por investigadores,

artesanos/as, diseñadores y prensa entre otros. De este modo el MAP intenta constituirse como un referente nacional en el registro de agentes del campo artesanal, generando nuevas formas de llevar a cabo los procesos de patrimonialización, y monitoreando en forma permanente los resultados. También intenta identificar posibles debilidades y fortalezas, y compartir sus conocimientos con otras instituciones y actores.

De esta forma, se establecen redes entre artesanos, artesanas e instituciones como el MAP. También visibilizó a comunidades y grupos de artistas populares de diversas regiones del país, y se comienzan a intercambiar experiencias y conocimientos. Siguiendo lo dicho, el AMCA busca conformarse como un espacio de intercambio y aprendizaje entre los artesanos y artesanas de Argentina, el MAP, otros espacios e instituciones.

Este trabajo involucró distintas áreas del museo, como son las de Comunicación, Programación y Promoción artesanal; Dirección, Investigación-estudios de público y Biblioteca. Participó el ingeniero Ezequiel Naftali en la programación y diseño del AMCA.

### **Segundo proyecto: Neoartesanías. Saberes tradicionales, creaciones innovadoras**

Consistió en la investigación, creación y montaje de una exposición museográfica en la sala principal del MAP sobre artesanías contemporáneas. En paralelo a la exposición, se realizaron charlas, capacitaciones, mesas de debates, ferias, espectáculos y demostraciones en vivo; actividades que ponen en foco reflexionar sobre el concepto de Neoartesanía, y sus propuestas en relación al diseño y la sustentabilidad.

Se buscó vincular el arte popular con las tecnologías actuales, exhibiendo formas contemporáneas con los procesos que llevan a cabo los artesanos y artesanas en la actualidad. Con esto, se propuso que el público pueda generar una idea más amplia y abarcativa de lo que es la producción artesanal contemporánea; con sus cambios, diversidad y cualidades.

Fue un proyecto que siguió dos ejes estructurales: el primero involucró la producción contemporánea, donde confluyen elementos tradicionales y modernos. Los y las artesanos/as se nutren de las identidades de la ciudad, pero también toman técnicas y oficios propios de culturas ancestrales y populares. Se constituye así una artesanía de fusión, con componente identitario y portadora de estética, funcionalidad y simbolismo.

El segundo eje incluyó la producción de comunidades de artesanos/as de pueblos originarios y criollos en vinculación con el campo del diseño y sus representantes. Se considera en este eje la problemática social y del medio ambiente, propia de los/as artistas que la ejecutan.

Tuvo como fin dar a conocer nuevos temas y debates que atraviesa la artesanía y el diseño. Además de reconocer la vitalidad, adaptaciones y mutaciones que tiene la artesanía en vinculación con su producción, naturaleza y entorno de creación. El concepto de neoartesanía comprende objetos donde se utilizan técnicas tradicionales, pero sus formatos, materiales y/o la fusión entre ellos resulta innovadora. A partir de estas producciones contemporáneas se puede experimentar y concientizar sobre sustentabilidad, reciclaje, cuidado del medio ambiente y consumo responsable.



La exposición contó con más de 30 piezas, reunidas bajo las consignas ¿qué es hoy la neoartesanía? ¿cómo se realiza y con quién? ¿qué materiales nuevos se han introducido en su elaboración? En cuanto a los desafíos que enfrentó este proyecto, consideramos que fue el de trabajar con un concepto nuevo y original, que aún se encuentra en discusión y construcción en el mundo académico, artesanal y global.

No obstante, se obtuvieron muy buenos resultados, como por ejemplo se visibilizó y valoró a las artesanías contemporáneas en diálogo con diferentes colectivos y materiales (por ejemplo, tejedoras textiles de pueblos originarios participaron, integrando sus producciones a piezas de joyería). También se potenció el reconocimiento social y la labor creativa del campo artesanal como fuente de trabajo.

Dicho proyecto fue realizado por especialistas y trabajadores del propio MAP, de las áreas de Comunicación, Programación y Promoción artesanal; Investigación-estudios de público; Dirección, Montaje y Producción; y Educación.

Imagen 1. Exposición “Neoartesanías. Saberes tradicionales, creaciones innovadoras”, Museo de Arte Popular José Hernández, 02 de noviembre de 2021



Fuente: Sebastián Pagi

### **Tercer proyecto: Entramado de colecciones, los textiles del ahora y del ayer- Proyecto de puesta en valor para las colecciones textiles del MAP**

Como describimos en líneas anteriores, los dos proyectos relatados hacían foco en actualizar y vincular artesanos en una base de datos (Proyecto AMCA) y, en dar visibilidad, vigencia y actualizar a la comunidad y producción artesanal sus vínculos con el público (Proyecto Neoartesanías). Es decir, se focalizaron en generar mayor presencia

y contenido virtual y también presencial, con impacto comunitario; dos ejes del trabajo del MAP.

Ahora bien, este tercer proyecto hizo hincapié en registrar, fotografiar, documentar y poner en valor una colección textil que, por provenir de compras realizadas en 1980 en los mercados y ferias de distintas partes del país, no fue considerada como patrimonio. Aquí la atención y la mirada era interna: rescatar y divulgar piezas textiles de gran valor que estaban olvidadas.

En 1980 se creó en el MAP el Centro de Promoción Artesanal (CEPAR), que formó una colección de artesanías contemporáneas representativa de las técnicas, saberes y usos de los y las artesanos/as de todo el país. Incluía madera, cerámica, hueso, cuero, cestería y textiles de todo tipo. Miembros del equipo del museo recorrían los principales nodos artesanales con el fin de adquirir piezas emblemáticas para comercializar en la sede del museo. Así, daban a conocer a los y las artesanos/as y jerarquizaban su producción en Bs.As. Hacia el 2003 y por diversos motivos (fundamentalmente económicos) este proyecto se interrumpió, y las piezas que no se vendieron quedaron en la institución. Estas, que son más de 300 textiles, nunca ingresaron al Inventario Patrimonial.

[10]

Contemplando esta situación, el área de Conservación y Documentación se propuso elaborar un registro digital de la colección de textiles del CEPAR, creando de esta manera dos colecciones, una de índole Pedagógica y la otra destinada a formar parte del Patrimonio textil contemporáneo del MAP. La primera consistió en tejidos que tenían fallas técnicas o no significaban un aporte en cuanto a información curatorial y patrimonial para el Museo. Las piezas seleccionadas por una especialista textil- fueron destinadas para emplearse en diversas actividades de experimentación y divulgación para todo tipo de público.

La segunda, se conformó en base a las piezas más importantes y significativas. Se seleccionaron 358 piezas siguiendo tres ejes: su composición técnica y estética, el potencial curatorial de la pieza misma en el conjunto de la colección y, la información socio cultural y geográfica que la misma presentaba. Una vez elegidas, estas últimas pasaron a ser registradas, estudiadas, catalogadas y fotografiadas, para integrarse como parte del patrimonio del MAP. También se le incluyó la ubicación topográfica en reserva técnica, con el fin de agilizar su ubicación, se realizó una limpieza profunda a cada pieza, y se confeccionaron guardas individuales especiales.

Además, se está elaborando un catálogo que dará a conocer la colección textil a públicos y audiencias online. Con este último, se democratiza el acceso a la colección de públicos que no viven en la Ciudad de Buenos Aires y no pueden ir presencialmente a ver sus exposiciones. Además, brinda contenido museológico que el MAP puede disponer y divulgar en su página web y redes sociales.

Esto significa fortalecer y actualizar el acervo cultural ciudadano, incorporando una colección de piezas textiles de calidad y valor estético y técnico. Asimismo, enriquecen el patrimonio del MAP, brindando a la sociedad diversas miradas del universo artesanal textil.

Sumado a lo anterior, tener la colección textil en estado óptimo habilita la creación y posibilidad de nuevos contenidos expositivos para el MAP y otros establecimientos que trabajen y expongan temáticas textiles. Se podrá contar con un mapeo dinámico y actualizado de estilos y técnicas de arte textil de Argentina. En síntesis, el MAP logra mayor divulgación de contenidos, utilizando estas piezas y patrimonio que actualmente se encuentran archivadas y desconocidas, fomentando un intercambio fluido de información y complementándose en sus distintos acervos con otras sedes e instituciones.

Las áreas del museo que trabajaron en este proyecto fueron las de Conservación y Restauración y Documentación. Para realizar estas tareas se convocaron a profesionales externos al museo como la Lic. Ximena Elicabe y un equipo integrado por la Dra. Florencia Puebla y las Lic. Anabella Fontana y Mercedes Fraguas.

Imagen 2. Observación y registro de manta catamarqueña, textil perteneciente a la colección CEPAR. Taller de conservación del MAP



[11]

Fuente: Museo de Arte Popular José Hernández

Imagen 3. Confección de guardas textiles para la colección textil CEPAR, seleccionada para formar parte del patrimonio del museo. Lugar del trabajo, área SUM del MAP





[12]

Fuente: Museo de Arte Popular José Hernández

#### **Cuarto Proyecto: Convergencias invisibles: del barrio padre Carlos Mugica al MAP y viceversa**

Se logró unir dos espacios muy cercanos territorialmente pero completamente desconectados como son el MAP y el barrio Mugica. Los dos ubicados a escasos kilómetros en la línea Palermo Chico-Retiro de la Ciudad de Buenos Aires y con realidades económicas y socioculturales muy diferentes. Fue un trabajo colaborativo entre el museo y el Club Carlos Mugica, en cuyas instalaciones se llevaron a cabo los talleres y capacitaciones.

Este proyecto surgió desde el MAP con el fin de profundizar su trabajo con la comunidad y con colectivos con los que tenía poca o nula vinculación. Aquí se sumaron especialistas externas al museo y docentes que conocían y trabajaban en el Club Mugica, además de integrar a los vecinos y vecinas, ejes claves en todas las actividades y momentos.

Específicamente se buscó realizar un intercambio de conocimiento sobre qué es el arte popular, la artesanía y cómo funcionan las áreas de un museo. Fue valioso escuchar a los y las vecinos/as, y sus concepciones y conocimientos, porque aportaron otra mirada sobre la producción artesanal. En el barrio Mugica conviven personas de diversos países latinoamericanos que conocen un sinnúmero de técnicas y oficios artesanales, lo que lo hace ser un potencial enclave de la cultura popular en la ciudad.

Este trabajo concretamente tuvo dos líneas de acción: por un lado, se dictaron cinco talleres patrimoniales a aproximadamente veinte niños y niñas de 6 a 12 años de edad. En estos encuentros se trabajaron de manera lúdica temas de identidad, sentido de

pertenencia, oficios tradicionales, museos, patrimonio y arte popular. Finalizó con una visita al MAP con el fin de conocer la exposición “Neoartesanías” y saber sobre el funcionamiento de un museo. En este último encuentro, los y las participantes elaboraron sus propias artesanías que se llevaron a sus hogares. Esto último fue realizado de la mano del artista plástico Brian López (vecino del barrio).

La segunda línea estuvo destinada a contactar y relevar a artesanos y artesanas que residen en el barrio Mugica. Se los contactó y realizó una ficha de registro, con el fin de que el MAP tuviese contacto y datos de su oficio y producciones artesanales.

Los desafíos que se presentaron tuvieron que ver con la búsqueda de artesanos y artesanas en el Barrio Carlos Mugica. La convocatoria se hizo por las redes sociales del Club y las personas que se acercaron, expresaban que contaban con el conocimiento técnico del oficio (lo habían aprendido en sus comunidades de origen), pero ya no se dedicaban a realizar artesanías, sino más bien otros trabajos para poder vivir y otras producciones más cercanas a las manualidades, acordes a las exigencias económicas y demandas del mercado actual.

Con lo mencionado, podemos sugerir que, así como existen neoartesanías, también existen neoartesanos, que combinan sus conocimientos con materiales actuales, y tiempos que le llevan otras actividades y desarrollos profesionales. Esto es una expresión más del dinamismo que tiene el patrimonio y la cultura.

En cuanto a los puntos positivos, valoramos que este proyecto consolidó puentes con instituciones, espacios y ciudadanos con los que el MAP tenía pocos vínculos. Esto permitió conocerse y tejer nuevas propuestas de actividades para un futuro. Además de que se trabajó en pos de fomentar el diálogo inclusivo y solidario entre territorios y personas con el fin de divulgar y poner en valor el patrimonio artesanal como verdaderas obras de arte. De esta manera, el MAP retoma un camino donde conoce y trabaja con los patrimonios barriales en los que nuevos ciudadanos se pueden ver representados. Además, se pone en un rol de escucha, comprendiendo las realidades sociales, y las nuevas formas en que el oficio artesanal urbano es realizado.

Por otro lado, los y las vecinas del barrio Mugica se acercaron al MAP y lo percibieron como un lugar de encuentro, que les pertenecen como habitantes de la ciudad, donde confluyen historias, costumbres, anécdotas, saberes, objetos y otros elementos identitarios.

Este fue un trabajo realizado por varias áreas del museo, como son: Relaciones institucionales; Diseño web y redes; Dirección, Programa Artesanos y Educación. También participaron como profesionales externos la Dra. Florencia Puebla, la Profa. Verónica Aravena, y el fotógrafo Darwin Quispe; además del artista plástico (ya mencionado) Brian López.

Imagen 4. Último encuentro del taller con integrantes del Club Padre Mujica visitando el MAP





[14]

Fuente: Darwin Quispe

Imagen 5. Niñas y niños de club Padre Mujica, participan de talleres patrimoniales elaborando sus propias artesanías. Patio del Museo de Arte Popular José Hernández



Fuente: Darwin Quispe

## **El MAP y su búsqueda por la divulgación patrimonial**

La pandemia llevó a realizar considerables esfuerzos por continuar conectados, pese al aislamiento preventivo y obligatorio que transitamos. Se generaron y utilizaron estrategias antes no contempladas, como fueron las alternativas virtuales, que funcionaron como buenas soluciones para dialogar y generar contenidos.

Muchas de estas estrategias surgieron del área de Comunicación de los museos que, en los últimos tiempos, ha tomado gran importancia y peso debido a que estas instituciones son entendidas desde una fuerte misión comunicadora. La comunicación hoy en día es una herramienta fundamental en la gestión de los museos, porque garantiza el acercamiento y diálogo con los públicos, y además consolida la misión y objetivos que estos espacios comprenden en el presente.

Asimismo, la comunicación y el diálogo ayuda a establecer relaciones valiosas y de conocimiento mutuo entre el museo y sus públicos (de manera externa), y también entre sus propios/as trabajadores y las áreas que lo integran (interna) (Cordón y González, 2016).

|15|

En este trabajo, vimos cómo una buena articulación y comunicación interna, con apoyo de varias áreas, y en trabajo colaborativo se traduce en óptimas vías de diálogo hacia el exterior, ya sea con públicos, mecenas, productores artesanos/as y vecinos/as. Además, es importante tener un mensaje claro sobre lo que el museo quiere decir, cómo quiere hacerlo y a dónde apunta su mensaje. Esto es fundamental a la hora de generar entendimiento y participación de todas las partes implicadas; lo que hace posible que el museo funcione como un espacio de encuentro de diversas miradas y visiones que dialogan de forma permanente. Sabemos que no es fácil, y que no basta con generar un canal; lo más importante es que brinde espacios de participación y lograr que se sostenga en el tiempo. Considerando esto, creemos que los proyectos aquí descritos, así como las propuestas realizadas durante la pandemia, abrieron nuevas posibilidades, generaron una estructura comunicativa flexible y demostraron la capacidad del equipo del museo de trabajar y comunicar. Así, se da continuidad a un trabajo y gestión patrimonial y comunicativa por parte del MAP, de gran valor y significancia en la ciudadanía.

## **Consideraciones finales**

En este texto describimos escuetamente el proceso de introspección al que entró el MAP durante la pandemia. Se detuvo a repensar cómo eran los vínculos que tenía con sus públicos, y en particular las formas en que se estaba relacionando con diversos sectores de la comunidad. Este tiempo fue breve pero productivo, ya que trabajó en varias líneas de acción, y condujo su energía a fortalecer la trayectoria social y comunicativa que viene desarrollando hace décadas. Aquí por una cuestión de espacio, sólo nos detuvimos en los cuatro proyectos mencionados.

Los mismos fueron ejecutados durante el 2021, integraron distintas áreas del museo y diversos receptores comunicativos. También convocó a especialistas propios y externos, con el fin de articular conocimientos y objetivos. Esto le generó un ejercicio constante de

diálogo intra e inter institucional, donde la comunicación y articulación de todas las partes y sujetos implicados fueron claves.

Cada proyecto mencionado siguió objetivos institucionales distintos del MAP; sin embargo, todos consolidaron la misión social y cultural que tiene este espacio para con el patrimonio y la comunidad: que es la de generar valor, reflexión, empatía y responsabilidad ciudadana con el patrimonio artesanal de Argentina.

Esto nos lleva a concluir que el MAP reforzó aún en pandemia su misión: ser un espacio vivo, dinámico y en permanente cambio, y que fuese apropiado tanto por la comunidad educativa (Robles, 2017) como por la académica. Como mencionamos al comienzo, estos son postulados que vienen desde la Nueva Museología y en especial de la Mesa Redonda de Santiago de Chile del año 1972 (UNESCO, 1973). Los mismos hacen hincapié en profundizar el sentido social y cultural por parte de los museos en sus poblaciones, propuestas que luego la museología contemporánea continuó desarrollando desde un enfoque más subjetivo (Scheiner, 2008, 2011).

Este ejercicio de buscar nuevos interlocutores, apoyos institucionales propios y externos en lo virtual y en lo presencial, demostró la capacidad que tiene la dirección del Museo y su equipo de reinventarse, actualizarse y superar retos.

[16]

### Agradecimientos

Agradecemos a la directora del MAP, Felicitas Luna y las/os trabajadoras/os y profesionales que lo integran, que contribuyeron a realizar este escrito. También a los/as evaluadores/as por sus lecturas, aportes y consideraciones.

### Referencias bibliográficas

- Cordón, D. y González, D. (2016). Museos y comunicación: los nuevos medios como herramienta de diálogo y sociabilidad de la institución. El uso de twitter por el museo del Prado, museo Thyssen - Bornemisza y museo Reina Sofía. *Fonseca, Journal of Communication*, 12 (12), 149-165. <https://doi.org/10.14201/fjc201612149165>
- Mairesse, F. (2000) La belle histoire, aux origines de la nouvelle muséologie. *Publics et Musées*, 17-18, 33-56. <https://doi.org/10.3406/pumus.2000.1154>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1973). *Informe Final de la Mesa Redonda sobre el Desarrollo y el Papel de los Museos en el Mundo Contemporáneo*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000023679>
- Rivière, H. (1985) Definición evolutiva del ecomuseo. *Museum*, 37, 182-183.
- Robles, A. M. (2017). La importancia del museo en la educación. Un binomio en continua evolución. *Educación y Futuro*, 36, 127-150.
- Scheiner, T. (2008). El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada. *Cuicuilco*, 15 (44), 17-36.

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16592008000300002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592008000300002)

Scheiner, T. (2011). Patrimonio, museología y sociedades en transformación: Reflexiones sobre el museo inclusivo. En N. Decarolis (Ed.), *El pensamiento Museológico Contemporáneo, II Seminario investigación en Museología de los países de lengua portuguesa y española* (pp. 42-55). Consejo Internacional de Museos-ICOM.