

## MÁS QUE UN PATRIMONIO DIGITALIZADO

### Hacia la creación del Museo IMPA virtual

Romina Andrea Capitelli

Carrera Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

rocapitelli@gmail.com

Nicolás Gallardo

Carrera Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

nicolasgallardo92@gmail.com

|1|

Recibido: 06 de febrero de 2022

Aceptado: 03 de Mayo de 2022

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/z6snixu3j>

### Resumen

Ante la interrupción de actividades presenciales para evitar la propagación del virus COVID-19, fueron muchas las instituciones educativas y culturales que se vieron en la necesidad de convertirse a formatos virtuales para continuar funcionando. En este artículo problematizamos cómo transitó la situación el Museo IMPA, un museo comunitario situado dentro de una fábrica recuperada, que es sostenido por el trabajo de su equipo de voluntarios y voluntarias. La urgencia en retomar el contacto con el público interesado en sus temáticas llevó a que consideraran virtualizar el museo, esto es, pensar en nuevas maneras de transmitir sus contenidos para que tanto la relación con su audiencia como la institución misma continuaran existiendo. Aplicaron, para tal fin, al Proyecto de Voluntariado Universitario “Universidades Públicas Solidarias” de la Universidad de Buenos Aires. Si bien aún no han recibido una devolución al respecto, en el artículo analizamos su actual uso de herramientas digitales y compartimos el diseño de una estrategia virtual enfocada en retomar la ejecución de las visitas guiadas. Con el aporte de teorías provenientes de la Comunicación/Educación y del Paradigma Emergente en Museología, explicamos cómo el uso de herramientas virtuales para ejecutar el diseño compartido podría ser útil a los fines de conseguir que el museo vuelva a ser accesible a su público. Y que a su vez pueda aprovechar dicha utilización para adaptar y modificar

sus propios contenidos temáticos, considerando las interpretaciones de sus diferentes audiencias.

**Palabras clave:** co-construcción de conocimiento, saberes previos, museos virtuales, museos comunitarios, educación a distancia, estrategia virtual.

## MORE THAN A DIGITALIZED HERITAGE

### Towards the creation of the virtual IMPA Museum

#### Abstract

Given the interruption of face-to-face activities to prevent the spread of the COVID-19 virus, many educational and cultural institutions found it necessary to convert to virtual formats in order to continue operating. In this article we problematize how the IMPA Museum, a community museum located inside a recovered factory and which is sustained by the work of its team of volunteers, coped with the situation. The urgency to resume contact with the public interested in their main subjects led them to consider virtualizing the Museum, which is thinking of new ways of transmitting its contents so that both the relationship with its audience and the institution itself continues. To this end, they applied to the University Volunteering Project "Public and Solidarity Universities" of the University of Buenos Aires. Although they haven't received feedback in this regard yet, in the article we analyze their current use of digital tools and share the design of a virtual strategy focused on resuming the execution of guided tours. With the contribution of theories from Communication/Education field and the Emerging Paradigm in Museology, we explain how the use of virtual tools could be useful in order to make the Museum accessible to its public again, and which in turn can take advantage of that use to adapt and modify its own thematic content, considering the interpretations of its different audiences.

**Keywords:** co-construction of knowledge, previous knowledge, virtual museums, community museums, e-learning, virtual strategy.

#### Museo IMPA: breve presentación

El Museo IMPA funciona dentro de la Industria Metalúrgica y Plástica Argentina, de donde toma su sigla. Esta fábrica resultó socialmente reconocida a finales de la década del 90, momento en el que sus trabajadores y trabajadoras decidieron tomar el predio ante las maniobras de vaciamiento encabezadas por sus anteriores patrones. Desde entonces, IMPA se volvió una referencia insoslayable entre las fábricas recuperadas y un modelo de gestión a seguir en cuanto a su iniciativa de ceder espacio a proyectos culturales y políticos que visibilicen su lucha.

A partir de 2010, se conformó un equipo con integrantes de diferentes disciplinas que, junto con los trabajadores y las trabajadoras de IMPA, comenzaron a imaginar la

construcción de un museo de la cultura del trabajo y la identidad obrera. Desde aquel momento, se impulsan tareas investigativas, reconstructivas y de conservación tanto del patrimonio material de IMPA como del simbólico: localizar, recuperar y conservar objetos, documentos y máquinas; reorganizar el archivo de la fábrica; entrevistar a protagonistas con el fin de recuperar testimonios individuales de la historia colectiva de la empresa; reacondicionar el espacio destinado al museo, etc. Desde el 15 de noviembre de 2012, el Museo IMPA es oficialmente uno de los colectivos que funcionan dentro de IMPA junto al Centro Cultural La Fábrica, un bachillerato popular, la Universidad de los Trabajadores, Radio Semilla, Barricada TV y una cooperativa de diseño. Tal como lo declaran sus integrantes en una revista de investigación, con el objetivo de erigir colectivamente un “sitio para la memoria de la clase trabajadora” (Robertazzi y Polín, 2015, p.9), el museo trabaja para conservar la memoria social que surge de los intercambios con diferentes personas que tuvieron contacto con la fábrica, para preservar su patrimonio en exposición y para volver accesible su historia a quienes se acerquen a conocerla. De esta manera, podemos afirmar que es una institución sostenida por el minucioso trabajo de investigación y de intervención llevado adelante por sus voluntarios y voluntarias; que son a su vez quienes organizan visitas guiadas para diferentes tipos de públicos y jornadas de debate con invitados e invitadas afines a la temática.

|3|

En síntesis, el Museo IMPA es un producto del trabajo interdisciplinario desarrollado en el entrecruzamiento de planes de investigación y de extensión universitarios. Su inauguración se vio facilitada por el apoyo económico obtenido al ganar un proyecto de extensión UBANEX del Rectorado de la Universidad de Buenos Aires, titulado: “El Museo IMPA del Trabajo: Memorias Sociales sobre la Identidad Obrera”. Desde entonces, el Museo no cuenta con ingresos fijos de ningún tipo. Pese a eso, creció enormemente gracias al trabajo voluntario de sus participantes: docentes, estudiantes de distintas disciplinas, trabajadores y trabajadoras fabriles, vecinos y vecinas, artistas, intelectuales... En una palabra, amigos y amigas de la metalúrgica.

Sin embargo, este funcionamiento fue interrumpido por las restricciones a las actividades en espacios cerrados desde la aparición del virus del COVID-19 en marzo de 2020. Desde entonces, si bien la fábrica no dejó de producir a pesar de ciertas modificaciones en su gestión y horarios, fue decisión de sus trabajadores y trabajadoras interrumpir las actividades extrafabriles que normalmente allí funcionaban para impedir la propagación de la enfermedad. Por lo tanto, gran parte de este artículo versa sobre los planes y reflexiones de los y las integrantes del museo durante estos últimos años: cómo sostener a la institución activa y continuar cumpliendo con su objetivo de visibilizar la lucha de IMPA, pese a las dificultades ocasionadas por la pandemia y un contexto socioeconómico cada vez más complejo.

### **Museo IMPA y nuevo contexto**

Ante este nuevo escenario, aparecen la necesidad y la posibilidad de repensar el museo. Entendemos que si bien la condición de precarización económica que profundizó la pandemia dificultan tanto la gestión de la fábrica como la del Museo IMPA, antes del aislamiento este último sólo abría sus puertas al público general una vez al mes o por

solicitud específica de instituciones educativas y culturales. Por ese motivo no cuenta con una presencia permanente en el espacio físico de la fábrica, lo que se agudizó en este nuevo contexto. La falta de presencia física en el espacio de IMPA supone dificultades de gestión, ya que el resto de los colectivos disponen de espacios definidos y cuentan con representantes que están en el día a día de la fábrica, lo que implica la posibilidad de poder negociar actividades y requerimientos desde otro lugar. En este sentido, damos cuenta de que el contexto no sólo generó nuevas demandas sino que empezó a visibilizar problemáticas preexistentes –que en la rutina cotidiana no eran fáciles de detectar– referidas a la complejidad que implica la gestión de museos comunitarios. Entendemos al museo comunitario como una propuesta para atender la necesidad de narraciones locales, para así satisfacer las particularidades contextuales y las dinámicas específicas que se viven en lugares concretos, resultando un “símbolo de la identidad regional” (Zavala, 2012, p.63). En este sentido, muchas veces se generan tensiones entre las lógicas del equipo del museo y el conjunto de trabajadoras y trabajadores (Capitelli y Gallardo, 2021) a pesar de manifestar objetivos similares.

Estos últimos años de crisis económica, el Museo IMPA, como colectivo educativo-cultural de la fábrica recuperada IMPA, ha sufrido dificultades en su normal funcionamiento. Ejemplo de ello es que, desde 2019, la fábrica no cuenta con suministro eléctrico y depende de un generador a combustible para hacer funcionar sus maquinarias. Esto conlleva un excesivo ruido sumado a los propios de las máquinas, zonas que quedan en oscuridad con el eventual riesgo que eso puede suponer y encarecimiento de costos para sostener la actividad. La falta de suministro eléctrico fue la principal razón que impidió al museo participar de La Noche de los Museos en 2019, por primera vez desde su apertura. También ha limitado las visitas guiadas al público general a los horarios que funciona el generador y a contar con la luz solar para realizar los encuentros. Las visitas educativas también se vieron afectadas y reducidas debido al horario de apagado del generador.

Por todo lo enunciado previamente, los mismos referentes del Museo IMPA han manifestado la necesidad de crear un museo virtual que complemente las actividades del físico. Dadas las problemáticas y restricciones en el espacio de la fábrica, consideramos que en estos tiempos de incertidumbre es beneficioso potenciar el desarrollo de otras formas de conocimiento y de vínculos, así como también de imaginar nuevas formas de trabajo en instituciones culturales a partir de las nuevas tecnologías de comunicación e información. La idea del proyecto de virtualización se enmarca dentro de los desafíos planteados a las instituciones culturales por el contexto de pandemia y por las especificidades que atañen al Museo IMPA. Por lo tanto, consideramos relevante la digitalización de su patrimonio, tanto material como inmaterial, ya que este nuevo escenario museístico permitiría la apertura a nuevas potencialidades: presencia y trabajo en red, nuevas formas de acceso y participación, generación de contenido, canalización del *feedback*, recursos educativos interactivos, etc. También entendemos que el desarrollo de un museo virtual, a partir de los aportes de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, propiciaría diversas formas de acceder a la cultura favoreciendo la integración social. Esto último nos parece especialmente importante en el caso de las visitas educativas, ya que su público tiende a estar conformado por jóvenes que crecieron

utilizando esas tecnologías. Teniendo en cuenta que los usos que les dan involucran tanto el entretenimiento como la interacción entre pares y el acceso a la información o consumos culturales (Balardini, 2006; Huergo, 2013), consideramos que las actividades educativas diseñadas por museos tienen mayores probabilidades de ser más pedagógicas y significativas si reconocen como válidos los modos de consumir y producir cultura de sus públicos.

Dado que entendemos a los museos “no como (un) simple edificio sino como forma de recorte del espacio común y modo específico de visibilidad” (Rancière, 2010, p. 61), el proyecto de su virtualización sugiere nuevas respuestas a problemáticas que estas instituciones pueden acarrear desde antes de pensarse bajo nuevos soportes. El contexto de pandemia resultó una posibilidad de apertura a distintos interrogantes. ¿Cómo generar nuevos vínculos con el público? ¿Cómo definir las propuestas? ¿Quiénes son sus destinatarios o destinatarias? Concretamente en el Museo IMPA: cómo transmitir su mensaje de transformación social sin abrumar a las audiencias con el relato histórico; cómo aprovechar las posibilidades de interacción con el público para retroalimentar sus propios contenidos; y cómo hacer uso del relato existente para crear nuevos contenidos digitales como forma de mantener “abierto” el museo. A continuación esbozaremos posibles respuestas a estos interrogantes, a partir de la implementación de determinadas actividades e insumos a la experiencia de visitar un museo de manera virtual.

|5|

Gran parte de las reflexiones que se comparten de ahora en más están inspiradas en la tesina de grado *Reconstruir y coproducir memoria. Propuesta comunicacional y educativa para el Museo IMPA* (Capitelli y Gallardo, 2021), en la que se hizo un diagnóstico del funcionamiento institucional del museo y se propusieron actividades para modificar su comunicación interna y externa. Si bien es un trabajo hecho a partir de una investigación anterior a la llegada de la pandemia, nos sirve de insumo para pensar el nuevo proyecto para esta institución específica.

### **Estrategia digital**

Definir una estrategia digital no sólo implica repensar las formas de organización y circulación de saberes dentro de la institución, sino que requiere un esfuerzo de formación y actualización de los equipos y una inversión en tiempo y recursos, ya sea tecnológicos, humanos, económicos. Según Conxa Rodá (2016), resulta conveniente pensar en una estrategia digital integral a largo plazo, en lugar de diseñar acciones virtuales aisladas. Este tipo de estrategias permitirá, a partir de la definición de objetivos, público y contenidos, la utilización de herramientas adecuadas y sus formas de evaluación. En la práctica, las herramientas que han utilizado los museos como plataformas digitales han sido sus páginas web y sus redes sociales (*Instagram, TikTok, Facebook*). En este sentido, es pertinente aclarar que en la actualidad, el Museo IMPA cuenta con una simple web de plantilla *wordpress* con limitaciones para el desarrollo de su contenido y nula posibilidad de interacción para con otras instituciones y usuarios. Tampoco cuenta con actualizaciones recientes. En cuanto al manejo de redes, posee perfiles en *Facebook* y más recientemente en *Instagram*, aunque de uso poco frecuente y escasa interacción.

El equipo de voluntarios y voluntarias del museo proviene en su mayoría del ámbito académico universitario; todos tienen disponibilidad horaria parcial y conjuntamente se encargan de su gestión. Cada integrante de este equipo tiene bagajes profesionales y académicos distintos, ya que son licenciados y licenciadas en Historia, Psicología, Sociología, Diseño Gráfico, Museología o Comunicación. Si bien la mayoría tiene experiencia docente y en investigación académica, no todos y todas siguieron la misma trayectoria. Además, sus edades varían entre los treinta y setenta años, por lo que sus posibilidades de participación también son diferentes. En la presencialidad aparecían dificultades en cuanto a las tareas que requerían esfuerzo físico (como mover objetos pesados para su exposición o encargarse de visitas guiadas que impliquen estar de pie o en movimiento la mayor parte del tiempo, por ejemplo). Hoy, en cambio, el desafío impacta en la dificultad que proponen los entornos digitales y nuevas tecnologías de comunicación. La mayoría de los voluntarios y las voluntarias del museo no poseen conocimiento específico referente a producciones digitales, por lo que un proyecto de este tipo supone una apuesta de gran tamaño que el equipo no puede enfrentar sin apoyo externo. En este sentido, a fines del año pasado el museo se ha sumado a una propuesta para el Proyecto de Voluntariado Universitario “Universidades Solidarias”, de la Universidad de Buenos Aires, con los fines de planificar, diseñar y organizar las bases de un museo virtual, a partir de materiales existentes y el registro de nuevo material audiovisual para su utilización en actividades digitales y para la construcción del relato virtual. La idea que rige la propuesta del voluntariado implica la virtualización del patrimonio material e inmaterial del Museo y del desarrollo de acciones digitales para el ámbito educativo. Aún no se encuentra disponible el resultado de la convocatoria, por lo que las acciones que han empezado a realizar no dan cuenta de este tipo de estrategia digital integral. Más bien están abocadas a la urgencia de sostener el contacto con sus públicos y versan sobre la producción de recorridos educativos virtuales a partir de las herramientas digitales libres de las que disponen actualmente.

|6|

### **Propuesta de recorrido virtual**

Luego del primer año de pandemia donde fueron detenidas las actividades del museo, y ante un futuro de sostenimiento de las medidas de prevención, el equipo de voluntarias y voluntarios decide retomar sus encuentros a partir de la virtualidad en reuniones por *Zoom* que fueron propuestas por su Directora. A partir de esto, aparece la pregunta por cómo continuar siendo un museo a pesar de no ocupar un espacio físico y también las ganas y el entusiasmo de seguir sosteniendo el proyecto. Considerando la importancia que tienen las visitas educativas en la actividad del museo se decide recuperar el contacto con los públicos a partir de una posible adaptación del recorrido presencial utilizando los insumos generados por el propio trabajo del equipo. La nueva pregunta que se plantea es cómo hacerlo posible y a partir de qué tipo de soportes digitales, de simple manejo y gratuitos. Gracias a la urgencia que provocó el aislamiento repentino y considerando que la mayoría de los voluntarios y voluntarias cumplen un rol docente como actividad profesional, ya habían transitado por la utilización de ciertos recursos virtuales, lo que facilitó abordar algunas cuestiones de la propuesta digital. Igualmente a través de las reuniones por *Zoom* se pusieron en juego y se compartieron conocimientos para hacerlos accesibles al resto

del equipo, lo que produjo un intercambio intergeneracional de saberes. También resulta interesante destacar que los distintos campos de los que provienen los voluntarios y voluntarias y sus diferentes trayectorias provocaron un diálogo enriquecedor al enfrentar este nuevo proyecto.

El punto de partida de la propuesta de virtualización de la visita educativa es el formulario de inscripción. Es importante destacar que, previo a esta nueva acción, existía un formulario con algunos requerimientos que se enviaba vía mail en un documento de *Word* de manera adjunta. El nuevo modelo fue realizado en *Google Forms* y se comparte a las instituciones interesadas a partir de un link. Debemos mencionar que las preguntas fueron ampliadas para lograr generar una base de datos y estadísticas de los públicos visitantes (intereses, zona geográfica, expectativas). Una vez que se inicia el diálogo entre museo e institución educativa (cabe aclarar que la mayoría de las visitas son solicitadas por escuelas de nivel medio) ya se puede planificar el encuentro virtual.

La visita virtual fue pensada en tres tiempos, que responden a objetivos propios y tipos de interacción diversos. La primera parte de la visita se genera a partir de un *Jamboard*, pizarra digital, donde el público va dejando sus respuestas a los interrogantes propuestos desde el Museo. La segunda parte responde al encuentro sincrónico entre los educadores y las educadoras del museo y la institución educativa, a partir de una plataforma virtual y se refiere a la presentación de material producido en *Prezi*. Finalmente, la última instancia de la visita virtual es concretada a través de un *Padlet* donde los públicos podrán acceder a diferentes posteos que inviten a dejar sus reflexiones, impresiones, comentarios, preguntas.

A continuación detallaremos las instancias del recorrido profundizando en los recursos utilizados y sus objetivos.

La utilización del *Jamboard*, de forma previa al encuentro virtual sincrónico, significa la posibilidad de poder relevar los saberes previos del público. Esto resulta sumamente importante para que el equipo del Museo pueda orientar y repensar la segunda parte de la visita. Las preguntas guía están destinadas a poder recuperar los conocimientos y las representaciones que circulan en el imaginario de los y las visitantes virtuales sobre cuestiones relacionadas al trabajo y la identidad obrera. Consideramos al aprendizaje como un proceso activo en el que los y las estudiantes dan forma a su propia estructura cognitiva aprehendiendo información nueva en base a experiencias y saberes previos (Torres Hernández, 2007). Este proceso de reconstrucción implica que el aprendizaje en el museo debe desencadenarse a partir de lo que ofrece la visita guiada y sus actividades.

El recorrido virtual propiamente dicho se realiza de manera sincrónica a través de una plataforma de videollamada e implica el encuentro entre el equipo del museo y la institución educativa que haya requerido el servicio educativo. Esta instancia está centrada en la presentación de *Prezi*, documento virtual que posibilita la exposición de la historia de la fábrica a partir de diferentes recursos multimediales. Si bien continúa respondiendo a una línea de tiempo, que es la narrativa que tiene el equipo voluntario como guión museológico y que se representa en las diferentes etapas que recorrió la fábrica (modelo privado, estatal, cooperativa y fábrica recuperada), este tipo de programa habilita una dinámica de presentación flexible donde se puede organizar la información

sin seguir una secuencia expositiva predeterminada, ya que la idea que prima es que el recorrido esté sujeto a los intereses y preguntas de la audiencia. Cada voluntaria y voluntario debe poner en juego su experiencia y habilidades en el desarrollo de las visitas y acompañar los movimientos específicos que se proponen en esa interacción particular sabiendo que cada encuentro siempre es diferente del anterior. En esa actividad deben introducir modificaciones que resulten pertinentes para el grupo al que toque acompañar. Así interpretamos que los educadores y las educadoras son quienes establecen el vínculo entre los y las visitantes con el patrimonio (Fisman y Pasman, 2019). A esta labor se suma el manejo de las herramientas digitales. Por este motivo, el encuentro está pensado de manera que mientras un integrante del equipo esté narrando de manera oral los diferentes momentos del recorrido virtual, otro de los integrantes que tenga más experiencia en el uso de *Prezi* lo vaya direccionando en consonancia a lo abordado, cuestión que requiere de ensayos previos con el equipo para manejar los tiempos adecuados.

La instancia de *Prezi* también fue pensada para recuperar, no sólo la información histórica de la fábrica, sino para poder vivenciar otro tipo de experiencia más cercana a lo sensible. El Museo IMPA posee una gran impronta arquitectónica, al estar emplazado dentro de una fábrica en actividad y por las dimensiones y características que posee. En este sentido, la virtualidad podría plantearse como una dificultad, si bien entendemos que el espacio virtual no está para replicar la presencialidad. Por este motivo, el objetivo de esta propuesta es habilitar otras formas de acercamiento a la historia que difieren de lo narrado oralmente. Se abre el juego a la posibilidad de observar máquinas en funcionamiento y escuchar los ruidos de la fábrica a través de materiales multimediales, corriendo del centro de la muestra al objeto y la información histórica para dar protagonismo a la experiencia del visitante, brindando recursos para descubrir y para fomentar los sentidos y los sentimientos.

Para cerrar el encuentro la propuesta presenta un *Padlet*, a modo de muro virtual, intervenido con posteos de diversos materiales (chistes, preguntas, artículos periodísticos) relacionados a las temáticas trabajadas durante la visita y al mensaje cultural de transformación social que propone el museo. La idea es que los y las visitantes armen un recorrido personal por los posteos de su interés y de manera anónima puedan plasmar sus impresiones y experiencias. Esta instancia resulta vital para que el equipo voluntario pueda recuperar las ideas del público en relación a la exposición y sirve de insumo para revisar y ajustar el trabajo realizado.

### **Justificación de la planificación virtual**

Este proyecto de virtualización de visitas del Museo IMPA busca, en primer lugar, el paso de una narrativa lineal, progresiva y acumulativa a una más propia del hipertexto, que consiste en la dirección contingente de lo visto, leído o escuchado para habilitar nuevas trayectorias al significado de lo expuesto (Balardini, 2006). Nos parece una necesidad primordial ya que, al momento de familiarizarnos con el funcionamiento del museo, notamos que tanto el acrecentamiento de la información recopilada por el equipo de investigación como el afán de sus guías en llegar al final de las etapas comprendidas en su línea de tiempo iban en contra de la atención en notar qué tan interesado estaba el

público en seguir el relato propuesto (Capitelli y Gallardo, 2021). Una propuesta virtual que abandone el formato lineal y pautado de antemano permitiría ofrecer una experiencia más interactiva, basada en lo que el público requiera conforme la exposición de la etapa vaya avanzando, haciendo uso de más de un recurso semiótico. Concretamente, no solamente narrar lo planificado para cada instancia, sino ofrecer una exposición con énfasis en diferentes aspectos de lo disponible en base a los intereses y preguntas de quienes la consumen.

Considerando que estamos ante un Museo interesado en transmitir mensajes de transformación social y que defiende la idea de construir una memoria colectiva, creemos que es necesario recordar que la memoria es una práctica que reconstruye el pasado en base a los intereses del presente (Jelin, 2002). Por tanto, para lograr tal funcionamiento en la virtualización del recorrido educativo, tomamos el material disponible referente a cada etapa histórica y las reformulamos creando diferentes presentaciones de *Prezi* que habilitan la presentación de material multimedial. Así, pudieron incorporarse a la propuesta documentos difíciles de exponer en instancias presenciales (como fotos, videos, grabaciones de entrevistas, etc.) y también pudo debatirse la idea de dejar de seguir el orden pautado por el recorrido de la línea de tiempo, para intentar representar cada etapa en base a los intereses y necesidades de cada grupo rastreados con anterioridad en formularios de inscripción. Dichos formularios, realizados en *Google Forms*, representan el inicio del diálogo entre el museo y su público, que adquiere un carácter relevante al momento de plantear el tipo y tono del encuentro llevado adelante desde la institución. Algo interesante que sucede en los recorridos virtuales así planteados es la selección de los contenidos en sintonía con diferentes tipos de públicos, logrando dinamizar el papel social de los museos: poner la participación de los visitantes en el centro de su actividad, construyendo un museo abierto a la discusión y al intercambio (Pajares y Solano, 2012).

De esta manera los museos, en lugar de insistir con formatos de enseñanza más propios de las instituciones educativas modernas, pueden recuperar los modos de significación de los ecosistemas comunicativos contemporáneos, en los que se permite navegar por las producciones disponibles y donde las imágenes son utilizadas para la construcción de cultura y conocimiento (Martín Barbero, 2009). Por tanto, encarar proyectos de virtualización desde este tipo de instituciones requiere abandonar posicionamientos tecnófobos. Su implementación no solamente puede significar mediaciones que habiliten nuevas relaciones con el conocimiento, sino que también pueden instrumentarse aprovechando que el mundo digital es vivido por las juventudes como un entorno con impacto socializador (Balardini, 2006). Este es un aspecto importante a tener en cuenta, ya que mucho se ha hablado respecto a lo difíciles o insatisfactorios que resultaron los contactos a distancia entre los y las docentes y sus estudiantes al momento del cese de las actividades escolares presenciales debido a la pandemia. Esa idea negativa sobre los encuentros virtuales también resulta trasladable a los recorridos museísticos ya que pueden pensarse como una experiencia limitada o de inferior calidad en comparación a la visita física al Museo, a la experiencia “real”. Pensamos que los recorridos virtuales pueden resultar en experiencias diferentes, con una narrativa y un lenguaje propios, y con la capacidad de ser mucho más que reproducir al museo a través de una pantalla.

Para problematizar estas cuestiones, retomamos los planteos de Jorge Huergo respecto a la *tecnicidad*, definida como “un organizador perceptivo que representa esa dimensión donde se articulan las innovaciones técnicas a la discursividad” (Huergo, 2013, p.23). Con este concepto, el autor busca que dejemos de concebir a la tecnología como una mera herramienta para que pongamos el foco en cómo configura nuevos modos de conocer y de producir experiencias sociales (Huergo, 2013). Las reflexiones respecto a cómo las juventudes utilizan las nuevas tecnologías y de qué manera impactan en sus modos de conocer el mundo y de relacionarse entre sí son fundamentales para generar propuestas virtuales que resulten valiosas, tanto para aquellos a quienes van dirigidas como para quienes las planifiquen.

En este sentido, es necesario destacar que la decisión de virtualización del museo no tiene que significar el fin de la institución museística. Partimos de la premisa de que la dimensión virtual no reemplaza la dimensión física, sino que ambas pueden convivir, retroalimentarse y generar nuevas experiencias. Para alejarnos una vez más de los desarrollos tecnófobos, creemos que los proyectos ideados desde la perspectiva de la comunicación/educación resultan valiosos porque eluden la pretensión de que cualquier incorporación tecnológica en contextos de enseñanza resuelva instrumental y automáticamente cualquier inconveniente cognitivo que allí se encuentre. Por el contrario, reparan en los conflictos de reconocimiento que surgen entre los sujetos que se relacionan entre sí en instancias culturales o políticas que a su vez están mediadas por tecnologías (Huergo, 2013). En contextos de aislamiento y modificación de actividades antes presenciales, la virtualización apareció como la posibilidad de que muchas instituciones educativas continuaran existiendo, pero de nuevas maneras. Entendemos que el uso de la tecnología no es la finalidad en sí misma sino que lo que la pone en valor es lo que nos permite hacer, construir, producir. En lugar de continuar alimentando su fama de ser entornos donde opera una transmisión asimétrica basada en la jerarquía simbólica de quienes deciden qué es lo que debe saberse, una alternancia prudente con herramientas provenientes del campo de la comunicación permitirían que las instituciones sigan conteniendo a sus usuarios y usuarias, pero sin imponer maneras únicas de pensar o actuar (Debray, 2007).

Es por esto que en el proyecto de visita guiada virtual para el Museo IMPA proponemos que las presentaciones de *Prezi* sean proyectadas durante videollamadas a las que se conecten los y las integrantes del grupo que haya completado el formulario de inscripción. De esta manera, la actividad sincrónica permite no solamente transmitir en vivo un recorrido para ese grupo en particular, sino que también habilita la aparición de sus preguntas e intervenciones en el momento en el que los educadores y las educadoras del Museo exponen lo que prepararon para él; modificándolo en función de los intereses que la planificación inicial haya despertado. Así, reconociendo al otro, su “universo vocabular” y su capacidad de discutir el mundo que habitamos (Huergo, 2013), podemos obtener una transmisión lograda. Traemos a colación este concepto para referirnos a formas de comunicación que dejen que las audiencias de la propuesta cultural compartida puedan hacer una interpretación propia y, al hacerlo, no tomarla como una verdad revelada sino como un conocimiento co-construido con sus vivencias y saberes previos (Hassoun, 1996).

Pensamos que este cambio de enfoque para el Museo IMPA –vale aclarar, de la transmisión rigurosa de la totalidad de su narrativa histórica de manera lineal, a una programación abierta basada en el grupo a quien va dirigida la visita– permitiría alivianar la reproducción de saberes ya construidos para dar paso a un diálogo intercultural en el que las audiencias también participen de la construcción del conocimiento. Las juventudes aprecian especialmente la posibilidad de la interacción y es importante tenerlo en cuenta para diseñar las actividades digitales. Las mediaciones son valoradas positivamente, sobre todo cuando ayudan a generar experiencias significativas que los y las convierten en protagonistas. Por este motivo resulta fundamental el rol de los educadores y educadoras, apelando a la dimensión subjetiva, despertando interés, recuperando los saberes previos y generando interrogantes en el público (Campassi *et al.*, 2017).

Tener como norte un funcionamiento como el propuesto hará que, en lugar de seguir la lógica de acrecentamiento de información (habitual en algunos medios de comunicación), la tecnología y sus posibilidades de conexión sincrónica con la audiencia sean usadas para fortalecer al museo más allá del cambio de soporte. Que vuelva a ser una institución viva y que, pese a la utilización del dispositivo técnico, lo importante pueda seguir enseñándose de personas a personas en entornos que combinen apropiadamente la contención institucional y el derecho a la autonomía en base a necesidades del presente (Debray, 2007).

|11|

### **A modo de cierre**

Si bien aún la estrategia problematizada no fue implementada, y todavía no se sabe si el museo obtendrá el financiamiento para encarar un proyecto de virtualización integral y a largo plazo, pensamos que son buenas incorporaciones para paliar las dificultades actuales del Museo IMPA. Son propuestas virtuales que están en consonancia con su ya mencionado objetivo principal: sostener colectivamente un espacio para la memoria de la clase trabajadora. El proyecto nos habilita a que podamos reflexionar brevemente acerca del concepto de participación para plantear cuáles son las expectativas con la ejecución de este tipo de planificaciones y los desafíos que pueden aparecer una vez puestas en práctica.

Tanto si lo pensamos simbólicamente como si le concedemos a los soportes digitales la condición de entornos, el museo virtual aparece como la posibilidad de seguir compartiendo un espacio donde conocer y debatir la lucha de los trabajadores y las trabajadoras de IMPA; donde pensar su vínculo con la historia argentina y donde entrar en contacto con el acto de resistencia de quienes recuperaron y mantienen la fábrica activa. En este sentido, y tomando en consideración lo argumentado previamente en el artículo, creemos que las incorporaciones digitales planteadas son apropiadas para seguir cumpliendo el objetivo principal de la institución. Concretamente, a través de la suma de más voces a la reflexión de la memoria institucional, de la obtención de un posible mayor entusiasmo de parte de públicos jóvenes mediante la incorporación de soportes que inviten a la expresión de puntos de vista y del aprovechamiento de los recursos

multimediales disponibles para que pueda experimentarse cómo es IMPA aún sin estar en ella.

Consideramos que el Museo IMPA, producto de una construcción colectiva y comunitaria, es un espacio en el que los y las visitantes pueden aprender a participar, como un contexto ideal donde se propiciarán instancias para adquirir hábitos participativos (Magarola, 2010). En ese sentido, también se presenta un desafío a llevar adelante y nos invita a pensar en cómo acercarse a otros públicos, no sólo a aquellos habituados al uso de tecnología. Por ejemplo, al momento de ejecutar la estrategia virtual con un grupo específico, sería interesante prestar atención tanto a quienes participan como a quienes no lo hacen. De esta manera, se podría indagar en los motivos de estos últimos y diseñar nuevas actividades para mejorar la accesibilidad del museo virtual. Sin embargo, nos parece que sería una temática para abordar en futuros trabajos –ya que aún no implementamos la propuesta y creemos que excede los límites del presente artículo–.

### Referencias bibliográficas

- Balardini, S. (2006). Subjetividades juveniles y tecnocultura. En *Congreso Impacto y transformaciones de la cultura escolar ante la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación*. Centro Cultural Teatro Municipal General San Martín. Buenos Aires, Argentina.
- Campassi, P., Gutiérrez, L., Pironio, A. y Torre M. (2017). *Los jóvenes y los museos: estudio cualitativo sobre públicos juveniles*. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Buenos Aires, Argentina.
- Capitelli, R. y Gallardo, L.N. (2021). *Reconstruir y coproducir memoria. Propuesta comunicacional y educativa para el Museo IMPA* (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Debray, R. (2007). Transmitir más, comunicar menos. *A Parte Rei. Revista de Filosofía* (50). <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/debray50.pdf>
- Fisman, D. y Pasmán, J. (2018). Módulo 1: ¿Quiénes somos los educadores de museo? *Identidad y gestión de las áreas educativas de museos* (curso virtual). Programa Museos. Formación y Redes, Dirección Nacional de Museos. Secretaría de Cultura. Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación.
- Hassoun, J. (1996). *Los contrabandistas de la memoria*. Ediciones de la Flor.
- Huergo, J. (2013). Mapas y viajes por el campo de Comunicación/ Educación. *Revista Tramp(a)s de la Comunicación y la Cultura* (75), 19-30.
- Jelin, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Siglo XXI Editores.
- Magarola, O. (2010). *Acerca de la participación*. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

- Martín-Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información* (10), 19-31.
- Pajares, J y Solano, J. (2012). *Museos del futuro: El papel de la accesibilidad y las tecnologías móviles*. GVAM.
- Rancièrè, J. (2010). *El espectador emancipado*. Manantial.
- Robertazzi, M. y Polín, M. (2015). La construcción colectiva de un sitio para la memoria de la clase trabajadora. *Integración Académica en Psicología* (7), 9-26).
- Rodá, C. (noviembre, 2016). Todo comunica. Desafíos de la comunicación en museos. En Actas del Congreso *Transformaciones digitales en museos*. Conferencia llevada a cabo en el Museo Histórico Nacional, Buenos Aires, Argentina.
- Torres Hernández, I. (2007). Nuevos retos, espacios y fronteras en pedagogía museística contemporánea. En Actas del Congreso *La dimensión educativa en los Museos de Arte y Centros Culturales*. Argentina.
- Zavala, L. (2012). *Antimanual del museólogo*. UAM, INAH, Conaculta.