

## AMPLIACIÓN DEL PATRIMONIO EN LOS MUSEOS: ENCUENTRO, ESCUCHA Y CONVERSACIÓN

Bárbara Borzani

Carrera de Ciencias de la Comunicación – Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires

Chile

barbara@borzani.page

Recibido: 06 de febrero de 2022

Aceptado: 03 de Mayo de 2022

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark://8cjjikzzf>

|1|

### Resumen

Este artículo reflexiona acerca de cómo intervenir en la estructura de los museos desde una perspectiva de género cuyas principales estrategias sean la creación de espacios de encuentro y conversación, la ampliación de lo que entendemos por patrimonio y la consideración de fuentes inmateriales, con el fin de desjerarquizar y construir nuevas narrativas y nuevas formas de conocimiento. Analiza las relaciones que los museos tienen y pueden tener con sus públicos en el espacio urbano, gestionado por empresas públicas y privadas y las posibilidades de encuentro que el museo podría desplegar. Propone considerar la capacidad que el museo tiene para ayudar a recordar como forma de elaborar la angustia individual y colectiva y reconstruir relaciones comunitarias. Rescata la relevancia actual de los relatos orales, la capacidad de contar historias que tiene el museo y la urgente necesidad de escuchar las voces de sus públicos. Finalmente, este artículo continúa la tesina “¿Por qué el museo decide mostrar a estas mujeres?” *Perspectiva de género en el Museo de la Educación Gabriela Mistral* (Borzani, 2020), para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UBA). En ella se analizaba qué discurso sobre la perspectiva de género construían la muestra permanente del Museo de la Educación Gabriela Mistral (MEGM, Chile) y otros museos pedagógicos y de otras temáticas, leídos a través de investigaciones recientes, registradas principalmente en tesis y revistas académicas.

**Palabras clave:** museo, patrimonio, perspectiva de género, espacio urbano, comunicación

## EXPANSION OF HERITAGE IN MUSEUMS: MEETING, LISTENING AND CONVERSATION

### Abstract

This article reflects on how to intervene in the structure of museums from a gender perspective whose main strategies are the creation of spaces for encounter and conversation, the expansion of what we understand as heritage and the consideration of immaterial sources, in order to de-hierarchize, build new narratives and new forms of knowledge. It analyzes the relationships that museums have and can have with their audiences in the urban space, managed by public and private companies and the possibilities of encounter that the museum could deploy. It proposes to consider the capacity that the museum has to help to remember as a way to elaborate individual and collective anguish and to reconstruct community relations. It highlights the current relevance of oral narratives, the museum's capacity to tell stories and the urgent need to listen to the voices of its audiences. Finally, this article continues the dissertation “¿Por qué el museo decide mostrar a estas mujeres?” *Perspectiva de género en el Museo de la Educación Gabriela Mistral* (Borzani, 2020), for the Bachelor of Communication Sciences (UBA). It analyzed what discourse on the gender perspective built the permanent exhibition of the Museo de la Educación Gabriela Mistral (MEGM, Chile) and other pedagogical and other museums, read through recent research, recorded mainly in theses and academic journals.

|2|

**Keywords:** museum, heritage, gender perspective, urban space, communication

Este artículo continúa donde terminé mi tesina para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UBA), titulada “¿Por qué el museo decide mostrar a estas mujeres?” *Perspectiva de género en el Museo de la Educación Gabriela Mistral* (Borzani, 2020). En ella me preguntaba qué discurso sobre la perspectiva de género construían la muestra permanente del Museo de la Educación Gabriela Mistral (MEGM) en Chile —que recorrí presencialmente en 2018— y otros museos pedagógicos y de otras temáticas, leídos a través de investigaciones recientes, registradas principalmente en tesis y revistas académicas. Los rasgos generales mostraron que el enfoque de género estaba asociado a rescatar la historia de las mujeres y visibilizar a cierto tipo de mujeres (profesionales, pioneras, etc.). En el caso de los museos de educación donde la labor magisterial estuvo (y está) desarrollada casi exclusivamente por mujeres, los ejes centrales eran la historia de la educación de las mujeres y el rol de la mujer en la historia de la educación.

Mi trabajo concluye que el enfoque de género debería intervenir más en la estructura de los museos y no aplicarse como un dispositivo que se agrega al contenido original. Esto implica comprender el género como una jerarquía que depende de “un orden o estructura abstracta bastante estable. Una estructura que es más del ámbito de las instituciones que de los sujetos sociales que transitan por ellas y que forma parte del mapa cognitivo con que esos sujetos operan” (Segato, 2010, p. 67). Sin duda, visibilizar, rescatar la memoria de las mujeres y las posiciones femeninas es parte de la tarea necesaria, pero no cambia,

por sí sola, la estructura patriarcal de las instituciones. En este sentido, la mayoría de las definiciones y manuales sobre enfoque de género en museos consideran con distintos énfasis: intervenir en las estructuras institucionales, crear espacios de participación, generar condiciones de acceso equitativas a los bienes culturales y su producción, diversificar productos atendiendo a las necesidades diferenciadas de hombres y mujeres y de las distintas identidades de esa comunidad, adecuar la infraestructura (por ejemplo, baños para hombres con mudadores o accesos para personas con discapacidad), etc. Sin embargo, en la práctica de muchos museos y otras instituciones, organismos y empresas, se sigue identificando la perspectiva de género, casi exclusivamente, con la participación igualitaria de hombres y mujeres (transversalmente, en cargos jerárquicos, en la toma de decisiones, etc.) y se la asocia al cumplimiento de ciertos estándares de igualdad, como por ejemplo, el “Sello de Igualdad de Género” que otorga el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Pero, como las propias definiciones de enfoque de género indican, la equidad entre hombres y mujeres es el punto de partida de la perspectiva de género, no su culminación.

Entre las estrategias relevadas en el MEGM y en la bibliografía para lograr un enfoque de género que intervenga la estructura de los museos, las más importantes fueron construir nuevas formas de conocimiento y nuevas formas de narrar, considerar nuevas fuentes, coparticipar, crear espacios de encuentro y conversación y desjerarquizar. Todo ello implicaría, además, ampliar la idea de patrimonio. Recoger las voces actuales —ya no solo de las mujeres, sino también de aquellas posiciones invisibilizadas, los relatos no oficiales, las masculinidades, las juventudes, en una discusión que esté dada por la diversidad en que se posicionan los sujetos más allá de su biología—, y traerlas al museo como fuentes inmateriales. En definitiva, como plantea Mayayo (2013: 27), se trata de construir lugares horizontales para la relacionalidad y el reconocimiento del otro.

|3|

### **Un museo que sale a encontrarse con su público**

Durante la pandemia por COVID-19, el lugar de participación y encuentro de las salas de los museos se trasladó, casi exclusivamente, a un espacio digital. Sin visitantes a quienes exhibirles su patrimonio, durante las cuarentenas de 2020 y 2021 los museos salieron a mostrar sus objetos en las redes sociales y crearon un gran número de actividades en línea. En Chile, según el informe “Museos en Cuarentena: prácticas de conexión con los públicos”, publicado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio en diciembre de 2020, un 89% de los museos consultados generó algún tipo de contenido digital inédito durante la cuarentena (videos, recorridos, exposiciones virtuales, material de apoyo educativo, tutoriales, etc.). Además, más de la mitad de los museos consultados adaptó sus actividades presenciales al formato digital —aún cuando el museo se encontraba cerrado— y generó actividades en vivo durante la cuarentena “mostrando una capacidad de mantener el contacto con los públicos en el nuevo contexto de distanciamiento social” (Área de Estudios, SNM, 2020, p. 59).

Así, el museo comenzó a moverse con el usuario. Ahora lo acompaña en su celular; entra y sale de territorios, de instituciones, de lugares. No controla la humedad, ni la luz, ni la temperatura del espacio en que el usuario lee y escucha sus producciones, ni con quiénes

las comparte. Sus mensajes aparecen junto a otros discursos, no-situados y descontextualizados. Compite por la atención de los usuarios en un mercado de historias que duran 24 horas y desaparecen. Amplía sus públicos y logra, de una forma renovada, “ser una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo” (ICOM, 2007), también fuera de las paredes del edificio.

Esta experiencia digital, potenciada para la mayoría de los museos en Chile, nueva para algunos, amplió el espacio de conversación, pero no reemplazó el encuentro en el espacio físico. Por el contrario, cada vez que las cuarentenas se levantaron durante estos últimos dos años, la gente asistió a los museos agotando los aforos. En este sentido, es esperable que la reciente experiencia digital de los museos en convivencia con la experiencia presencial, configure propuestas cada vez más sofisticadas, creativas e integradas en cuanto a la digitalidad-presencialidad.

En este momento de despliegue más “móvil” que han hecho los museos, conectando con sus públicos fuera de sus edificios, quiero reflexionar acerca de: 1) las relaciones que los museos tienen y pueden tener con sus públicos en el espacio urbano, gestionado por empresas públicas y privadas y las posibilidades de encuentro que el museo podría desarrollar; 2) la capacidad que el museo tiene para ayudar a recordar como forma de elaborar la angustia individual y colectiva y reconstruir relaciones comunitarias; 3) la relevancia actual de los relatos orales, la capacidad de contar historias que tiene el museo y la urgente necesidad de escuchar las voces de sus públicos y su comunidad. Todo ello con el fin de colaborar en formas de intervenir en la estructura de los museos desde una perspectiva de género cuyas principales estrategias sean la creación de espacios de encuentro y conversación, la ampliación de lo que entendemos por patrimonio y la consideración de fuentes inmateriales, con el fin de desjerarquizar, construir nuevas narrativas y nuevas formas de conocimiento.

|4|

### **Relacionarse en empresas del espacio urbano**

Pienso en una relación de instituciones contrapuestas en sus fines: el museo y el *mall*.<sup>1</sup> Si la función del museo es conservar y compartir lo conservado, la función del *mall* es gastar y renovar el stock incesantemente. El museo informa cómo éramos; el *mall*, cómo debes ser. El museo es el lugar del sentido; el *mall*, el del puro significante. El museo contextualiza; el *mall* fragmenta. En esta ex plaza pública y ex no-lugar ocurren muchas cosas significativas. Los *mall* de Chile, en particular, son un híbrido en el que el sujeto puede llegar a experimentar situaciones intrascendentes y también vitales como comprar una blusa de zara, pagar Movistar, concurrir al médico, comprar naranjas de huertas campesinas, renovar la cédula de identidad, comprar un auto, asistir al casi centenario Club de Jazz de Santiago, copiar una llave, extenderse las pestañas, hacerse un PCR y,

---

<sup>1</sup> *Mall*: shopping muy grande.

también, suicidarse.<sup>2</sup> En este entramado complejísimo que son los *shoppings* en América Latina, en esta improbable relación entre instituciones, los museos comparten espacios con centros comerciales, como las Galerías Pacífico (Buenos Aires), con su edificio del siglo XIX, sus murales de pintores consagrados, donde además funciona el Centro Cultural Borges, o el Shopping del Abasto (Buenos Aires) donde funciona el Museo de los Niños. Pero también existen experiencias donde el museo traslada parte de su muestra al *shopping*. Por ejemplo, el Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) de Chile inició en 2002 el programa “Museos sin Muros”, instalando obras en los *malls* Plaza Vespucio y Plaza El Trébol de Concepción.

La iniciativa de una experiencia inédita de dedicar un espacio de un centro comercial a la exhibición de artes visuales ha cumplido con el propósito de llevar el arte del MNBA a otro tipo de público en un lugar impensado. (...) “Estos espacios de exhibición tienen como objetivo acercar el arte a un público masivo que habitualmente no tiene la oportunidad de visitar los museos y galerías. El propósito es habitar y ocupar los lugares con afluencia de público, ampliando el concepto de audiencia, con el fin de establecer un diálogo directo y cercano, sin prejuicios ni afanes paternalistas” (MNBA, 2016).

|5|

Sin embargo, el museo tiene que pensar las relaciones con el *mall* y otras empresas e instituciones no solo como una ampliación de públicos o un acercar el objeto, sino como espacio de relacionalidad donde construya lugares de encuentro y conversación, especialmente orales —como veremos más adelante—, a través de políticas interinstitucionales articuladas, potentes, planificadas y consecuentes. Esto implica pensar el espacio como “producto de relaciones” (Massey, 2004), donde el museo puede participar, influir y ser parte de la relación que construye la identidad del lugar.

Así es que en la actualidad conceptualizamos el “espacio” como producto de relaciones, una complejidad de redes, vínculos, prácticas, intercambios tanto a nivel muy íntimo (como el del hogar) como a nivel global. Para mí esto es fundamental e implica, por una parte, que si el espacio no es simplemente la suma de territorios sino una complejidad de relaciones (flujos y fronteras, territorios y vínculos) ello implica que “un lugar”, un territorio, no puede ser tampoco algo simple, cerrado y coherente. Al contrario, cada lugar es un nodo abierto de

---

<sup>2</sup> Ver en Anexo tres relatos que ilustran los 13 suicidios ocurridos desde que abrió el Costanera Center en 2012, el más icónico de los *mall* de Chile y el rascacielos más alto de Sudamérica. El Costanera Center es propiedad del grupo económico Centros Comerciales Sudamericanos S.A. (CENCOSUD), del que forman parte Jumbo, Easy, París, entre otros.

relaciones, una articulación, un entramado de flujos, influencias, intercambios, etc. (ídem, p. 78).

Las personas no solo transitan por el *mall*, lo usan, lo adaptan, como el grupo de adolescentes que se encuentra a conversar, la mujer que carga el celular, la familia que descansa en los sillones, el hombre que publica una *selfie* en Instagram y la trabajadora informal de los alrededores que asea a su bebé en la sala de lactancia y mudador. El museo puede ampliar su participación en estos espacios urbanos e influir en la construcción de su identidad: “No hay lugares que existan con identidades predeterminadas que luego tienen interacciones, sino que los lugares adquieren sus identidades en muy buena parte en el proceso de las relaciones con otros. La identidad de un lugar siempre está en proceso de cambio, de formación, de modificación” (ídem). El museo conecta con el *shopping* en el imaginario social, en los catálogos turísticos y en la planificación urbana estatal y privada, en la oferta de entretenimiento; el museo es “algo para hacer”, “una salida”, “un panorama”. Los *mall*, por su parte, conectan con el museo en su agenda de actividades culturales, realizan acciones con músicos, artistas, malabaristas, etc. El museo ya se relaciona con el *mall* y otras empresas,<sup>3</sup> una instancia de interacción con sus públicos y no públicos, sería desarrollar conversatorios presenciales como parte de sus actividades anuales en los que proponga sentidos críticos y contrastes que no se pierdan como una vidriera más, e invite a desarrollar una relación con el museo también en su edificio y en sus redes sociales.

Recuerdo un domingo de exceso de prohibiciones durante la cuarentena más rígida (2020) en Santiago, bajando por las escaleras del metro Quinta Normal, observé cómo bailaba un grupo de mujeres jóvenes. Normalmente se hubieran reunido en el parque o en la explanada del GAM,<sup>4</sup> pero en circunstancias tales, allí abajo nadie les pediría permiso de circulación, estaban protegidas del frío, había electricidad para cargar celulares y parlantes y el espacio amplio, liso y desprovisto de columnas u objetos, parecía diseñado especialmente para bailar. Un año antes, en estaciones cercanas, se había iniciado una de las crisis sociales más importantes de Chile. Luego del anuncio del alza del valor del pasaje en 30 pesos, algunas personas aisladas al comienzo, y grupos de estudiantes secundarios organizados<sup>5</sup> después, dejaron de pagar. “Evadir no pagar / otra forma de luchar” cantaban mientras se concentraban en los molinetes de las estaciones más importantes, en las horas punta. En días siguientes, el Ministerio de Transporte ironizó acerca del excesivo escándalo que provocó un aumento de solo 30 pesos. Entonces, las acciones de evasión se hicieron masivas, las paredes de la ciudad se llenaron de pintadas como “no son 30 pesos, son 30 años” y el 18 de octubre el metro y Santiago ardieron,

<sup>3</sup> Hay que recordar, además, que muchos grandes museos del mundo tienen empresas patrocinadoras.

<sup>4</sup> El Centro Gabriela Mistral (GAM) es un centro cultural contemporáneo ubicado en un edificio histórico en el corazón de Santiago. Ver: <https://www.gam.cl/conocenos/somos/organizacion>.

<sup>5</sup> Para el estudiantado el boleto no aumentó.

literalmente.<sup>6</sup> ¿Cómo puede conversar el museo con el metro de la evasión dos años y una pandemia después, allí en el mismo metro? ¿Qué nuevas narrativas puede construir además de las típicas vitrinas con objetos encontrados durante las excavaciones para la construcción subterránea y las maquetas de la ciudad que se halla arriba? ¿Cómo puede interactuar con los usos del espacio que hicieron las bailarinas?

Creo que en estos territorios, aquí ejemplificados en dos empresas, una privada y la otra pública, el *mall* y el metro, respectivamente, es dónde el museo tiene una de tantas oportunidades de construir espacios de encuentro y conversación. Esto implicaría sólidas políticas públicas e interinstitucionales y el despliegue de dispositivos museográficos que crucen la charla educativa, la valoración patrimonial, la visita guiada y el conversatorio. Confirmando que lo más importante para el museo ocurre cuando dialoga con su comunidad, donde siempre el encuentro es conflictivo, incluso en los lugares planificados para la evitación del conflicto. Esto no significa reemplazar las acciones del museo en el museo, sino ampliarlas a otros territorios. Cuando la cuarentena comenzó a ser más flexible durante 2020, en Chile abrieron los *shoppings* y las casas de juego de azar, pero los museos no tuvieron permiso para hacerlo. Ni los teatros, ni los cines, ni los centros culturales, ni las escuelas. Es claro que no todos los objetos circulan con la misma libertad, ni todos los discursos. La gente en los museos es ligeramente más peligrosa y el museo en los lugares planificados para consumir y no-encontrarse también.

|7|

### **Conversar lo recordado en el espacio comunitario**

Al igual que ocurrió durante la cuarentena, en la ciudad de Federación (Entre Ríos, Argentina) los pobladores dejaron de asistir al museo. Y también el museo tuvo que ir a buscarlos, pero no a las redes sociales sino a sus casas. La situación inició a finales de la década del setenta con la construcción de una represa hidroeléctrica que dejó a buena parte de la ciudad bajo el agua, obligando a sus habitantes a desplazarse a una ciudad planificada, la Nueva Federación. De todos los edificios de la antigua ciudad, el único que se trasladó a la nueva fue el Museo de los Asentamientos (MA, antes Museo de las Regiones, MR). Durante años, trabajadores del museo observaron el distanciamiento que tenía la comunidad con el MA, hasta que en 2000 decidieron acercarse a los vecinos, realizar encuestas y dialogar con ellos para comprender la problemática. Detectaron que tanto el edificio reasignado al museo como su colección generaban rechazo porque representaba un espacio perdido para la comunidad.<sup>7</sup> Para intervenir en la situación, en 2005 el MA diseñó un dispositivo museográfico móvil, denominado Museo Móvil (MM):

---

<sup>6</sup> De las 136 estaciones de Metro, 77 presentaron daños, 6 fueron completamente incendiadas y 14 parcialmente incendiadas (Metro de Santiago, 2019).

<sup>7</sup> “Por medio de testimonios (relevados por el MA), los vecinos manifestaron a la institución su deseo de no visitar el espacio, al considerarlo triste y cargado de objetos vinculados a la muerte y ausencia de la vieja ciudad. Asimismo, se destaca la anécdota de un vecino que se acercó al museo a donar una canilla, la cual

Fue a través del Museo Móvil (MM), que el MA buscó promover un acto del recuerdo que no fuese sólo la mera evocación del pasado a partir de la exposición de su acervo, sino que partiera de la construcción de un relato frágil que, por esa misma característica, permitiera que lo individual fuese condición, forma y sospecha<sup>8</sup> de la memoria social colectiva. Este aspecto, en donde lo individual y lo colectivo se tensionan productivamente en la recuperación del pasado, se vio destacado por el modo en que el mirar fue convocado por el dispositivo del MM: la limitada extensión de su despliegue expositivo requirió que sus espectadores compartieran la caja/mesa que hacía de soporte. De este modo, la cualidad formal propició una percepción personal en compañía de otros: junto a quienes los objetos adquirirían, en función de las experiencias convocadas en cada situación, diversos predicados (Fressoli, 2016).

Por la propia naturaleza del patrimonio conservado, en el museo pedagógico esta función de rememoración se da de forma privilegiada. El encuentro con los objetos “pupitre”, “guardapolvo”, “compás”, propone al visitante de cierta edad un viaje inmediato, rápidamente lo coloca en su niñez o en la de sus padres, de tal modo que puede sentir, forzando a Bordelois (2003), que ha “sido recordado”.<sup>9</sup> Esta capacidad de ayudar a recordar que tiene el museo contrasta con una sociedad que cada día pierde la memoria. Con individuos que no saben el teléfono de su humano de referencia, ni son capaces de llegar a destino sin GPS; de inmigrantes que traen a su nuevo territorio sus ritos por única materialidad; de personas que cada vez viven más tiempo y más solas. Si a estas preexistencias le sumamos las circunstancias sociales inmediatas actuales en la que todos los eventos de la vida se digitalizaron y donde el espacio privado fue resignificado, convertido en multiespacio (laboral, escolar, recreativo), tenemos que durante dos años las personas organizaron sus recuerdos y vivieron sus experiencias en múltiples instituciones pero en un solo edificio y de forma aislada. Abstracción, tristeza, exceso de nostalgia, una población clasificada y diagnosticada con “problemas de salud mental”. El

|8|

---

pertenece a la plaza central de la vieja ciudad de Federación y que él mismo rescató de la demolición. El vecino golpeó sus palmas, llamando desde los límites del patio perimetral que rodea la institución, para llamar a los trabajadores, a pesar de que la institución tenía sus puertas permanentemente abiertas. Extrañada ante el suceso, una empleada del museo le preguntó al vecino por qué no entraba, a lo que éste respondió: *No, yo ahí no entro*” (Fressoli, Nota 7, 2016).

<sup>8</sup> “El recuerdo individual adquiere el carácter de sospecha cuando adviene perturbador de los enunciados establecidos por la cultura” (Fressoli, Nota 24, 2016).

<sup>9</sup> “En latín ‘he hablado’ se dice ‘locutus sum’, que morfológicamente significa ‘he sido hablado’. Y Heidegger decía: ‘El hombre no habla el lenguaje sino que el lenguaje habla al hombre’. Si aceptáramos que la lengua nos circula como la sangre que nos sustenta, o bien nos penetra como el aire que respiramos, nos encontraríamos más abiertos a ‘ser hablados’ por las lenguas antes que a hablarlas, a ser inspirados y aspirados por ellas antes que a aspirarlas o inspirarlas omnipotentemente, como en vano tratamos de hacerlo” (Bordelois, 2003, p. 24).



museo puede ayudar a elaborar, a reflexionar, a encontrarse con otros, para trabajar los afectos, para generar alivio, para colaborar en la reconstrucción de los entramados comunitarios, moviéndose, saliendo del edificio, acompañando el desconcierto. Sobre todo, escuchando y dando lugar al intercambio. En la experiencia del MM, la movilidad del museo permitió que a los objetos que trasladaba el MM los vecinos acercaran otros similares que traían de sus casas y guardaban como recuerdo “para despuntar colectivamente memorias del pasado que hasta entonces residían en el espacio privado” (Fressoli, 2016).

Narrar la angustia colectiva es una función propia del museo, especialmente en los museos de la memoria, de los holocaustos, de los derechos humanos. Sin embargo, encontrarse a conversar sobre la angustia —por ejemplo, la generada por la pandemia— no es algo que los museos tiendan a proponer en sus actividades, y aquí es justamente donde se ampliarían las fuentes y se trabajaría con fuentes inmateriales de enorme valor. Los modos de trabajo heredados del feminismo tienen un gran aporte para realizar en esa línea: coparticipación, utilización de los afectos y subjetividades como forma de conocimiento, des-jerarquización y trabajo colaborativo, politización de los procesos de trabajos, entre otros (Mayayo, 2013, p. 30).

Y aquí hay que considerar transversalmente dos aspectos acerca de cómo el museo puede ayudar a recordar. El primero, es el ya mencionado al comienzo del artículo, el museo ayuda a recordar trayendo a la memoria lo no visible, lo borrado, como en la recuperación de la memoria de las mujeres, de sus vidas y sus obras; ofrece nuevas miradas a los objetos que siempre estuvieron pero invisibilizados, como el clítoris de la delfina<sup>10</sup> o la escritura de Hildegarda de Bingen.

El segundo, es su calidad de fuente fiable y medio de comunicación. El museo ofrece el contraste necesario con otros medios de comunicación como Netflix o empresas como McDonalds o Nike con redes sociales potentes capaces de imponer símbolos y difundirlos. El museo es una fuente fiable acerca de los hechos ocurridos y de “cómo eran las cosas”, y como tal puede observar que la corporalidad y lenguaje de las personas en las cortes de principios de 1800 no eran como los reconstruye *Bridgerton* (Netflix, 2020), ni las tensiones de la clase obrera se reducen al anarquismo y el socialismo informados por *Las chicas del cable* (Netflix, 2017). Ello no significa que el museo constituya la verdadera historia de un pueblo o una comunidad, significa, sobre todo, que conserva objetos de los que puede dar cuenta por medios científicos que corresponden a una época y documentar que se utilizaban con ciertos fines. En este sentido, el museo debe poder precisar su discurso, situarlo y proponer definiciones, declarar lo que piensa, trazar el

---

<sup>10</sup> En enero de 2022, medios de todo el mundo replicaron la investigación publicada por la revista *Current Biology* en la que se concluye que las hembras de delfín tienen un clítoris “grande y funcional” que les permite sentir placer (Brennan, Patricia *et al*, *Evidence of a functional clitoris in dolphins*, ver

[https://www.cell.com/current-biology/fulltext/S0960-9822\(21\)01544-X](https://www.cell.com/current-biology/fulltext/S0960-9822(21)01544-X)). El diario *El País* reflexionaba al respecto que “El hallazgo muestra el gran desconocimiento que todavía existe en la sexualidad de las hembras en la naturaleza, en comparación con la de los machos” (Salas, 2022).

objeto, informarle al visitante de dónde viene y por qué está allí, para que el visitante haga las interpretaciones subjetivas y las representaciones colectivas que pueda, que quiera, pero también para que acceda a un conocimiento, que, en tanto tal, tiene valor simbólico y cultural. Desjerarquizar las estructuras, hacer organizaciones más horizontales, coparticipar, politizar y coeducar, requiere que los museos ayuden a sus públicos a contrastar fuentes y desarrollar análisis y pensamientos críticos.

La educación en competencias y habilidades como la empatía, la compasión, la comunicación asertiva, la convivencia, la colaboración y el pensamiento crítico, son pasos centrales en ese camino. Las Ciencias de la Comunicación, en el cruce con Educación, tienen mucho para aportar, desde la educación en medios de la década del 80' a los estudios más actuales, lleva décadas investigando las habilidades a desarrollar en el alumnado para el desarrollo de personalidades autónomas y críticas (Borzani, 2020, p. 83).

|10|

### **Hablar el patrimonio, ser el patrimonio**

En la experiencia del MM relatada en el apartado anterior, una de las consecuencias más importantes que tuvo el hecho de que el museo se moviera hacia la comunidad fue que los vecinos se movieron hacia el museo: comenzaron a acercarse a contar anécdotas y relatos sobre la propia experiencia de la mudanza a la nueva ciudad. En este sentido, la ampliación del patrimonio, como condición de la perspectiva de género, requiere recoger las voces actuales en las situaciones actuales y traerlas al museo como fuentes inmateriales. Este tiempo social demanda particularmente rescatar el cruce de oralidades tradicionales con el chat, los comentarios, los grupos de afinidad y las conversaciones urbanas y comunitarias. El museo es un gran contador de historias, con sus exposiciones, sus visitas guiadas, sus recorridos por la ciudad. Pero puede ser también un gran escuchador de historias, con un público muy interesado por encontrar sentido a sus experiencias vitales y las de su entorno y encontrarse con otros, cercanos y anónimos, cara a cara.

Es probable que la principal estrategia en esta época de pandemia y en la pospandemia sea encontrarse a conversar, escuchar las historias de cuarentena, de pérdidas, de soledad, de angustia y también de reinenciones, de nuevas relaciones con los vecinos, con las familias, con la escuela, de descubrimientos de oficios, de experiencias, de solidaridades, de injusticias. Es un período sumamente rico y museable, en el que la escucha de las voces comunitarias y urbanas, y de todas las voces que quieran participar del encuentro, son tan relevantes como el patrimonio que ya conserva el museo. Así como existen los conversatorios de expertos y los conversatorios de expertos con públicos, se pueden desplegar conversatorios que partan de objetos y situaciones actuales de los públicos donde el museo proponga mediaciones, comparaciones, sentidos críticos. En mi tesina rescataba la “lengua conversacional” de Gabriela Mistral, que tiene muchas funciones: le permite encontrar una voz propia, reúne al pueblo, rescata tradiciones, crea una comunidad. Esta lengua conversacional no es una lengua oficial, no tiene lugar en los

grandes relatos de la historia. Por el contrario, es una voz que se sobrepone a la adversidad, e insiste, perdura y abre camino. “Contando para hacer contar”, en palabras de la propia Mistral.

## Cierre

- La equidad entre hombres y mujeres es el punto de partida de la perspectiva de género, no su culminación. Es la estructura jerárquica de las instituciones la que hay que intervenir. Entre las estrategias para lograrlo, se cuentan las de construir nuevas formas de conocimiento y nuevas formas de narrar, considerar nuevas fuentes, ampliar la idea de patrimonio y patrimonio inmaterial, recoger las voces actuales, coparticipar, crear espacios de encuentro y conversación y desjerarquizar, construir lugares para relacionarse.
- La digitalidad que adquirió el museo en los últimos dos años le dio mayor movilidad y le aportó nuevos públicos.
- El museo puede crear encuentros y conversaciones con sus públicos y no públicos en espacios urbanos, públicos y privados, a través de políticas interinstitucionales y acciones. El museo puede participar, influir y ser parte de la relación que construye la identidad de lugares significativos como *shoppings* y metros.
- Esto implicaría sólidas políticas públicas e interinstitucionales y el despliegue de dispositivos museográficos en el cruce con la charla educativa, la valoración patrimonial, la visita guiada y el conversatorio.
- El museo ayuda a recordar y a elaborar los recuerdos propios y colectivos. Puede ser un espacio que ayude a la comunidad a elaborar la angustia del tiempo de pandemia.
- El museo como medio de comunicación es una fuente fiable a la cual consultar. Debe poder precisar su discurso, situarlo y proponer definiciones, declarar lo que piensa, trazar el objeto, para que el visitante acceda a un conocimiento, que, en tanto tal, tiene valor simbólico y cultural.
- El rescate de la oralidad y las conversaciones impacta en la ampliación del patrimonio inmaterial. Es tiempo de contar historias y escuchar.
- Entre los principales desafíos que esto conlleva para el museo se encuentran: pensar las relaciones del museo con el resto de las instituciones, recoger lo inmaterial sin convertirlo en material abstracto, convivir con la ambigüedad sin perder la coherencia.
- En un contexto cada vez más digital y experiencial, los objetos son muy importantes, el patrimonio material de los museos es sumamente importante. Ayudar a los públicos a encontrarse con él es una prioridad del museo.

En el centro de todo lo dicho se encuentra el deseo de lograr una comunidad que se vuelva a encantar. Que se ilusione con sus materialidades, con sus objetos, con sus lugares, con sus personas. Lo propio del museo, la mirada museográfica, su relación con la comunidad, su papel de conservador, su cualidad de medio de comunicación, puede resumirse en su capacidad de contar historias y ser con la comunidad.

### Referencias bibliográficas

- Área de Estudios, SNM (2020). *Museos en cuarentena: Prácticas de conexión con los públicos*, Subdirección Nacional de Museos, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Disponible en [www.museoschile.gob.cl/628/articulos-98553\\_archivo\\_01.pdf](http://www.museoschile.gob.cl/628/articulos-98553_archivo_01.pdf).
- Bordelois, Ivonne (2003). *La palabra amenazada*, Libros del Zorzal.
- Borzani, Bárbara (2020). *¿Por qué el museo decide mostrar a estas mujeres? Perspectiva de género en el Museo de la Educación Gabriela Mistral*, Tesis de Licenciatura, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- CNN Chile (2019). “Disculpa por molestar’: El crudo relato de guardia de Costanera Center sobre anciana que se lanzó al vacío”, en *CNN Chile*, 8 de febrero de 2019. Disponible en [www.cnnchile.com/pais/disculpa-por-molestar-el-crudo-relato-de-guardia-de-costanera-center-sobre-anciana-que-se-lanzo-al-vacio\\_20190208/](http://www.cnnchile.com/pais/disculpa-por-molestar-el-crudo-relato-de-guardia-de-costanera-center-sobre-anciana-que-se-lanzo-al-vacio_20190208/)
- Fressoli, María Guillermina (2016). “La relación entre museo, espacio urbano y memoria a través del caso del Museo Móvil (MM), de Federación, Entre Ríos, Argentina”, en *Intervención*, vol. 7, n° 14, jul./dic. de 2016. Disponible en [www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-249X2016000200048#B27](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-249X2016000200048#B27).
- Meganoticias (2014). “Hombre se lanza desde el piso 25 del Costanera Center”, en *Meganoticias*, 3 de mayo de 2014. Disponible en [www.meganoticias.cl/nacional/hombre-se-lanza-desde-el-piso-25-del-costanera-center.html](http://www.meganoticias.cl/nacional/hombre-se-lanza-desde-el-piso-25-del-costanera-center.html).
- ICOM, International Council of Museums (2007). “Definición de museo”, en ICOM. Disponible en [icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo](http://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo).
- Massey, Doreen (2004). “Lugar, identidad y geografías de la responsabilidad en un mundo en proceso de globalización”, en *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, n° 57, pp. 77-84. Disponible en <https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000019/00000025.pdf>.
- Mayayo, Patricia (2013). “Después de *Genealogías feministas*. Estrategias feministas de intervención en los museos y tareas pendientes”, en *Investigaciones Feministas*,

- vol. 4, pp. 25-37. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/41875>.
- Metro de Santiago (2019). “Balance daños 19 de octubre de 2019”, en *Metro.cl*. Disponible en <https://www.metro.cl/noticias/balance-danos-19-de-octubre-2019>.
- Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) (2016). “Museo sin muros: menos es más”, en *MNBA*, 29 de noviembre. Disponible en <https://www.mnba.gob.cl/noticias/museo-sin-muros-menos-es-mas>.
- Mostrador, El (2021). “Otro suicidio en el Costanera Center: mall siguió funcionando en jornada marcada por aglomeraciones a horas de la cuarentena total en la RM”, en *El mostrador*, 11 de junio de 2021. Disponible en [www.elmostrador.cl/dia/2021/06/11/gran-afluencia-de-publico-en-el-costanera-center-las-aglomeraciones-en-el-mall-capitalino-a-horas-del-confinamiento-en-la-rm/](http://www.elmostrador.cl/dia/2021/06/11/gran-afluencia-de-publico-en-el-costanera-center-las-aglomeraciones-en-el-mall-capitalino-a-horas-del-confinamiento-en-la-rm/).
- Salas, Javier (2022). “Las hembras de delfín tienen un clítoris ‘grande y funcional’ que les permite sentir placer”, en *El País*, 10 de enero. Disponible en [www.elpais.com/ciencia/2022-01-10/las-hembras-de-delfin-tienen-un-clitoris-grande-y-funcional-que-les-permite-sentir-placer.html](http://www.elpais.com/ciencia/2022-01-10/las-hembras-de-delfin-tienen-un-clitoris-grande-y-funcional-que-les-permite-sentir-placer.html).
- Segato, Rita (2010). “El género en la antropología y más allá de ella”, en *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos* (p.67), Prometeo Libros.

[13]

## Anexos

Tres relatos que ilustran los 13 suicidios ocurridos desde que abrió el Costanera Center en 2012, el más icónico de los *mall* de Chile y el rascacielos más alto de Sudamérica:

“La tarde de este viernes, a eso de las 14:30 horas, un hombre se precipitó desde el quinto al segundo piso del mall Costanera Center. El sujeto falleció y, de acuerdo a antecedentes policiales, se trataría de un suicidio, pues dejó una nota explicativa” (El mostrador, 2021).

“Militza Castillo cuenta que los suicidios son cosa común dentro del Mall Costanera Center. Ya el mes pasado observó cómo una joven se lanzaba al vacío. Pero lo que vivió en la tarde de este viernes es un caso distinto, asevera, pues se trataba de una persona de la tercera edad. Resulta que a eso de las 18:10, una señora de edad, luego de finalizar el café que estaba sirviéndose sola en una cafetería, se subió a una silla y se lanzó desde el quinto piso del edificio parte relatando Militza” (CNN Chile, 2019).

“Un nuevo suicidio ocurrió cerca de las 14:00 horas en el mall Costanera Center de la Región Metropolitana” (Meganoticias, 2014).