

COMUNICACIÓN Y MUSEOS: PROYECTOS Y DESAFÍOS EN TORNO A LAS MEDIACIONES CULTURALES Y EDUCATIVAS

Coordinadoras:

Mirta Amati

Comisión de Investigaciones Científicas
Universidad Nacional Arturo Jauretche
Argentina
amati@unaj.edu.ar

Mariana Landau

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires
Argentina
mlandau@sociales.uba.ar

Andrea S. Pegoraro

Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires
Argentina
anpegoraro@gmail.com

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark://tukobqis6>

En la actualidad, los museos se encuentran interpelados a dar respuesta a un conjunto de demandas vinculadas con la democratización del conocimiento, la accesibilidad y la participación, entre otros aspectos. Por ello, están revisando sus propias prácticas y narrativas, promoviendo cambios profundos en la forma de exhibir, de contar la historia y de enmarcarla en procesos socioculturales. A su vez, están generando estrategias de acercamiento a grupos sociales, anteriormente invisibilizados o excluidos, que participan en calidad de co-constructores y co-diseñadores de las propuestas expositivas.

En este marco, desde hace tres décadas los museos están en la agenda de discusión de distintas disciplinas y áreas de conocimiento, en general, y de las Ciencias Sociales, en

particular. Esto ha significado un importante crecimiento de los estudios y trabajos que analizan y proponen miradas renovadas sobre esta institución.

El proyecto formulado para el dossier temático de este número de la revista Avatares de la Comunicación y la Cultura es producto de un trabajo sostenido en docencia, investigación y extensión universitaria que viene desarrollándose desde hace varias décadas en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Estas acciones encuentran su materialización en clases, actividades presenciales y virtuales, tesinas de grado y de posgrado, convenios, proyectos y trabajos conjuntos con museos nacionales y locales, universitarios y comunitarios. También se ve reflejado en esta convocatoria, que recibió una importante respuesta por parte de la comunidad vinculada a la temática.

Las actividades mencionadas se desarrollan en el marco de la Universidad de Buenos Aires (UBA) que tiene una centenaria trayectoria en la temática. En la actualidad, esta institución posee, gestiona y financia veintitrés museos en distintas facultades, que están articulados a través de una red. Además, cuenta con posgrados y otras experiencias de formación en tópicos afines. Quizá debido a su juventud, la Facultad de Ciencias Sociales es la única unidad académica de toda la UBA que no posee un museo propio, aunque esperamos que en algún momento lo tenga. Sin embargo, más allá de esta situación, la producción de conocimiento sobre la labor curatorial, la exhibición y la difusión del patrimonio adquiere en esta casa de estudios un espacio idóneo para su concreción.

La publicación que presentamos aquí busca promover el diálogo entre museos y universidades que vienen realizando importantes aportes a este campo de conocimiento; dar espacio para la difusión de tesis y tesinas que sobre la temática se han desarrollado en los últimos años; y mostrar el trabajo de los museos universitarios que pueden ser concebidos como laboratorios de investigación, interdisciplinarios, que buscan nuevas formas de comunicarse con públicos heterogéneos y complejos. En este sentido, se trata de revitalizar a la universidad como enunciador histórico y contemporáneo sobre los estudios de museos, la comunicación, la educación y sus públicos.

Los trabajos del dossier documentan experiencias que los equipos desarrollan en distintos lugares del país como también de otros países de América Latina y del mundo, mostrando un abanico de realidades y problemáticas específicas pero que, en algunos casos, abordan temas o enfoques similares. Esto demuestra que los museos como instituciones, aunque ubicados en distintas latitudes, están discutiendo internamente sus funciones y promoviendo nuevas modalidades de comunicación, propiciando el diálogo y la incorporación de otras voces antaño excluidas.

Este enfoque pone en primer plano, no al objeto, sino a los sujetos y grupos sociales, entre los que se encuentran los públicos: sus saberes, intereses y necesidades, para incluirlos en la apropiación del patrimonio tangible e intangible y repensar críticamente la propiedad y autoridad compartida de/en los museos. Esa reconceptualización de la idea de público, lejos de situarse en una perspectiva que lo asimile a la del consumidor, lo emparenta con las dinámicas y cambiantes necesidades y demandas ciudadanas de los integrantes de la sociedad actual. En este sentido, más que al público (en singular) los trabajos se refieren

a los públicos (en plural), como también a su inscripción vinculada con la co-organización comunitaria y/o participación efectiva.

Esta heterogeneidad da lugar al desarrollo de una diversificación de las estrategias, de los formatos de las visitas, de las propuestas de participación que proponen los museos a sus visitantes. En consonancia con esta perspectiva, otra de las temáticas que abordan en forma recurrente los artículos de este número es la referida a la perspectiva de género y a las formas de representación de las mujeres en las exhibiciones.

Asimismo, las tecnologías digitales, el audiovisual y las plataformas constituyen espacios en los que las propuestas de trabajo narradas tienen lugar. En algunos casos, estos medios son abordados como recursos que posibilitan el desarrollo de nuevas formas de expandir la labor museística; en otros casos, se incluye también una reflexión sobre los sentidos que estas tecnologías habilitan, como también las nuevas estrategias y experiencias que los museos deben diseñar para generar propuestas en estos entornos. Varias de las experiencias vinculadas con las tecnologías digitales se encuentran en el marco de las reformulaciones desarrolladas por los museos en función del cierre de los edificios dispuesto como respuesta a la pandemia ocasionada por el COVID-19. Este hecho pone de relieve el factor histórico y situado de las propuestas que se llevan a cabo en las instituciones. Este aspecto está presente en la literatura sobre la temática desde hace varias décadas pero adquiere una importante visibilidad en el contexto actual.

|3|

En cuanto a las perspectivas teóricas más frecuentes en este número, la Museología Social ocupa un lugar destacado. Este enfoque ubica al museo más allá de la colección y su conservación, y sitúa a la apropiación del patrimonio y a la participación de los públicos como prioridades del trabajo de la institución. Este paradigma que enfatiza lo social, encuentra en los trabajos presentados articulaciones con el campo de la comunicación y educación, en sentido amplio, esto es, como espacios de producción de conocimiento que trascienden al uso de los medios de comunicación, a lo escolar y las visitas guiadas.

Asimismo, se destaca el aporte de los estudios feministas y la perspectiva de género para comprender las formas en que se construyen las exhibiciones, las interpelaciones a los públicos y las dinámicas al interior de los museos. Desde los trabajos fundantes de Donna Haraway, los estudios sobre los museos han enfatizado en forma creciente la reflexión sobre esta problemática desarrollando acciones específicas. Hoy hay un proceso de reconfiguración y actualización de identidades sociales y por ende, particularmente, del género a partir de las articulaciones que se producen entre los distintos públicos y los contenidos expuestos en las salas de exhibición. Al respecto queremos retomar a Marian López Fernández Cao quien, apostando a una metodología feminista, se propone reivindicar la presencia de las mujeres en las prácticas culturales en calidad de sujetos activos y participativos en los procesos históricos.

En líneas generales, los trabajos que aquí presentamos hablan del nuevo papel de los museos de ciencias, de historia, de arte, comunitarios, universitarios, así como de experiencias de trabajo con exhibiciones y con los públicos y la sociedad civil, que proponen / asumen la necesidad de impulsar cambios hacia la inclusión, la accesibilidad, la participación, el diálogo con comunidades históricamente invisibilizadas. Por esto, varios de los artículos realizan un análisis crítico de las propuestas museísticas a las que

les reclaman cambios estructurales que, por supuesto, requieren ser acompañados de transformaciones sociales más amplias orientadas al desarrollo de nuevos patrones culturales.

Desde su creación, en 1985, y con su incorporación a la Facultad de Ciencias Sociales, creada en 1988, la Carrera de Ciencias de la Comunicación se pensó en diálogo con las demandas de democratización de las instituciones, la vigencia de los derechos humanos, sociales y culturales y con el propósito de reconectar las ciencias sociales con la sociedad. Estos valores estuvieron vigentes en la transición democrática. Se trata de una agenda social que abarcó tanto al ámbito académico como a los museos y a otras organizaciones de la sociedad. Sin embargo, constituye aún un proceso inacabado ya que es de permanente ampliación y vigencia.

Por último, Avatares de la Comunicación y la Cultura se configura como un espacio de concreción, reformulación y divulgación del carácter multi e interdisciplinar del campo de las Ciencias de la Comunicación. Fue creada en el 2010 como revista científica de la carrera en la búsqueda de actualización de las temáticas de ese campo, en las actuales coyunturas. Asimismo, como se puede observar en este dossier, Avatares invita al diálogo no sólo interdisciplinar, sino también al que se lleva a cabo entre el universo académico-científico y el campo de las intervenciones, el extensionismo y los trabajos profesionales.

|4|

MIRTA AMATI: Doctora en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires), Magíster en Comunicación y Cultura (UBA), Lic. en Cs. de la Comunicación (UBA) Investigadora Independiente de la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC - PBA) asociada a la UNAJ. Profesora Asociada regular UNAJ y Adjunta regular a cargo, en la Carrera de Comunicación - UBA.

MARIANA LANDAU: Magíster en Análisis del Discurso (UBA). Licenciada en Ciencias de la Educación (UBA). Prof. Adjunta regular a cargo de Tecnologías Educativas (FSOC-UBA). Profesora de la Maestría en Educación, Lenguajes y Medios (UNSAM). Integrante del área de investigación del Instituto Nacional de Formación Docente (INFD), Ministerio de Educación de la Nación.

ANDREA PEGORARO: Doctora por la Universidad de Buenos Aires, orientación Antropología Social. Coordinadora General de la Red de Museos de la UBA, Directora de la Especialización en “Museos, Transmisión Cultural y Manejo de Colecciones antropológicas e históricas” (FFyL-UBA). Profesora a cargo de Antropología (CBC-UBA).