

A FONDO

TURQUÍA, MIRADAS MÁS ALLÁ DEL TURISMO OFICIAL

HABITAR

LA "CASA DE LA CATEDRAL"



CAROLINA
SAMURS.

ENTREVISTA:

HUÁSCAR
SALAZAR

OH!

NOVIEMBRE 15,
2015
No.858

EL ALTO / EL ALTEÑO
COCHABAMBA / LOS TIEMPOS

Los Tiempos

MUSEOLOGÍA: UNA CIENCIA PROMISORIA



El devenir de la sociedad ha llevado a un aumento creciente de la demanda cultural, no solamente debido al mayor nivel intelectual y educativo, sino también al mayor tiempo de ocio, considerado hoy como un bien

muy importante; los Museos juegan un rol fundamental y están en el meollo de esta tendencia. Muestra clara tenemos en China cuyo plan 2010-2015 implicaba hacer 3500 museos pero ya en 2013, superó sus propias expectativas con 4000 museos de los miles que todavía tiene proyectados realizar.

Si bien antes los museos se ligaban tradicionalmente al discurso nacional o de apropiación por parte de los Estados, hoy son las sociedades, los grupos, los colectivos, las instituciones, empresas, etc., quienes seleccionan lo que se va a musear, lo que los representa y les da identidad. Así el Museo puede abarcar la cultura general, aspectos universales o una temática específica; el contenido de los museos resulta tan amplio y diverso como la propia esfera de la actividad humana. Por otra parte, en nuestros días, el público es lo importante, no hay museo sin público; éso es lo esencial y son precisamente los estudios de públicos, los que permiten dinamizar la inerte imagen que se tenía previamente.

¿CÓMO ENTENDER "MUSEO"?

Desde 1974, el ICOM (International Council of Museums) ha propuesto una definición que, aunque con el tiempo ha ido ampliándose a institutos de conservación, galerías, monumentos y parques naturales, arqueológicos, históricos, centros científicos y planetarios, instituciones que presentan especímenes vivos, el concepto mismo ha sido rebasado.

Definir un museo no es fácil y es un término que siempre sigue en construcción. Es un proceso con varios actores, sin embargo en su definición es importante considerar: alguien que selecciona y expone un objeto para que lo vea, lo reflexione, lo interprete o interpele otra persona. Es que en realidad, musear es un verbo, así, en mi propio entender, un museo es una institución dinámica, comunicadora y generadora de conocimiento y cultura que proporciona información sobre la cultura y el patrimonio que expone, incita a la reflexión y propicia la vivencia en los visitantes, a través de la interacción con los objetos que alberga.

LA NUEVA MUSEOLOGÍA, EL MUSEO COMO MEDIADOR, EL PÚBLICO LO MÁS IMPORTANTE, LO ACTUAL EN MUSEOLOGÍA

LA MEDIACIÓN

El museo es un medio de comunicación. En esencia, la comunicación en el Museo no es verbal y no se parece a la lectura de un texto (Davallon, 1992) ya que opera por medio de la presentación sensible de los objetos expuestos. "En tanto sistema de comunicación, el museo depende del lenguaje no verbal de los objetos y de los fenómenos observables. Es en principio y ante todo un lenguaje visual que puede transformarse en lenguaje audible o táctil u "olfateable". Su poder de comunicación es tan intenso que su utilización, en el plano ético, debe ser prioridad para los profesionales de museos" (Cameron, 1968). El contexto museal y la parte lúdica (el deleite) son importantes -sino su mensaje no sería tan poderoso. Hace que el público perciba al objeto, no por la razón, sino a través de una experiencia intuitiva y emocional, superando la cárcel de cristal en la que están los objetos.

EL PROCESO MUSEAL

El trabajo museal consiste en un vaivén entre práctica y teoría. Las ciencias movilizadas esencialmente para la construcción de conocimientos sobre el museo en sí mismo agrupan especialmente la museología, la filosofía, la historia, la antropología, la sociología, la lingüística, etc.

Por su parte, el proceso museal inicia desde la propia concepción de la idea de realizar un Museo y contempla principalmente: el Plan museológico, el diseño conceptual. El Proyecto Museológico y Museográfico, cada cual con sus propios guiones en referencia a los públicos o grupos de enfoque. También contempla la planeación, diseño y montaje de exposiciones, un plan de interpretación como elemento conductor. Es un trabajo holístico y en cada etapa participan diferentes especialistas; es un trabajo interdisciplinario de principio a fin con el necesario interrelacionamiento orgánico. Es un trabajo creativo, desde el especialista o museólogo, museógrafos, antropólogos, arquitectos, diseñadores gráficos, comunicadores, pedagogos, gestor /administrador de colecciones, especialistas en turismo,

guías o intérpretes y otros. Asimismo, implica especialistas en gestión, administración y políticas culturales y aquellos dedicados a marketing cultural, material promocional para difusión, publicaciones y todo aquello que implica cualquier organización.

ACTUALES TENDENCIAS

La polivalencia es la tendencia actual, es decir, los museos deben tornarse en verdaderos centros culturales, ya no solo tener sus exposiciones permanentes, sino revitalizar sus propias colecciones (y otras), con exposiciones temporales, temáticas, externas, talleres y todo tipo de actividades y eventos culturales y académicos. Por otra parte y con el enorme avance de la tecnología, ésta se aplica no sólo al goce de la experiencia museal, sino permite también los museos digitales, los museos virtuales, ciberexposiciones (experiencias reales), y desde la revolución de la nueva museología de los 70's, la apropiación de todo tipo de espacios, los happenings y la presentación de instalaciones, performances, hologramas (mappings), etc. y obviamente los museos sin colección.

Nuestro país está empezando recién a sumarse a este despertar, aunque todavía como país no ofrece las condiciones necesarias (ni el financiamiento) para potenciar este tipo de instituciones. Tampoco a nivel de políticas culturales -que pueden ser más inmediatas y muchas veces son más importantes y efectivas que las leyes, estamos todavía -como se dice coloquialmente- en pañales.

Sin embargo, aisladamente se hacen los esfuerzos necesarios, por ejemplo entre 2008 y 2012 en el Instituto de Investigaciones Antropológicas y Museo Arqueológico de la UMSS, ejecutamos toda una reingeniería institucional que incluía replantear -con un Plan museológico específico apoyado por la cooperación sueca (ASDI)- todo el Museo, llevando a cabo todo el proceso museal participativo y generando las narrativas que hacen a nuestras colecciones, a nuestras especialidades, a su exposición al público y a nuestra institución, iniciando también la catalogación de las

colecciones, todo con especialistas en cada rubro y generado todo tipo de actividades culturales que definitivamente nos han convertido en un centro académico y cultural por excelencia.

FORMACIÓN EN MUSEOLOGÍA Y LA UMSS

En el mismo contexto, adelantándonos a un futuro promisorio y ante la demanda creciente y continua por parte de comunarios, municipios, instituciones y organizaciones en general, a partir del año 2013, estamos realizando, conjuntamente con el posgrado de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat, el Diplomado en Museología/Museografía, para la formación epistemológica y técnica especializada, lo que nos constituye en pioneros en este campo y en el centro de irradiación sobre museos y patrimonio. Igualmente, la Facultad de Ciencias Sociales de la UMSS, tiene en su programa de Antropología, la licenciatura en Museología, en la cual directa e indirectamente somos un puntal que permitirá su proyección.

La Formación permite que los estudiantes sean capaces de planificar, diseñar, elaborar guiones, ejecutar, producir y difundir una propuesta museológica y museográfica, así como manejar toda la organización, generando los procesos de su manejo y operación a partir de una visión integral de sus componentes, de un manejo conceptual y de herramientas prácticas, incluyendo en todo momento lo técnico, lo legal, lo económico y lo social. En este contexto, el campo laboral es de un espectro amplio, pudiendo integrarse a instituciones nacionales y locales públicas o privadas (gobiernos, municipios, organizaciones, fundaciones, instituciones de diversa índole), empresas y consultoras, pueden ofertar sus servicios a toda aquella organización que quiera mostrar su imagen histórica identitaria institucional al público. ▀

(*) La autora es Investigadora INIAM - UMSS
Coord. Diplomado Museología/Museografía

Texto: María de los Angeles Muñoz C., Ph.D. (*)

Fotos: Cortesía Ma. De los Angeles Muñoz