



e-Boletín N° 7, 2015

a

asociación

m

museólogos

m

museógrafos

a

andalucía

Índice

**Publicación anual
Número 7
Febrero 2015**

ISSN - 2172-3982

El e-Boletín de AMMA es la seña de identidad de esta asociación. Es un órgano de expresión y un medio de información profesional permanente para todos sus asociados, al servicio de todos los Museólogos y Museógrafos de Andalucía, y de España.

Sus temas son todas las cuestiones teóricas y prácticas que plantean las profesiones que se ven reflejadas en esta asociación, profesiones que dan a conocer los aspectos científicos de los bienes culturales y cualquier otro tipo de información que contribuya a difundir las ideas de AMMA dentro y fuera de Andalucía

El e-Boletín está en permanente crecimiento, y se enriquece con las aportaciones de los socios así como de aquellas propuestas que resulten de interés al desarrollo de la profesión de Museólogo y Museógrafo.

Equipo de Redacción
Junta Directiva AMMA

Coordinación e-Boletín
Ana Galán Pérez
ana.galan@asoc-amma.org

Fotografía de portada: Material didáctico para la accesibilidad del Museo de Huelva,
Autora: Rosa Abellán

e-Boletín
Asociación de Museólogos y Museógrafos
de Andalucía

info@asoc-amma.org
<http://www.asoc-amma.org>



3 Editorial

Elena López Gil

Noticias AMMA

4 ETPM 2014

5 Participación en el V Premio Iberoamericano de Educación y Museos

5 Producción Científica: Proyecto "Santa Clara: Los Espíritus de Sevilla"

6 Actividad Científica: II Congreso Internacional sobre Educación y Accesibilidad: "Museos y Patrimonio. En y con todos los sentidos: Hacia la integración social en igualdad"

7 Formación AMMA

8 Profesión AMMA

9 Colaboración AMMA

10 Actividades AMMA

11 Memoria ETPM 2014

Dossier: Museos y Accesibilidad (3)

19 De la imagen a la experiencia multisensorial: protocolo de creación de visitas y talleres accesibles para personas con diversidad funcional visual en el museo de arte. Describiendo a Picasso en el Museo CajaGRANADA, Asociación Kaleidoscope, M. Olalla Luque Colmenero, Gala Rodríguez Posadas, Silvia Soler Gallego, Sábatha Quesada Díaz

26 Identidade(s) Culturais como fator de Acessibilidade(s) Museológica: Semânticas e poéticas do processo pelo olhar do público, Thais Fernanda A. Avelar

34 Arte inteligente y claridad expositiva: la labor pendiente de críticos y artistas, Javier Alvelo García

41 La mediateca y su aporte a la accesibilidad del museo, Néstor Casellas, Esther Fernández

45 ¿Soy accesible? Análisis de monumentos, museos y puntos e interés turístico accesible para público infantil con discapacidad, Encarnación Fernández

50 Accesibilidad Emocional. Ana Gómez

58 Accesibilidad en el Museo Arqueológico Nacional, Manuel Jimeno. Fundación Orange

62 El Ecomuseo como espacio de diálogo entre territorio-población-patrimonio: propuesta para el Ecomuseo de Sanlúcar de Barrameda, Agueda Beatriz Mangas

67 Diálogos públicos. Arquitectura de las relaciones de atracción y desencuentro entre el espectador y los centros y museos de Arte Contemporáneo, Juan Ramón Rodríguez-Mateo, Iván de la Torre Amerighi, Laboratorio de las Artes.

72 Accesibilidad online en los museos de la Red de Museos de Andalucía, Carmen Serrano Moral

78 Puentes para el encuentro de nuevos públicos en el museo de arte contemporáneo de la Raya Hispooportuguesa. Bajadoz y Elvas, Francisco Tomás Cerezo

Editorial

Museos e Investigación

Un año más nos encontramos ante el e-boletín de amma, pasando revista a todos los acontecimientos de 2014 y mirando con ilusión a 2015. Durante estos meses se han acercado a nosotros nuevos profesionales, hemos comenzado a colaborar con instituciones que no conocíamos y continúan trabajando con nosotros socios que desde que nació la asociación apoyaron incondicionalmente la idea.

Con todos ellos hemos iniciado proyectos ilusionantes que, esperamos, den sus frutos en el año que comienza y creemos que es un buen momento para reflexionar sobre una de las funciones básicas del museo: la investigación, desatendida en muchos casos más pendientes de estadísticas culturales, número de visitantes o repercusión en los medios de las exposiciones temporales programadas.

De la definición clásica de museo conocida por todos, se desprenden cinco funciones básicas que reconocemos como parte integrante de las instituciones museísticas. De entre todas ellas, la investigación sirve de base para el desarrollo de otros aspectos fundamentales de los museos, ya que, a través de ella, profundizamos sobre el contenido de las colecciones, reflexionamos sobre la función del museo en la sociedad y buscamos nuevos caminos para hacer nuestros museos más didácticos y comunicadores.

En estos momentos de rebajas presupuestarias en todo aquello que huele a

cultura y que esta se plantea como artículo de lujo absolutamente prescindible, queremos mencionar el importante papel que jugaron los museos a la hora de conseguir una identidad europea moderna, y que España, históricamente, ha sido un lugar de referencia para la cultura, situación que debe ser objeto de una especial consideración por parte de todos: profesionales, sociedad civil y administraciones públicas.

Si durante los siglos XIX y XX el museo se dirige a un público culturalmente alto, actualmente es una institución integradora de la cultura urbana y se convierte en educador de masas a través de grandes exposiciones temporales, ciclos de conferencias o cualquier otro tipo de actividad cultural, concentrándose en ellos una gran cantidad de servicios públicos.

En el siglo XX el museo se ha convertido en un espacio abierto a la reflexión donde se invita a formular propuestas acerca de cómo los objetos expuestos pueden apoyar nuevas estrategias de convivencia y cómo el patrimonio, en cualquiera de sus manifestaciones, es trasmisor de identidad, valores y cultura y a través de él aprendemos del pasado para, en el presente, construir nuestro futuro. Y es en esta tarea donde la investigación sobre el museo, sus colecciones y la museología irán trazando el camino a seguir.

Los proyectos de investigación acometidos desde el museo nos llevan a conclusiones que no solamente aportan luz sobre un período histórico, sobre un artista o sobre un acontecer concreto si no que son la base para posteriores exposiciones, para desarrollar actividades didácticas o para ampliar la colección. En definitiva para asentar el carácter científico en el que

siempre debe estar sustentado el discurso de un museo.

En esta labor de investigación que comienza por documentar las piezas y determinar su autenticidad, analizar las características particulares de los objetos, su contextualización, o su comparación con otras semejantes o de otras épocas, no deberíamos excluir a los investigadores externos promoviendo la colaboración con universidades o cualquier otra institución cuyo ámbito de trabajo sea el mismo.

Pero todavía más se impone esa colaboración en el caso de las investigaciones museológicas: estudios sobre la historia del museo y sus fines, exámenes técnicos sobre la conservación de sus obras, muestreos sobre sus visitantes, consideraciones sobre sus actividades y funcionamiento en comparación con otras instituciones, requieren el concurso de personal cualificado normalmente ajeno a la plantilla del museo, pero que habrá de trabajar en sintonía con la dirección y el resto del equipo.

Elena López Gil
Presidenta AMMA



Fotografía del Networking de Profesionales de Patrimonio celebrado en Málaga (F. Rosa Abellán)

ETPM 2014

El Museo de Huelva acogió los días 24 y 25 de octubre de 2014 la tercera edición del Encuentro Transfronterizo de Profesionales de Museos (ETPM) Museos y accesibilidad organizado por la Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía (AMMA) y la Associação Portuguesa de Museologia (APOM).

Dedicamos el apartado de DOSSIER en el presente boletín y constituyendo el tercer volumen especial a “Museos y accesibilidad”, a recoger las ponencias de los especialistas participantes en lo que supone una actividad consolidada en la Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía.

ETPM 2014 III Encuentro Transfronterizo de Profesionales de Museos

Museos y accesibilidad

MUSEO DE HUELVA

24 Y 25 DE OCTUBRE

Dirigido a profesionales y estudiantes de la museología, en el ámbito privado y público, con el objetivo de alcanzar una visión real del mundo laboral dentro de este sector. Se aportarán puntos de vista y soluciones sobre la accesibilidad a la cultura.

Organiza la Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía (AMMA) y la Associação Portuguesa de Museologia (APOM).

➔ **INSCRIPCIONES:**
<http://etpmuseos.com/participacion/>

➔ **PARA MÁS INFORMACIÓN:**
<http://etpmuseos.com/>

ORGANIZAN: AMMA, APOM

COLABORAN: Junta de Andalucía, Junta de Extremadura, Junta de Castilla-La Mancha, Junta de Castilla y León, Junta de Aragón, Junta de Navarra, Gobierno de Aragón, Gobierno de Navarra, Gobierno de Castilla-La Mancha, Gobierno de Castilla y León, Gobierno de Aragón, Gobierno de Navarra

AUSPICIADORES: FAICO, Fundación Ortega y Gasset, Fundación de Estudios Económicos, Fundación de Estudios Sociales, Fundación de Estudios Políticos, Fundación de Estudios Jurídicos, Fundación de Estudios Filosóficos, Fundación de Estudios Lingüísticos, Fundación de Estudios Literarios, Fundación de Estudios Históricos, Fundación de Estudios Geográficos, Fundación de Estudios Antropológicos, Fundación de Estudios Sociológicos, Fundación de Estudios Psicológicos, Fundación de Estudios Pedagógicos, Fundación de Estudios Científicos, Fundación de Estudios Tecnológicos, Fundación de Estudios Artísticos, Fundación de Estudios Musicales, Fundación de Estudios Teatrales, Fundación de Estudios Cinematográficos, Fundación de Estudios Televisivos, Fundación de Estudios de Comunicación, Fundación de Estudios de Marketing, Fundación de Estudios de Publicidad, Fundación de Estudios de Relaciones Públicas, Fundación de Estudios de Gestión, Fundación de Estudios de Organización, Fundación de Estudios de Administración, Fundación de Estudios de Economía, Fundación de Estudios de Derecho, Fundación de Estudios de Filosofía, Fundación de Estudios de Teología, Fundación de Estudios de Religión, Fundación de Estudios de Sociología, Fundación de Estudios de Psicología, Fundación de Estudios de Pedagogía, Fundación de Estudios de Medicina, Fundación de Estudios de Farmacia, Fundación de Estudios de Veterinaria, Fundación de Estudios de Agronomía, Fundación de Estudios de Ingeniería, Fundación de Estudios de Arquitectura, Fundación de Estudios de Arte, Fundación de Estudios de Literatura, Fundación de Estudios de Historia, Fundación de Estudios de Geografía, Fundación de Estudios de Biología, Fundación de Estudios de Química, Fundación de Estudios de Física, Fundación de Estudios de Matemáticas, Fundación de Estudios de Estadística, Fundación de Estudios de Informática, Fundación de Estudios de Telecomunicaciones, Fundación de Estudios de Energía, Fundación de Estudios de Medio Ambiente, Fundación de Estudios de Urbanismo, Fundación de Estudios de Urbanización, Fundación de Estudios de Urbanística, Fundación de Estudios de Urbanología, Fundación de Estudios de Urbanismo, Fundación de Estudios de Urbanización, Fundación de Estudios de Urbanística, Fundación de Estudios de Urbanología

Cartel Diseño de David López Franco

Participación en el V Premio Iberoamericano de Educación y Museos

El Programa Ibermuseos, Espacio de Museos Iberoamericanos, persigue reafirmar y amplificar la capacidad educativa de los museos y del patrimonio cultural como estrategias de transformación de la realidad social.

Para ello convoca anualmente el Premio Iberoamericano de Educación y Museos, que consiste en la premiación de proyectos que persiguen potenciar la capacidad educativa de los museos y del patrimonio museológico en Iberoamérica por medio de dos categorías: Categoría I: Proyectos realizados o en curso.

Este año AMMA nos presentamos al Premio Iberoamericano de Educación y Museos en la CATEGORIA I: Proyectos realizados o en desarrollo, con el ETPM, superando una primera selección y siendo por tanto habilitados a concurrir en el premio, tal y como aparece en la publicación de Ibermuseos. Seguiremos trabajando para llegar a conseguirlo.



www.ibermuseos.org

Producción Científica

Proyecto "Santa Clara: Los Espíritus de Sevilla"

Por encargo de la Gerencia Municipal de Urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla realizamos el trabajo denominado: Estudio de demanda y plan de gestión del proyecto denominado "Santa Clara: Los Espíritus de Sevilla".

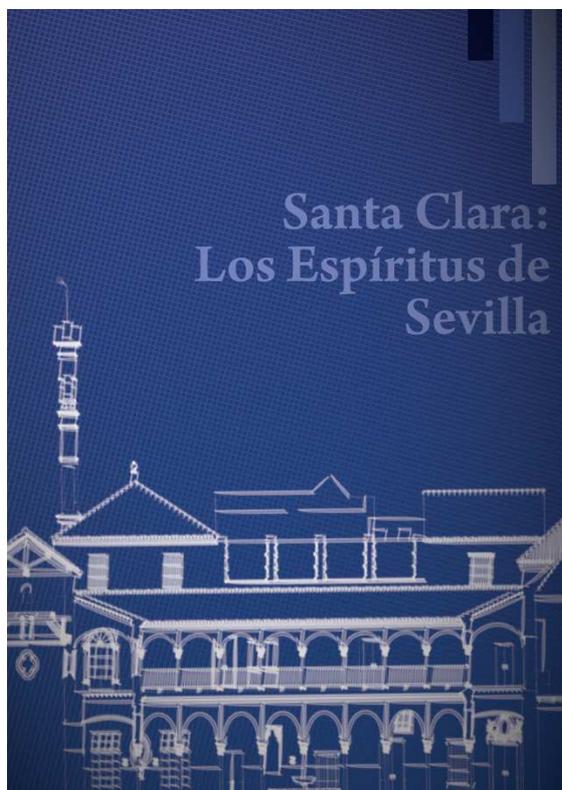
El espacio Santa Clara quiere ser una institución viva, un espacio multicultural e intercultural abierto a otras culturas, como reflejo de la diversidad que habita la ciudad, aspirando a reforzar la imagen de Sevilla en el exterior y posicionarla entre las grandes metrópolis culturales europeas.

Tras su rehabilitación se pretende hacer accesible el convento de Santa Clara, dependencias y usos a lo largo de la historia, con fines culturales en los que religiosidad y espiritualidad cobren un especial protagonismo dando cuenta de la repercusión de las órdenes religiosas en la evolución física, social y cultural de la ciudad.

El Equipo redactor ha sido el siguiente:

En la Dirección y planificación, Elena López Gil. En la Coordinación, Elena López Gil y Sol Martín, Presidenta y Tesorera de AMMA. En la Conceptualización y objetivos. Elena López Gil y Marcelo Martín Guglielmino, este último socio de AMMA. En la Documentación de referencia, Sol Martín. En la Conservación

preventiva y Puesta en valor del inmueble, Ana Galán Pérez, Vocal de AMMA. En el Análisis espacial y la Adecuación del conjunto al programa, el Arquitecto y profesor universitario, Ignacio Capilla. En el Estudio de mercado, y análisis de otros centros, Elena López Gil. En el Desarrollo de la propuesta y Programación y actividades, Sol Martín y Marcelo Martín. En los Aspectos legislativos, el abogado y Vicepresidente de AMMA, Ignacio Trujillo. En la Propuesta organizativa y de recursos humanos, Rosa Abellán Conde, Secretaria de AMMA. En la Viabilidad económica y financiera, los economistas Luis Palma Martos y Antonio Carlos Ruiz. En el Plan de marketing y Público, el economista Ignacio Gutiérrez. Respecto al diseño del trabajo, englobando la Maquetación e imagen, el socio David López Franco, vocal de AMMA.



Portada diseño de David López Franco

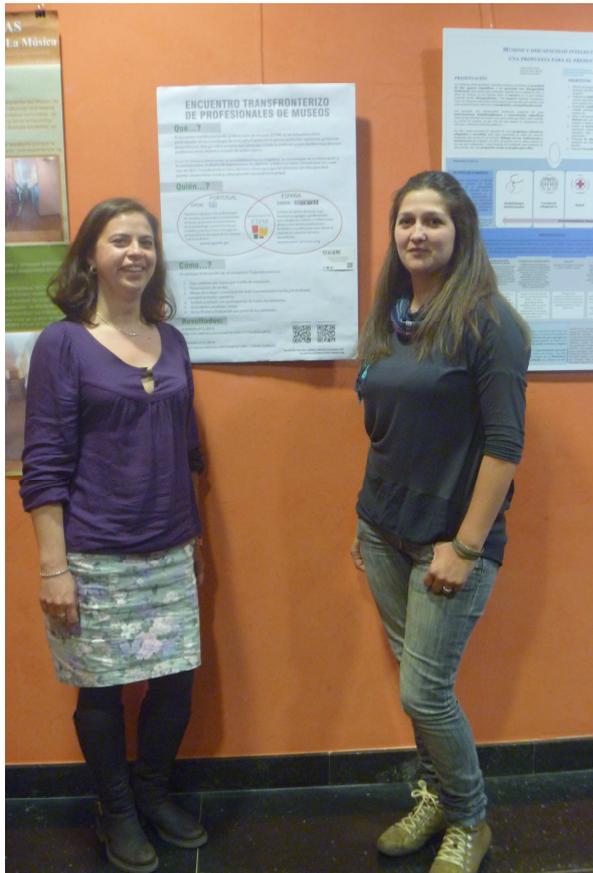
Actividad Científica

II Congreso Internacional sobre Educación y Accesibilidad: "Museos y Patrimonio. En y con todos los sentidos: Hacia la integración social en igualdad"

Celebrado en Huesca, los días 2, 3 y 4 de mayo, coincide con la celebración del 25 Aniversario del Máster en Museos: Educación y Comunicación (1989-2014) impartido por la Universidad de Zaragoza.

Apostando por la continuidad del trabajo realizado en 2010 en Murcia, el II Congreso Internacional de Educación y Accesibilidad. "Museos y Patrimonio. En y con todos los sentidos: hacia la integración social en igualdad" pretende ampliar nuevas visiones en los siguientes temas: "Museología social y patrimonio accesible", "Responsabilidad social y multiculturalidad", "Museos y Salud: El museo como espacio de transformación y de utilidad terapéutica" y "Accesibilidad y nuevas tecnologías".

Nuestras socias Esther Fernández y Sol Martín participaron en el Congreso con una comunicación en formato póster sobre el proyecto común con los profesionales portugueses EPTM, Encuentro Transfronterizo de profesionales de los Museos.



Fotografía de Sol Martín y Esther Fernández en el Panel de Posters con su aportación. (F. de Autoras)



Formación

Fundación Valentín de Madariaga

Taller de Comunicación en medios sociales

En colaboración con la Fundación Valentín de Madariaga, Soledad Gómez Vilchez, socia de AMMA, plantea el taller que se desarrollará según el programa que se detalla:

Taller
Plan de comunicación en medios sociales.
Programas de comunicación de los espacios patrimoniales.

Las redes sociales dan la oportunidad de acercar las instituciones al público de manera diferente, permiten llegar a más gente que las campañas de difusión tradicionales y suponen la posibilidad de atraer nuevos sectores de público; pero no siempre su uso es el más correcto o no se explotan adecuadamente todas las opciones existentes. A lo largo de este taller conoceremos la situación de las redes sociales en España y su uso en entidades patrimoniales, reflexionando sobre su utilización y posibilidades.

Programa:

La necesidad de un plan de comunicación. Fases. Análisis. Objetivos. Destinatarios. Medios. Evaluación. Líneas de trabajo. Ventajas y errores.

PARTE PRÁCTICA: Generación en grupos de trabajo de un plan de comunicación en medios sociales para distintos tipos de instituciones y proyectos culturales. Puesta en común de los mismos.

Ponente: M^o Soledad Gómez Vilchez. Museo de la Alhambra. @mediamusea

Fecha: 12 de junio, 2014.

Horario: 16:30 – 20:30.

Precio: 45€ general. 35€ Reducida (Socios AMMA)

Lugar: Fundación Valentín de Madariaga. Av. M^o Luisa, s/n 41013 Sevilla.

Teléfono: 954 366 072.

Inscripción online: www.fundacionvmo.com

Organiza:



www.fundacionvmo.com www.amma.es

Profesión

Memoria actuaciones

NETWORKING DE PROFESIONALES DEL PATRIMONIO, 2014
TEATRO CÁNOVAS, MÁLAGA.

En colaboración con Proyecto Lunar de Málaga y la Agencia Andaluza de Industrias Culturales y coordinado por nuestra socia M^a Dolores Cebrián. Con el objetivo de potenciar las posibilidades del patrimonio para crear empleo y desarrollar nuevas profesiones y oportunidades laborales mejorando las condiciones de empleabilidad.

Participaron gran número de empresas, museos, fundaciones y representantes de la administración pública.



La presidenta de AMMA, Elena López Gil, inaugura el Networking en Málaga (F. Rosa Abellán)

Profesión

EXPOMUSEOS 2014

AMMA ha participado en esta segunda edición de la Feria Internacional Online de Equipamiento y Gestión Integral de Museos, la primera en su categoría de hacerlo al 100% en internet, de manera virtual. Organizado por el Instituto Iberoamericano de Museología, con la colaboración de la Red Iberoamericana de Trabajadores de Museos. AMMA ha participado con un stand en la feria en el que se ha hecho más visible la actividad de la asociación, proporcionando diversa información de memorias de otros años así como proyectos.



Esta Feria nace con carácter de continuidad y pretende agrupar cada año a empresas, asociaciones y países con legislación específica para museos en un encuentro virtual, sin limitaciones geográficas, en el que se dan cita los países iberoamericanos que desarrollan una política propia en la defensa de sus museos.

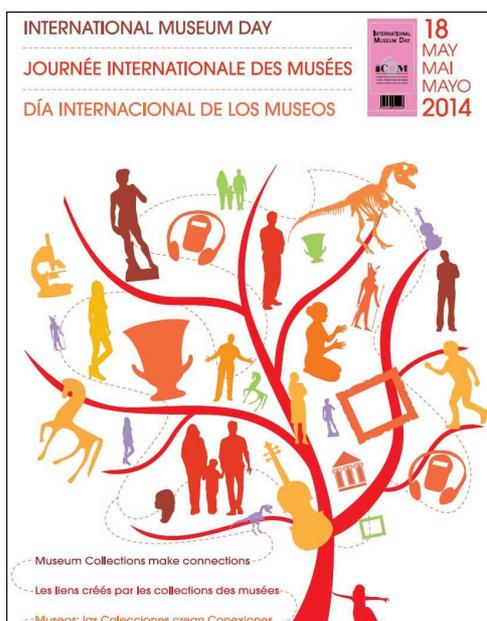
Actividades

CONCURSO FOTOGRÁFICO DIM2014 DEL DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS, 18 DE MAYO.

Desde 1970, ICOM celebra el Día Internacional de los museos con objeto de aumentar la conciencia pública sobre el papel de los museos en el desarrollo de la sociedad.

El tema del Día Internacional del Museo 2014 ha sido: Los vínculos creados por las colecciones de los museos

AMMA se suma a la celebración animando a sus socios y amigos a visitar ese día los museos y participar en las actividades propuestas, haciéndonos llegar después las fotografías de los eventos en los que hayan intervenido.



Actividades

ASISTENCIA A LA PRESENTACIÓN: ATARAZANAS, UN ESPACIO DE DIÁLOGO CON AMÉRICA.

Desde AMMA estamos atentos a nuestra más inmediata actividad museística, por ello, asistimos a la presentación de esta próxima institución que será gestionada por las entidades siguientes: la Junta de Andalucía, 'la Caixa' y Fundación Cajasol. Dichas entidades se van a coordinar para generar este nuevo espacio de servicio al ciudadano. "Atarazanas: un espacio de diálogo con América".

Esperemos que con la buena noticia de Sevilla ciudad Magallánica potenciado por la Fundación Atarazanas se logre el impulso que merece este BIC en pleno centro histórico de la ciudad.



(F. Rosa Abellán)

MEMORIA ETPM 2014

Elena López Gil
Rosa Abellán
Sol Martín

El Museo de Huelva acogió los días 24 y 25 de octubre de 2014 la tercera edición del Encuentro Transfronterizo de Profesionales de Museos (ETPM) Museos y accesibilidad organizado por la Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía (AMMA) y la Associação Portuguesa de Museologia (APOM), dirigido a promover relaciones entre profesionales del sector de diferentes regiones, con el objetivo de hacer el patrimonio más accesible y acercarlo a la sociedad.

Titulamos esta edición *Dialogando con el público*, ya que habitualmente, tratando de dar respuesta a las necesidades especiales, nos olvidamos de cubrir las necesidades básicas de interpretación y transmisión del patrimonio a través de textos redactados para todos los públicos, descuidando aspectos formales como la utilización de un vocabulario natural, la claridad expositiva de ideas y una sintaxis sencilla. Y todo ello integrado en un diseño que relacione visualmente las piezas expuestas con el texto explicativo.

Mostrar. Educar. Emocionar. Entretener. Experimentar. Dialogar. Dar para recibir. Llegar a todos a través del conocimiento pero también, y sobre todo, del sentimiento, de las emociones, de los sentidos. Esta ha sido nuestra hoja de ruta a la hora de programar el III ETPM 2014.



Presentación del ETPM2014 de la mano de Elena Lopez Gil, Presidenta de AMMA (F. Rosa Abellán)

Por primera vez este año el encuentro contó con un nutrido grupo de profesionales que constituyeron el comité de especialistas que nos asesoraron, apoyaron y aportaron su visión en aquellas cuestiones relacionadas con su trabajo: Eloísa del Alisal. Museo Memoria de Andalucía CajaGRANADA; Pablo Álvarez. Dpto. de Teoría e Historia de la Educación y Pedagogía Social Facultad de Ciencias de la Educación Universidad de Sevilla; Ignacio Capilla. Arquitecto. Director Diploma de especialización “Gestión del Patrimonio: proyecto, organización y producción de exposiciones” Universidad de Sevilla; Fátima Herrero. Responsable de Industrias Culturales de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (Consejería de Educación, Cultura y Deporte); Víctor J. Medina Flórez. Director Máster de Museología. Universidad de Granada; Rocío Ortiz. Conservadora de museos. Junta de Andalucía; Dalia Paulo. ICOM. Câmara Municipal de Loulé.

Además contamos con el apoyo y colaboración de distintas instituciones con las que esperamos seguir en contacto: Agencia Andaluza de Instituciones Culturales, Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Junta de Andalucía; Dirección Regional de Cultura del Algarve. Gobierno de Portugal; Museo de Huelva; CROMA. Comisarios culturales; Ayuntamiento de

Mairena del Alcor (Sevilla); Sevilla Museo Vivo; FAICO. Fundación Andaluza de Imagen, Color y Óptica; GVAM, mobile guides for all; Fundación Orange; Instituto Iberoamericano de Museología; Liceus-Portal de Humanidades y Centro de Formación on line; Facultad de Humanidades de la Universidad de Huelva; Facultad de Historia del Arte, Universidad Pablo de Olavide; Fundación Museodata (Colombia); Museo Carmen Thyssen Málaga; Cultunet.

ETPM nació hace tres años de la mano de AMMA y APOM que persiguen con este encuentro aumentar la difusión del patrimonio a través de la museología, y facilitar el consumo cultural como oportunidad para que el nuevo museo supere barreras físicas e intelectuales, con la finalidad de transmitir el mensaje y comenzar a dialogar con el público.



Inauguración del ETPM 2014 (F. Rosa Abellán)

Una vez inaugurado el ETPM con las intervenciones de:

- Vicente Zarza Vázquez (Delegado Territorial de Educación Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía),
- Alexandra Gonçalves (Directora Regional de Cultura del Algarve),
- Pablo S. Guisande Santamaría (Director del Museo de Huelva),

- M^a Luisa Francisco (Representante de APOM)
- Elena López Gil (Presidenta de AMMA).



Conferencia de Ana Gómez y moderadora de mesa, Rosa Abellán de AMMA (F.Rosa Abellán)

La primera conferencia *Emoción y accesibilidad* corrió a cargo de Ana Gómez (Casa-Museo Bonsor, de Mairena del Alcor, Sevilla) quien planteó interesantes de retos ¿Cómo hacer que las emociones contenidas en los museos sean accesibles o que la accesibilidad permita experimentar emociones? ¿Cómo hacer para transmitir y lograr empatizar con las emociones ajenas?

A continuación comenzó el Bloque 1 de comunicaciones:

Accesibilidad digital:

-Carmen Serrano Moral, de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga. *"Accesibilidad online en los museos de la Red de Museos de Andalucía"*. La implicación de las nuevas tecnologías en la sociedad actual es una realidad palpable ¿Estamos transmitiendo webs la realidad del museo como ente vivo y social al servicio de la comunidad?

-Esther Fernández Sánchez y Antonio Pereira Albendiz, Andalucía de Museos. *"Difundir y acercar el arte, proyecto de la web cultural"*

Andalucía de Museos y Exposiciones". Es una iniciativa cultural cuyo propósito es hacer accesible la cultura aprovechando las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías. Esta web se plantea como un espacio actual, intuitivo y dinámico donde encontrar información actualizada sobre museos, exposiciones, salas de exposiciones o galerías de arte.

-Manuel Gimeno, Fundación Orange. *"Accesibilidad en el Museo Arqueológico Nacional"* La Fundación Orange ha colaborado con el MAN en las acciones dirigidas a hacer accesible el museo contando con el apoyo la ONCE y la Fundación CNSE para que las personas con diversidad funcional visiten y conozcan por sí mismas el Museo a través del diseño de un programa de accesibilidad. Accesibilidad física

-Encarnación Hernández Jiménez, Community Manager de la Asociación Diart Cultura, asociación para la dinamización y difusión de la cultura y el patrimonio. *"¿Soy accesible? Análisis de monumentos, museos y puntos de interés turístico accesible para el público infantil con discapacidad"*. La accesibilidad en los museos ha sido siempre un tema pendiente para las instituciones. La mayoría están destinados al público adulto con discapacidad olvidando al infantil.

-M Olalla Luque Colmenero, Gala Rodríguez Posadas, Silvia Soler Gallero, Asociación Kaleidoscope. *"De la imagen a la experiencia multisensorial: protocolo de creación de*

visitas y talleres accesibles para personas con discapacidad visual en el museo. El ejemplo de Picasso en el Museo CajaGRANADA". Los museos son cada vez más conscientes de la necesidad de poner en práctica recursos que permitan a visitantes con diversas capacidades acceder a sus colecciones, transformando el museo en una experiencia de aprendizaje inclusiva.



Visita Guiada a cargo de FAICO (F. Rosa Abellán)

Posteriormente, FAICO, la Fundación Andaluza de Imagen Color y Óptica, hizo una muestra virtual de contenido cultural en 3D aplicada a la accesibilidad, mediante la utilización de su centro de realidad virtual, basado en la tecnología estereoscópica, mostrará contenido tridimensional del museo y proyectos del ámbito cultural realizados por la propia entidad.

Francisco Alvarado Cortés, Presidente de CROMA Comisarios Culturales nos condujo a través de las salas del museo realizando La visita accesible en la que todos participamos de manera activa y con ello finalizamos la sesión de la mañana.





Francisco Alvarado, Presidente de CROMA (F. Rosa Abellán)

Durante el almuerzo, que tuvo lugar en el Real Club Recreativo de Tenis de Huelva, a cargo de la organización, continuamos debatiendo sobre el tema de una manera más distendida.



Dalia Paulo, Clara Mineiro, Javier Olmedo y Sol Martín (F. Rosa Abellán)

Ya por la tarde, comenzamos con la mesa redonda moderada por Sol Martín (AMMA, Miembro del European Cultural Parliament Youth Network): Museo, lenguaje y accesibilidad.

- Clara Mineiro (Departamento de Estudos, Projetos, Obras e Fiscalização, DEPOF. Direção-Geral do Património Cultural, DGPC) *O medo das palavras.*

-Javier Albelo (Responsable de Comunicación de CROMA Comisarios Culturales), *Arte*

inteligible y claridad expositiva: la labor pendiente de críticos y artistas.

- Dalia Paulo (ICOM, Câmara Municipal de Loulé) *Disculpe, como dice?...*



Obras de la artista Rita Frazao

Se debatió sobre la comunicación de los museos y el lenguaje que se utiliza para expresar sus contenidos y mensajes, analizando el miedo de muchos profesionales de la museología a usar palabras cotidianas y una sintaxis sencilla. Además se expusieron algunos ejemplos concretos de escritos artísticos prácticamente imposibles de descifrar.



El ponente Filipe Trigo en la conferencia de clausura (F. Rosa Abellán)

La conferencia de clausura la realizó Filipe Trigo (ULHT, Lisboa / ISMAT, Portimão) quien con este sugerente título: *La hormiga salió y todo el mundo la vio*, explicó cómo hacer accesibles páginas webs y diseños de los museos.

Terminamos el día con una copa de cortesía ofrecida por el Museo de Huelva.

El sábado, comenzamos con el Bloque 2 de comunicaciones y posters:

Accesibilidad cognitiva/ educación:

-Francisco Tomás Cerezo Vacas, MEIAC-Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz. *“Puentes para el encuentro de nuevos públicos en museos de arte contemporáneo de la raya hispanoportuguesa”*. Desde su puesta en marcha el MEIAC ha desarrollado un programa de actividades que han potenciado un fructífero intercambio con Portugal. Fruto de este trabajo son proyectos expositivos de amplio reconocimiento a ambos lados de la frontera.

- Águeda Beatriz Mangas Hernández, Facultad de Humanidades de la Universidad de Huelva. *“El Ecomuseo como espacio de integración social: notas sobre el Proyecto para el Ecomuseo de Sanlúcar de Barrameda”*. El proyecto de creación de un Ecomuseo en Sanlúcar de Barrameda, se plantea en el seno del plan de actuaciones dirigidas a conmemorar el V Centenario de la I Circunnavegación de Magallanes -El Cano en Sanlúcar de Barrameda.

- Thais Fernanda Alves Avelar, Universidade de São Paulo. USP. *“Identidade(s) Culturais como fator de Acessibilidade(s) Museológica: Semânticas e poéticas do processo pelo olhar do público – Um estudo de caso na Pinacoteca do Estado de São Paulo”*. El objetivo del estudio ha sido reflexionar sobre el museo y la visita del público, comprender los motivos de acceso a estos espacios, así como los obstáculos y barreras que pueden interponerse entre las instituciones y los públicos.

- Rebeca Barrón, Asociación Argadini. *“Proyectos Hablando con la pintura, y Hablando con el arte, Programa Argadini de educación emocional a través de la creatividad en Museos”* La Asociación

Argadini trabaja para que las personas con necesidades accedan al mundo del arte, la creatividad y la cultura de forma natural y que su aportación sea un complemento de conocimiento para el resto de la sociedad.

- Iván de la Torre Amerighi y Juan Ramón Rodríguez-Mateo, Laboratorio de las Artes. *“Diálogos públicos. Arquitectura de las relaciones de atracción y desencuentro entre el espectador y los centros y museos de Arte Contemporáneo”*. El diálogo con el público no es una cuestión tan sencilla como pudiera parecer ni las relaciones de la institución museística con el visitante pueden ser reducidas a un puñado de cifras y estadísticas.



Ponentes de la mesa Accesibilidad Cognitiva (F. Rosa Abellán)

Pósters:

-Rosa Margarita CACHEDA, grupo de investigación IACOBUS: Proyectos y Estudios sobre Patrimonio Cultural -GI-1907 de la Universidad de Santiago de Compostela *“Acceder, una opción para todos. Análisis de los procesos de adaptación y accesibilidad de los museos de arte contemporáneo en Galicia”*.

-Isabel Moro Palacios, Archivo Municipal de Piélagos, Santander *“El Museo de Prehistoria*

y *Arqueología de Cantabria (MUPAC); propuesta para un espacio sensorial y accesible*”.

-Néstor Casellas Chamorro y Esther Fernández Sánchez. Museo de la Autonomía de Andalucía *“La mediateca y su aporte a la accesibilidad del museo”*.



La intervención de Pablo S. Guisande, Director del Museo de Huelva nos introdujo a la visita técnica por el antiguo Puerto Histórico de Palos de la Frontera, la Iglesia de San Jorge y la Casa Museo Martín Alonso Pinzón. Durante su conferencia presentó dos importantes obras del museo que hacían referencia a los lugares colombinos. ¡Una sorpresa muy agradable!

Como profesionales del patrimonio damos mucha importancia al lugar en el que realizar los encuentros ya que aprovechamos el momento para profundizar en nuestro conocimiento sobre el patrimonio portugués y andaluz. En esta ocasión nos centramos en Huelva, en su museo donde se desarrolló el encuentro, lo que nos permitió conocer más de cerca el trabajo desarrollado por la institución en torno a la accesibilidad de los contenidos patrimoniales y los trabajos de excavación del conjunto patrimonial de los Lugares Colombinos Onubenses: el antiguo puerto histórico de Palos, del que salió Cristóbal Colón, actualmente en proceso de excavación dirigida por el Dr. Juan Campos, Iglesia de San Jorge y la Casa Museo Martín Alonso Pinzón.

Esta visita, con la que terminamos el encuentro, ofrece una serie de dificultades en cuanto a su accesibilidad física, que nos hará reflexionar sobre el tema elegido para el siguiente encuentro que celebraremos en Castro Marim (Portugal) en octubre de 2015:

Castillos y otros lugares patrimoniales: ¿Es posible hacerlos accesibles a todos?

Fueron dos días de encuentro con un alto nivel de debate y puesta en común de ideas y problemáticas a ambos lados de la frontera. Vinieron profesionales de toda España y Portugal generando nuevos contactos que, esperamos, posibiliten nuevos proyectos.

A todos los participantes en la edición ETPM 2014, desde AMMA les queremos decir ¡Gracias!

Comunicación ETPM 2014

Terminado el ETPM14 hicimos recuento de su repercusión en los distintos canales de comunicación a los que acudimos con el siguiente resultado:

Web del Encuentro Transfronterizo de Profesionales de Museos

<http://etpmuseos.com/> con 12.592 visitas

Facebook

Publicaciones en Grupos Facebook 17 españoles / 11 portugueses

Página ETPM

<https://www.facebook.com/RedesETPM> - 344 me gusta

Entre el 23 y el 29 de octubre de 2014, 1.948 personas vieron nuestras publicaciones y otras 536 personas han interactuado en la página.

Página AMMA

<https://www.facebook.com/asociaciondemuseologos?fref=ts> 2.039 me gusta

Twitter

En twitter se ha aprovechado la cuenta de AMMA, @asoc-amma.org con 1.744 seguidores.

En ambas redes se realizó la difusión del Encuentro en tiempo real, en twitter con el hashtag #ETPM14

Difusión en los medios

- Medios de comunicación españoles 114 / portugueses 20.

- Instituciones y Administraciones Españolas 66 / 49 portuguesas.

- Asociaciones y Fundaciones españolas 58 / 49 portuguesas.

- Universidades españolas 175 / portuguesas 9.

- Blogs especializados 20 / 4 portuguesas.

- Empresas españolas 61 / portuguesas 8.

- Museos de La Junta de Andalucía 30 / locales y privados España 75 / Museos Nacionales españoles 15 / Museos Portugueses 46

- Contactos generales de cultura España, 32.

- Galerías de arte España, 30.

Antiguos alumnos y promociones AMMA 163

Mailings sector cultural España 247 / Portugal 73.

ORGANIZAN



SUBVENCIONA



COLABORAN



APOYAN



DOSSIER

De la imagen a la experiencia multisensorial: protocolo de creación de visitas y talleres accesibles para personas con diversidad funcional visual en el museo de arte.

Describiendo a Picasso en el Museo CajaGRANADA

Asociación Kaleidoskope
info@kaleidoscope-access.org

Luque Colmenero, M. Olalla
Rodríguez Posadas, Gala
Soler Gallego, Silvia
Quesada Díaz, Sábatha

1. Introducción

Los museos de todo el mundo son cada vez más conscientes de la necesidad de poner en práctica recursos que permitan a visitantes con diversas capacidades acceder a sus colecciones (Soler Gallego 2012: 41-41), transformando así el museo en una experiencia de aprendizaje inclusiva y participativa en consonancia con los principios de la Nueva Museología (Marstine 2006; Hooper Greenhill 2007). En los últimos años, la accesibilidad en los museos españoles se ha desarrollado considerablemente gracias a la legislación existente en materia de discapacidad y accesibilidad universal a nivel nacional e internacional (ONU 2006; España 2011), y al esfuerzo conjunto de los profesionales de

museos, empresas, organizaciones y asociaciones especializadas en accesibilidad. No obstante, aún queda un largo camino por recorrer. Espinosa y Bonmartí (2013: 20) señalan que los ejemplos de buenas prácticas destacables en el ámbito de la museología accesible son aún escasos y que el museo pierde una valiosa oportunidad si no diseña para todos, si no logra ponerse en el lugar del otro y se centra más en el sujeto que en el objeto.

En este contexto surge Kaleidoscope, una asociación sin ánimo de lucro fundada en 2013 con el objetivo de desarrollar actividades de fomento del acceso a la información y la cultura. Para alcanzar sus objetivos, Kaleidoscope realiza actividades de divulgación y concienciación, formación, investigación y desarrollo de proyectos en torno a la accesibilidad en varios ámbitos: patrimonio cultural, artes escénicas, artes visuales y tecnologías de la información y la comunicación. Entre estas actividades se encuentra la visita-taller accesible para público con DFV en museos de arte. El objetivo del presente artículo es exponer las fases del proceso de realización de esta actividad, desde la selección de las obras hasta la puesta en práctica. Para ello, nos centraremos en un caso concreto, el de la visita-taller Describiendo a Picasso que se realiza en el Museo CajaGRANADA (Granada) en torno a una serie de obras del artista Pablo Ruiz Picasso pertenecientes a la colección permanente del museo.

En esta visita se utilizan los dos recursos más valiosos y empleados en la actualidad para facilitar el acceso de las personas con DFV a museos y exposiciones de arte: la descripción verbal (DV) y la exploración táctil. La DV es una forma de traducción intersemiótica (Jakobson 1959; Gottlieb 2005) de imágenes a palabras cuya función

es ayudar a las personas con DFV a construir una imagen mental de aquello que no pueden ver (Salzhauer et al. 2003: 229). Así, persigue ayudar a las personas ciegas y con baja visión a acceder a la experiencia cognitiva y emotiva de la imagen, sea cual sea su naturaleza. En la actualidad, la DV más frecuente en el ámbito de la museología accesible es la que se transmite por medio del canal acústico (frente a la impresa en Braille o macrocaracteres), denominada audiodescripción (AD). Esta puede realizarse en directo, durante una visita guiada audiodescriptiva, o bien grabarse para ser integrada en un vídeo de la exposición o para conformar una guía audiodescriptiva que se reproducirá por medio de un dispositivo móvil durante la visita (Soler Gallego 2013: 90).

Describiendo a Picasso consiste en una visita guiada audiodescriptiva en la que la audiodescripción en directo de las obras se acompaña de segmentos explicativos relacionados con la obra y vida del artista, así como de una audiodescripción del edificio que alberga el museo y del espacio expositivo. La audiodescripción de las obras se ve complementada por la exploración de diagramas táctiles y, tras la visita, se realiza un taller de expresión artística en torno a la temática de la visita. Una particularidad de esta actividad es que está dirigida tanto a visitantes con DFV como a personas normovidentes, por lo que constituye un evento inclusivo que tiene por objeto ofrecer una experiencia de acercamiento a las artes plásticas para personas con DFV a la vez que busca concienciar al público sin discapacidad visual de las posibilidades de acceso a la cultura de las personas ciegas y deficientes visuales, así como de los beneficios del aprendizaje multisensorial (visión, audiodescripción y exploración táctil) para el público en general. La combinación

con la exploración táctiles de diagramas y otros elementos que detallaremos más adelante tiene como resultado una complementariedad semiótica entre el modo verbal y el modo táctil (y el visual, en aquellas personas con resto de visión), que constituye un tipo de discurso multimodal.

2. Preparación de la visita

La preparación de la visita-taller se compone de una serie de fases que comienza con la elección de las obras y concluye con el diseño del taller de expresión artística, que se describen en detalle a continuación. La elección de las obras se realiza conjuntamente con el personal experto del museo. Con el fin de facilitar el desplazamiento en el museo durante la visita, es recomendable que las obras escogidas se encuentren en lugares de fácil acceso y relativamente cercanos entre sí. En el caso que nos ocupa se escogieron un grabado de finales de los años 30 de la serie La Suite Vollard y un conjunto de cuatro grabados de finales de los 40 y principios de los 50 de la serie Corps Perdu.

2.1. Documentación sobre el contexto histórico y artístico

En primer lugar, como en cualquier encargo de traducción, se lleva a cabo una fase de documentación en torno a las obras, en la que se cuenta con el asesoramiento del personal experto del museo y otros profesionales y se consultan obras de referencia y audiodescripciones existentes de obras similares. En un primer estadio, se estudiaron descripciones existentes de las obras seleccionadas, así como documentación relacionada con el movimiento artístico y el contexto histórico en los que se enmarcó su producción (nos referimos aquí a descripciones y textos

generales, no orientados a personas con DFV). En esta fase es esencial sumergirse en la vida y obra del artista. Además, contamos con un corpus de obras audiodescritas de museos británicos y estadounidenses que nos permitió analizar descripciones de obras abstractas, incluso cubistas, y de obras del propio Picasso que forman parte de la guía audiodescriptiva de museos como la Tate Modern de Londres y el MoMa de Nueva York. Por otra parte, nuestra investigación en torno al uso de las figuras retóricas en la AD para personas con DFV (Luque 2012) nos sirvió como base para introducir metáforas y comparaciones que hacen de nexo entre la experiencia de la persona con DFV y la obra en sí. Es muy llamativo como obras en principio con un grado tan alto de dificultad artística y una abstracción tan importante pueden transmitirse a través del uso de recursos retóricos que traducen tal abstracción de las formas a elementos conocidos: triángulos, hojas, cabezas, flores, brazos, péndulos, rostros... Válganos un ejemplo para ilustrar este uso, que se repite a lo largo de todo el guión audiodescriptivo de la visita:

Es como si la planta de arriba, el fuerte hombre, sostuviera a su pareja inferior, con sus senos definidos, sus suaves brazos que caen casi sumisos, mientras introduce uno de sus tallos, como un árbol que crece, en el cuerpo femenino. Como veis, las analogías son claras. Es como si las dos figuras estallaran en un encuentro sexual orgánico, pétalos con pétalos, ramas con ramas.

También se utilizaron recursos lingüísticos sinestésicos, es decir, que acercan los diferentes sentidos a lugares que en principio no les corresponde: un color cálido, una textura picante o una mente afilada. Las

personas con DFV se sirven de su experiencia con los sentidos distintos a la vista para entender la realidad visual a la que no pueden acceder, por lo que el uso de estas expresiones en el texto puede servir como herramienta de acceso al conocimiento. Por último, nos servimos de un texto relacionado muy directamente con las obras para traducir las imágenes de Corps Perdu, este es el poema del autor Aimé Césaire en el que se inspiró Picasso para elaborar algunos de los grabados y realizar así su particular traducción de la palabra a la imagen. De esta manera, en la elaboración de las audiodescripciones realizamos un viaje de ida hacia la fuente de inspiración de Picasso para poder entender mejor su obra. Por ello, en la visita, una vez audiodescrita la obra, se leyó el poema tras introducirlo así: «[...] para que podáis imaginar qué pudo sentir Picasso antes de encomendarse a la tarea de ilustrar estas palabras, para que lo ilustréis en vuestras mentes».

2.2. Elaboración del guión audiodescriptivo

Una vez que existe una base real de conocimiento en torno al artista, su obra, su estilo y su técnica, se procede a redactar el texto que luego será expresado en la visita. El guión audiodescriptivo incluye las siguientes secuencias informativas: (1) bienvenida, (2) presentación de la actividad y el museo, (3) audiodescripción del edificio, (4) audiodescripción de la Sala I, (5) introducción a la vida y obra de Picasso, (6) contexto histórico y artístico de La Suite Vollard, (7) audiodescripción de La Suite Vollard, (8) guía para realizar la exploración táctil de La Suite Vollard, (9) contexto histórico y artístico de Corps Perdu, (10) audiodescripción de Corps Perdu, y (11) guía para realizar la exploración táctil de Corps Perdu. La audiodescripción de cada obra

sigue la siguiente organización discursiva: (1) identificación de la obra y la técnica empleada (información del cartel), (2) descripción general de la composición y los elementos representados, y (3) descripción pormenorizada de la obra siguiendo una progresión que facilite el procesamiento de la información y sea acorde a su composición particular.

2.3. Elaboración del material táctil

El siguiente paso es el diseño de diagramas táctiles que servirán de nexo de unión entre la experiencia auditiva y la táctil. Estos diagramas, que pueden hacerse con un horno fúser (la técnica elegida en esta ocasión), de forma manual (con materiales como la goma EVA) o la técnica del termoformado, simplifican la obra original reduciéndola a los contornos y las áreas más relevantes para que el resultado sea más fácilmente comprensible por medio del tacto. En el caso de *Describiendo a Picasso*, el primer grabado tuvo que ser simplificado, pues la gran cantidad de líneas que lo componen habría dificultado su comprensión táctil. Sin embargo, la segunda serie pudo imprimirse con horno fúser tal como es, ya que las líneas que los componen son puras y esquemáticas. En este tipo de visita, las audiodescripciones se complementan en ocasiones con objetos y materiales que aparecen representados en la obra; en este caso, se utilizaron hojas de diferentes tamaños y formas que aludían a las formas vegetales de los grabados de la serie *Corps Perdu*.

2.4. Diseño del taller de creación artística

Por último, de forma paralela a la elaboración de las audiodescripciones y los diagramas táctiles, se lleva a cabo el diseño del taller de expresión artística, que hace

uso de diferentes materiales y técnicas especialmente adecuados al público con DFV para completar esta experiencia artística y cultural.

3. Desarrollo de la actividad

Esta actividad consta de dos partes: (1) visita guiada audiodescriptiva, y (2) taller de expresión artística.

3.1. Visita guiada audiodescriptiva

La visita comienza con una introducción a la colección del museo y, en particular, de la temática de la visita, seguida de la audiodescripción del edificio y el espacio expositivo. Cada vez que el grupo se desplaza a una nueva ubicación dentro del museo se ofrece una descripción general del entorno físico y de las obras expuestas en esa sección. A continuación, una vez situados cómodamente frente a la obra seleccionada, se procede a identificarla a partir de la información básica del cartel (título, año, material y técnica), para seguidamente iniciar la audiodescripción pormenorizada de los componentes visuales, procediendo de lo general a lo particular (Fig. 1).



Fig. 1. Audiodescripción de *La Suite Vollard*.

Seguidamente, los visitantes llevan a cabo la exploración táctil de los diagramas siguiendo las instrucciones proporcionadas por la guía (Fig. 2). Tanto después de la audiodescripción como de la exploración se insta a los visitantes a que comenten libremente sus impresiones, soliciten una descripción o explicación más pormenorizada de algún elemento o compartan la suya propia, con el fin de establecer un diálogo con el visitante y darle la oportunidad de participar activamente en la construcción del conocimiento y en la experiencia en general.



Fig. 2. Exploración de un diagrama táctil de *Corps Perdu* realizado con horno fúser.

3.2. Taller de expresión artística

El taller de expresión artística pretende ofrecer al visitante una vía de aproximación al arte desde una perspectiva activa y, para ello, se emplean procedimientos adecuados al desarrollo creativo de los visitantes con DFV. Tanto para estos como para los

visitantes si discapacidad visual constituye una invitación para entender que el arte no sólo se mira o se construye a partir de referencias visuales, sino que existen otros factores que juegan un papel importante en la construcción y comprensión de la imagen. Por ello, se propone a las personas sin discapacidad que realicen esta fase de la actividad con los ojos cerrados o vendados.



Fig. 3. Retrato a partir de la exploración táctil.

El taller comienza con un ejercicio de dibujo de calentamiento. Seguidamente, se invita a los visitantes a inspirarse en el estilo y la libertad creativa de Picasso para liberar la propia creatividad a través del dibujo libre o la realización de un retrato a partir de la exploración táctil del rostro de otra persona (Fig. 3). En cuanto al material, se emplean ceras para el ejercicio de calentamiento y la versión previa, y un bolígrafo que se utiliza como herramienta de grabado sobre papel de estraza para el dibujo definitivo, de manera que la línea adquiere relieve. A continuación, los dibujos se intercambian y se insta a los participantes a explorar e interpretar las creaciones de otros por medio del tacto. En la última parte del taller se realiza una puesta en común de las creaciones en la que se favorece la aportación individual y el respeto al trabajo personal y al del resto de los participantes.

4. Conclusiones

Existe en la actualidad un número creciente de museos en el panorama nacional e internacional con planes y recursos de accesibilidad dirigidos a visitantes con DFV, en los que se aprecia una tendencia general a diseñar experiencias multisensoriales que aúnen la información transmitida por medio de diferentes canales para reforzar el acceso al conocimiento de este público. En el contexto español, la respuesta de los museos al marco normativo en materia de accesibilidad ha sido positiva y prueba de ello es que la accesibilidad museística en nuestro país se ha desarrollado considerablemente en el último lustro.

Describiendo a Picasso pretende seguir la senda de museos como el Metropolitan Museum of Art, el MoMA de Nueva York, la Tate Modern, el MNCARS y el Thyssen-Bornemisza, entre otros, ofreciendo una visita-taller accesible para el público con DFV en el Museo CajaGRANADA. Pero esta visita va más allá para crear una experiencia de aprendizaje y ocio inclusiva en la que visitantes sin discapacidad visual pueden comprobar las posibilidades del aprendizaje multisensorial. Los recursos táctiles y la audiodescripción permiten explorar la obra en gran detalle y guiar la atención del visitante, con y sin DFV, hacia elementos y sensaciones que de otra manera podría pasar por alto. Así, vemos como recursos inicialmente diseñados para visitantes con discapacidad se convierten en recursos interpretativos de utilidad para el público en general y permiten realizar actividades inclusivas, como la descrita aquí, más acordes a los principios de la Accesibilidad Universal.

Bibliografía

España. Jefatura del Estado. Ley 26/2011, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, *Boletín Oficial de Estado*, 2 de agosto de 2011, núm. 184, pp. 87478-87494.

Espinosa Ruiz, Antonio y Carmina Bonmartí Lledó. *Manual de accesibilidad en inclusión en museos y lugares del patrimonio cultural y natural*. Gijón: Trea, 2013.

Gottlieb, Henrik. "Multidimensional translation: Semantics turned Semiotics". *MuTra: Challenges of Multidimensional Translation*. Proceedings of the Marie Curie Euroconferences. *MuTra: Challenges of Multidimensional Translation, Saarbrücken*, 2-6 May, 2005. Ed. Heidrun Gerzymisch-Arbogast y Sandra Nauert. http://www.euroconferences.info/proceedings/2005_Proceedings/2005_proceedings.html. Consultado: 15/09/2014.

Hooper-Greenhill, Eilean. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. Londres: Routledge, 2007.

Jakobson, Roman. "On linguistic aspects of translation". *On Translation*. Ed. Reuben A. Brower. Harvard: Harvard University Press, 1959, pp. 67-77.

Luque Colmenero, M. Olalla. "La audiodescripción de cine: de la metáfora visual a la metáfora lingüística". *Arte y significación, hacia una semiótica de la expresión artística*. Ed. Eduardo Salas. Granada: Zumaya, 2012, pp. 445-461

Marstine, Janet. *New Museum Theory and Practice. An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

ONU (Organización de las Naciones Unidas). Asamblea General. Convención internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. Adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006.

Salzhauer Axel, Elisabeth et al. "AEB's Guidelines for Verbal Description". *Art Beyond Sight: A resource guide to art, creativity, and visual impairment*. Ed. Elisabeth Salzhauer Axel y Nina Sobol Levent. Nueva York: AFB Press, pp. 229-237.

Soler Gallego, Silvia. *Traducción y accesibilidad el museo del siglo XXI*. Granada: Ediciones Tragacanto, 2012.

Soler Gallego, Silvia. *La traducción accesible en el espacio multimodal museográfico*. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba, 2013.

Kaleidoscope es una asociación sin ánimo de lucro fundada con el objetivo de desarrollar actividades de fomento del acceso universal a la información y la cultura. El acceso al conocimiento por medio del cine, los museos, la música y los medios de información es un elemento fundamental en el desarrollo personal y un factor decisivo en la integración social de los individuos. Para alcanzar sus objetivos, Kaleidoscope realiza actividades de divulgación y concienciación, formación, investigación y desarrollo de proyectos en torno a la accesibilidad universal en varios ámbitos.

Identidade(s) Culturais como fator de Acessibilidade(s) Museológica: Semânticas e poéticas do processo pelo olhar do público - Um estudo de caso na Pinacoteca do Estado de São Paulo

Thais Fernanda A. Avelar
Museu de Arqueologia e Etnologia
MAE/USP
taticasx@gmail.com

Introdução

Ao refletir a sobre as questões de acesso, em contraponto ao processo cultural e às práticas museológicas, evidencia-se que para além das barreiras materiais de acesso há que se focar e discutir as questões simbólicas e as fronteiras intangíveis que existem entre as instituições culturais, mais especificamente as museológicas e o público. Nesse sentido, ponderar sobre os vetores constitutivos da identidade (institucional e do público), se faz relevante para que essa se componha como parte do processo museológico e delinear-se como possibilidade vislumbrar e dialogar com o público, compreendidos em sua heterogeneidade, potencializando o acesso aos recursos que assegurem a sua existência e efetividade nesses espaços.

Para tanto, adota-se o museu como instituição e loci de estudo, rediscutindo-o na perspectiva do acesso em uma compreensão alargada, ponderando-o para além do acesso físico e econômico ao lugar, mas também semântico/simbólico, compreendido pela representatividade

identitária e cultural, e refletindo em que medida a sua função/atuação como cenário de produção e intercâmbio de saberes, locus de reflexão, construção e ressignificação do eu se verifica ou não.

Ao ter acordo que é fundamental averiguar como se desvela a relação entre o museu e os públicos compreendidos em suas pluralidades e a possibilidade de haver um hiato entre estes dois atores sociais, o presente debate pauta-se pelo averiguar das possíveis barreiras que se interpõem ao acesso às instituições museológicas, averiguando em que medida as questões geográficas, socioeconômicas, arquitetônicas, identitárias, simbólicas e discursivas associadas à gestão institucional se configuraram ou não como possíveis barreiras de acesso. E, em caso afirmativo, de quais maneiras isso se verifica.

Para tanto, tem-se como pauta as práticas culturais, tendo o museu e seu público como objetos de estudo, deflagrando assim a edificação de um estudo de recepção que tem a Pinacoteca do Estado de São Paulo como locus de pesquisa. Assim, a título de uma análise mais esmiuçada, optou-se pelo debruçar sobre as temáticas e questões da exposição de longa duração intitulada Arte no Brasil: Uma História na Pinacoteca do Estado, justamente por entender que esta se constitui como o “carro chefe da instituição”, na qual se crê que estão presentes muitas das premissas, dos valores e das ideologias institucionais, fazendo com que a presente exposição se constitua em um importante e interessante cenário a ser observado criticamente com o fito de traçar maiores nexos sobre a viabilidade da relação com o público e os moldes nos quais tais relações se desvelam.

Para tanto, sublinha-se que a adoção do presente locus de estudo justifica-se, pois esta desenvolve um trabalho que vem ao encontro das premissas sobre as quais está sedimentado o presente trabalho – compreendido pelo acesso plural. Por outro lado, a temática do acervo de tal instituição, a sua localização, a arquitetura[1] e o desconhecimento acerca da existência e do trabalho desenvolvido pela mesma por parte de muitos transeuntes que passam na frente dessa instituição museológica constituem-se como elementos que justificam o debruçar-se sobre essa questão. Nesse sentido, a presente instituição ascende como interessante espaço de estudo, pois parte da perspectiva do público como uma demanda plural e heterogênea; contudo, questões como as mencionadas acima podem conferir um termômetro acerca das potencialidades e desafios da sua atuação, e nesse sentido, ofertar subsídios, para refletirmos sobre esse processo, não apenas na Pinacoteca, mas nos museus de forma geral, ainda que hajam especificidades nas suas formas de gestões e temáticas.

Empreende-se, portanto, a presente discussão tendo o museu e seu público como objetos de estudo, de modo a investigar se a identidade pode atuar como possível vetor de promoção e difusão dessa relação, bem como seus reflexos no que concerne a questão do acesso, aqui compreendido em uma dimensão alargada – geográfica, semântica e empírica.

Parte-se, assim, da discussão acerca do processo de democratização cultural como questão chave da discussão aqui empreendida, pensando o museu como um lugar de dimensões materiais, simbólicas e principalmente ideológicas. Por este viés, parte-se do desvendamento das dimensões semânticas de sua constituição,

aprofundando o debate sobre seus vetores e valores, para, a partir disso, debater os seus desdobramentos não só na sua constituição como instituição, mas também nas formas como as relações por/nela estabelecidas se processam.

Nesse sentido, pensar o museu na dimensão de lugar, significa ponderá-lo pelo viés das relações estabelecidas pela ideia de pertencimento. Nesse sentido, a identidade constitui-se como um importante fio condutor desse debate.

Aproximamo-nos, desse modo, do que constitui no cerne desse debate, tendo em vista o objetivo da presente análise, que é a compreensão dos fatores que condicionam e motivam o acesso às práticas culturais processadas nos espaços museológicos.

Museu: O locus como possibilidade de pertencimento

O museu enquanto um agente político[2], ideológico[3], cultural, e social[4] tem um papel a cumprir, manifestado pela necessária devolutiva à sociedade. Devolutiva esta que deve ser construída pela via do diálogo, na perspectiva de compreender as formas como o público apreende e dialoga (ou não) com os espaços museológicos. Constatação que, por este viés, só pode ser apreendida pelo observar atento de como as relações se verificam neste lugar – intitulado museu –, justificando assim a validade e importância dos estudos de recepção[5].

É no bojo dessa discussão que o lugar enquanto conceito se afirma como central, pois é através dele que se experiencia e se vivencia o espaço, cuja apreensão demanda

a experiência e proximidade simbólica e afetiva. Ou seja, o museu, enquanto locus, se edifica através das relações processadas no mesmo e em resposta a estas, alicerçando-se sobre significados advindos dessa interação.

Partir da fenomenologia para desvendar as nuances que perpassam o entendimento do lugar significa ter a experiência como vetor principal do desvendar do locus. Há que se pontuar, portanto, o quanto o lugar está inserido em uma dimensão de experiência comum, de familiaridade, de compartilhamento, o que por este viés sugere certa dose de identificação.

Logo, concebe-se que os lugares são espaços aos quais atribuímos valor e, para além disso, é onde se travam relações nas quais se aprofundam os laços de identidade. Adentra-se, assim, o terreno do simbólico, pois, segundo Hall[6], a representação e o sentimento de pertencimento são mediados pelo simbolismo ao classificar nossa relação com o mundo e seu interior.

Essa relação profunda e intrínseca entre o sujeito histórico, os objetos /obras enquanto índice de sua cultura, memória e identidade, e o cenário/locus manifestado no museu como um espaço que favoreça a identificação por meio da difusão dos distintos referenciais socioculturais evidenciam o museu como um lugar cuja edificação é não só material, mas também semântica.

Logo, devemos centrar nossa atenção na maneira como a sociedade de modo geral compreende o mundo a sua volta, e, mais especificamente, como o público visualiza o museu como um lugar a ser experienciado.

Desse modo, se faz assaz importante vislumbrarmos o museu como um lugar a ser apropriado, e que nessa perspectiva é (ou pode vir a ser) experienciado em face do modo como se atribui valor e significado a ele e às relações professadas no mesmo, no qual a cultura emerge como uma variável importante na compreensão desse processo.

Há que se ter ciência que o trânsito entre o entendimento do espaço e a sua conversão em lugar se expressa em uma equação que articula duas variáveis: experiência e identidade/identificação. Põe-se em relevo, no entanto, que a experiência, assim como a identidade, são plurais. E, desse modo, existem diferentes formas e níveis de intensidade de se relacionar com o espaço e convertê-lo em um lugar dotado de significado. Vide Tuan[7], o espaço indiferenciado transforma-se em lugar a medida que o conhecemos e lhe atribuímos valor.

Destaca-se, dessa maneira, a validade de compreender a forma como estes espaços são experienciados, principalmente os museus e, no caso desses últimos, enfatiza-se o quanto ainda são escassos estudos nessa direção e o quanto o potencializar dessa vertente possibilita maior compreensão de como se dão a comunicação e a relação entre a instituição museológica e os diferentes públicos. Também oferta maiores subsídios para que o museu afine esse canal de comunicação com o fito de que a visitação converta-se em experiências e sentimentos de pertencimento e identificação.

Enquanto um dos vértices da identidade, a identificação compõe-se de camadas de significados cujas significações são gestadas no seio do grupo e da cultura dos quais o

sujeito histórico faz parte, ou com aqueles com os quais dialoga e estabelece vínculos.

Por este viés, a identidade - enquanto processo em construção - se constitui por uma sucessão de valores e referenciais, ora articulados pela complementaridade[8] e ora pela oposição[9], esboçando o quão complexa é a formação do ser humano e evidenciando que essa também não está isenta de conflitos e assimetria[10]. Põe-se em relevo o quanto a construção da identidade, sintetizada na perspectiva de processo[11], está intimamente vinculada, mas não de modo determinante, às trajetórias sociais e históricas.

Sublinha-se o quanto a forma como a identidade tem sido gerida, tanto na perspectiva cultural como na nacional[12], em determinadas instâncias e instituições tem se conjugado no singular, afluindo para o que Castells[13] definiu como “identidade legitimadora”, diluindo singularidades e evidenciando um projeto homogeneizador e verticalmente imposto, delineando-se como algo diametralmente oposto ao que se pretende aqui atingir, ou seja, a defesa da concepção de identidade cultural plural, processual e horizontalizada como fator de identificação e de estreitamento de distâncias materiais e simbólicas. Cabe pontuar, no entanto, a existência de políticas, instituições e grupos cujas atuações orientam-se na contramão dessa perspectiva que se pretende hegemônica.

No interseccionar dessas duas perspectivas conflituosas, gesta-se a possibilidade de um cenário no qual a diversidade constitua-se como o parâmetro norteador, onde a potência do divergir assegure que a pluralidade não só exista como transpareça no exercício e usufruto das práticas culturais[14], reafirmando a possibilidade de

que a identidade/identificações bifurcadas na alteridade, na singularidade e na diversidade se constituam como vetores na condução dessa discussão.

Ante as várias interfaces que constituem tais vivências, faz-se necessário nos aprofundarmos de modo mais detido sobre o que aqui estamos intitulando “experiência”, e como essa se constitui. Sobre isso, Tuan[15] esclarece que a experiência abarca diferentes formas de conhecer e edificar a realidade.

De acordo com Bondía[16], um ponto fundamental da experiência se refere a ser tocado, atingido, perpassado por algo. Requer, não raro, permitir-se, mas, anteriormente a isso, ser o foco de algo e, mais do que isso, fazer parte, estar inteiro, integrado. Ou seja, uma das dimensões da experiência ou da condição para que ela exista pode ser lida como “permitir-se e pertencer”. Em uma perspectiva dialética, permitir-se e pertencer é algo que não depende única e exclusivamente do sujeito, mas principalmente daquele que interage com ele, seja um sujeito ou instituição.

Aprofundando a definição de Tuan [17], pode-se entender que as diferentes maneiras pela quais alguém conhece algo, expresso como seu repertório de vivências, confere um arcabouço através do qual o sujeito lê o mundo. Divagando um pouco mais, pode-se dizer que o real e a construção desse são mediados pelos referenciais e valores socioculturais desse sujeito, o qual, a partir disso, tangencia e edifica seu mundo cotidianamente, e é sempre passível uma mudança, a cada vez que algo o transforme ou mude o curso de sua percepção.

É por meio desse percurso que atores sociais constroem e organizam seu modo de estar no mundo, expressando-se como consequência de um processo social, histórico, cultural e identitário, cujos sentimentos de pertencimento se verificam pelo aproximar e pela afinidade com códigos culturais compartilhados, visões de mundo que dialoguem e valores que abarquem a pluralidade cultural de tais grupos, sem estabelecer uma relação de hierarquia ou de desvalorização dos referenciais culturais dos mesmos. Em síntese, pertencimento é sentir-se contemplado, abarcado, participe, e não à margem. É ser interlocutor, é identificar-se e ser identificado. É fazer parte.

O lugar, por sua vez, é mais do que um cenário, é um construto cuja edificação se dá não apenas por cimento e tijolos como matéria-prima; antes disso, são os valores, as simbologias, as memórias e a historicidade que imprimem ao sítio a dimensão de lugar, mediada pela atuação dos sujeitos históricos e sociais. Nessas simbologias gestam-se a afetividade, o pertencimento e a identidade; no entrecruzar dessas variáveis concebe-se a experiência e o sentido de lugar.

A partir dessa perspectiva, o lugar exprime-se como uma dimensão de vivência que transcende a visão aristotélica de lugar enquanto posição de um corpo no espaço (localização) ou, vislumbrado de outro modo, há que se aprofundar essa noção de lugar como presença não apenas geográfica e física, expandindo-se a concepção de presença física para presença cultural, social e simbólica.

Logo, sublinha-se que os lugares, dentre esses os museus, não são espaços indiferenciados[18]. Ao contrário, expressam nas suas edificações e relações possíveis as

subjetividades dos sujeitos [19] que por eles perpassam. Decodificar as formas pelas quais essas relações se processam no espaço museológico significa não apenas obter subsídios pra verificar como esse diálogo com a instituição se processa, mas para, além disso, conferir a oportunidade de afinar um canal de comunicação que abarque a heterogeneidade da sociedade, dialogue com a pluralidade de públicos, contemple os diferentes referencias e favoreça experiências de pertencimento, o que por si só justifica a validade e pertinência dos estudos de recepção[20].

Ao partir desse pressuposto, têm-se o museu e as relações travadas nele como objeto de estudo, no qual a cultura venha a ser enfocada em sua pluralidade, no qual a política institucional seja gerida de forma a subsidiar a autonomia dos grupos e fomentar iniciativas que possibilitem à sociedade como um todo pensar a cultura e multiplicá-la, contribuindo para a sua manutenção, perpetuação e para uma nova educação do olhar e dos demais sentidos. Nesse sentido, pensar o público no plural e como sujeito de suas trajetórias históricas significa vislumbrá-los em suas distintas vivências e experiências de classe, grupo(s) e cultura(s), incluindo seus distintos referenciais nos debates museológicos, nas pautas comunicacionais e nas demais estratégias que favoreçam a presença física e cultural deles nesses espaços.

Metodologia

Para tanto, na perspectiva deste estudo de recepção, vocacionado e comprometido com a compreensão do olhar do público, a pesquisa instrumentaliza-se pela aplicação de questionário, refletindo sobre seus resultados, tabulados e inter-relacionados com a bibliografia pertinente, com o fito de

compreender melhor as relações estabelecidas entre os diferentes públicos e a instituição museológica.

Utilizou-se uma metodologia calcada no multimétodo, mesclando enfoques de cunho quantitativo, qualitativo e diferentes técnicas, em uma pesquisa dotada de caráter exploratório, baseada na observação, visando ao levantamento de informações que contribuíssem para ampliar a compreensão acerca das temáticas discutidas, somados à instrumentalização de questionários, aplicados aos públicos espontâneos, compreendidos em sua pluralidade (gênero, faixa etária).

Por conseguinte, a pesquisa pautou-se pela sistematização do resultado dos questionários, estruturados em questões abertas e fechadas, cujas análises mesclam enfoques quantitativos – com o fito de tecer estimativas estatísticas – e qualitativos – mediante deduções produzidas em diálogo com a revisão bibliográfica e observação – de modo a sintetizar reflexões que contribuam para ampliar o debate acerca das questões aqui tratadas.

Resultados Parciais

Sumariamente, como resultados parciais, constatou-se que a acessibilidade, concebida de modo mais amplo, deve dialogar com a identidade cultural dos distintos públicos. Especialmente quando se trata da inclusão sociocultural dos atores sociais, cujas referências culturais em grande medida não são contempladas.

Também constatou-se que grande parte do público teve uma grande empatia com o espaço da Pinacoteca – por diferentes fatores, tanto a beleza arquitetônica, quanto a tranquilidade transmitida pelo lugar ou o

gosto pela arte veiculada; contudo, cabe destacar que esse público já conhecia o museu. Parte dos entrevistados declarou se identificar parcialmente com a exposição, por abordar uma temática que dialoga com a temática nacional e por se identificarem como brasileiros, contudo, enquanto indivíduos, muitas vezes também afirmaram, contraditoriamente, não se verem representados, o que pode significar que a ideia de nacionalidade apresentada por meio das obras não deu conta de expressar a diversidade desses que se concebem como brasileiros, ainda que esse não fosse o objetivo da exposição enquanto experiência estética.

A questão do pertencimento apresentou-se como um tema difuso e heterogêneo: enquanto parte do público interpelado demonstrou possuir um sentimento de pertencimento devido a experiências anteriores no presente museu, outros, apesar de admirar a beleza do lugar e do interesse pela exposição, não deflagraram laços de pertencimento ou vínculo afetivo, evidenciando que pertencimento advém, realmente, de experiências afetivas, estéticas e emocionais com os lugares. O que, por consequência, assegura a identificação, tendo também íntima relação com ver-se representado, mas não apenas.

Pontua-se aqui que apesar do trabalho desenvolvido pela Pinacoteca, com programas orientados a atender diferentes tipos de público, como o PEPE (Programa Educativo para Públicos Especiais), o PISC (Programa de Inclusão Sociocultural), o Programa de Consciência Funcional (voltado a integrar e treinar os funcionários que atendem ao público e aos prestadores de serviço, como os seguranças do museu, para que não estigmatizem nenhum tipo de público, principalmente os menos

favorecidos economicamente, e para que compreendam qual é o papel social do museu) e outras iniciativas já voltadas a trabalhar com o público do entorno, em situação de vulnerabilidade social, constata-se que esses programas ainda não são suficientes para assegurar o pleno sentimento de pertencimento. Isso evidencia que o acesso precisa necessariamente ter suas fronteiras epistemológicas e de atuação prática ampliadas, identificando outras possibilidades de público a ser contemplado e outras barreiras a serem transpostas. Não se quer com isso diminuir a importância do trabalho empreendido nessa instituição, nem o caráter inspirador que ele possui. Ao contrário, sinaliza-se que mesmo nesta instituição, cujo afinamento com nossas premissas já se esboça no trabalho desenvolvido, ainda assim há um longo caminho a percorrer no que tange a inclusão de demandas socialmente menos favorecidas, ou mesmo um diálogo sinérgico entre os vários setores da instituição, afinados e comprometidos com essa missão – o que também se pode dizer das demais instituições que, por diversos fatores, sejam eles econômicos, como a ausência de recursos materiais e humanos, ou dificuldades de diálogo entre os vários setores, ou ainda ausência de acordo sobre a inclusão sociocultural ser uma prioridade – estão ainda mais distantes dessa inclusão.

Identificar o problema não significa desvalorizar o trabalho e iniciativas desenvolvidas por toda e qualquer instituição museológica, nem ignorar os desafios que as perpassam. Ao contrário, significa detectar a necessidade de inventariar nossos desafios e pensar prognósticos possíveis, nos quais os estudos de recepção emergem como uma importante ferramenta no que tange a oferta de subsídios para compreender como tais

distâncias se desvelam, e ponderar maneiras de estreitá-las e quiçá de implodir tais fronteiras.

Considerações Finais

Transcendendo a questão da Pinacoteca do Estado para os museus de modo geral, é latente a necessidade de pensarmos políticas que visem prioritariamente à valorização da singularidade – aqui entendida como a manifestação identitária em sua pluralidade – favorecendo a sua presença física e simbólica nestes espaços – seja como demanda de público ou como índices de memória musealizados – como parte da política museológica, curatorial e de difusão, calcadas na noção de cultura como potencialidade humana, onde o consenso não seja prioridade e a divergência ascenda como possibilidade de ampliação do debate, onde tais políticas culturais sejam edificadas sobre a premissa da diversidade, onde a identidade e a cultura de modo geral se conjuguem no plural, constituindo-se pela valorização das singularidades, visando, desse modo, possibilitar o acesso, pensado e gerido em perspectiva lato sensu, enquanto apropriação efetiva da produção cultural, fornecendo subsídio a outra leitura de si e do mundo que nos cerca. Onde o contato com a produção e difusão cultural possa reverberar no indivíduo, de modo que este se aproprie efetivamente do que lhe pertence e a(s) identidade(s), em suas várias acepções, encontre(m) no diverso, no plural, no processo e na alteridade, espaço para existir e se exprimir. E que o museu possa não só ser um espaço, mas, através do sentimento de pertencimento, converter-se no locus que possibilite abarcar e dialogar com tais atores sociais e suas respectivas identidades/identificações e singularidades.

Delineia-se, assim, um imenso, mas instigante desafio às instituições museológicas. Fácil, de fato, não é. Assim como em todo processo, não há aqui respostas prontas, há um universo de possibilidades, dentre essas - como gestores, curadores, educadores e trabalhadores sociais[21] - devemos enfrentar tal desafio se realmente estivermos comprometidos não apenas com nosso papel social, mas para além dele, com um outro projeto de sociedade possível.

Notas

- [1] NESBITT, Kate. "Introdução". In: *Uma Nova Agenda para a Arquitetura: Antologia teórica (1965-1995)*. NESBITT, Kate (org.); PEREIRA, Vera (trad.). São Paulo: Cosac Naify, 2008. 2ª. Ed.
- [2] CHAGAS, Mario. *Memória e Poder: Dois movimentos*. In: *Cadernos de Sociomuseologia*, nº 10 - 2002.
- [3] SANTOS, Myrian Sepúlveda. Políticas da Memória na Criação dos Museus Brasileiros. In: *Cadernos de Sociomuseologia*, nº 19 - 2002.
- [4] VARINE-BOHAN, Hugues. "Museus como Agentes de Mudança Social e Desenvolvimento: Propostas e reflexões museológicas". In: BRUNO, Maria Cristina Oliveira. & NEVES, Kátia Regina Felipini (Org.) *Museus e Desenvolvimento Social: Balanço crítico*. São Cristovão: Museu de Arqueologia do Xingó, 2008.
- [5] SOUSA, Mauro Wilton. "Recepção e comunicação: A busca do sujeito". In: SOUSA, Mauro Wilton. (org.) *Sujeito: O lado oculto do receptor*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995. pp. 13-38.
- [6] HALL, Stuart. *A identidade na pós-modernidade*. SILVA, Tomás Tadeu & LOURO, Guacira Lopes (trad.). Rio de Janeiro: DP&A, 2004. 9 ed.
- [7] TUAN, Y. F. *Espaço e Lugar: A perspectiva da experiência*. OLIVEIRA, Livia de. (trad.). São Paulo: DIFEL, 1983.
- [8] COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural: Cultura e imaginário*. São Paulo: Iluminura, 2004. 3. ed.
- [9] cf. nota 6.
- [10] ROSENDAHL, Zeni. "Cultura, turismo e identidade". In: *Teorias e Políticas da cultura: Visões multidisciplinares*. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org.). Salvador: Eduba, 2007.
- [11] CASTELLS, Manuel. "Paraísos comunais: Identidade e significado na sociedade em rede". In: GERHARDT, Klaus Brandini (trad.). *O poder da identidade*. Série: A era da informação: economia, sociedade e cultura; São Paulo: Paz e Terra, 1999. 2. ed., 2. vol.
- [12] Refere-se aqui a conjuntura nacional brasileira.
- [13] cf. nota 11.
- [14] ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. "Fragmentos do discurso cultural: por uma nova análise do discurso cultural sobre o Brasil". In: *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org.). Salvador: Eduba, 2007.
- [15] cf. nota 7.
- [16] BONDÍA, Jorge Larrosa. "Notas sobre a experiência e o saber de experiência". In: *Revista Brasileira de Educação*. Jan/Fev/Mar/Abr., nº 19, 2002.
- [17] cf. nota 7.
- [18] PIRES. Amílcar de Gil. "O Entendimento Poético do Lugar como um Pequeno Cosmos. Inter-relação Cultura-Paisagem-Arquitetura". In: *AR-Cadernos de Arquitetura*, nº 7, Arquitetura e Cosmologia, Julho de 2010, pp. 8-11.
- [19] BACHELARD, Gaston. *A poética dos espaços*. DANESI, Antonio de Pádua (trad.). São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- [20] CURY, Marília Xavier. "Comunicação e pesquisa de recepção: Uma perspectiva teórico-metodológica para museus". *História, Ciências, Saúde*. Manguinhos: Fiocruz, 2005. Vol. 12 (suplemento), pp. 365-380.
- [21] GUARNIERI, Waldisia Rússio Camargo. "Quem e o que são os museólogos". In: BRUNO, M. C. O. (Coord.). *Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional*. São Paulo: Pinacoteca do Estado, 2010. vol. 1, pp. 237-242.

Arte inteligente y claridad expositiva: la labor pendiente de críticos y artistas

Javier Albelo García

Responsable de Comunicación de
Croma Comisarios Culturales

javieralbelo@gmail.com

Desde la tímida apertura al público de las colecciones privadas en el siglo XVIII por parte de la burguesía y la realeza con la inauguración del Museo Británico en Inglaterra y el Museo del Louvre en Francia, se inició el proceso de hacer visible y accesible la cultura a toda la población. Aunque el objetivo no fuera sólo educativo, lo cierto es que progresivamente la sociedad fue considerando esas colecciones como un patrimonio cultural colectivo.

Gracias a la cultura de masas y en especial al turismo de masas, se consiguió que el acceso a la cultura fuera prácticamente total. Sin embargo, este acceso se circunscribió exclusivamente al objeto expuesto, perdiéndose en el camino el significado del mismo. Este fenómeno se ha producido por causa de un motivo fundamental: la retórica utilizada en el arte.

Esto es así, sobre todo en el arte contemporáneo, que ha permanecido en una especie de hermetismo sólo apto para iniciados en el que se utiliza pretendidamente un lenguaje oscuro por parte de algunos críticos y artistas. Así, paradójicamente, los museos se encuentran llenos de personas que acuden en masa a contemplar una exposición blockbuster, sin apenas entender lo que allí se expone. En este artículo analizaremos cuáles han sido

las causas de que se haya producido este fenómeno que definitivamente está afectando a la comunicación entre los museos y su público.

Palabras clave: accesibilidad, museos, pedagogía, didáctica, comunicación, difusión.

Antecedentes

El Museo Británico de Londres fue inaugurado el 15 de enero de 1759 como el primer museo público de la Historia y, desde el principio, garantizó el acceso gratuito a "todos los estudiantes y personas curiosas" [1], tanto a sus colecciones (iniciadas por el médico y botánico Sir Hans Sloane), como a la biblioteca (cuyos primeros libros provienen de la colección del rey Jorge II). Hecho que se ha mantenido así hasta la actualidad, siendo posible acceder al museo de forma gratuita. Por su parte, el Museo del Louvre de París abrió sus puertas al público en 1793 y, aunque por circunstancias bien diferentes a las de su homónimo londinense, significó dentro de la historia de los museos, el traspaso (que no apertura, como había sucedido en el Museo Británico) de las colecciones privadas de las clases dirigentes (monarquía, aristocracia e Iglesia) a unas galerías de propiedad pública para disfrute del conjunto de la sociedad.

En el caso del Museo Británico, en los momentos posteriores a la apertura del museo, éste tenía un promedio de visitantes de unas cinco mil personas al año [2]. Sin embargo, aunque esta cantidad pueda ser considerada como muy escasa para los estándares actuales, esta cifra supone un incremento muy considerable respecto del número de personas que podrían haber visitado los studioli renacentistas, que prácticamente eran de uso personal, o de los

gabinetes de curiosidades, que a lo sumo se circunscribían al círculo de confianza del propietario de la colección y, por tanto, a un número muy escaso de personas [3].

Este cambio de mentalidad en cuanto a la accesibilidad de las colecciones artísticas tiene su origen en Inglaterra y Francia durante el llamado Siglo de las Luces (s. XVIII). Los ilustrados introdujeron cambios sustantivos en el modo de pensar de la época promoviendo conceptos como: antropocentrismo, racionalismo, academicismo, idealismo o universalismo. Sin embargo, el más importante para la difusión de las artes fue la introducción del concepto de pragmatismo. Los ilustrados consideraron que las artes debían tener un fin útil, ya fuera didáctico, moral o social; y así se entiende que trataran de hacer visibles las grandes colecciones artísticas que habían permanecido ocultas para la mayor parte de la población hasta el momento.

Por otra parte, desde el punto de vista de la accesibilidad, podemos destacar dos hitos importantes además de los ya señalados:

-El primero de ellos se produce en el año 1807, momento en el que se imprime una de las primeras guías breves para visitar el Museo Británico. En estas primeras guías editadas, podemos leer una frase que se repite en cada reimpresión, que es la de que “el objetivo del Museo consiste, sin ninguna duda, en proveer a los hombres de letras y artistas de materiales para sus estudios o labores” [4].

-El segundo tiene lugar en el año 1911, cuando se designó a un profesor para que llevara a cabo visitas guiadas en el propio Museo. Hasta ese momento, se suponía que el visitante disponía de los conocimientos

necesarios para entender el discurso museístico. No obstante, con la progresiva incorporación de diferentes tipos de públicos y no sólo de los hombres de letras y artistas que mencionaban las guías decimonónicas, se hizo necesario incorporar un personal especializado en el Museo que desarrollara una labor pedagógica.

Sin embargo, a pesar de estas iniciativas ciertamente aperturistas que se vinieron desarrollando desde surgimiento del museo público, en las que se planteó el museo como un lugar de libre acceso (o casi), se imprimieron las primeras guías breves y se fue fomentando la educación en los museos, lo cierto es que éstos continuaron siendo unos lugares elitistas destinados a los miembros de las clases sociales más favorecidas, es decir, la burguesía y la aristocracia. Sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX se producirían cambios profundos en este sentido y se plantearía el museo como un espacio abierto a todas las personas, con independencia del estrato social, cultural o económico al que pertenecieran.

Henri Rivière y la Nueva Museología

Con la progresiva consolidación de las democracias occidentales y las sociedades de masas, sobre todo a partir del término de la Segunda Guerra Mundial, el museo fue abriéndose considerablemente más a la sociedad y fue transformándose para poder acoger a un elevado número de personas. Esto llegó a su momento culminante con la aparición de la Nueva Museología de manos de Henri Rivière. No fue hasta ese momento, cuando el museo dejó de concebirse como un lugar de erudición para empezar a considerarse como un lugar de educación y disfrute para todos los públicos.

Rivière propuso que el museo se convirtiera en un lugar más dinámico y participativo y que la visita a los museos fuera un proceso de ida y vuelta, que se estableciera un diálogo entre museo y visitante. Teorías que luego recogería la Museología Crítica (aunque con matices, ya que este tipo de concepción de museo como educativo implicaba un adoctrinamiento) y que actualmente empieza a ser una realidad gracias al uso de las llamadas tecnologías 2.0 y a las nuevas teorías sobre los museos participativos [5].

Esta transformación se produjo en el ámbito de la arquitectura con las diferentes ampliaciones de los museos para albergar grandes colecciones y acoger a mayor número visitantes y se fueron incorporando espacios recreativos a los museos para hacerlos más llamativos, como es el caso de la aparición de las cafeterías y las tiendas. Se fueron reconvirtiendo los espacios para hacerlos accesibles a las personas discapacitadas con la construcción de rampas, ascensores, etc. Se intentó incluso que públicos que nunca habían acudido a los museos lo hicieran por primera vez para que no existiera exclusión social, de raza o de género.

Por otra parte, se fueron creando diferentes departamentos en el museo que antes no existían, como es el caso de los departamentos de difusión, los educativos y los de exposiciones temporales. Estos tres últimos departamentos son los responsables de que en las últimas décadas hayamos asistido a la mayor afluencia de visitantes de la Historia, gracias a la aparición de los denominados blockbusters, también conocidos como exposiciones impacto. Las exposiciones temporales han funcionado como una especie de estrategia de marketing de contenido del museo,

utilizadas para fidelizar a los visitantes. A través de esta fórmula han logrado atraer a nuevos públicos y fidelizar a los que ya habían acudido en alguna ocasión pero que encontraban los mismos contenidos, una y otra vez, en la colección permanente.

Por una parte, podemos defender la programación de este tipo de exposiciones, ya que han contribuido a que muchas personas se hayan acercado al museo y que de otra forma nunca lo hubieran hecho. Pero, por otra parte, podemos afirmar que este proceso de incorporación de nuevos públicos al museo no ha sido del todo efectivo, ya que ha fallado la comunicación entre institución y visitantes.

El problema de la comunicación

El problema de la comunicación, en el sentido de accesibilidad, ha estado presente especialmente en el ámbito del arte y más concretamente en el del arte contemporáneo, que ha venido utilizando una jerga demasiado especializada que imposibilita la comprensión del significado profundo de las obras de arte. A este respecto cabe citar el estudio realizado por Alix Rule (doctora en Sociología por la Universidad de Chicago) y David Levine (artista plástico y profesor del Bard College de Berlín) sobre el lenguaje que se utiliza dentro del contexto del arte contemporáneo por parte de artistas, comisarios, galeristas, editores de revistas, escritores, bloggers, coleccionistas, profesores de Historia del Arte, profesionales de los museos, etc.

Este estudio, publicado por la revista neoyorkina especializada en arte, literatura y exposiciones temporales llamada Triple Canopy, en su volumen número XVI del año 2012, presenta las conclusiones de un estudio científico llevado a cabo por estos

dos investigadores con el que analizaron el tipo de lenguaje que se utilizaba en el sistema del arte.

Las conclusiones de este estudio fueron sorprendentes. En primer lugar, Rule y Levine argumentaban que realmente no existía un lenguaje del arte sino que, en todo caso, se trataría de un vocabulario especializado, de una jerga. Esta jerga se habría forjado en las bienales, que habrían buscado un lenguaje común para poder comunicarse, como si se tratara de una especie de esperanto de las artes plásticas y que actualmente se conoce como International Art English.

Posteriormente y gracias a internet, este vocabulario ha sido adoptado progresivamente por una audiencia más grande. Esto ha pasado, por ejemplo, con la revista digital e-flux, una revista especializada en arte actual que selecciona tres acontecimientos artísticos diarios que se están celebrando en el mundo y los publica en su web. Estas exposiciones o eventos seleccionados -que han pasado por un proceso de curación de contenidos- deben pagar por aparecer en la revista y poder llegar al público.

Estos investigadores han analizado las palabras que aparecen en e-flux mediante un software creado para tal propósito. El objetivo era conocer cuáles eran las palabras más utilizadas para hablar sobre el arte que se está realizando en la actualidad. Las palabras que más aparecían en cada uno de los escritos analizados fueron: espacio, proposición, biopolítico, tensión, transversal y autonomía.

Por otra parte, en lo que se refiere a la descripción del trabajo del artista, se observó que los autores de los textos

tendían a utilizar vocablos como: interroga, cuestiona, codifica, transforma, subvierte, imbrica y desplaza. Además, se producía un fenómeno bastante particular que consistía en reconvertir los sustantivos por adverbios, tal es el caso de visual, que pasaba a convertirse en visibilidad (visibility), global se transformaba en globalmente (globally), potencial en potencialmente (potentially) o experiencia en "experiencialmente" (experientially). Lo mismo ocurría con la palabra espacio, que ya hemos mencionado con anterioridad, que es la más mencionada en todos los textos y que pasaba a ser referida como espacialmente.

Paralelamente, se advirtió que el uso de las preposiciones y prefijos era continuo. Así, "para", "proto", "post", "hiper", "sub" o "trans" estaban presentes en la mayoría de los escritos. Y, para mayor dificultad, se hacía una combinación de todos los elementos anteriores de la siguiente manera: "radicalmente cuestionadas" o "juguetonamente y subversivamente invertida"; construyendo frases tan confusas como la siguiente: "la ciudad ha sido conformada como un nuevo gran cuerpo colectivo que va más allá del concepto de ciudad. Es un extraordinario espacio y campo de experimentación que abarca todos los aspectos y es libre de los límites del tiempo y el espacio" [6].

Ahora bien, la pregunta que cabe hacernos en este momento es la siguiente: ¿de dónde procede esta forma de escribir sobre el arte contemporáneo?

El germen de esta nueva forma de comunicar sobre cuestiones artísticas lo tenemos en la revista OCTOBER, una revista americana de arte muy relacionada con el formalismo de Clement Greenberg que, a su

vez, bebía de la filosofía continental, es decir, francesa y alemana.

Los editores de la revista fundada en 1976, Rosalind Krauss y Annette Michelson, introdujeron en ella muchos textos post-estructuralistas. Tradujeron textos de Barthes, Baudrillard y Deleuze. De hecho, los sufijos que hemos mencionado anteriormente no son propios del inglés, sino que son una incorporación del francés. Tal es el caso de: "ion", "ity", "ality" o "ization".

Por otra parte, de la Escuela de Frankfurt (un grupo de filósofos adscritos a las teorías de Hegel, Marx y Freud), tomaron palabras como: "producción", "alienación", "negación", "totalidad" o "dialécticas". Por ejemplo, encontramos una frase de uno de los artículos de esta revista que dice: "La Humanidad ha aspirado a ser libre de la alienación [...]. Esta dialéctica física y existencial, que está en permanente estado de oscilación entre la altura y la bajeza, nos lleva a explorar los límites del equilibrio" [7].

La crítica que ha recibido esta forma de expresarse sobre las obras artísticas es que, en primer lugar, se ha realizado siguiendo unas traducciones un tanto libres de los textos provenientes de la filosofía post-estructuralista y de la Escuela de Frankfurt y, por otra parte, se ha criticado la carencia de un método para analizar las obras. Por el contrario, se ha realizado un comentario estético o estetizado de las obras de arte, a la manera en que lo sugirió, por ejemplo, Oscar Wilde cuando escribió su ensayo *El Crítico como artista*.

De acuerdo con estas ideas, no existiría una responsabilidad del crítico de arte con el público, al menos a un nivel comunicativo, ya que el crítico de arte puede expresarse también de un modo artístico. Esto lo

apreciamos cuando Oscar Wilde escribe que la crítica es independiente del objeto que critica y no está necesariamente sujeta al mismo, o que la crítica está por encima de la razón, la sinceridad y la imparcialidad y que es necesariamente subjetiva [8].

Precisamente, por esta forma de concebir la crítica de arte, el estudio que analizamos considera que la era de la revista OCTOBER fue alienante. De hecho, llega a afirmar que "alienó al lector inglés hasta extremos insospechables" [9]. El problema es que, siguiendo las conclusiones del estudio, con el uso del lenguaje se pervirtió la noción de autoridad, ya que hizo que pareciera que tenían más autoridad los que publicaban siguiendo estos parámetros.

El objetivo era legitimar el nuevo arte americano. Sin embargo, este tipo de lenguaje terminó extendiéndose a otro tipo de arte anterior al contemporáneo y, más tarde, impregnó todo el sistema del arte, que se apropió de este uso virtuoso del lenguaje. Por supuesto, con el uso masivo de internet, la expansión de este lenguaje ha sido prácticamente global y esto ha ocurrido gracias a la revista digital e-flux.

Conclusión y propuestas

En conclusión, podemos decir sin riesgo a equivocarnos que la situación es muy grave porque, por una parte, se pretende que una amplia mayoría de la población acceda a los museos y así es como se diseñan las estrategias desde estas instituciones. Sin embargo, desde otras esferas, como es el caso de la crítica de arte, se utilizan criterios bien diferentes que no incluyen la accesibilidad universal como objetivo a lograr.

En cualquier caso, respecto a la comunicación, los museos están realizando una labor encomiable, ya que en ningún caso se advierte un uso del lenguaje virtuoso o, si se me permite, pseudo-poético. Además, por primera vez, se empieza a advertir una tendencia de cambio en la crítica de arte, en los medios de comunicación y en los propios artistas, que están comenzando a cuestionar este vocabulario e incluso están llegando a ridiculizarlo, como es el caso de la iniciativa “artibollocks”, una plataforma online que produce texto artísticos realizando combinaciones de palabras como las que mencionaba el estudio de Alix Rule y David Levine y cuyo resultado final es ridículo e incluso cómico.

Afortunadamente, como dije con anterioridad, están emergiendo otros valores como la transparencia, la voluntad de claridad expositiva y la inclusión que esperamos que en los próximos años se consoliden y permitan, ahora sí, que el arte sea accesible e inteligible.

Para ello, quiero enumerar unas propuestas que, sin ánimo de ser exhaustivas, pueden contribuir a mejorar la comunicación de los museos con el público:

1. Explicar siempre toda palabra que pueda no ser entendida por el público, sobre todo aquellas que pertenezcan a la jerga del arte.
2. Pensar en las necesidades del público y ponernos en su lugar.
3. Motivar al público para que intente comprender las colecciones de los museos a través del uso de un lenguaje cercano.
4. No infantilizar ni rebajar el nivel del lenguaje utilizado.

Notas

[1] AA VV, *History of the British Museum* [en línea],

http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/general_history.aspx,

[Consulta: 3 septiembre 2014].

[2] Ídem.

[3] Cfr. Kirkbride, Robert, *Architecture and memory. The Renaissance Studioli of Federico da Montefeltro*, Columbia University Press, Nueva York, 2008.

[4] AA VV, *Synopsis of the contents of the British Museum*, British Museum, Londres, 1814, p. 18.

[5] Cfr. Simon, Nina, *The participatory museum*, Museum 2.0, Santa Cruz (California), 2010.

[6] Rule, Alix y Levine David, “International Art English”, [en línea], *Triple Canopy*, Nueva York, vol. XVI, 2012, http://www.canopycanopycanopy.com/issue/s/16/contents/international_art_english,

[Consulta: 5 febrero 2014].

[7] Ídem.

[8] Wilde, Oscar, *El crítico como artista*, Ediciones 74, Valencia, 2009, p. 35.

[9] Rule, Alix y Levine David, Ídem.

Bibliografía

AA VV, *History of the British Museum* [en línea],

http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/general_history.aspx,

[Consulta: 3 septiembre 2014].

AA VV, *Synopsis of the Contents of the British Museum*, British Museum, Londres, 1814, p. 18.

Carrier, David, *Rosalind Krauss and American Philosophical Art Criticism: From Formalism to Beyond Postmodernism*, Praeger, Nueva York, 2002.

Rivière, Georges Henri, *La museología. Curso de museología. Textos y Testimonios*, Akal, Madrid, 1993.

Rule, Alix y Levine David, "International Art English", [en línea], *Triple Canopy*, Nueva York, vol. XVI, 2012, http://www.canopycanopycanopy.com/issues/16/contents/international_art_english,

[Consulta: 5 febrero 2014].

Simon, Nina, *The Participatory Museum*, Museum 2.0, Santa Cruz (California), 2010.

Wilde, Oscar, *El crítico como artista*, Ediciones 74, Valencia, 2009.

Páginas web

<http://www.artbollocks.com>

<http://www.e-flux.com/>

<http://www.mitpressjournals.org/loi/octo>

La mediateca y su aporte a la accesibilidad del museo

Néstor Casellas Chamorro
Grupo de investigación HUM-429
MUSEUM. Universidad de Sevilla
nestorcasellas@gmail.com

Esther Fernández Sánchez
Web Andalucía de Museos y
Exposiciones
esther_fernandez_sanchez@hotmail.com

El presente texto busca reflexionar, a través la literatura bibliotecológica y museológica existente, sobre algunas cuestiones de la incorporación de las mediatecas en el panorama museístico español.

Las mediatecas de museo, su especificidad o su aportación al panorama museístico español, son cuestiones que no se han planteado prácticamente durante décadas de investigación museológica en España. Quizás su ubicación en el ámbito de la documentación y las bibliotecas (espacio invisible del museo) o la predilección de la museología por otras realidades del museo, explique el desinterés por este tipo de archivo.

Este espacio donde se guarda material de distintos temas de soporte informático, audiovisual o de reproducción de sonido (RAE, 2014), fue introducido en Francia en los años ochenta, describiéndose con el nombre con el que se lo conoce aquí: médiathèque (Bertrand, 1994). En España, como en Francia, este archivo apareció principalmente bajo el amparo de las bibliotecas públicas, donde las demandas de la ciudadanía por otras modalidades de acceso a la cultura exigían una nueva serie de servicios. Así, en aquellos años, el público español observó como se creaban nuevos

archivos que ofrecían nuevos servicios: filmotecas, videotecas, fonotecas, etc. (Monasterio, 2005; y Orenes, 1989). En este sentido, la mediateca era otro tipo de archivo que incluía todos aquellos soportes que no eran de papel, incluido otro soporte que acabaría con el tiempo teniendo el mayor peso de todos: el informático.

Desde aquellos días hasta hoy, la mediateca ha ido teniendo cabida progresivamente en más instituciones. Sin embargo, y a pesar del tiempo transcurrido este tipo de archivo no ha sido apenas estudiado conceptualmente. Sólo sirva de ejemplo, como en 2013 la Real Academia Española ya disponía de una mediateca antes de que este término fuera definido formalmente por la institución en su respectivo diccionario. También hay que tener presente la cada vez mayor importancia de archivos con soporte exclusivamente informático, utilizándose otras denominaciones que ignoran el vocablo mediateca.

Para el caso de la introducción de las mediatecas en la institución museística, hay que detenerse en las mismas causas que tuvieron lugar en la biblioteca pública, es decir, necesidades técnicas y de accesibilidad. En torno a la década de los ochenta, la nueva consideración patrimonial de los contenidos audiovisuales, como testimonios culturales, comenzaba a requerir espacios, equipamientos y perfiles profesionales específicos. Así, distintos autores advertían como las instituciones públicas culturales empezaban a comprender que su papel pasivo debía girar en dirección a un posicionamiento más activo como agente fundamental de la sociedad. Por tanto, las bibliotecas, al igual que los museos, debían dejar de servir exclusivamente a un público tradicional que se caracterizaba por su formación letrada, para dar paso a un público más amplio y heterogéneo con el cual había que contar independientemente de su nivel de escolarización, cultural o económico. Así, la mediateca aportaba nuevos soportes, que significaban nuevos accesos a la cultura.

En este sentido, son diversos los estudios que demuestran como la diversificación material de contenidos es directamente proporcional a la integración de la biblioteca con su entorno social (Omella, 2003). Además, es que no queda otra. El desarrollo tecnológico de las últimas décadas en las sociedades postindustriales es tal, que han cambiado conceptos como el de la alfabetización. Así, la UNESCO ha reconocido que el aumento de las exigencias para la sociedad, ha implicado que no baste ya con prácticas como la escritura y la lectura, dándose la circunstancia de tener que hablar de alfabetización digital, es decir, adquirir las competencias necesarias para que una persona pueda desenvolverse con un mínimo de eficacia en la Sociedad de la Información (González, 2012). El papel de las instituciones públicas culturales sobre estos objetivos debe ser primordial.

Obviamente las especificaciones de una biblioteca pública no son las mismas que las que se le presupone a una biblioteca de museo. Sin embargo, la necesidad de cuestionar el papel de esta última en la práctica obliga a dirigir la mirada hacia aquellos aspectos anteriormente citados. De este modo, y a pesar de que, en la teoría, hace tiempo que se asumió que es responsabilidad de la biblioteca de museo mejorar la comprensión de la colección de la institución, así como el rol de los objetos de la misma en cuanto documentos culturales que son (Aisa, 1988; López, 2003; Navarrete y Mackenzie, 2011). La realidad apunta a un funcionamiento independiente entre el espacio de la biblioteca y el resto de dependencias del museo. A ello se une la invisibilidad de la biblioteca del museo de cara a la sociedad, lo cual resulta comprensible, sobre todo, por su papel en la práctica dentro de la institución museística.

Esta doble problemática se resume en tres palabras: falta de accesibilidad. Estas carencias se dan, tanto para el resto del personal del museo, como para los propios usuarios de la institución. Aquí es donde la introducción de las mediatecas juega su

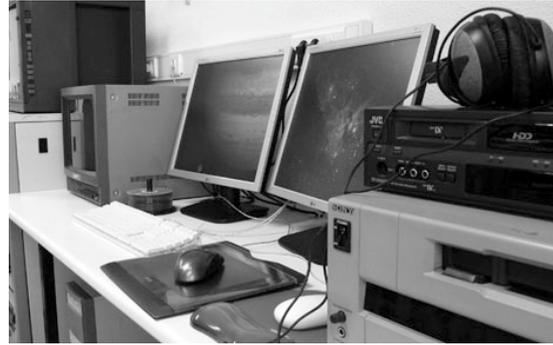
papel más relevante. No es que supongan la solución, pero poseen recursos que pueden ayudar a estrechar las distancias existentes entre la biblioteca y el resto del museo, y a su vez con la sociedad. De esta forma, la diversificación material permite multiplicar las modalidades de acceso a la cultura, repercutiendo en una mayor dinamización de la biblioteca, espacio con dificultades para ello. A lo cual se suma que aquella función de la biblioteca de mejorar la comprensión del discurso y de la colección del museo, puede facilitarse gracias a una versatilidad de la mediateca que le permite mostrar la colección en diversos formatos. Además, el museo suele poseer unos fondos documentales de naturaleza diversa y cuya cantidad va en aumento con el paso del tiempo, lo que dificulta su exposición. Los espacios físicos de algunos museos no son suficientes para mostrar las vastas colecciones que pueden llegar a disponer (Patel et al., 2005), de forma que las mediatecas permiten aglutinar sus diferentes fondos, haciéndolos accesibles al público, a la par que integra de forma lógica los dos espacios anteriormente mencionados: biblioteca y museo.

La mediateca permite no sólo reunir y hacer gala de sus fondos, sino que da también la oportunidad de hacer lo mismo con toda la producción del museo: exposiciones temporales, eventos, actividades didácticas, etc. Tanto es así que la automatización de los museos ha agudizado esta situación y ya desde el cambio de siglo, se percibe una clara orientación hacia la integración de bibliotecas, archivos y museos, como bien reflejan tanto los intereses de congresos y asambleas profesionales, así como la propia Comisión Europea, cuya DG XIII sustituyó el programa "Telemática para bibliotecas" por el de "Integración de archivos, bibliotecas y museos", dentro del 5º Programa Marco entre 2002-2003 y posteriores (López, 2003).



Mediateca del Museo de la Autonomía de Andalucía (2007). Fuente: web andalucia.org.

A lo dicho se añade que las labores que la mediateca puede desempeñar en la gestión de diversos recursos museográficos. La literatura existente relativa a la educación en el museo es unánime sobre la necesidad de utilizar medios museográficos que ayuden a acercar al visitante el discurso de la institución a través de la interacción (Hernández y Santacana, 2009). En este sentido, las fuentes audiovisuales y multimedia son recursos cada vez más frecuentes, por cuanto ayudan a hacer que el mensaje museístico sea más ameno y didáctico, lo cual encaja a su vez con aquella necesidad de tener en cuenta a un público heterogéneo y no especializado (Besolí, 2008). Las mediatecas permiten gestionar los archivos de estos recursos aportando un centro de documentación que añade todas aquellas funciones que tienen lugar antes y después de la exposición definitiva, esto es, selección, adquisición, normalización documental, conservación, etc.



Audiovisuales de la mediateca del Museo Nacional de las Ciencias Naturales. Fuente: web del MNCN.

Sin embargo, si echamos un vistazo al panorama de las mediatecas en los museos españoles, no parece que éstas apliquen todas las capacidades anteriormente citadas. Estas mediatecas suelen quedarse a medio camino, ayudando a diversificar y dinamizar el área de la biblioteca, aunque normalmente no se consigue llevar a cabo una integración plena entre este espacio y el resto de dependencias del museo. Al menos estos archivos han ayudado a situar el espacio de las bibliotecas en los planes educativos en algunos museos, gracias a la multiplicación de sus recursos técnicos.

En definitiva, las mediatecas de museo han aportado un mayor número de recursos, que se han traducido en más modos de acceso a la cultura, abriendo el espacio de la biblioteca a un público más heterogéneo y amplio. De este modo se ha avanzado en contra de aquella tradicional invisibilidad que venían arrastrando las bibliotecas de museo. En cambio todavía queda mucho por hacer hacia en cuanto a la integración biblioteca-mediateca-museo.

Bibliografía

AISA, Luisa María; La problemática de la biblioteca en nuestros museos, en *Boletín de la ANABAD*, XXXVIII, 3, 1988, pp. 43-45.

BERTRAND, Anne-Marie; La médiathèque questionnée, en *Bulletin des Bibliothèques de France*, 39, nº 2, 1994, pp. 8-12.

BESOLÍ, Andrés; El uso de fuentes audiovisuales en museos de historia: técnicas expositivas y estrategias de comunicación, en *Terceras Jornadas Archivo y Memoria*, Madrid, 21-22 febrero, Fundación de los Ferrocarriles Españoles, 2008, pp. 1-15.

GONZÁLEZ, Nieves; Alfabetización para una cultura social, digital, mediática y en red, en *Revista Española de Documentación Científica*, nº 35, 2012, pp. 17-45.

LÓPEZ, Rosario; Bibliotecas de museos en España: características específicas y análisis DAFO, en *Revista General de Información y Documentación*, 13, núm. 1, 2003, pp. 5-35.

MONASTERIO, José Enrique; La preservación del patrimonio audiovisual. Funciones de la filmoteca, en *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 56, diciembre 2005, pp. 60-66.

NAVARRETE, Trilce y MACKENZIE OWEN, John; Museum libraries: how digitization can enhance the value of the museum, en *Palabra Clave (La Plata)*, Volumen 1, 1, 2011, pp. 12-20.

HERNÁNDEZ, Francesc, y SANTACANA, Joan; La revolución didáctica de los museos: democratizar el acceso a la cultura, en *Cuadernos de pedagogía*, nº 394, 2009, pp. 46-51.

HERNÁNDEZ, Francisca; El lugar de la biblioteca en el museo, en *Revista General de Información y Documentación*, vol. 7, nº 2, 1997, pp. 277-307.

OMELLA, Ester; Biblioteca pública y servicio de información a la comunidad: propuestas para una mayor integración, en *Anales de Documentación*, nº 6, 2003, pp. 203-220.

ORENES, Francesc; Ex-visis: una propuesta para la creación de marcas de videoteca, en *Temas de disseny*, nº 3, 1989, p. 3.

PATEL, Manjula, et al; Metadata requirements for digital museum environments, en *International Journal on Digital Libraries*, 5(3), 2005, pp. 179-192.

VV. AA.; *Diccionario de lengua española*, Real Academia Española, Madrid, 2014, p. 1435.

WELGER-BARBOZA, Corinne; *Le Patrimoine à l'ère du document numérique: Du musée virtuel au musée médiathèque*, Coll. Patrimoine et sociétés, L'Harmattan, París, 2001.

¿Soy accesible? Análisis de monumentos, museos y puntos de interés turístico accesible para público infantil con discapacidad.

Encarnación Fernández Jiménez
Community Manager Diart Cultura
nanifj@hotmail.com

La accesibilidad en los museos ha sido siempre un tema pendiente por las instituciones que los gestionaban, donde se buscaban medios para atender a este sector olvidado de la población, que gracias al estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística nos indican que el número de personas con discapacidad asciende a 3.528.221 personas, esto comprende a 9% de la población que padece alguna discapacidad.

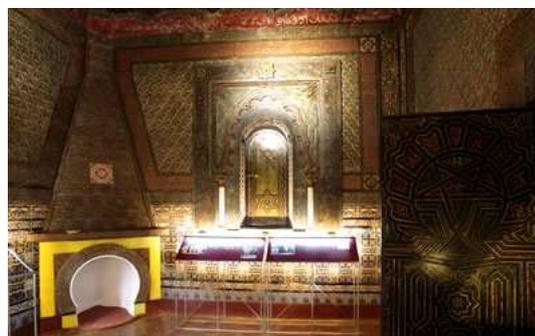
Son a ellos a los que deberíamos consultar directamente ¿son accesible nuestros museos, monumentos y puntos de interés turístico y cultural? ¿Se adapta a tus necesidades? ¿Es posible realizar una visita en las mismas condiciones que la realiza cualquier otra persona?

Es por ello que mi estudio se centra principalmente en la opinión que tienen las personas discapacitadas, ya sean auditivas, físicas, visuales o cognitivas en nuestra oferta cultural vinculada a los museos españoles y principalmente me interesa el público infantil.

Según la Organización de Atención a la Deficiencia Auditiva CLAVE, nos aportan que más del 90% de los museos españoles no

están preparados y por lo tanto no son accesibles a los discapacitados auditivos que rondan los dos millones de personas en España. La misma organización "CLAVE" realizó un estudio de más de 146 museos españoles y ninguno de esos analizados eran cien por cien accesible. Solo 55 de ellos poseían alguna medida de accesibilidad, como puede ser información en su web, instalación de bucle magnético en mostradores de información, signoguías o visitas guiadas por intérpretes de lengua de signo.

En el plano físico hemos avanzado en la reestructuración de los edificios ya existentes y en los de nueva planta creando instalaciones y servicios donde permite el acceso al recinto, circulación a todas las estancias y la participación a todas las actividades en igualdad de condiciones para todos los públicos.



Detalle 1. de las salas de la Casa de Blas Infante en el Museo de Autonomía de Andalucía (F. de A.)

Los discapacitados visuales se encuentran con la problemática de que para comprender el recorrido dentro de un museo necesitan el contacto directo con la pieza que en la mayoría de los centros que se visitan están totalmente prohibido debido a conservación, por lo que hay que tomar medidas alternativas para que este contacto no se

pierda y que estas medidas sean realmente efectivas.

Para ello, la organización ONCE cuenta con una pequeña guía al servicio de sus usuarios donde recogen una breve descripción de los centros culturales y museos que disponen servicios específicos para este tipo de discapacidad.

La Casa de Blas Infante, en el Museo de la Autonomía de Andalucía es alguno de los ejemplos que han adaptado a los discapacitados visuales el recorrido por sus estancias, utilizan la cartelería de la sala, para ser tocados y así comprender el discurso museográfico.



Detalle 2. de las salas de la Casa de Blas Infante en el Museo de Autonomía de Andalucía (F. de A.)

Otro ejemplo es el Museo Reina Sofía muy preocupado en el plano de la accesibilidad posee varias medidas muy útiles como ofrecer a las personas ciegas o con baja visión la posibilidad de realizar itinerarios táctiles y visitas descriptivas sobre varias obras de la Colección, otros recursos que posee son perros guías, folletos en Braille, audioguías con audiodescripción, recorridos adaptados etc. Donde colabora de forma activa la Fundación ONCE

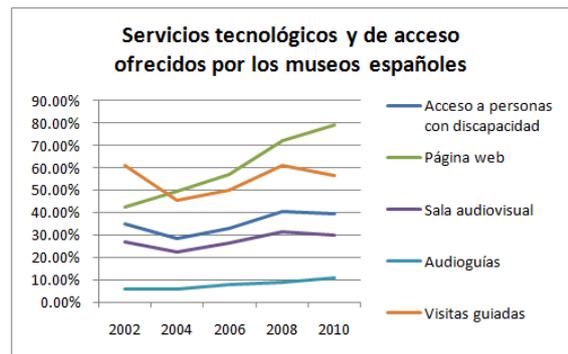


Gráfico de Tecnologías Accesibles en Museos

Pero ¿y cuando hablamos de público infantil? ¿Están preparados nuestros museos? ¿Tienen recursos?

Basándome en el estudio realizado por UNICEF sobre “Estudio sobre la situación de los niños y las niñas con discapacidad en España” de Ignacio Campoy Cervera, donde nos informa que *“carecemos de cifras exactas sobre cuántos niños y niñas con discapacidad existen en España, y cuál es el tipo de discapacidad que les afecta, no hay un estudio pormenorizado de ello... en España existe una importante carencia de estudios estadísticos al respecto”*.



Gráfico de Datos extraídos de la “Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia (EDAD-2008) de INE.

Así que con la única encuesta con la que contamos para realizar un análisis de la situación es la encuesta llevada a cabo por el INE "Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia (EDAD-2008) de la cual podemos extraer que las cifras rondan los 60.400 niños y niñas con discapacidad en España en edades comprendidas entre los 0 a 5 años de edad y 78.300 en edades comprendidas entre los 6 a 15 años.

Por lo tanto si carecemos de datos fiables para cuantificar el número de niños y niñas que tienen discapacidad en nuestro país ¿cómo podemos evaluar si nuestro museo están o no preparados para ellos?

La mayoría de los recursos que se utilizan están principalmente destinado al público adulto con discapacidad y como ya hemos indicado con anterioridad son un número reducido de centros los que se ocupan de la accesibilidad en ellos, podemos nombrar a los grande museos como el Museo del Prado, Museo Reina Sofía entre otros.



Los niños con discapacidad física están en mejor situación ya la mayor parte de nuestros museos españoles poseen accesos adaptados para ellos, se han tenido en cuenta la eliminación de barreras arquitectónicas y la visita el mismo se puede desarrollar de forma accesible. Si es cierto,

que las mejoras en accesibilidad en nuestros museos, han hecho posible un entorno más cómodos para todos los usuarios: como por ejemplo las rampas utilizadas por los discapacitados físicos también hacen más fácil el acceso del material de limpieza en las distintas estancias o la visita de familias con bebés.



¿Y si hablamos de discapacidad auditiva? Me resulta relevante la acción que se lleva a cabo en la Fundación Joan Miró, donde intentan acercar a los más pequeños espectáculos infantiles con interpretación en lengua de signos, un ejemplo de ello: "La granja más pequeña del mundo". Interpretación en lengua de signos a cargo de Àgils comunicació.

La Fundación "CLAVE" para la atención a la Deficiencia Auditiva trabaja sobre un proyecto "Clases de Arte para Personas Sordas" los cuales a través de convenios con el Museo del Prado o con la Fundación Orange, llevaron a cabo en 2013 curso gratuito de arte para niños con discapacidad auditiva.

El Museo Picasso de Málaga se lleva a cabo visitas para personas ciegas y con discapacidad visual que se combina con un taller participativo por las salas y su posterior puesta en práctica de las técnicas creativas sobre las que se han debatido, todo ello adaptado a las distintas capacidades del grupo.



Museo de Tenerife de La Naturaleza y el Hombre (F. de A.)

Los investigadores han demostrado que los ciegos son capaces de captar realidades a través de representaciones, si se usan los materiales y las técnicas adecuadas, según las características personales (edad, conocimientos previos, resto visual, etc.) y las de los objetos a representar. El problema de utilizar el tacto a determinados objetos, ha encontrado diversas soluciones como, mediante la selección a la hora de decidir los que se pueden tocar, reproducciones de originales o representaciones por distintos sistemas bien sean maquetas o relieves etc. Tenemos que tener en cuenta que al público al cual nos dirigimos necesita que la visita sea adaptada de forma amena y atractiva para que sea efectiva.



No obstante, cabe puntualizar que es necesario seguir trabajando para sensibilizar las instituciones que tengan alguna competencia o capacidad de decisión, para que el acceso a los museos sea una realidad más generalizada y no puntual en algunos

museos, y que tengamos en cuenta, la importancia de formar y educar culturalmente a los niños en general y con discapacidad en particular pues ellos son las generaciones del futuro.

Desde Diart Cultura ponemos nuestro granito de arena y para ellos estamos gestionando un nuevo proyecto que verá la luz a finales de 2014 y que tiene por título "Cultura para todos". A través del cual pretendemos potenciar la accesibilidad e inclusión para niños con riesgo de exclusión social, cuyo objetivo es promover el desarrollo personal, emocional y social de colectivos con diversidad funcional y acercar a otros públicos tradicionalmente alejados del museo y la cultura.

Para ellos estamos trabajando de forma conjunta con la Asociación de prevención y ayuda a la drogodependencia "Volver a la Vida" de los cuáles serán los primeros que van a beneficiarse de este proyecto, los hijos e hijas de drogodependientes que están en un proceso de superación y recuperación dentro de la asociación.

El objetivo de estos talleres es ofrecer al colectivo, a través del diferentes disciplinas artísticas herramientas para favorecer su desarrollo personal e integración social.

Los niños y niñas beneficiarios de este proyecto forman un grupo heterogéneo con edades comprendidas entre los 4 y los 16 años. Proviene de situaciones muy dispares que hace que en muchas ocasiones el trabajo de inclusión sea muy complicado. Pero desde Diart Cultura confiamos en que el resultado de las intervenciones con los talleres hacia este colectivo puede ser muy satisfactorio, y pretendemos que el arte pueda generar autoconfianza y seguridad en estos niños y niñas.

“Cultura para todos” pretende dar acceso a la cultura, al arte y al patrimonio a aquellos niños y niñas que se encuentran en una situación familiar desestructurada y con diversos conflictos internos, los cuales no tienen vinculación en su entorno más cercano.

Esperamos que este proyecto vaya creciendo y que se vayan adhiriendo a él nuevas asociaciones o entidades que deseen formar parte de “Cultura para todos”. Para ello desde la organización estamos trabajando para conseguir ayudas institucionales y creando una red de crowdfunding para poder conseguir financiación.

Desde Diart Cultura estamos a favor de que:

“Cada persona tiene el derecho a participar libremente en la vida artística y cultural de la comunidad”

(Artículo 27.1 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre)

BIBLIOGRAFIA

Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia (EDAD-2008) del Instituto Nacional de Estadística.

IGNACIO CAMPOY CERVERA, “Estudio sobre la situación de los niños y las niñas con discapacidad en España” UNICEF.

JIMÉNEZ HURTADO, C., SEIBEL, C.,

SOLER GALLEGO, S. “Museos para todos: la traducción e interpretación para entornos multimodales como herramienta de accesibilidad universal” ISSN 1889-4178, pp. 349-383.

ESPINOSA RUIZ, A. “La accesibilidad física e intelectual de todos tipos de público al patrimonio cultural”. Boletín de interpretación, 2010 - interpretaciondelpatrimonio.com.

ESPINOSA RUIZ, A., “Manual De Accesibilidad e Inclusión en Museos y Lugares Del Patrimonio Cultural Y Natural”, TREA, 2014.

Relación de páginas web de Museos españoles:

www.museodelprado.es

www.museopicassomalaga.org

www.museosdetenerife.org

www.museoreinasofia.es

www.museosdeandalucia.es

www.maa.centrodeestudiosandaluces.es

www.ine.es

Accesibilidad Emocional

Ana Gómez Díaz

Casa-Museo Bonsor. Castillo de Mairena. Ayuntamiento de Mairena del Alcor.

amgomez@mairenadelalcor.es

The essential difference between emotion and reason is that emotion leads to action while reason leads to conclusions. Donald Calne

Emociones, arte, ciencia... estas navidades hemos asistido a la materialización del *Universo de las emociones* (i). Los autores del proyecto han fusionado ciencia y arte para hacer visibles las constelaciones que componen nuestras emociones y sus interconexiones, factores que nos hacen ser únicos y que permanecían en el olvido e incluso habían llegado a ser negados y despreciados en pro del progreso y la erudición. A finales del siglo XX las emociones resurgieron y empezaron a considerarse elementos imprescindibles para la socialización y el éxito personal llegando a acuñarse un nuevo concepto: Inteligencia Emocional (ii). Fue tal la repercusión de los estudios e investigaciones sobre esta materia, que el propio autor del libro *Inteligencia Emocional* en una posterior reedición del volumen, manifestó su sorpresa al comprobar que la SEL - acrónimo anglosajón por el que se conoce a la Educación Emocional y para la Creatividad (iii) de reciente implantación en centros españoles- hubiera llegado a convertirse en una asignatura fundamental en los centros de enseñanza de medio mundo. Pero su

implantación no sólo se ha realizado en centros de educación reglada sino que ha ido más allá, convirtiéndose en una materia fundamental para la formación empresarial. En Sevilla, hace pocos años comenzó su andadura el proyecto Universidad Emocional, en el que se defiende la alianza entre la creatividad, el arte y la cultura como herramientas esenciales para la “humanización” de las relaciones empresariales contemporáneas (iv).



Figura 1. Universo de emociones

“La humanización” también ha trascendido a espacios eminentemente humanos como las ciudades, de la mano del arte. Las emociones, además de constituir en muchos casos la inspiración de las obras de algunos artistas y colectivos artísticos, en ocasiones, son consideradas objetivos y herramientas esenciales de trabajo. Proyectos contemporáneos como el *Inside out. The people’s art Projec* (v), podrían ser buenos exponentes de esta tendencia. Surgido tras la obtención del premio TED, por el artista JR en 2011, centra sus trabajos en la materialización y transmisión de las

emociones compartidas por un colectivo mediante la impresión y pegado en fachadas de edificios y espacios públicos protagonistas de la acción, de retratos en gran formato exponentes de la citada carga emocional. La calle también se convierte en el contenedor de las propuestas del colectivo artístico Boamistura. En una de sus últimas acciones que califican como un acto de amor: Te comería a versos, inundaron, por sorpresa, de poesía los pasos de peatones de Madrid y Barcelona (vi). Con versos como No hay imposibles sino improbables o Mi más sentido bésame, pretendían activar la potencial resiliencia de los viandantes para superar el largo invierno que tenían por delante.



Fig.2. Inside out Project. L'Italia sono anch'io)

Las ciudades y las relaciones impuestas por nuestro estilo de vida se han convertido en rígidos entes que han fagocitado las inherentes emociones que habitan en todo ser humano en pro de la standarización de los usos, relaciones y valores. La nueva urbe digital en la que todos habitamos, internet, también había sido diseñada a su semejanza. La asepsia de lo digital unido a la sobreinformación e inmediatez, habían relegado al ser humano convirtiéndole en un componente más de la inmensa red. Sin embargo, recientemente y al hilo de esta nueva corriente emocional, según algunos autores estamos asistiendo al nacimiento y desarrollo de la llamada *tercera era de internet*, que nos invita a poner en práctica la "slow experience" en la que las emociones y por ende el factor humano, son los protagonistas. *No se trata de cuanto se*

consume o cuántos cientos de amigos se acumulan, sino de vivir de forma única nuestra experiencia vital. En definitiva: calidad, felicidad y emociones (vii)

Esta nueva visión de la red, como gran parte de la vida de la sociedad occidental, está regida por parámetros de consumo en los que el marketing se erige como una de las herramientas fundamentales. En esta disciplina las emociones también han pasado a ser uno de los pilares básicos de la nueva tendencia, a través de lo que se conoce como el marketing experiencial o emocional: *"La satisfacción del cliente ya no es suficiente, para diferenciarse se necesitan experiencias. Las experiencias son fuentes de emociones y las emociones son el motor de la toma de decisiones. No existe futuro para aquellas empresas que no las tengan en cuenta a la hora de hacer sus estrategias"* (viii)

Muchas son las empresas que ya han puesto en práctica éste nuevo concepto a través de campañas publicitarias en las que el componente emocional es la pieza fundamental. Quizás uno de los de mayor actualidad en España haya sido el promovido por Loterías del Estado para el sorteo de navidad de 2014. Santiago Zannou dirigió 9 historias cotidianas que según sus creativos *lejos de ser tristes son emocionantes (ix)* y harían al espectador identificarse con ellas e interactuar con la participación en el sorteo. El éxito de la campaña ha puesto de manifiesto la efectividad de esta estrategiaⁱ (x). La clave es "fanscinar", despertar las emociones para que el espectador recuerde la marca u oferta, se enamore de ella y se fidelice o se haga fan (xi)

En el mundo de los museos ya se había detectado esta misma necesidad. La atracción de público y su fidelización son

algunas de las premisas defendidas por Levi y Neil Kotler, autores que pueden ser considerados como unos de los principales impulsores del uso del marketing en los museos, siempre considerando que su papel consiste en apoyar sus objetivos, no definirlos (xii)

Muchos directores de museos creen que su principal responsabilidad consiste en “presentar adecuadamente un legado artístico para la posteridad”. Como consecuencia, para muchas personas, los museos son mausoleos de frío mármol que albergan miles de objetos valiosos que consiguen que acabemos bostezando y con los pies cansados. Aunque cada año está aumentando la asistencia a los museos en Estados Unidos, aún quedan muchas personas que no sienten interés por acudir a estos centros. ¿Se debe esta indiferencia a una manera errónea de presentar la oferta de los museos? Esta molesta pregunta hizo que el nuevo director del Metropolitan Museum of Art mejorara el atractivo del museo patrocinando exposiciones de arte contemporáneo y happenings. Esta filosofía de marketing por parte de la dirección del museo dio lugar a un constante incremento de la afluencia de público a este centro. (Kotler y Levi, 1969, 11) (xiii)

Sin embargo, el uso del marketing en los museos no ha estado exento de controversias y cuestionamientos. Los profesionales mostraban reticencias a la hora de emplear estas herramientas en la gestión museística por el miedo a caer en la mercantilización de sus instituciones. Sin embargo, en algunos estudios realizados como la tesis de Bradford sobre los museos escoceses, quedó demostrado que el conocimiento del público, sus gustos y tendencias, por parte de los conservadores a través del marketing, en lugar de dictarles el

trabajo a realizar, les inspiraba en el diseño de los programas de actividades de sus instituciones (xiv)

El arte y las instituciones museísticas también se han visto atezadas por lo que Ortega y Gasset definió como “la deshumanización del arte” (xv). El abandono de las emociones y del nexos que unían a las obras del romanticismo con el público por las vanguardias de principios del siglo XX, alejaron al espectador ante la incompreensión de aquello que contemplaba, convirtiéndolo en impopular. Norman Rockwell caricaturizó en 1962 este sentimiento en su obra *The Connoisseur*, publicada en el *Saturday Evening Post*, en un acto crítico hacia el esnobismo que se había instalado alrededor del arte contemporáneo y las instituciones culturales.



Figura 3: *The Connoisseur*. Norman Rockwell, 1962, Saturday evening.

En la actualidad, sin embargo, se está procediendo a la reversión de esta tendencia. Al igual que vimos anteriormente en las calles, el arte se revela como una de las mejores herramientas para despertar

emociones y, cada vez más, son los museos los lugares escogidos para acoger estas experiencias. Asociaciones como Argadin (xvi) en colaboración con museos como el Thyssen, Reina Sofía o el El Prado, trabajan a través del arte con personas con cualquier tipo de discapacidades para mejorar su calidad de vida y contribuir a su integración en la sociedad. Son también destinatarios prioritarios de este tipo de actividades en pro de su integración colectivos en riesgo de exclusión, escolares, y personas de la tercera edad, a través de programas de voluntariado o actividades específicas.

No obstante, se está trabajando para que este tipo de experiencias y actividades se dirijan a todos los públicos, pues no es obvio que todos seamos capaces de apreciar o procesar las emociones que contienen y pueden despertar los museos. Muchas instituciones tienen como objetivo la construcción del “museo emotivo” (xvii), aquel que busca compartir y estrechar lazos con el visitante convirtiéndolo en el epicentro de su discurso, a partir de las emociones contenidas, compartidas o experimentadas a su paso por el museo.

El visitante es un sujeto social que en su tiempo de ocio aspira a cubrir expectativas de socialización, conocimiento y diversión. Su objetivo es poder disfrutar de una experiencia y actualmente centra sus expectativas en poder colmarlas en su visita al museo. Buscan la experiencia total. Wagensberg (xviii) en torno a la relación del público con los museos de ciencia, defiende que *la idea fundamental para la transmisión de conocimiento consiste en la tendencia a poner al destinatario de la transmisión literalmente en la piel de quien lo ha elaborado* y el método más efectivo para ello sería la interacción emocional o total que en términos museísticos contaría

indefectiblemente con tres herramientas fundamentales: Hands on, Mind on y Heart on.

Este método, en principio elaborado a partir de los museos de ciencia, podría ser extrapolable a todo tipo de instituciones museísticas y no sólo para ponernos en la piel de una persona, sino para poder interpretar las emociones que pueda encerrar un personaje ficticio representado.



Figura 4: ¿En qué piensa la mujer del cuadro Sol de la mañana?

Un ejemplo claro y de gran éxito, sería la actividad: ¿En qué piensa la mujer del cuadro Sol de la mañana?, propuesta por el Museo Thyssen Bornemisza al hilo de la exposición Edward Hopper, celebrada en 2012 (xix). Precisamente la obra de este pintor se destaca por representar escenas de la vida cotidiana norteamericana que han pasado a formar parte del imaginario global a través del cine. Se invitaba al visitante al finalizar el recorrido por la exposición, a interpretar a través de una recreación realizada por Ed Lachman, las emociones que encerraba el cuadro, y en particular su protagonista, interactuando con el resto de visitantes no sólo en las salas del museo, sino en esa otra comunidad en la que todos habitamos actualmente, que es internet, a través de la aplicación Twitter, mediante el envío de una fotografía y un texto al hashtag

#HopperThyssen. Otro de los escenarios por descubrir son las propias instituciones. Dependiendo de su naturaleza también tienen piel y albergan emociones propias e incluso ellas mismas pueden estar incluidas en una piel externa que podría corresponder al gran organismo que conforma el contexto en el que se incluyen. La contextualización es algo que últimamente está de moda. El éxito de ofertas como las ferias, las rutas o las recreaciones históricas, nos habla del gusto del público por sumergirse en la realidad total de un período histórico. Esto podría reducirse en el conocimiento del contexto en todas sus dimensiones: culturales, sociales e incluso paisajísticas.

No obstante, en algunos casos, estos productos adolecen de rigor histórico creando mundos artificiales adaptados a gustos y usos contemporáneos muy alejados de la realidad de los pretendidos contextos históricos recreados. ¿Cuál podría ser la opción de las instituciones culturales para hacer llegar al público esta experiencia sin perder el rigor científico ni caer en el mero espectáculo?

Algunas propuestas fusionan elementos de nueva creación con recreaciones basadas en investigaciones científicas. Para ello utilizan disciplinas y recursos como el teatro, la cocina, la literatura, la música o las plataformas digitales acompañadas, en ocasiones, de estrategias propias del content marketing. Los entornos son variados e incluso mixtos. Se realizan recreaciones materiales o virtuales de espacios desaparecidos bien sobre fundaciones originales o en lugares de nueva creación cercanos a yacimientos arqueológicos del que son ejemplo el centro Cotidiana Vitae en Santiponce, Sevilla (xx) o las actividades realizadas en torno a los yacimientos de la Villa del Ruedo y el Cerro

de la Cruz en Almedinilla, Córdoba (xxi). En otras ocasiones las propias ruinas son las contenedoras de actividades de recreación histórica como los Conjuntos Arqueológicos de Itálica (xii) y Carmona (xxiii).

De forma virtual se recrean contextos más amplios por medio de elementos de realidad aumentada en los que el visitante se introduce en el pasado guiado por piezas presentes en las colecciones de los museos como en la exposición Keys to Rome (xxiv) o simplemente a través de un paseo por las calles auxiliado de una aplicación de móvil como es el caso de la aplicación Streetmuseum creada por el Museo de Londres (xv). Esta misma vuelta al pasado también se realiza de forma más tradicional y directa, a través de los testimonios y memorias de personas que tuvieron relación con un hecho histórico o el mismo museo, de este modo, ya sea de forma presencial o mediante el visionado en pantallas, el visitante puede conocer de primera mano las emociones y experiencias y puede empatizar con ellas de un modo más cercano.

Aceptando que las actividades, soportes digitales o experiencias son los principales motores de los museos contemporáneos para satisfacer la demanda de experiencias por el público y aún más, cuando en ellas están cada vez más presentes las emociones, quizás sea necesario que las emociones sean las conductoras o protagonistas de la actividad o experiencia, y quizás llegando a nuestra máxima pretensión, que la propia visita se convierta en la experiencia que sea capaz de transmitirnos las emociones que encierra el museo o el monumento (xxvi).

Un buen ejemplo que ilustraría esta idea viene de la mano del radio-arte. Se trata del trabajo 12 postales sonoras de la Alhambra y

del Generalife realizado en 1994 para la radio por Concha Jerez y José Iges y que recientemente han insertado en la web del Patronato de la institución. En ella se pueden recrear a través del oído las sensaciones y emociones que puede provocarnos el sonido del agua de las diferentes fuentes presentes en el monumento (xxvii) que quizás pasan desapercibidas en la visita, aún cuando forman parte del background sonoro de la institución. ¿Qué sucedería si en un momento de la visita desapareciera este sonido? A buen seguro que si el público ya está en el desarrollo de la visita lo percibiría, pero ¿qué sucedería con alguien que entra en el monumento con las fuentes secas?, ¿Se percataría de la falta de este elemento fundamental de la jardinería islámica? o ¿simplemente consideraría a las fuentes y canales elementos muebles inertes? ¿Responde esta coyuntura a los fines de una institución cultural? ¿Está el público preparado para poder experimentar estas sensaciones y emociones? o quizás ¿deberíamos plantearnos la opción de educar en emociones también en la visita a nuestras instituciones?.

Quizás sea el momento de trabajar en pro de la accesibilidad emocional en todos sus ámbitos. La emoción que creamos en el espectador, la que percibe del personal que le atiende, la que emanan nuestras piezas y colecciones, la que alberga nuestro entorno. En definitiva, “humanizar” el museo. Será la hora de empezar a pensar en el poder de los museos para emocionar con nuestras mejores herramientas: el conocimiento, la educación y la calidad.

Emocionar, más allá del colapso conocido popularmente como Síndrome de Stendhal (xxviii), llegando a hacerlo algo cotidiano y cercano, que acompañe y facilite el deleite que toda institución museística debería

proporcionar a sus visitantes convirtiéndola en un espacio de socialización y referencia (xxix), como lo llegó a ser la National Gallery de Londres durante la II Guerra Mundial, gracias a los almuerzos con concierto de Mira Hess (xxx).

Como afirma Paco Pérez Valencia en su manual de la exposición sensitiva y emocional: *la exposición es emoción y si no, no es exposición...al museo le sucede algo parecido...si no hay emoción, tampoco habrá museo.*



Figura 5. Fotografía Alecio de Andrade Grand Palais, 1975

Bibliografía

ALFARO, E., ‘Fanscinar’ con emociones en la era digital, Teknautas, El Confidencial, http://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/hacia-la-digitalizacion/2014-11-20/fanscinar-con-emociones-en-la-era-digital_495046/#

BRADFORD, H., “Un nuevo marco para el marketing en el museo” en Moore, K. *La gestión del museo*, ed. Trea, Gijón 1998, p: 85.

HISPANO, A. "El museo como campo de batalla", en MARZO, J. L., *No tocar por favor. El museo como incidente*, Artium, 2013, p.33.

GOLEMAN, D. *Inteligencia emocional*, Barcelona, Kairos, 2008, p.9.

Kotler, P. y Levi, S.J., "Broadening the concept of marketing", *Journal of marketing*, 33, 1969, p. 114-13

KOTLER, N y P., *Estrategias y marketing de museos*, Ariel Patrimonio, 2001, p. 371.

MARZO, J. L., *No tocar por favor. El museo como incidente*, Artium, 2013, p.33.

MCLEAN, F., "Marketing the museum", Routledge, 1996.

MONISTROL, R., "Evolución y aplicación del marketing cultural en los museos", *Bid Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, número 23, diciembre de 2009, Barcelona

ORTEGA y GASSET, J., *La deshumanización del arte y otros ensayos de estética*, Austral, ciencias y humanidades, Madrid 2008

PÉREZ, P., *Manual de la exposición sensitiva y emocional*, Trea, Gijón, 2012.

SANTACANA, J. y HERNÁNDEZ, F., *Museología crítica*, Trea, Gijón, 2006.

VENTURA, L., *El museo emotivo convierte al público en la estrella*, La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1738759-el-museo-emotivo-convierte-al-publico-en-la-estrella>

WAGENSBERG, J., "A favor del conocimiento científico (Los nuevos museos)" *ÉNDOXA*:

Series Filosóficas, n." 14. 2001. pp. 341-356. UNED. Madrid.

Notas

(i) El Universo de Emociones es un proyecto realizado conjuntamente por Eduard Punset, el profesor Rafael Bisquerra y el estudio Palau Gea cuyo fin es ofrecer una representación gráfica de las emociones humanas. Si bien la esencia del contenido tiene una fundamentación científica, en esta pieza se utilizan las licencias propias del arte y de la metáfora. Universo de Emociones es un mapa para poder visualizar las relaciones emocionales, un retrato de lo que ocurre dentro de cada uno de nosotros. <http://universodeemociones.com/>

(ii) El término fue acuñado en 1990 por los psicólogos John Mayer y Peter Salovey. GOLEMAN, D. *Inteligencia emocional*, Barcelona, Kairos, 2008, p.9.

(iii) <http://www.elmundo.es/espana/2014/11/03/5456aa0aca4741b5118b457e.html>

(iv) <http://www.launiversidademocional.com/public/creemos/creemos.php>

(v) <http://www.insideoutproject.net/en/about>

(vi) <http://www.boamistura.com/madrid-te-comeria-a-versos.html>

(vii) <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/el-movimiento-slow-internet-y-la-era-de-las-emociones-que-estan-por-llegar>.

(viii) Definición del marketing experiencial o emocional por Elena Alfaro Zenith.

<http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/que-es-el-marketing-experiencial/#sthash.Cxc2xPoF.dpuf>

(ix) <http://www.laloterianavidad.com/noticia/nueve-historias-cotidianas-anuncio-loteria-navidad-617.html>

(x) <http://vanara.es/las-claves-del-exito-del-anuncio-de-loteria-de-navidad-2014/>

(xi) ALFARO, E., 'Fanscinar' con emociones en la era digital, Teknautas, El Confidencial, http://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/hacia-la-digitalizacion/2014-11-20/fanscinar-con-emociones-en-la-era-digital_495046/

(xii) KOTLER, N y P., *Estrategias y marketing de museos*, Ariel Patrimonio, 2001, p. 371.

(xiii) BRADFORD, H., "Un nuevo marco para el marketing en el museo" en MOORE, K. La gestión del museo, ed. Trea, Gijón 1998, p: 75.

(xiv) BRADFORD, H., op. cit, 1998, p: 85.

(xv) ORTEGA y GASSET, J., La deshumanización del arte y otros ensayos de estética, Austral, ciencias y humanidades, Madrid 2008, pp. 46-47.

(xvi) <http://www.argadini.es/>

(xvii) VENTURA, L., El museo emotivo convierte al público en la estrella, La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1738759-el-museo-emotivo-convierte-al-publico-en-la-estrella>

(xviii) WAGENSBERG, J., "A favor del conocimiento científico (Los nuevos museos)" ÉNDOXA: Series Filosóficas, n.º 14. 2001. pp. 341-356. UNED. Madrid, p. 347-350.

(xix) http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:Endoxa-2001560BF1E6-2DE5-0514-528C-43ACFB75776E&dsID=favor_conocimiento.pdf

(xx) http://www.museothyssen.org/microsites/exposiciones/2012/hopper/actividades_twitter.html

(xxi) <https://www.facebook.com/cotidianavita.esantiponce>

(xxii) <http://www.almedinillaturismo.es/empresa/villaromana>

(xxiii) <https://www.facebook.com/conjuntoarqueologico.italica>

(xxiv) <https://www.facebook.com/pages/Conjunto-Arqueol%C3%B3gico-de-Carmona/123341161023683?fref=ts>

(xxv) <http://keys2rome.eu/>

(xxvi) <http://www.museumoflondon.org.uk/Resources/app/you-are-here-app/home.html>

(xxvii) Ya tratamos este particular en referencia a las Casas-Museo en: Emociones y accesibilidad. Primeras experiencias en la Casa-Museo Bonsor. Castillo de Mairena", en e-boletín AMMA, nº 6, 2014, pp.72-79.

(xxviii) <http://alhambrapatronato.es/ciudaddeagua/>

(xxix) De este síndrome hacen una divertida parodia el grupo de pop español Febrero en el videoclip de su tema: El Síndrome de Stendhal:

<https://www.youtube.com/watch?v=2POMmzQOxhQ&feature=share>

(xxx) Estas premisas fueron defendidas por la Museología crítica en el volumen publicado en 2006 por Joan Santacana y Francesc Hernández.

(xxxi) Dossier de prensa de la Colección de la National Gallery

<http://www.nationalgallery.org.uk/collection-press-pack-2013-spanish> y HISPANO, A. "El museo como campo de batalla", en MARZO, J. L., No tocar por favor. El museo como incidente, Artium, 2013, p.33.

Accesibilidad en el Museo Arqueológico Nacional

Manuel Gimeno
Director General
Fundación Orange
manuel.gimeno@orange.com

Uno de los objetivos fijados por el Museo Arqueológico Nacional (MAN) en la nueva etapa iniciada con su reapertura en la primavera de 2014 es que las personas con diversidad funcional visiten y conozcan por sí mismas el Museo, para lo que éste ha diseñado un programa de accesibilidad para personas con discapacidad motora, visual y auditiva. La Fundación Orange colabora con el MAN en las acciones dirigidas a estos dos últimos colectivos, para cuyo desarrollo se ha contado con el apoyo técnico de la ONCE y la Fundación CNSE.



Accesibilidad en la Fundación Orange

En cualquier caso, considero de interés citar en estas notas el enfoque dado a soluciones para personas con discapacidad motora, un problema cuando se trabaja en edificios históricos donde no siempre se puede llevar a cabo la transformación deseada. Sirva como ejemplo la rampa realizada para obviar

la entrada antigua por la fachada del Museo, la cual presentaba escaleras que no era posible eliminar.

Personas con discapacidad auditiva

- Guía multimedia: permite realizar una visita autónoma, al incorporar 300 textos acompañados con imágenes y vídeos en lengua de signos y con subtítulo. La guía multimedia ofrece diferentes recorridos, generales y temáticos, para que las personas con discapacidad auditiva puedan llevar a cabo diferentes tipos de visitas, de forma autogestionada.

En cada recorrido están explicados los contenidos correspondientes a cada uno de los periodos culturales que se muestran en la exposición permanente, desde la Prehistoria hasta el siglo XIX. A la vez, se ofrece información específica sobre piezas singulares.

- Dispositivos magnéticos: El museo pone a disposición de los usuarios un servicio de bucles magnéticos, amplificadores que transforman el sonido en ondas magnéticas, para mejorar la audición de personas que utilicen audífonos o implantes cocleares. Estos bucles magnéticos son fijos y están instalados en los siguientes espacios:

Personas con discapacidad visual

Además de información general con textos en macrocaracteres y braille repartidos en distintos lugares y servicios del MAN, se ofrece un recorrido táctil formado por estaciones táctiles y sus correspondientes audiodescripciones en la guía multimedia. Se trata de 17 estaciones táctiles ubicadas a lo largo de la exposición permanente y cuya temática sigue el discurso de la misma. En ellas hay reproducciones fieles de los objetos

originales, relieves táctiles, modelos y mapas, apoyados en textos en macrocaracteres y braille. Cada estación está dedicada a un tema representativo de un periodo cultural determinado. El recorrido a través de estas estaciones se puede seguir asimismo mediante el uso de una guía multimedia que incluye audiodescripciones sobre los objetos representados en la galería.

Las estaciones son las siguientes (se incluye el contenido de la misma):

La piedra: primeros instrumentos

Reproducciones:

- Canto rodado
- Canto con un filo cortante
- Bifaz
- Núcleo de piedra para obtener lascas
- Punta de flecha
- Núcleo de piedra para obtener láminas
- Buril
- Punta de flecha

El hueso, fácil de obtener y trabajar

Reproducciones:

- Hueso o asta del que se extrae una varilla con un buril
- Varilla de hueso y piedra para pulir
- Azagaya
- Arpón
- Punzón y aguja
- Cuchara

La cerámica: un nuevo material

Reproducciones:

- Olla
- Botella
- Cuenco
- Vaso campaniforme

Relieves táctiles:

- Decoración aplicada
- Decoración impresa
- Decoración incisa

El bronce: un nuevo metal

Reproducciones:

- Crisol
- Molde univalvo
- Hacha plana
- Molde bivalvo
- Hacha de anillas

Relieves táctiles:

- Etapas del proceso de fabricación de un hacha de bronce

La tecnología, motor de cambios sociales en Iberia

Reproducciones:

- Torno
- Jarro fenicio
- Cratera griega
- Cratera de imitación ibérica

Relieves táctiles:

- Escena pintada en la cratera griega

De Iberia a Hispania: la romanización

Reproducciones:

- Relieve de un guerrero ibérico
- Relieve de dos guerreros luchando
- Relieve de joven con indumentaria ibérica
- Escultura de un ibero vestido con toga

Relieves táctiles:

- Guerrero ibérico
- Dos guerreros luchando
- Joven con indumentaria ibérica
-

La unidad del Imperio romano

Reproducciones:

- Ladrillo con inscripción en latín
- Fragmento de una tabla jurídica
- Casco romano

Relieves táctiles:

- Ladrillo con inscripción en latín
- Fragmento de una tabla jurídica

Mapas:

- Vías de comunicación en el Imperio romano



Hispania: diferencias sociales

Reproducciones:

- Jarro de bronce
- Vaso de cerámica
- Copa de cerámica de paredes finas
- Botella de vidrio
- Cuenco de terra sigillata
- Dos platos pequeños de terra sigillata
- Cuchara de bronce
- Jarra de cerámica
- Vaso pequeño de cerámica
- Plato de cerámica
- Cuchara de madera



De la decoración arquitectónica andalusí a la mudéjar

Reproducciones:

- Capitel andalusí
- Relieves táctiles:
- Decoración epigráfica
- Símbolo heráldico (castillo)
- Decoración de lacería
- Escudo heráldico

Maquetas:

- Arco de herradura
- Arcos superpuestos
- Arcos polilobulados
- Planta de la mezquita de Córdoba
- Alfarje
- Techumbre en forma de cúpula

Devoción femenina

Reproducciones:

- Escena del Nacimiento de la Virgen
- Escena de la Virgen con San Joaquín y Santa Ana
- Escena de la Natividad

Maqueta:

- Retablo con escenas de la vida de la Virgen

El Imperio de los Austrias

Reproducciones:

- Medalla de oro de Carlos I (anverso y reverso)

Relieves táctiles:

- Escudo heráldico de Carlos I

Mapas:

- El Imperio europeo de Carlos I

Un mercado global

Reproducciones:

- Real de a ocho de Carlos III
- Cuenco de porcelana

Relieves táctiles:

- Real de a ocho de Carlos IV con resellos chinos (anverso y reverso)
- Detalle de un resello chino

Mapas:

- Rutas comerciales entre Europa, América y Asia

Un gran invento: la escritura

Reproducciones:

- Cuenco de arcilla mesopotámico
- Ladrillo sumerio
- Detalle del nombre de Gudea
- Inscripción de la estatua de Nectanebo I

Relieves táctiles:

- Pictogramas e ideogramas cuneiformes
- Inscripción de la estatua de Nectanebo I

La creación del símbolo de la Justicia

Reproducciones:

- Espejo etrusco
- Relieve en piedra del arcángel San Miguel
- Moneda del Duque de Mantua

Relieves táctiles:

- Detalles del juicio de Osiris
- Escena representada en el espejo etrusco
- Escena del arcángel San Miguel
- Escena de la moneda del Duque de Mantua

Invisibilidad femenina/visibilidad masculina

Reproducciones:

- Figura femenina de terracota
- Lebeta
- Lecito
- Cratera

Relieves táctiles:

- Escena representada en la lebeta (boda)
- Escena representada en el lecito (educación)
- Escena representada en la cratera (banquete)

El dinero

Reproducciones:

- Máscara de conchas cauris
- Dinero tradicional en madera
- Ladrillo de te
- Hachuela de cobre
- Tarjeta de crédito

La moneda

Reproducciones:

- Real de a ocho de Carlos III (anverso)
- Relieves táctiles:
- Real de a ocho de Carlos III (anverso y reverso)
- Moneda de un Euro (anverso y reverso)

El Ecomuseo como espacio de diálogo entre territorio-población-patrimonio: propuesta para el Ecomuseo de Sanlúcar de Barrameda.

Ágeda Beatriz Mangas
Universidad de Huelva
bmangash@gmail.com

En el debate sobre la museología, muchos autores defienden la museología como la “ciencia global de lo museable, abarcando el universo y la sociedad” (Hernández, 2007); una ciencia que pone en relación el hombre con la realidad, la comunicación entre el pasado –la memoria, la tradición- con el presente complejo y hacia la construcción de un futuro. Este repensar de la teoría museológica, ha llevado a vincularla estrechamente con el patrimonio y buscar las mejores estrategias para protegerlo, conservarlo y comunicarlo. Partimos del presupuesto que el patrimonio entendido como concepto cultural es musealizable e interpretable.

A partir de las propuestas surgidas mediante las nuevas corrientes museológicas, surgen los ecomuseos como instrumentos que permiten reconocer, estudiar y proponer las relaciones entre la población y su territorio. Se constituyen como vehículos para la participación de los ciudadanos en la proyección y el desarrollo colectivo.

La propuesta sobre un Ecomuseo en la ciudad de Sanlúcar de Barrameda supone un reto para la sociedad sanluqueña, que demanda el reconocimiento de su memoria histórica como parte del presente y construcción del futuro. La formación de la población para el desarrollo de su cultura será la base sobre la que se cimienta este proyecto.

1. La Nueva Museología

Hace ya varias décadas que se empezó a hablar de la Nueva Museología en oposición o alternativa a los museos tradicionales. Desde los 70, especialmente con George Henri-Rivière y Hugues de Varine, directores del ICOM, aparecieron nuevas corrientes museológicas que defendían un museo más abierto e integrador, una institución “que tenía en cuenta no sólo el territorio sino también el contexto natural, cultural y social” (Castellanos, 2006). Estas teorías dejaban atrás a los conservadores, que optaban por un museo como un espacio donde sólo se coleccionan y conservan los objetos, un museo como contenedor de obras y almacén de “tesoros”, fruto de la herencia de los primeros museos del siglo XVIII, nacidos a partir de las cámaras de las maravillas y las cámaras artísticas (Schlosser, 1997).

Será en este momento además cuando aparecen una serie de tratados y legislaciones donde se amplía el concepto del patrimonio. De la valoración del patrimonio estrictamente vinculado al objeto histórico artístico, pasamos a un patrimonio cultural y natural, material e inmaterial, mueble e inmueble. La visión del patrimonio se amplifica y hablamos de un patrimonio integral, que es construido sobre una percepción holística e identitaria. Así podríamos definir el patrimonio como “todos aquellos elementos de la naturaleza o creaciones del hombre materiales o inmateriales, que a lo largo del tiempo se han convertido en símbolos de la identidad de una sociedad, entre los que se incluyen bienes muebles, inmuebles, paisajes y actividades culturales, los cuales deben ser valorados, estudiados, conservados, restaurados y difundidos para las generaciones futuras (1)”. Es de destacar, para el tema que nos ocupa, que en la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural adoptada en 1972 por la UNESCO se eliminaba la separación entre patrimonio natural y cultural. Como importante novedad, el paisaje y el medio ambiente, y por tanto, el

territorio en el que se desarrolla la actividad humana, forman parte de la concepción del patrimonio. En consecuencia, el territorio es susceptible de ser valorado, protegido, conservado y difundido por las instituciones encargadas para tal fin (museos, parques científicos y tecnológicos, parques naturales, parques arqueológicos, centros de conservación, galerías, etc). Ya en 1974 el ICOM hablaba de la necesidad de conservar y difundir los testimonios del hombre y su medio: se describe el Museo como una "Institución permanente sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio" y además incluye los siguientes elementos: "Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de Archivos y Bibliotecas; lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales; los sitios y monumentos históricos; instituciones que presentan especímenes vivientes, tales como jardines botánicos y zoológicos, acuario, vivarium, etc; los parques naturales, los arqueológicos e históricos; así como centros científicos y planetarios". Esta definición coincide casi en su totalidad con la expuesta en España en el Real Decreto 620/1987 de 10 de abril (Hernández, 1992). Todo ello nos da una visión de los cambios que se vienen introduciendo en las instituciones museológicas.

La nueva ideología añade la importancia de la didáctica y comunicación como una de las funciones principales del museo. Su objetivo será mostrar, dar a conocer, comunicar y hacer comprensibles los bienes patrimoniales a un público general o específico (Santacana, 2007), partiendo de los discursos generados por los profesionales asignados por las instituciones públicas o privadas que los avalan, concibiéndose a partir de los principios de la educación formal, no formal e informal (Estepa, 2010). Sus espacios expositivos se consolidan así como medios para la transmisión didáctica de la cultura. Es necesario incidir en que el patrimonio, como

elemento educativo, favorece el desarrollo de una conciencia histórica, la formación de un pensamiento social crítico y permite entender mejor el pasado para valorar la complejidad del presente y poder participar activamente en la construcción del futuro (González y Pagès, 2005).

2. El Ecomuseo como propuesta

De este modo, en esta nueva corriente museológica, surgen una serie de museos vinculados al territorio, entre el que se encuentra el Ecomuseo, donde se presentan espacios que ponen de manifiesto la relación patrimonio-población-territorio.

El Ecomuseo se basa en la identidad de un territorio y es sostenido por la comunidad que lo habita, considerando el concepto de territorio como integración del ambiente arqueológico, arquitectónico, histórico y artístico. Según Henri Rivière los ecomuseos son *"Un espejo donde la población se contempla para reconocerse, donde busca una explicación del territorio en el que está enraizada y en el que se sucedieron todos los pueblos que la precedieron en la continuidad o discontinuidad de las generaciones. Un espejo que la población ofrece a sus huéspedes para hacerse entender mejor, en el respeto de su trabajo, de sus formas de comportamiento y de su identidad. Una expresión del hombre y de la naturaleza. El hombre es allí interpretado en su relación a su ámbito natural y la naturaleza está presente en su estado salvaje, pero también tal como la sociedad tradicional y la sociedad industrial la transforman a su imagen"* (Rivière, 1985:182). Esta concepción tiende a valorar particulares itinerarios culturales y ambientales mediante la protección del ecosistema y gracias a una relación objetiva de testimonios monumentales relacionados con él (centros históricos, edificios civiles y religiosos, minas, fábricas, molinos, etc) según una estructura ágil, flexible y ampliable en el tiempo, que se ofrece también como instrumento eficaz de promoción turística y de reactivación

espontánea del desarrollo. El Ecomuseo es un modo equilibrado para conservar e interpretar el paisaje y el medio ambiente, fruto del entretrejo de la vida natural y de las cosas humanas, en las que redescubrir los propios orígenes y la propia historia. Son por tanto las propuestas museológicas que mejor han interrelacionado territorio-población-patrimonio.

Por el contrario a la mayoría de los museos, el Ecomuseo no es un espacio estático. La experiencia en la visita no se realiza sólo mediante muestras temporales o fijas en las salas expositivas, se desarrolla a través de itinerarios guiados que conducen al visitante a leer las señales presentes en su territorio. "En este sentido, el ecomuseo puede desempeñar la función de guía y estímulo a través de las entidades de producción local, ya que es capaz de introducir al visitante enfrente de una lectura integrada de los paisajes humanos y naturales, permitiendo así que sean valorados todos aquellos aspectos de un área que, visitados individualmente, parecerían desvinculados y de poco interés" (Ferrara, 2012: 25 en Ruggiero, 2012).

Si ligamos patrimonio cultural con territorio nos induce a pensar en el desarrollo local a través de las dinámicas sociales y económicas. El desarrollo y la coordinación del sistema ecomuseal pueden favorecer los procesos de deslocalización y desestacionalización turística, repercutiendo directamente en el sector hotelero, la restauración, las artesanías y la enogastronomía local. En consecuencia, el desarrollo de un turismo responsable y sostenible puede ayudar a la reactivación económica y social de un lugar y al aumento de su capacidad competitiva. Según Ferrara, "los principios fundamentales del turismo sostenible son:

- Conservar los recursos y crear la posibilidad de desarrollo para las generaciones futuras;
- Proteger las zonas vulnerables de cada tipo de explotación;

- Definir los límites de carga: planificar proyectos con un inventario preliminar de los recursos naturales y culturales –las prioridades de uso del territorio como los límites biofísicos, económicos y ambientales– que identifican las áreas de desarrollo y aquellas a ser protegidas."

Se puede entonces señalar la relación entre los proyectos ecomuseales y el turismo, uno de los instrumentos que el ecomuseo utiliza para el logro de sus objetivos.

Además, un ecomuseo es nacido espontáneamente a través, o mejor dicho, por iniciativa de la comunidad local con el fin de difundir y preservar la historia del territorio y de la propia comunidad. En ello basa su fuerza, ya que conduce a la población hacia experiencias a las que generalmente no participa y permite la valoración de un territorio entero conjugando el patrimonio cultural con lo económico y social.

Como síntesis, podríamos decir que un museo tradicional expone una colección, un ecomuseo un patrimonio; un museo está ubicado en un edificio, un ecomuseo en el territorio; un museo se dirige hacia un público, un ecomuseo hacia una población; un museo es visitado, un ecomuseo vivido.

3. El proyecto Ecomuseo en Sanlúcar de Barrameda

Sanlúcar, con más de 65 mil habitantes, es una de las principales ciudades de la provincia de Cádiz. Tiene interesantes atractivos tanto culturales y paisajísticos como un rico patrimonio histórico-artístico. Su enclave en la desembocadura del Guadalquivir y frente a la importante reserva natural del Parque Nacional de Doñana la sitúan en un entorno muy valorado desde el punto de vista medioambiental –naturaleza, río, parques naturales, campiña...-. Otro de sus atractivos es el amplio legado monumental que embellece sus calles y plazas. Podemos resaltar el Castillo,

levantado por el ducado de Medina Sidonia sobre cimientos de época árabe; el Palacio de Medina Sidonia, que alberga uno de los archivos más importantes de Europa, el Palacio de los Duques de Monpensier, personajes que proporcionaron el florecimiento de la ciudad en el siglo XIX, época en que se construyeron las grandes y bellas casas de veraneo de la élite social, que se sitúan hacia el margen de la playa, y se organizaron las conocidas carreras de caballos, que tienen lugar en la época estival; las iglesias, basílicas y conventos, construidas a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII, forman el conjunto monumental eclesiástico de gran riqueza arquitectónica y artística; y las bodegas, únicas por la crianza de su vino, “la manzanilla”. El desarrollo comercial en la crianza de vinos y producción de licores es una de las actividades económicas locales más importantes que permanece desde el siglo XIX.

El proyecto de creación de un Ecomuseo en Sanlúcar de Barrameda nace en el seno del plan de actuaciones dirigidas a conmemorar el V Centenario de la I Circunnavegación de Magallanes-El Cano en la ciudad de Sanlúcar de Barrameda. Nos encontramos ante un espacio privilegiado en la desembocadura del río Guadalquivir, donde comenzaba hace casi quinientos años una gesta que formaría parte de la historia del mundo y de una ciudad, Sanlúcar de Barrameda.

Su estratégico enclave, atrajo a marinos comerciantes que realizaban intercambios comerciales con los pueblos de su entorno geográfico. La expansión europea hacia tierras americanas y las rutas oceánicas, contribuyeron al intercambio entre culturas, el desarrollo del comercio y el conocimiento. Esta intensa actividad comercial entre América y el puerto de Sevilla, propiciada por los Duques de Medina Sidonia, trajo consigo el mayor desarrollo económico de la historia de la ciudad de Sanlúcar, posibilitando un nuevo futuro enriquecedor en todos los ámbitos del territorio. La ciudad se había convertido en un puerto de referencia desde que partieran las naves de Cristóbal Colón

en su tercer viaje y, posteriormente lo hiciera la Nao Victoria al mando de Fernando de Magallanes el 20 de septiembre de 1519.

Bajo este rico patrimonio cultural y natural, el proyecto “Ecomuseo de Sanlúcar de Barrameda” tiene como objetivo intentar fortalecer el legado de la comunidad local con las propias raíces, la propia historia y las propias tradiciones, objetivo implementado a través de la investigación, salvaguardia y valoración de la cultura del territorio, partiendo de las actividades que han contribuido a conformar el propio paisaje. El ecomuseo sanluqueño aspira a convertirse en un espacio de conocimiento, de integración y dinamización social; un espacio de comunicación y diálogo, donde la población se sienta parte integrante del proyecto en sí mismo y aprenda a valorar, proteger y difundir su propio Patrimonio. Con ello, además, se podrá contribuir al crecimiento económico, social y político de la ciudad.

Notas

(1) Mangas, Ramírez y Salazar (2010) Trabajo de investigación “Análisis comparativo de dos espacios expositivos: exposición temporal Cádiz y Huelva puertos fenicios del Atlántico y Jardín Botánico Dunas del Odiel” Máster Oficial en Patrimonio Histórico y Natural de la Universidad de Huelva. Definición en base a las definiciones de Estepa, Wamba y Jiménez (2005); Santacana (2007); Fontal (2008); BOJA (30 de agosto de 2007); UNESCO (1998).

Bibliografía

BELLIDO GANT, M^a Luisa (2009): “La musealización del territorio: posibilidades para la protección y aprovechamiento productivo del Patrimonio” en Castillo, Cejudo y Ortega (eds) (2009) *Patrimonio histórico y desarrollo territorial*. Universidad Internacional de Andalucía - Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (30 de agosto de 2007). N.º 171. Sevilla.

CUENCA LÓPEZ, J. M.; ESTEPA JIMÉNEZ, J. y MARTÍN CÁCERES, M. (2006) *La imagen de Andalucía transmitida por los museos andaluces (Sevilla - Cádiz - Córdoba - Huelva). Análisis conceptual y didáctico. Memoria científica final.* Centro de Estudios Andaluces, Junta de Andalucía.

CASTELLANOS, P (2006): "Los museos tradicionales, su público y el uso de las TIC: el caso del Observatorio Científico de la Ciudad Mediterránea" en *Razón y palabra*, 49.

ESTEPA, Jesús (2010) Comunicación personal. En: *Fundamentos para una didáctica del patrimonio.* Máster en patrimonio histórico y natural 2010 - 2011. Huelva: Universidad de Huelva

ESTEPA, J., WAMBA, A.M. y JIMÉNEZ, R. (2005) Fundamentos para una enseñanza y difusión del patrimonio desde una perspectiva integradora de las Ciencias Sociales y Experimentales. *Investigación en la Escuela*, 56. 19-26.

FONTAL, Olaya. (2008) La importancia de la dimensión humana en la Didáctica del Patrimonio. En S.M. Mateos Rusillo (coord.) *La comunicación global del patrimonio cultural.* Gijón, Trea.

GARCÍA CANCLINI, N. (1999): "Los usos sociales del patrimonio cultural", en AGUILAR CRIADO, E. (coord.) *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, pp. 16-33. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

GONZÁLEZ MONFORT, Neus y PAGES I BLANCH, Joan (2005). *Algunas propuestas para mejorar el uso didáctico del patrimonio cultural en el proceso de enseñanza aprendizaje de la historia.* En Journées d'études didactiques de la géographie et de l'histoire. Universitat Autònoma de Barcelona. Consultado en 29 de septiembre de 2014

<http://ecehg.inrp.fr/ECEHG/apprentissages-et-didactique/patrimoine/>

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1992). Evolución del concepto de museo. *Revista General de Información y Documentación*, 2 (1), 85-97. Madrid: Complutense. 1998. El Museo como espacio de Comunicación, Gijón, Ediciones Trea.

(2007): "La Museología ante los retos del siglo XXI" en *Revista e-rph*, 1. Consultado el 30 de septiembre de 2014

<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/institucionespatrimonio/estudios/articulo.php>

MUÑIZ JAÉN, I. (2003) "El Ecomuseo del Río Caicena en Almedinilla" en *PH, Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 42, pp. 101-103. Sevilla

(2007) "El proyecto municipal del Ecomuseo del Río Caicena (Almedinilla-Córdoba): Patrimonio y desarrollo local desde el mundo rural" en *Revista e-rph*, 1. Consultado el 25 de septiembre de 2014

<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/patrimonio/experiencias/articulo.php>

RIVIERE G.H. (1985) "Definición evolutiva del ecomuseo" en *Museum*, 148. Paris: Unesco.

RUGGIERO, E. (coord.) (2012): *Ecomuseo. Il futuro de la memoria.* Soprintendenza per i Bani Architettonici, Paesaggistici, Storici, Artistici ed Etnoantropologici per le province di Caserta e Benevento.

LÓPEZ SÁNCHEZ, J. A. (2010): "Posibilidades de desarrollo del enoturismo en la denominación de origen Jerez-Xerry-Sherry y manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y Vinagre de Jerez" en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, pp. 21-41. Madrid: Asociación de Geógrafos españoles.

SANTACANA MESTRE, Joan y SERRAT ANTOLÍ, Nuria (coord.) (2007). *Museografía didáctica.* Barcelona: Ariel.

UNESCO (1998). *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo.* Estocolmo.

Diálogos públicos: arquitectura de las relaciones de atracción y desencuentro entre el espectador y los centros y museos de Arte Contemporáneo

Laboratorio de las Artes

Juan Ramón Rodríguez-Mateo
Universidad Pablo de Olavide
Sevilla

juanr@laboratoriodelasartes.com

Iván de la Torre Amerighi
Universidad de Málaga

ivandelatorre@laboratoriodelasartes.com

Introducción

El presente artículo posibilita un espacio para la reflexión en torno a una cuestión premeditadamente desenfocada: la accesibilidad, conceptual y emocional, del público actual a los Centros y Museos de Arte Contemporáneo.

El diálogo con el público no es una cuestión tan sencilla como pudiera parecer ni las relaciones de la institución museística con el visitante pueden ser reducidas a un puñado de cifras y estadísticas más o menos supeditadas a maquillajes contables. Los datos reflejan muy escasamente una realidad que desde hace ya algunos años intentamos permanentemente ocultar: la sorda, continuada y, definitivamente, efectiva, rotura de puentes entre lo contemporáneo como construcción histórico-social y el espectador, mientras parecen reforzarse aún más las relaciones entre el

público y el espectáculo de lo contemporáneo como oferta de ocio desligada de cualquier otra responsabilidad inherente a la institución-museo. Todo ello responde a la permanente y continuada batalla entre las esferas antónimas que representan la cultura-mediación y la cultura-espectáculo. En esta lucha, sin embargo, no cabe otorgar la completa razón a Fredric Jameson porque, al cabo, la "estructura crítica" ha sido rota no tanto por aquel arrollador "capitalismo tardío" (devenido en sencilla pseudodemocratización del hecho cultural de masas) sino por la –aparente– instauración de un continuum ludens neobarroco que sí que ha colapsado el concepto "moderno" de cultura.

El artículo analiza, teóricamente, la asistencia a los Centros y Museos de arte Contemporáneo y los vincula con sus políticas de selección y administración de una oferta determinada y con su adecuación a la recepción de un público determinado y preconcebido. El análisis establecería breves reflexiones en torno a tres grandes puntos:

1. La oferta de lo contemporáneo: nuevas accesibilidades.
2. El montaje de la recepción-experiencia (El curador como "espectador de espectadores")
3. Consecuencias y peligros: del uso del espectáculo de lo contemporáneo como clave de promoción (éxito, masificación, banalidad, turismo cultural...) al espacio de reflexión e investigación especializado (desinterés, desafección, culteranismo e hipertecnificación...).

La oferta de lo contemporáneo: nuevas accesibilidades y cuentas de resultados

Hasta hace pocos años, el concepto de "accesibilidad", en el caso de los museos y centros de arte contemporáneo españoles, se entendía de la misma forma (y según los mismos parámetros) que en los otros museos de artes: la atención fundamental a aquellas cuestiones "tradicionales" referentes a lo físico-arquitectónico de los espacios, a un diseño que permitiese la libre circulación de las personas con discapacidad física. Superada aquella in-accesibilidad física, asumida y resuelta (aparentemente) desde hace no mucho más de un lustro (recordemos que la Convención sobre los Derechos de la personas con discapacidad organizada por la ONU se celebró en 2006 y que la primera Guía técnica de accesibilidad en la edificación en España se publicó en 2001) en los museos españoles, el término "accesibilidad" pasó a considerarse obsoleto si no añadía el epíteto "universal". Se asumió entonces, como inmediata asignatura pendiente, solventar las deficiencias existentes con respecto a las accesibilidades intelectual-sensitiva y socio-cultural; para ello, la asunción tanto de nuevas tecnologías de comunicación como de programas pedagógicos avanzados supuso una especie de panacea que, hemos visto, ha sido casi imposible de asumir e implementar en la mayoría de centros de arte contemporáneo, carentes, en muchos casos de recursos económicos y de, por qué no reconocerlo, voluntad para asumir determinados cambios relacionados con un público cada vez más escaso y (supuestamente) apático.

Centrados (o no demasiado) en la resolución de estas importantes cuestiones habíamos olvidamos (u obviado) que el público "ha de venir" a los museos/centros y que, aún más importante, tiene que convertirse en

espectador y partícipe de aquellos procesos culturales (expositivos o no) que se ofrecen. Porque ¿de qué sirven ascensores, rampas, cartelas correctamente situadas, realidades aumentadas, actividades pedagógicas avanzadas, etc. si lo que se muestra/expone carece de interés (muchas veces, desgraciadamente, porque realmente no lo tiene) para las personas que deberían hacer uso de todos estos recursos?

Llegados a este punto, quizá algunos museos/centros tendrían que centrarse en la resolución de cuestiones básicas, dejadas de lado permanentemente por la (aparente) dificultad que entraña enfrentarse a ellas. Estas dificultades, desde luego, son muchas pero destacamos dos, aquellas que directamente se relacionan con el tema que nos ocupa:

- el temor, de determinados directores y/o coordinadores, a "preguntar" a los espectadores qué les gustaría ver, porque ello comprometería tanto su (malentendida) "independencia" como supondría una (imperdonable) concesión al "espectáculo" (que es, al fin, lo que muchos gestores consideramos que es lo que quiere el público).

- la necesaria coordinación entre diferentes instituciones (muchas veces de diferente signo político o de contrapuesto "espíritu conceptual"), en la mayoría de los casos ignorantes, cuando no enfrentadas, a lo otro cultural que se desarrollo en sus entornos.

Habría, por tanto, que enfrentarse a esta realidad con otras herramientas de accesibilidad (desde luego no exclusivas de las instituciones dedicadas a lo contemporáneo) que permitan una vinculación efectiva entre el público y oferta cultural museística contemporánea:

-la re-definición (efectiva) y la implementación (eficiente) de unas políticas culturales, amplias y coordinadas, encaminadas a la promoción y puesta en valor de lo contemporáneo como espacio no sólo de reflexión sino también como lugar de disfrute.

- la implementación de unas programaciones expositivas consecuentes, coherentes y específicas con el entorno en el que están situadas, que faciliten y fomenten la participación de los ciudadanos y una auténtica inclusión social.

El montaje de la recepción-experiencia (El curador como “espectador de espectadores”)

Cabe entender, en el marco en el que nos encontramos situados, la exposición –ya sea ésta temporal o permanente– como marco de intercesión necesario e imprescindible entre la institución y el espectador, espacio fronterizo donde se posibilita la intercomunicación de esas dos esferas. La exposición es “un entretejido sistema de voluntades, intereses y necesidades que, bajo pautas perceptivas y cognoscitivas, nos descubren una parcela del universo. Si la obra de arte es experiencia, la exposición es experiencia orientada, dirigida a enunciar, a anunciar, a desvelar (enuncia una situación, anuncia un proceso de investigación, desvela los resultados obtenidos), de ahí su carácter de proceso inconcluso, siempre susceptible, como cualquier proyecto de tesis, a ir añadiendo nuevos descubrimientos, nuevos conocimientos, a ir acogiendo y asimilando distintas orientaciones de pensamiento; de ahí, también, su carácter de revelación...” . Esa experiencia, esas voluntades y se trasfieren bajo un programa discursivo de orden jerárquico y asertivo en el cual queda poco

espacio para el ‘diálogo’. Sin embargo, este territorio tan sensible, queda pronto desactivado de sus posibilidades, debido a una serie de debilidades insertas en la misma raíz de su concepción funcional:

- La exposición queda entendida como evento individual, no inserta en una política global que la incluya dentro de una cadena coherente y planificada de actuaciones encaminadas hacia un horizonte de resultados globales claros y definidos, delimitados a priori.

- El carácter de dicho evento o actuación expositiva queda en demasiadas ocasiones a expensas de los criterios subjetivos y particulares del profesional de turno.

- La calidad y repercusión tanto de las capacidades intrínsecas (dimensión investigadora, reflexiva o demostrativa) o extrínsecas (dimensión mediática) de la exposición quedan lastradas por condicionantes presupuestarios.

- En un porcentaje mayoritario, ni la planificación, ni el carácter, ni la calidad, ni cualquiera de las competencias que se le requieren a una herramienta imprescindible como es la exposición dentro del marco de objetivos y finalidades del museo o centro de arte (o de los intereses particulares del gestor expositivo), atiende a las demandas o requerimientos del público, cliente en potencia de sus servicios.

Es en este punto en el cual hemos alcanzado la cuestión que dota de identidad al presente encuentro, el diálogo con el público o, mejor dicho, la posibilidad o imposibilidad de comunicación entre la institución y amplias capas de la sociedad.

¿Debe coincidir la oferta del comisario-curador con las demandas de la sociedad civil que le da carta de naturaleza y dota de sentido último a la institución-museo? Y, si eso es así, ¿Cuáles son las demandas de ese ente abstracto, el público?.

Consecuencias y peligros: del uso del espectáculo de lo contemporáneo como clave de promoción (éxito, masificación, banalidad, turismo cultural...) al espacio de reflexión e investigación especializado (desinterés, desafección, culteranismo e hipertecnificación...)

No deberíamos eximir a la institución receptora de las propuestas curatoriales de sus responsabilidades con respecto a las mismas. Centros y museos de arte contemporáneo, que debieran presentarse como espacios para la problematización cultural y para la puesta en cuestión del universo cultural masivo en el que vivimos, para la incitación y el diálogo entre los distintos agentes que lo conforman, para la estructuración de laboratorios de creación y de espacios de reflexión, han quedado reducidos (o amplificados) a plataformas de espectáculo, centros de ocio o instituciones de legitimación política y comercial.

En este sentido, debemos entender la tesitura en la que se encuentra la institución y los peligros que acarrea decantarse por ciertas opciones que podrían, tal vez, decantar la situación. Resulta evidente que, bajo las directrices políticas culturales actuales, a la institución se la evalúa desde parámetros de visibilidad y resultados, en función de la estadística, ya sea ésta como índice de visitantes o como impacto mediático. Con independencia de las causas que nos han llevado hasta ésta aberrante situación, el museo se encuentra en la encrucijada entre la apertura o la

resistencia, caminos en ambos casos plagados de incertidumbres:

- Consciente la institución de su transformación en gestora de tiempo de ocio, de ocio cultural, de ocio al servicio de un demandante perteneciente a sectores turísticos específicos, puede variar su rumbo hasta rediseñar una oferta de alta (orientada a un público de cercanía) o baja rotación (orientada a un público estacional), de amplio impacto mediático, apoyado por una línea publicitaria basada en la novedad, sujeta a coyunturas exógenas, y de equilibrado balance en la inversión.

Entre los peligros estarían la dificultades para gestionar el éxito y mantener dicha gestión en el tiempo, la masificación, la canalización de la oferta, la supeditación de los fundamentos de la institución a demandas clientelares circunstanciales...

- Consciente la institución del estatuto y objeto que lo define como tal, en cuanto a sus funciones conservadoras, investigadoras y educadoras, puede optar por ocupar un nicho de mercado a través de la adopción de estrategias de especialización, ocupando una identidad propia en relación a su singularidad o excepcionalidad. Esta opción de reclusión como espacio de reflexión e investigación especializado que a su vez consagra una oferta específica que pretende atraer a un público versado pero minoritario, se instauraría en detrimento de una pautas de comunicación universal, promoviendo, tal vez, el desinterés, la desafección, el culteranismo o la hipertecnificación...

En uno y otro caso la situación actual ha venido gestándose desde mediados del siglo XX, en un proceso en evolución geométrica que se ha acentuado a partir de la década de los ochenta y se ha visto definitivamente

consolidado gracias a la burbuja económica y la posterior crisis financiera internacional durante los primeros años del siglo XXI, la fractura dentro del museo con respecto al diálogo con el visitante se ha enquistado. Cuando ya los directores, gestores y conservadores de la institución museística habían aceptado la idea de considerar al visitante como factor clave en la base de su razón de ser, el vendaval del mercado y del espectáculo ha acabado por transformar al público “en un mero consumidor, en función de una cuenta de resultados que demuestre la viabilidad financiera de la operación” . Ese consumidor pronto ha alcanzado el estatus de cliente, cliente agasajado, rodeado y asaltado por las estrategias del marketing, importando más la cantidad que la calidad de lo ofertado y lo consumido, peligrosamente cerca de transformar la oferta fundamental de la entidad –la exposición- en un reclamo, en un atrayente eslogan desprovisto de contenido o, con menos fortuna, en una superproducción dotada de un guión débil, banal y coyuntural. En ese escenario, al cliente poco le importaría ya distinguir entre lo verdaderamente original y el simulacro de la apariencia, una vez que la sagrada institución-museo ha sido ha sido transformada “en tiendas repletas de merchandising variado y jugoso” . El museo del nuevo milenio ha visto nacer un intercambio de papeles: nuevos museos y centros de arte han usurpado al circo decimonónico su faceta de dispensador de excitantes maravillas e hiperbólicos espectáculos, mientras que el circo –un neocirco aséptico, inodoro y de carácter teatral- se ha transformado en una referencia de primer orden dentro de la alta cultura.

Notas

¹ Torre Amerighi, I. de la: “El proceso curatorial como obra de arte; el comisario como artista. Aproximaciones al debate y la crítica en torno a las debilidades, problemáticas y capacidad de transformación de la acción curatorial y el proyecto expositivo en la actualidad”, en *Revista Historia Autónoma*, 4 (2014), p.162.

² Jiménez, José, “La crítica de arte, la teoría de arte y el museo”, en *Inventario. Revista para el arte*, 8 (2002), p. 72.

³ Díaz Balerdi, Ignacio y Unzu Iraola, Arantza, “La mirada que construye. Competencias y extravíos”, en Lorente, Jesús Pedro (dir.) y Almazán, David (ed.), *Museología crítica y Arte contemporáneo*, Zaragoza, Prensas Universitarias, 2003, p. 197.

⁴ Perán, Martí, “Mira cómo se mueven. 4 reflexiones sobre movilidad”, en VV.AA., *Mira cómo se mueven. See How They Move*, Madrid, Fundación Telefónica, 2005, p. 14.

Accesibilidad online en los museos de la Red de Museos de Andalucía

Carmen Serrano Moral
Facultad de Ciencias de la
Educación Universidad de Málaga
carmen_serrano_moral@yahoo.es

Introducción

Internet ha revolucionado la manera en que nos relacionamos y trabajamos, nuestra forma de ocio e incluso la forma de trabajar (Fontal, 2003). Se ha instalado completamente en el día a día de la sociedad. Actualmente, la presencia de internet ha llegado a ser prácticamente invisible. Este es según algunos investigadores el grado máximo de la asimilación de las nuevas tecnologías, cuando su uso forma parte de la cotidianidad, no constituye una novedad continua (véase Cobo y Moravec, 2011).

Estas nuevas fórmulas también las podemos encontrar en los museos. Quienes han superado las fronteras físicas de sus salas y ahora la nueva Red se convierte en una oportunidad para desarrollar y extender no sólo su discurso museográfico, sino toda su política de difusión y comunicación con los visitantes.

La accesibilidad del museo a través de la web es uno de los aspectos que más se deberían cuidar en estas instituciones ya que son el reflejo para un público potencial muy alto del trabajo que se hace en el museo.

Antes de empezar

La forma en que el museo se presenta y posiciona en la web es sumamente importante, según Nuria Serrat (2001) la verdadera esencia del “*museo virtual sería el acceso a la información sobre el museo y la colección, la agenda de actividades y los materiales y recursos para el profesorado y recursos para el alumnado*”. Aunque esta presencia, como recogen Ibañez, Correa y Jiménez, (2003) quede muy lejos de la realidad.

Nancy Proctor del Smithsonian Institution (Ibañez, 2011) afirma que estamos en la Era “*www*” de *whatever, whenever* y *wherever* que significa cualquiera, cuando quiera y donde quiera. Esto es lo que aportan las webs de los museos y que ella llama *webs 2.0 lives*. Los recursos como las apps o las aplicaciones webs están ofreciendo nuevos caminos en la manera de introducir las tecnologías en los museos.

Proctor establece que para que tengan éxito las *webs 2.0 lives* deben dar respuesta a seis cuestiones que son: *Who is your target audience - really? What do they want to know? Where do you want to take them? Soundtracks, soundbites, both or more, How will you tell the story? What platform (s)?* (Ibañez, 2011).

El análisis que en su momento presentaron Ibañez, Correa y Jiménez (2003) ha quedado superado por las características de las webs que se manejaban. Resulta interesante conocer cómo se clasificaban estas webs hace tan sólo diez años para entender el ritmo al que evolucionan las tecnologías y la importancia que tiene no perder el paso en este desarrollo. Estos profesores diferencian entre “web de museos”, las cuales tienen un carácter únicamente informativo y “los

museos en web” que aspiran a la interactividad plena con los visitantes-usuarios. Estos dos grupos se dividían a su vez en cinco niveles, el nivel “presencia” y “publicidad-información” para las webs de museos, y el “catálogo en red”, el “interactivo incipiente” y el “interactivo avanzado” para los museos en webs. En estas páginas podemos encontrar desde los simples horarios (nivel 1) hasta una visita virtual o mapas de navegación (nivel 5).

Esta clasificación parte del análisis de la web 1.0, sin embargo esta ya ha sido superada y clasifica como elementos pertenecientes al nivel máximo de interactividad con el usuario aspectos que están muy superados. Esta web evolucionó hacia la 2.0, basada en la bidireccionalidad, si en la anterior sólo escribía la institución y los usuarios leían, nueva web 2.0 ambos participantes escriben y leen al mismo tiempo. La web 3.0 ya está siendo aplicada y desarrollada en otros campos con conexiones semánticas entre los diferentes conceptos y etiquetas de contenidos. El trabajo de pasar de una web 2.0 a una 3.0 requiere de una gran labor para la que en muchas ocasiones se está pidiendo la colaboración ciudadana (trabajo colaborativo, en la línea de las wikis). Finalmente, los más aventajados presentan la web 4.0 como la gran diferencia en el tratamiento y búsqueda de la información que se encuentra en la Red. Ésta ha crecido de forma exponencial y puede parecer que hasta descontrolada, es por ello que los esfuerzos más recientes se centran en el tratamiento lógico y razonable de la información y de las conexiones existentes entre los diferentes elementos.

Por lo tanto, un primer paso sería identificar ante qué tipo de web estamos (1.0-4.0) y una vez situados analizar hasta qué punto se están optimizando las posibilidades

comunicativas y educativas (accesibilidad cognitiva) de esta web del museo.

Metodología utilizada en la investigación

En el estudio de las páginas webs de los Museos que se han seleccionado, como se ha indicado anteriormente, se han elegido los componentes del Portal de Museos de Andalucía

(<http://www.museosdeandalucia.es/culturaydeporte/museos/>). Con esto se querían conseguir una serie de objetivos:

- Conocer la situación web de los museos que forman parte del Portal de Museos de Andalucía, si poseen página propia o si por el contrario están anidadas en la web del Portal.
- Analizar los contenidos de las páginas: esquema interno, servicios que ofrecen, variedad de presentación, etc.
- Estudiar la accesibilidad virtual de los museos en la red.
- Estudiar y analizar las páginas de los museos que poseen páginas webs propias.

Para poder alcanzar estos objetivos, se ha elaborado un cuestionario en el que aplicándolo de forma individualizada a cada uno de los museos se han podido extraer una serie de datos que se presentan más adelante.

El cuestionario se ha estructurado siguiendo el esquema interno que imponía la propia página del Portal del Museos de Andalucía (<http://www.museosdeandalucia.es/culturaydeporte/museos/>).

Los resultados

En primer lugar se ha de destacar que los veintisiete museos que conforman el Portal de Museos de Andalucía, dos de ellos se encuentran actualmente cerrados (Museo Arqueológico de Granada y Museo de Málaga) por lo que no participarán en el estudio. Del resto, sólo el 16 % del total de las web analizadas se corresponden con una web propia del museo con un diseño y gestión propia. Éstas corresponden al Centro Andaluz de Fotografía, al Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife, al Museo Picasso Málaga y al Centro Andaluz de Arte Contemporáneo. Todas las demás, el 84% restante, corresponden a web anidadas en el Portal de Museos de Andalucía.

Museos con páginas anidadas en otra web

Como se ha indicado anteriormente, en la propia definición del cuestionario se partía de la estructura interna de las páginas anidadas. La información y la forma de presentación de las mismas aportan una idea del reflejo de estas instituciones en la web.

“Información general”. Compone uno de los apartados más trabajados por los responsables de las webs de los museos. En ella se encuentra información general del museo (dirección, teléfono, correo electrónico, director o directora del museo y precio de la entrada). De forma no tan generalizada, hay museos que ofrecen información sobre la visita de los grupos y el tiempo meteorológico (enlace a la página de la Agencia Estatal de Meteorología www.aemet.es). Más excepcional resulta encontrar registro de documentos, fax, sugerencias reclamaciones, la dirección de todo el equipo del museo, solicitud de

actividades y acceso al servicio de investigación.

En este apartado, desde el punto de vista de la accesibilidad virtual al museo lo más interesante son los museos que ofrecen la posibilidad de descarga del folleto para la visita. También constituye un aspecto importante el análisis de los idiomas disponibles de estos folletos. El 47´61 % de la totalidad de los museos estudiados (en adelante t.m.a.) dispone en su página de la opción para descargar los folletos, la distribución de los idiomas de éstos es la siguiente: 10 español, 6 inglés y francés, 3 alemán, italiano y árabe y 2 japonés.

El acceso al museo, tiene un apartado propio dentro de la “Información General”. Este puede ser en transporte público (95% t.m.a.), transporte privado (100% t.m.a.) e incluso a pie (4´7 % t.m.a.). Sólo un 9´5 % t.m.a., hace referencia en su página a la accesibilidad física al museo y en el acondicionamiento específico de las instalaciones para las personas con alguna discapacidad.

Por otra parte, también resulta sumamente interesante al hablar de la accesibilidad virtual al museo analizar los servicios e instalaciones que presenta el mismo. Primeramente destacar que todo lo encontrado en las web analizadas hace referencia al espacio físico, información de los servicios e instalaciones físicas del museo. En este caso el 85´71 % t.m.a. cuentan con una Biblioteca propia especializada, el 42´85% t.m.a. poseen en sus instalaciones un archivo, un 4´76 % t.m.a. una hemeroteca, espacios didácticos, café restaurante, visitas guiadas, museo (pertenece a un conjunto arquitectónico) y en el mismo porcentaje se habla de la accesibilidad al espacio del museo. Otros

porcentajes mayores presentan los talleres de restauración, investigación y conservación (28´57% t.m.a.), la tienda (23´08 % t.m.a.), gabinete didáctico y centro de recepción (19´04 % t.m.a. en ambos casos), sala de conferencias, salón de actos y normas de funcionamiento (14´28% t.m.a. en los tres) y finalmente, sala de exposiciones temporales y acceso (9,52% t.m.a.).

Uno de los aspectos más importantes a analizar en este estudio ha sido la presencia o no del museo en las Redes Sociales. El potencial comunicativo y bidireccional de estos medios característicos del momento actual es incuestionable. La realidad es que un 71´42% t.m.a. tienen presencia en las Redes Sociales, de estos el 100% están utilizando Facebook, un 6´66 % de éstos los combinan con otra red (Twitter) y el 13% usan las Redes Sociales en un espectro mayor (Facebook, Twitter, Pinterest, Flickr y YouTube).

El link dedicado a la difusión también compone uno de los elementos más importantes en este estudio de accesibilidad. Dividido en cinco ejes: exposiciones, actividades, publicaciones, prensa y programas educativos. Los resultados han sido:

Exposiciones. Uno de los recursos más importantes con que cuentan los museos no sólo para atraer a nuevos públicos sino también para fidelizar al existente. Una buena política de exposiciones temporales garantiza que el museo esté vivo. De los 21 museos analizados, el 47´61 % de ellos anuncian en su web las exposiciones temporales que se están desarrollando en el museo. Y de éste porcentaje solo el 20% presentan las exposiciones actuales y un histórico de las realizadas. El número de museos que no utiliza este espacio para

difusión de sus exposiciones es de más del 53% t.m.a.

Actividades. Ocurre algo parecido al eje anterior, considerándolo fundamental en el funcionamiento de los museos, la proporción de éstos que no utilizan este apartado es alta, llegando al 42´85 % t.m.a. En cuanto al contenido de las actividades anunciadas las más repetidas son las visitas guiadas y los talleres para escolares, las conferencias y los seminarios para el resto de visitantes que no tienen edad escolar.

Publicaciones. Un 71´42% t.m.a. tienen publicaciones propias anunciadas en la web. Esto refleja el interés de estos museos por divulgar sus colecciones y actividades en estos documentos

Prensa. Se presenta como uno de los menos utilizados en las páginas webs de los museos. Sólo el 47´61 % t.m.a. presentan un link de prensa, de éstos el 40% no aportan ninguna información (está vacío). Del 60% que sí presentan contenidos, la actualidad de éstos también llama la atención (2008, 2009, 2010, 2011 y el más reciente 2013 del Museo de Bellas Artes de Sevilla).

Programas educativos. Como en su momento dijo el profesor Huerta los escolares son e público por excelencia de los museos y este concepto es el que queda patente en la gestión que se hace de los programas educativos anunciados en las webs. El 72´41 % t.m.a. ofrecen el link a programas educativos en el índice general del inicio. De éstos el 40% directamente enlaza con el formulario de reservas para grupos escolares, sin aportar ninguna información sobre las posibilidades de visita, diferentes programas o talleres para escolares o para no escolares. Casi la

totalidad de los programas educativos están destinados a público escolar. Los programas educativos ideados para adultos son los mismos que las actividades que se han presentado anteriormente.

Relacionados con los programas educativos, se presentan los materiales didácticos que el museo pone a disposición de los usuarios en la web. De esto llama la atención que sólo el 33´33 % t.m.a. utilice la web para colgar materiales didácticos y que el 100% de éstos sean documentos .PDF descargables pero nada interactivos.

Finalmente, destacar que prácticamente la totalidad de los museos analizados ofrecen enlaces a otros museos de interés, que el 57´14% t.m.a. tiene el programa de Amigos del Museo anunciado en la web, incluso el Museo de la Casa de los Tiros de Granada enlaza a la página web propia de la asociación, lo cual resulta muy interesante para lo que se está presentando de la accesibilidad web. Y las novedades son en todos los casos exactamente igual que la pantalla de inicio.

Los museos con páginas webs propias

Como se había comentado anteriormente los museos que pertenecen al Portal de Museos de Andalucía y que disponen de una web propia son el Centro Andaluz de Fotografía, el Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife, el Museo Picasso Málaga y el Centro Andaluz de de Arte Contemporáneo. (En la imagen se presentan capturas de estas páginas:

<http://www.centroandaluzdelafotografia.es/>,
<http://www.alhambra-patronato.es/index.php/Museo-de-la-Alhambra/68/0/>,
<http://museopicassomalaga.org/> y

<http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/caac/>)



Como se puede observar, simplemente con un vistazo rápido la imagen del museo que se transmite es completamente diferente a las anteriores analizadas. Al tener una web propia, no sólo se está aprovechando el espacio virtual para prolongar la imagen corporativa del museo (como ocurre en la página del Museo Picasso Málaga, por ejemplo, con el color rojo), sino que toda la política comunicativa y educativa del museo puede quedar también plasmada. Siendo, como se postulaba al principio la prolongación del espacio físico a la vez que ofrece la oportunidad de llevar a mucho más público.

Debido a la limitación del espacio no se puede desarrollar un análisis en profundidad de estas páginas. Se destacarán los aspectos que desde el punto de vista de la accesibilidad resultan más interesantes. Para empezar destacar que dos de las cuatro páginas (Centro Andaluz de la Fotografía y Conjunto de la Alhambra Generalife) cuentan con el certificado doble A (AA) que otorga la World Wide Web Consortium (W3C), basado en el análisis del acceso universal a la web.

De las cuatro la página más completa es la del Conjunto de la Alhambra Generalife, en

cuanto a accesibilidad cognitiva a la web y al museo. Es la que presenta un apartado mayor de difusión-educación con una gran cantidad de recursos online, incluyendo juegos, no necesariamente destinados a niños (aspecto muy destacable).

Conclusión

Los resultados extraídos en este estudio reflejan solamente el estado de los museos con respecto a su presentación web. Estos sitios virtuales aunque con respecto a lo que se podía encontrar hace unos años ha evolucionado correctamente no lo han hecho al ritmo que la sociedad y su manejo de las nuevas tecnologías lo requieren. La Sociedad actual, que se basa en la comunicación y la información (llamada por algunos como Sociedad 3.0) no encuentra en estas páginas unidireccionales y estáticas ningún aliciente que les haga visitar no sólo el espacio web, sino también el físico. La renovación de las webs es una necesidad si se quiere que la ciudadanía vuelva al museo y a sentir como propio el patrimonio que en él se custodia.

Bibliografía

Cobo, C. y Moravec, J. W. (2011): Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Colección Transmedia XXI. Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona. Barcelona.

Fontal, O. (2003): La enseñanza-aprendizaje del Patrimonio Cultural en Internet, en Cuenca, J.M. (coord.), Simposio de Didáctica de las Ciencias Sociales, pp. 369-376.

Huerta, R. (2009). Maestras y museos. Matrimonio de conveniencia. Revista

Educación y Pedagogía 21, 55, 89-103. Medellín: Universidad de Antioquia.

Ibáñez, A. (ed.) (2011): Museos, Redes Sociales y Tecnología 2.0. Zarautz: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

-, (et al) (2003): Museos e Internet en el País Vasco ¿Contextos de aprendizaje? En Ballesteros, E., Fernández, C., Molina, J.A. y Moreno, P. (Coords.) El patrimonio y la didáctica de las Ciencias Sociales. Actas del Simposio de la APUDCS, Cuenca, 2003.

Puentes para el encuentro de nuevos públicos en el museo de arte contemporáneo de la Raya Hispooportuguesa. Bajadoz y Elvas

Francisco Tomás Cerezo
MEIAC-Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz.
tomas.cerezo@gobex.es

La cooperación transfronteriza entre España y Portugal tratando de hallar soluciones comunes en los sectores social, cultural y económico ha sido una constante incluso desde antes de su entrada en la Comunidad Económica Europea en el año 1986. Desde ese momento, la integración simultánea de ambos países en el espacio europeo supuso la apertura de un campo de oportunidades en el ámbito de la cooperación, pasando a un periodo en el que se ha constatado un incremento en la colaboración entre los dos países. Todo ello entendiendo que el intercambio de experiencias, además de ser enriquecedor, supone un evidente beneficio social y económico para ambas partes, considerando como una ventaja la circunstancia de ser territorios contiguos con problemas comunes. Además de las conocidas iniciativas en clave de colaboración transfronteriza emprendidas por la Unión Europea, a nivel regional el Gobierno de Extremadura desde su creación ha apostado por el fortalecimiento de las relaciones con Portugal. El Artículo 6.2.h del Estatuto de Autonomía de Extremadura señala entre los objetivos que deben presidir

la actuación de los poderes públicos extremeños el de << impulsar el estrechamiento de los vínculos humanos, culturales y económicos con la nación vecina de Portugal>>. Esta línea de política regional, junto a otras muchas iniciativas, culminó en 2009 con la creación de la eurrorregión EUROACE, integrada por las regiones de Alentejo y Centro (Portugal) y la Comunidad Autónoma de Extremadura (España), poniendo de manifiesto la voluntad de las tres regiones de reforzar y dar un nuevo impulso a sus relaciones de cooperación. A nivel local, las ciudades de Badajoz (Extremadura) y Elvas (Alentejo) han mantenido históricamente un contacto continuo como puertas de entrada a España y Portugal. En septiembre de 2013 se firmó un protocolo general entre el Ayuntamiento de Badajoz y la Câmara Municipal de Elvas con el que se creaba la Eurociudad Badajoz-Elvas, consumándose una antigua aspiración de los gobiernos municipales por abrir una vía en el desarrollo de un futuro en común para las dos ciudades.



Figura 1. Montaje de Sincronías en el MEIAC (foto autor)

En esta declarada voluntad de Extremadura por establecer escenarios de trabajo transnacionales con aquellos países con los que por razones históricas ha mantenido

vínculos (además de con Portugal) , es donde hay que ubicar, a finales de los años 80 del siglo XX, la idea de crear un museo en la región dedicado de forma exclusiva al arte contemporáneo, y con el que cubrir un vacío que tan sólo ocupaba de forma excepcional el Museo Vostell-Malpartida, hasta entonces único representante de la contemporaneidad en la región desde 1976 . La asunción de la gestión de las políticas culturales por las Autonomías (entre 1979 y 1983) desató un interés generalizado por crear nuevos museos, con especial inclinación hacia aquellos de arte contemporáneo (con escasos ejemplos en la España del momento), convertidos ahora en uno de los símbolos oficiales de la recién estrenada Democracia. Aparecen en el panorama museístico del país el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (1988), el Centre D'Art Santa Mónica (1988) o el Instituto Valenciano de Arte Moderno(1989) , y ya en la década de los 90 el Centro Galego de Arte Contemporáneo (1993), el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (1995), el Museo Guggenheim de Bilbao (1997) o el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (1998) ,entre otros, como apuesta de las Comunidades Autónomas por una descentralización de la actividad artística.



Figura 2. Montaje de Sincronías en el MEIAC. Rui Sanches monta la obra Sagrada Família nos degraus (foto autor)

En Extremadura, ya desde antes de los años 90, la entonces Dirección General de Patrimonio Cultural manifestaba un gran interés por crear en la región un centro que le permitiera participar con el resto de comunidades en la normal actividad artística del país , aspiración que culminó con el encargo al arquitecto José Antonio Galea de un ambicioso proyecto para reconvertir el espacio de la antigua Prisión Preventiva y Correccional de Badajoz (edificio de 1958 inspirado en el modelo del panóptico de Bentham) en un centro para el arte contemporáneo. Entre 1994 y 1995 una Comisión Asesora constituida ex profeso concretó las líneas programáticas del nuevo centro, apostando por un carácter diferenciador derivado de las singularidades que tanto regionales como locales dentro del panorama español podían singularizar al nuevo museo. La denominación de Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo particularizaba y definía un proyecto transnacional y de intercambio que tenía presente la historia de la región, concentrando su actividad en torno a tres ámbitos: el de la creación relacionada con Extremadura, el basado en lazos históricos con Portugal y el derivado de la relación histórica de la región con Iberoamérica . En palabras de su director, la creación del museo extremeño se dirigía hacia la “(...) recuperación inmediata de un patrimonio disperso, a la creación de un ámbito transfronterizo de relaciones culturales y al relanzamiento desde Extremadura de los vínculos que por razones históricas siempre nos unieron con América Latina” . Respecto al trabajo desarrollado por el MEIAC en relación a Portugal, el interés hacia la creación contemporánea en el país vecino ha sido una constante en sus programas. Es en la actualidad el centro español con el mayor número de obras de artistas portugueses, contando con un buen número

de piezas ya en su colección fundacional. En 1996 el proyecto Além da Água: Copiacabana inauguraba un intenso listado de propuestas expositivas en clave de diálogo recíproco con el país vecino, señalándose títulos como Surrealismo en Portugal. 1934-1952 (2001), Argumentos de Futuro: Arte Portugués contemporáneo. Colección MEIAC (2002), o más recientemente Suroeste. Relaciones literarias y artísticas entre Portugal y España. 1890-1935 (2010).

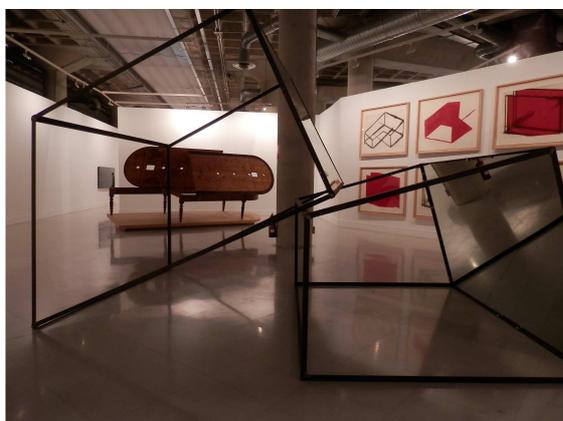


Figura 3. Obras de J. Pedro Croft en Sincronías, MEIAC (foto autor)

En la línea de ejercer como plataforma solvente para artistas emergentes, el MEIAC ha tenido en cuenta el trabajo de artistas portugueses, colaborando con la producción de proyectos expositivos de artistas como João Tabarra, Marta de Menezes o Joana Pimentel. El museo se ha presentado además como escenario idóneo para el estudio y difusión expositiva para aquellos otros artistas lusos ya consagrados y de reconocida trayectoria dentro del mundo del arte contemporáneo a nivel internacional: Leonel Moura, Pedro Proença, Helena Almeida, Pedro Calapez, João Jacinto o Julião Sarmento, entre otros. Múltiples y variadas han sido también las acciones de colaboración con instituciones portuguesas en el campo de la cultura a través de labores

de estudio, trabajo e intercambio de experiencias, como el Centro Cultural de Belém (Lisboa), MNAC-Museo do Chiado (Lisboa), Fundação Serralves (Porto), Caixa Geral de Depósitos, Fundação Dom Luís I (Cascais), Centro de Artes de Sines, o el Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE). Es con esta última institución con la que el MEIAC ha establecido recientemente un novedoso marco de trabajo entre museos a nivel transfronterizo España-Portugal, primera iniciativa de este tipo en la zona rayana de Extremadura y Alentejo.

El Museu de Arte Contemporânea de Elvas-MACE se localiza en el antiguo Hospital e Mesa da Misericórdia, edificio barroco del siglo XVIII adquirido en 2002 por la Câmara Municipal de Elvas para destinarlo a fines culturales. En 2007 el Museu de Arte Contemporânea fue inaugurado tras una meritoria rehabilitación en la que se adaptaron sus espacios para una nueva función museológica. Desde entonces acoge en régimen de depósito más de 400 piezas pertenecientes a la Colección António Cachola, centrada exclusivamente en arte contemporáneo portugués. Iniciada en los años 90 del siglo XX, esta colección privada toma como punto de partida cronológico los años 80, sin límites disciplinares, temáticos o estéticos. En 1999, ocho años antes de la apertura del museo, la Colección António Cachola fue presentada por primera vez al público en la exposición António Cachola. Arte Portugués de los años 80 y 90, dándose la circunstancia de que no fue en Portugal esta presentación en sociedad, sino en España, en la sede del MEIAC. Este hecho era la expresión del interés del museo por una singular y creciente colección que se gestaba en el territorio vecino del Alentejo (Portugal), alejado tradicionalmente, al igual que Extremadura, de los circuitos artísticos contemporáneos. La relación entre el MEIAC y el propio coleccionista António Cachola se

haría extensiva al MACE una vez que todo este patrimonio privado fue depositado en el museo elvense como resultado de la voluntad expresa de su propietario de darlo a conocer públicamente en una institución museológica. Por su parte, el MACE, como institución, está gestionado por el Municipio de Elvas, teniendo como planteamiento <<elevar la oferta cultural de la ciudad, ubicarla en el eje de afirmación de las manifestaciones más dinámicas de la actualidad, estableciendo el diálogo regional y transfronterizo, nacional internacional, que el arte y la cultura de hoy exigen>> .



Figura 4 .MACE de Elvas (foto Manuel Ponce)

Recientemente MEIAC y MACE, comprendiendo la necesidad de aunar esfuerzos comunes en un tiempo de crisis global al que los museos no han sido ajenos, plantearon el diseño de un espacio de trabajo en común en el empeño por convertir las actuales circunstancias desfavorables en un momento de oportunidades sin precedentes. Dentro de sus diferencias específicas, ambos museos comparten una serie de características que favorecen un trabajo compartido en una misma dirección: una ubicación geográfica estratégica en el eje Lisboa-Madrid-Barcelona, como centro del Suroeste Ibérico; una marcada vocación por un diálogo tanto regional como transfronterizo, nacional e internacional; una gestión pública (Gobierno de Extremadura

para el MEIAC y Câmara Municipal de Elvas para el MACE) que ha conseguido ubicar dentro del mapa del arte contemporáneo internacional una zona geográfica tradicionalmente alejada de los circuitos culturales; la rehabilitación de edificios históricos y su reconversión en espacios para la cultura y el diálogo; y el hecho de ser centros físicos de trabajo crítico sobre la producción artística contemporánea en sus múltiples manifestaciones. El empeño de los dos museos por trasladar un plan de trabajo en común con el respaldo de sus administraciones gestoras como garantía para la permanencia del compromiso, llevó en junio de 2013 a la firma del Protocolo General entre la Consejería de Educación y Cultura del Gobierno de Extremadura y la Câmara Municipal de Elvas mediante el cual se crea un marco de colaboración e intercambio entre el Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz y el Museu de Arte Contemporânea de Elvas, primera iniciativa de estas características entre museos en la raya de Extremadura y el Alentejo. Este Protocolo es resultado del trabajo que el MEIAC lleva desarrollando en torno a la producción artística contemporánea en Portugal, unido al interés del MACE por establecer un diálogo transfronterizo como una de sus principales líneas programáticas. En él se reflejan puntos novedosos no contemplados en el tipo de acuerdos que frecuentemente se establecen entre museos para desarrollar acciones conjuntas a nivel transfronterizo. En primera instancia se manifiesta la intención de crear un espacio inmaterial de reflexión, estudio, trabajo e intercambio de experiencias entre MEIAC y MACE, buscando la optimización, de forma conjunta y bilateral, de la labor de ambas instituciones en pro de un beneficio recíproco y solidario más allá de sus propios límites como instituciones museísticas. Busca también

constituir, tomando como punto de partida el espacio físico de sus sedes, un espacio común que ejerza de puente entre la oferta de actividades de ambos museos y en el que desarrollar toda una serie de acciones de intercambio y enriquecimiento cultural entre España y Portugal. Además, se acuerda consolidar un marco de trabajo para el desarrollo de programas conjuntos que aprovechen las oportunidades de financiación ofrecidas por la Unión Europea. Con todo ello se superan las habituales acciones limitadas al desarrollo de actividades expositivas conjuntas que, aunque contempladas como fundamentales, constituyen un primer estadio más inmediato y no el fin último de este plan de trabajo compartido propuesto por el MEIAC y el MACE. Así, en el documento se considera el establecimiento de un mejor conocimiento de las colecciones de los dos museos mediante acciones recíprocas de estudio, investigación e intercambios de piezas entre sedes, primera fase con la que dar a conocer cada museo en la otra sede a través de proyectos expositivos en la búsqueda de nuevas audiencias. Sincronías. Arte portugués en la colección de António Cachola, ha sido la primera exposición que entre los meses de junio y septiembre de 2013 llevó al MEIAC una cuidada selección de piezas del coleccionista portugués, diferentes a las expuestas en 1999. Comisariada por Isabel Pinto y Patrícia Machado, responsables de la programación y museología del MACE, Sincronías mostró obras que llegaban ahora procedentes de una institución en la que se les presta consideración de piezas de museo, con las consustanciales acciones de inventario, estudio, investigación, catalogación, conservación y difusión que todo museo presta a sus colecciones. La exposición dio visibilidad en un centro español a casi un centenar de piezas mediante las que

comprender el desarrollo y evolución experimentado por el arte portugués desde los años noventa del siglo XX (con nombres de artistas consagrados como Pedro Cabrita Reis, Pedro Calapez o Julião Sarmento) hasta las últimas generaciones de creadores (como Joana Vasconcelos, João Leonardo o Ricardo Jacinto).

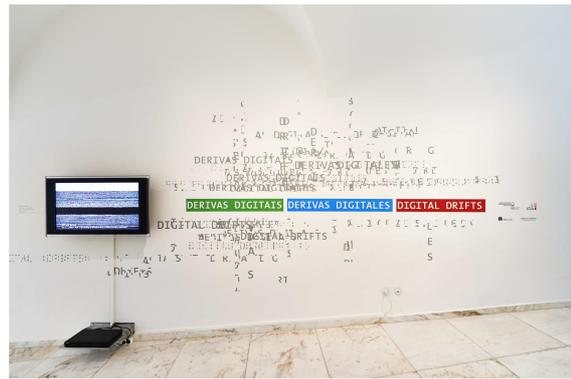


Figura 5. Presentación Digital Drifts en el MACE (foto Manuel Ponce)

Digital Drifts-Derivas Digitais fue el título de la propuesta con la que el MEIAC dio la réplica durante la primavera de 2014, llevando al MACE una parte de su importante colección de arte digital junto a otras piezas que completaron esta apuesta por el mundo de lo virtual y sus manifestaciones artísticas. Con este proyecto se expusieron obras exclusivamente en soporte digital, en un juego que apuntaba, ya desde su título, a la generación de significados a partir de conceptos vinculados. Comisariada por el director del MEIAC, Antonio Franco, y con el asesoramiento del artista visual Gustavo Romano, Digital Drifts presentó en el MACE un formato expositivo diametralmente opuesto a los que habitualmente acogen en sus salas, ajenos al concepto de lo virtual. Museográficamente, el diseño de la propuesta estuvo marcado por una serie de condicionantes que determinaron el resultado final. El espacio destinado en el MACE a exposiciones temporales lo forman

tres salas contiguas de planta rectangular con cubiertas de bóveda de crucería, circunstancia que limitaba las opciones de recorrido y presentación de las obras. Por otra parte, por su naturaleza digital las obras expuestas demandaban una serie de soportes de tipo tecnológico nada flexibles que había que encajar en el espacio de un edificio histórico con pocas posibilidades de articulación. A todo ello hubo que añadir la decisión de optimizar al máximo los recursos disponibles con una reducción en los gastos del montaje sin perjuicio para el discurso expositivo propuesto, siguiendo lo definido en el Protocolo de Colaboración. Estas circunstancias particulares (obra en formato digital, espacio condicionante y reducción presupuestaria) plantearon una serie de retos a los que se dieron respuestas con resultados sumamente efectivos. La tipología de las salas del MACE definió la segmentación del contenido de Digital Drifts en ocho pequeños bloques diferenciados. En el primero de ellos un monitor de plasma introducía a los visitantes en un agitado recorrido por la historia del net.art con una remezcla de sitios web (algunos ya desaparecidos) de sus más destacados creadores, recopilados por el netartista uruguayo Brian Mackern en su trabajo La Máquina Podrida. En el siguiente bloque, pantallas de pequeño formato exhibían una selección de piezas alojadas en el archivo en línea de arte digital NET.escopio; continuando con un tercer bloque donde otra serie de pequeñas pantallas explicaban mediante grabaciones los “hitos del desarrollo tecnológico” de artistas vinculados al amanecer del arte digital en los años 50 del siglo XX hasta la aparición de la 'www'. La pieza U-session, videoinstalación de Eugeni Bonet cedida por su autor para la exposición, ocupaba el cuarto bloque, homenaje de gran impacto visual a Alan Turing, padre de la computación. El bloque

cinco dejaba ver la parte más “física” de la creación digital, con tres importantes piezas, el Applet -programa escrito en lenguaje Java- Every Icon, de John F.Simon, y Perpetual Self Dis/InfectedMachine+Biennale.py, ordenador intervenido y virus informático trabajos de los 0100101110101101.org. El Bloque 6 diseccionaba en tres pantallas las obras en formato digital creadas por Brian Mackern recogidas en su Máquina Podrida, pasando en el Bloque 7 a una diferente visión del netart con la que explorar la relación de la narrativa, la geografía, la genética o la poética con la database, con piezas de autores iberoamericanos como Santiago Ortiz, Eduardo Navas o Belén Gache.



Figura 6. Montaje de Digital Drifts en el MACE (foto Gustavo Romano)

El último bloque de la exposición lo ocupaba la videoinstalación de Charles Sandison Images&Letters, proyecciones superpuestas de datos informáticos que forman imágenes aleatorias de diferentes personajes, dando al final de la muestra una visión más poética del universo del arte digital. Desde los primeros trabajos preparatorios de la exposición se comprendió la necesidad de apoyar visualmente las piezas con un cuidado y estudiado diseño gráfico en vinilo, recreando una de las tipografías típicas del medio informático. Se daba así una solución visual simple, barata y de gran resultado estético a un formato expositivo que de otra

forma no hubiera pasado de una monótona sucesión de pantallas. Para las cartelas que identificaban las piezas se utilizó este mismo medio, suministrando un mayor nivel de información al público con una extensa hoja de sala con la que se evitaba saturar el reducido espacio de las paredes de las salas con textos de difícil lectura.



Foto 7. Digital Drifts en el MACE (foto Manuel Ponce)

Digital Drifts, clausurada en el pasado mes de mayo, cerró este primer bloque de iniciativas en el que los dos museos dieron a conocer parte de sus colecciones en sedes distintas a las suyas dando los primeros pasos en la creación de un espacio común de trabajo transfronterizo. Tras estas primeras experiencias surgidas al amparo del Protocolo de Colaboración, MEIAC y MACE continúan trabajando en el desarrollo de una serie de acciones que van más allá del simple hecho expositivo y con los que dar cumplimiento a los fines expresados en el mismo.

De esta experiencia conjunta pueden extraerse las siguientes conclusiones:

- La creación de marcos de trabajo en común entre museos de España y Portugal es una práctica que ya ha sido probada con anterioridad, siendo la suscripción del Protocolo de

colaboración entre MEIAC y MACE la primera de este tipo de experiencias entre museos de la zona rayana de Extremadura y Alentejo.



Foto 8. Digital Drifts, Hitos del desarrollo tecnológico MACE (foto Manuel Ponce)

- Este Protocolo de Colaboración MEIAC-MACE supone sin embargo un paso más en el ámbito de la colaboración transfronteriza entre museos: se superan las tradicionales limitaciones por actividades o por períodos (intercambios de piezas y/o exposiciones temporales) acordadas habitualmente entre museos. El Protocolo abre nuevas posibilidades para la cooperación fundamentadas en la creación de un espacio común a modo de puente entre museos en el que desarrollar toda una serie de acciones de intercambio y enriquecimiento cultural entre España y Portugal.
- El acuerdo entre MEIAC y MACE para la creación de este espacio inmaterial de reflexión, estudio e intercambio bajo la forma de un compromiso oficial de sus administraciones responsables, establece un modelo de cooperación desde el que es posible ensayar experiencias de trabajo que ofrezcan soluciones a los retos que se le plantean a los museos en un siglo XXI marcado por el fenómeno de la globalización.

- Consecuencia inmediata de la práctica de este modelo colaborativo entre museos a nivel transfronterizo es la visibilidad que éstos adquieren en entornos que le son ajenos, con el consecuente encuentro de nuevos públicos.
- Se hace cada vez más necesario considerar el potencial real de las nuevas tecnologías a la hora de dar a conocer los museos y su trabajo en territorios/entornos fuera de su ámbito de acción. Las nuevas tecnologías, utilizadas convenientemente, son eficaces herramientas de captación de nuevos públicos para los museos del siglo XXI.
- Es una necesidad para los museos buscar la optimización de todos los recursos a su alcance a la hora de desarrollar su trabajo, procurando una mayor rentabilidad tanto desde el punto de vista económico como cultural. En este sentido es imprescindible implementar el uso de las nuevas tecnologías, entendidas como herramientas imprescindibles, eficaces y eficientes a la hora de conseguir esta necesaria rentabilidad de los museos para su futuro desarrollo como parte fundamental de la sociedad global del siglo XXI.

Notas

1 Caso del *Programa de Iniciativa Comunitaria INTERREG* o la creación del *Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)*, de cuyos fondos se nutre el *Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP)*, con el objetivo específico de reforzar la cooperación a nivel transfronterizo, transnacional e interregional.

2 <http://www.hoy.es/v/20130917/badajoz/nace-eurociudad-badajoz-elvas-20130917.html> . Consultado el 17-07-2014.

3 El museo alberga obras del artista Wolf Vostell, la Colección Fluxus-Donación Gino di Maggio y una colección de artistas conceptuales, centrandó su trabajo en el arte conceptual. Tras pasar por varias formas de gestión con instituciones político-culturales de la región, actualmente opera bajo el formato de "Consortio Museo Vostell-Malpartida" (*Anuncio de 30 de julio de 2013 por el que se da publicidad a los nuevos estatutos*, DOE Nº168 de viernes 30 de agosto de 2013)

4 LAYUNO ROSAS, Mª A.: "Los museos de la Democracia. Nuevas formas para nuevas funciones", en *Museos de arte contemporáneo en España: del palacio de las artes a la arquitectura como arte*. Gijón, 2004. pp.181

5 RODRÍGUEZ CALDAS, Mª del Mar: "Portugal-España: La difusión de Arte Contemporáneo", en *Quintana* Nº9, 2010, pp.167-181

6 RODRÍGUEZ IBARRA, J.C: en *Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo*. Mérida, 1995, pp. 9-10

7 BENTHAM, J: *El Panóptico*, 1978. (Reproducción de *Tratados de legislación civil y pena* en T.V. Imprenta de D. Fermin Villalpando. Madrid, 1822.). Jeremy Bentham ideó una tipología carcelaria basada en una torre central desde la cual el guardián puede vigilar a los reclusos en celdas alrededor de ella sin que éstos puedan verle a él, y que tuvo gran repercusión en el ámbito de la arquitectura prisional.

8 CANO RAMOS, J.Javier: "Historia del coleccionismo de arte contemporáneo. Los fondos del Parlamento y del Gobierno de Extremadura", en *Encuentro y Diálogo. Colecciones de artes visuales del Parlamento y del Gobierno de Extremadura*. Mérida, 2013, pp.33-63

9 FRANCO DOMÍNGEZ, Antonio: "Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo", en *Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo*. Mérida, 1995, pp.17-38

10 COPIACABANA se presentó como un "proyecto itinerante de arte público que recorre las fronteras España=Portugal con el río Guadiana. Tomado como fuente de inspiración para disolver fronteras, transformar límites y recombinar elementos, la COPIACABANA son los proyectos multimedia de más de trescientos artistas, escritores, músicos, traductores, navegantes, etc.". Véase vía http://www.youtube.com/watch?v=Axg20E_z7Q . Consultado el 28-06-2014

11 El MACE prevé formar en un futuro una colección propia con la que complementar la del coleccionista António Cachola

12 VV.AA., *Colecção António Cachola. Museu de Arte Contemporânea de Elvas*. Elvas, 2009

13 SARDO, Delfim: "Um fino termómetro social. A Coleção António Cachola em contexto", en *Coleção António Cachola Vol 2012*. Elvas, 2012, pp.7-15

14 *Regulamento do Museu de Arte Contemporânea de Elvas*. Véase también vía <http://www.cm-elvas.pt/pt/museu-de-arte-contemporanea/instituicao>. Consultado el 28-06-2014

15 Vía <https://www.youtube.com/watch?v=SDpXXDLoKlQ> . Consultado el 29-06-2014.

16 Vía https://www.youtube.com/watch?v=Z_ul3no6l_8 . Consultado el 29-06-2014.

17 Resultado de una línea de trabajo que viene desarrollando desde el año 2000 relacionado con la producción artística ligada a los avances tecno-científicos más recientes.

18 *La Máquina Podrida- Aka la Desdentada*, es el nombre dado al ordenador que, adquirido por el MEIAC, acompañó a Brian Mackern entre los años 1999 y 2004 y fue durante todo ese tiempo su herramienta de trabajo. Contiene toda la información relativa, tanto a sus trabajos personales como a los de otros artistas, aparte de materiales diversos. Sus contenidos pudieron verse en una exposición producida por el MEIAC entre finales de 2010 y comienzos de 2011. Puede verse vía <https://www.youtube.com/watch?v=8iWwI2tNQhk> . Consultado el 29-06-2014.

19 *NETescopio* se define como el archivo de arte en la red que desde 2008 impulsa el MEIAC con más de 130 obras de los artistas más representativos en este ámbito de la creación. Vía <http://netescopio.meiac.es/> . Consultado el 29-06-2014.

20 Puede visionarse el resultado del montaje expositivo vía <https://www.youtube.com/watch?v=badgXkwMMo> . Consultado el 29-06-2014.