

las interfaces digitales, para extraer de este ejercicio posibles estrategias que ayuden a que los planos de la realidad fuera y dentro del aula no se conviertan en una sobre-estimulada y en otra en términos adolescentes: aburrida.

- Explicar y educar en la valoración de las ideas propias y ajenas, dar valor al propio trabajo de reflexión y generación de las ideas para la solución de problemas concretos y de actualidad, poner disponibles los testimonios a otros estudiantes para consulta y lectura, y donde ellos puedan experimentar y comprender el alcance que un *copypaste* pueda tener del propio trabajo de elaboración.

- Evitar que el error se convierta en el lugar del señalamiento y del fracaso, sin relativizarlo y extrayendo de él los aprendizajes y reflexiones que den vías a su remedio y eviten su repetición.

- Estimular el pensamiento creativo, a través del desarme y rearme de objetos, estudiando sus funcionalidades, noción de parte y todo, actividades que pueden tener objetivos sociales, técnicos, creativos y/o lúdicos, fomentando la curiosidad y el afianzamiento del conocimiento como valor posible de ser extraído de un acto de creación y/o investigación.

- Promover la co-creación, proyectos colaborativos y actividades relacionadas bajo el concepto de comunidad, para extraer de este tipo de dinámicas conclusiones y aprendizaje en torno a la idea de inteligencia global o colectiva, que fundamenta los conceptos de internet, como los proyectos *Open Source*, *Creative Commons*.

- Permitir y fomentar sistemas de lectura mixtos, conducidos a través de fuentes previamente testeadas, donde deban leer, analizar y comprender diferentes tipos de información disponibles en distintos tipos de fuentes y medios, *online*, impreso, video, blogs, TV; permitir que puedan hacer lecturas hipertextuales, creativas, incluso a medida de cada uno. Extraer de estas actividades mapas relacionales y sinopsis con texto e imagen, construcción de nuevos hipertextos y recorridos conceptuales.

- Incluir el uso de objetos digitales y electrónicos en las dinámicas dentro y fuera del aula, que permitan desarrollar, explicar y proyectar el uso creativo de los dispositivos para trabajar contenidos de imagen y sonido, movimiento, secuencia, posición relativa del observador, mirada poética, pensamiento intencionado, delimitación y comparación de resultados sobre un mismo problema o eje temático, etc.

- Definir y discutir educativamente los usos posibles y deseables de la herramienta según la edad del usuario, los problemas que la herramienta puede ocasionar si se le da un uso indiscriminado o adictivo, tratar los temas relacionados con la seguridad y precauciones frente al *chat* con desconocidos, la protección de los datos, la consulta de sitios con contenidos inapropiados para la edad, además de establecer un vínculo de relación con los padres que permita advertirlos de las actividades que sus hijos puedan ejercer frente a internet, el *chat*, los mensajes de celular, y cualquier nueva tecnología de la comunicación que se instaure masivamente.

Como parte de todo lo dicho, las herramientas informático-digitales son parte del mundo en el que vivimos,

han ingresado dentro del universo de las relaciones interpersonales, desde lo cotidiano al ámbito de los negocios y del trabajo, son herramientas que deben incorporarse a las dinámicas de estudio como campo complementario, como parte de habilidades a desarrollar y a relacionar con los campos del saber –en todos los niveles- para extraer de ellas las estrategias necesarias de aplicación del entrenamiento en habilidades y capacidades de solución, siempre guiados por un eje rector que es el “qué” se hace con ellas. Es importante desmitificarlas y ponerlas al servicio de los objetivos de estudio, usarlas estratégicamente para que estudiar sea más ameno, más dinámico, más interactivo, más visual, más real, más virtual, más hipertextual, más relacional, más actual, más ajustado a la velocidad de respuesta, para averiguar y desarrollar el potencial del aprendizaje que ellas pueden encerrar cuando se vinculan con el “que” de las cosas.

La nueva museología, madre del nuevo museo

Sergio Di Nucci

La reflexión en torno a los museos, a los museos públicos o semi-públicos, pero también a los privados, se ha venido incrementando en Argentina, y en el mundo. Una reflexión que por momentos evoca una verdadera preocupación social acerca de sus funciones, y de sus responsabilidades. Nuevos museos se construyen a un ritmo vertiginoso, con la intención de dedicarse a la exhibición de objetos o temas que parecían insospechados hace apenas una década: se abren museos del tango, o de los zapatos, o las ovejas, o las medias. A su vez, se amplían como nunca los ya existentes, con presupuestos épicos. Y al incremento de los museos (sólo en Alemania se erigieron seis mil en los últimos lustros), le ha seguido la consolidación de una nueva teoría museológica, que se ha dado en llamar “nueva museología”, y cuyo objetivo es legislar con criterios de cientificidad acerca de este novedoso panorama museístico.

Según encuestas realizadas a alumnos extranjeros de la Universidad de Palermo, una de las razones que los ha convencido de estudiar en Buenos Aires es su “amplia oferta cultural” o el “alto capital simbólico” que ostenta la ciudad. Lo que en uno de sus términos implica la presencia más o menos articulada y variada de museos públicos y privados. La reflexión que sigue intenta ofrecerles a esos estudiantes, pero también a los vernáculos que despliegan inquietudes culturales, un conjunto de herramientas teóricas que orienten algunos de los debates más actuales en el terreno de los museos, a nivel nacional e internacional.

A la nueva museología le gusta presentarse, en inglés, como un *body of thought*, es decir un “cuerpo de ideas”. Que proclama la defensa de un nuevo tipo de museo, el que se aleja irremediamente de la institución tradicional, ocupado “meramente” en recolectar, conservar y exhibir objetos, y que por oposición busca convertirse, ahora, en un complejo centro cultural, admitiendo para ello la inclusión de zonas o terrenos antes reservados al

mundo de los medios de comunicación más masivos, o a la llamada “cultura audiovisual”.

Uno de los hitos en esta historia de la consolidación de la nueva museología, fue un simposio de 1989, y la publicación de 1997 de sus reflexiones reunidas bajo el título *The New Museology*. Su animador, Peter Vergo, profesor en la británica Universidad de Essex, reunió trabajos de investigadores en el área museística, funcionarios de museos estatales y privados, profesores universitarios de Historia del Arte.

A partir de los años 70, los museos comienzan a sufrir nuevas crisis en su financiamiento. Ya antes habían enfrentado una radicalización “política” en la pregunta por los fundamentos tradicionales de su legitimidad cultural. Si los Estados Sociales empezaban a serlo cada vez menos - cediendo ante los ideales y programas del neoliberalismo - y a desatender doctrinariamente las antes inexcusables áreas de salud y educación públicas, el cambio social concomitante, acelerado desde los 60, afecta el valor social de los bienes de la cultura alta.

El surgimiento de la nueva museología hará suyos desde el vamos los argumentos que proclaman el fin del museo, prescribiendo ahora criterios de utilidad social. A veces se ofrece una distinción especiosa entre museografía y museología. La museología no sería otra cosa que esta nueva museología. La idea es que antes del surgimiento de la nueva museología no existía museología en absoluto, sino que a lo sumo existía una museografía. A la que los nuevos museólogos definen por sus módicas pretensiones, todas ellas de orden técnico: cómo iluminamos mejor esta obra sin dañarla, los baños deben estar limpios, y así siguiendo. Como si la museografía fuera el resultado de reflexiones y de un plan de acción para activas señoras (pero intelectualmente limitadas) que se ofrecen como voluntarias en el museo del barrio, preferentemente los domingos por la tarde.

La nueva museología puede presentarse así como la superación de ese estado de amateurismo generalizado a la hora de reflexionar acerca de (y trabajar en) los museos. Con la vieja museología queda identificada así esta museografía, disciplina encargada de forjar empleados eficaces para trabajar en los museos. La nueva museología es la reflexión filosófica de los fines y objetivos que el museo debe trazarse en tanto fenómeno social.

¿De qué se nutre el espíritu funerario para el “viejo” museo? En principio, la nueva museología propone que el museo, que todo museo, promueva herramientas educativas mucho más explícitas (lo que incluso lleva a proclamar la superación de los museos en Estados Unidos, en una cultura a la que ya se le reprochaba su celo pedagógico). Los museos deben alcanzar o proponerse objetivos sociales, o políticos, o comunitarios. Deben dejar de limitar sus objetivos a solucionar problemas del entorno inmediato para de este modo asumir la responsabilidad que le cabe como una de las instituciones más privilegiadas de las sociedades contemporáneas —y justamente esta inflación que buscan imprimirle a la institución museística es otro punto que debe discutirse, pero los nuevos museólogos no lo hacen, y lo dan como otro dato natural y definitivo. Según los *new museologists*, el museo debe acompañar, y hasta fomentar, el cambio social. Debe estar ahí para satisfacer necesidades socia-

les —y ya no meramente culturales. O más exactamente: desde la cultura, satisfacer urgencias sociales (políticas, económicas, sociales).

Los nuevos museólogos señalan que para que los museos no se conviertan en instituciones fósiles, prontas a desaparecer, deben cambiar, de una vez por fin, sus objetivos. Y hacerlo radicalmente. El museo tradicional es obsoleto, por eso el prefijo obliga a representarse una vieja, acaso perimida museología. El museo debe ser visitado, y para eso debe reconocer primero, satisfacer de inmediato, las demandas sociales. El objetivo de máxima es que ofrezca un repertorio de contribuciones concretas para la vida cotidiana de los ciudadanos que los visitan. Promovida en Europa, la neo museología fue muy bien recibida en Estados Unidos. Porque también insiste en criterios de “utilidad social”, con diversas y aun antagónicas definiciones de lo útil, siempre tan elusivo. Algunos títulos de las principales obras de la nueva museología resultan elocuentes: *Museums: In Search of a Usable Future*, *The New Museum*, *Marketing the Museum*, *Starting Right: A Basic Guide to Museum Planning*, *From Knowledge to Narrative: Educators and the Changing Museum*, etc. La presencia de términos como utilidad, mercadotecnia, planeamiento o cambio pueden adscribirse a ideas que exceden registros de acción acotados y se orientan a otras de mayores alcances políticos. Si se hace necesario que el museo promueva nuevas funciones, también se vuelve obligatorio que, tal y como se lo venía entendiendo, cambie de manera articulada, desde los mínimos detalles hasta sus propuestas de máxima. Un ejemplo de nuevo museo es en Argentina el de Arte Latinoamericano, sobre la avenida Figueroa Alcorta, donde se acumulan fenómenos concordantes: desde una arquitectura de punta hasta la incorporación de auditorios en los que se celebran ciclos de cine, o el lugar que ocupa el restaurant, pasando por las propias “misiones” que se propone la institución.

Pero también, y esto es acaso lo más distintivo, la nueva museología puede ser considerada desde otra vertiente de acción y crítica social, la del multiculturalismo —lo que en otra vertiente promueve el MALBA. La búsqueda del pluralismo no valorativo es una confesa misión de la nueva museología. Porque si el museo tiene ahora la obligación de cumplir objetivos sociales, a su vez la sociedad es entendida por ella de modo multicultural. (Este tema será tratado en las próximas reflexiones, por motivos de espacio).

Por último, desde que los museos de arte incluyen los objetos que en la actualidad incluyen (es decir, no solo artísticos sino de entretenimiento —y esta es una distinción que a muchos nuevos museólogos no convence-, de moda o juguetes, o estructuras de vastas dimensiones un tanto inclasificables, o automóviles, etc.), su campo, en términos del peso social del que estarían gozando, resulta tan amplio que hablar de ellos, de los museos, equivale ya a hablar sobre (casi) todo.