

EL ACCESO AL PATRIMONIO: FUNCIONES Y PUBLICO DEL MUSEO

Area de investigación y difusión educativa del Museo Etnográfico

La primera parte de este trabajo integra un documento general sobre el Museo Etnográfico elaborado por José Antonio Pérez Gollan y Marta Dujovne; la segunda recoge el trabajo de los talleres de público y patrimonio, integrados por Marina Baron, Juan Bender, Silvia Calvo, Marta Dujovne, Alicia Kurtz, Lila Luna y Laura Yugman.

I. FUNCIONES

Los museos, como toda institución viva, se han modificado a lo largo de su historia. Los últimos veinte años han sido especialmente ricos al respecto: una profunda discusión que cuestionó sus objetivos, sus funciones y sus métodos, permitió, en muchos países, una reformulación institucional acorde con la realidad de fines del siglo XX y las profundas transformaciones sufridas por el concepto mismo de patrimonio cultural.

La idea del patrimonio como equivalente a los monumentos y obras de excelencia artística ha dejado lugar a una concepción más amplia, que incluye un vasto repertorio de prácticas simbólicas, hábitos y saber acumulado. La valoración eurocéntrica y la imposición de un patrimonio nacional hegemónico dejan lugar al reconocimiento de la diferencia y la pluralidad. Se asume el desafío que plantean las industrias culturales, los medios masivos de comunicación y la transformación tecnológica. Cobra importancia el público como factor determinante (no importa sólo qué se dice y cómo se dice sino cómo se recibe), y las diferencias del uso social del patrimonio determinadas por las desigualdades económicas y sociales. Es en este contexto que se ha planteado la nueva formulación de los museos.

Para realizar la reestructuración del Museo Etnográfico partimos de considerar que los museos son entes que rescatan, investigan y valorizan la realidad pasada y presente para luego proyectarla de manera crítica a la población. Dicho de otro modo, y tomando en cuenta la especificidad de estas instituciones, entendemos que son entes que permiten rescatar, investigar y difundir o comunicar el patrimonio cultural, utilizando como instrumento privilegiado de acción la exposición de objetos.

Estas diferentes funciones son complementarias. En el tradicional concepto de patrimonio, la difusión y la conservación eran casi antagónicas: cuanto más aisladas del público estuvieran las obras, más podían durar. Al dar importancia al patrimonio vivo, consideramos que sólo la difusión (entendida ésta como la posibilidad de apropiación del patrimonio cultural por los sectores más amplios de la población) garantiza su conservación. Por su parte, la investigación está indisolublemente ligada tanto a la difusión como a la conservación.

Conservación

La función de conservación que realiza un museo puede desglosarse en tres: recuperación, conservación propiamente dicha y protección.

Recuperación

Los museos tienen una larga tradición como participantes o agentes primordiales en la recolección y recuperación de bienes artísticos e históricos. En ocasiones esta actividad tuvo carácter depredatorio: muchos de los más renombrados museos de los países desarrollados se



2

enriquecieron con el saqueo de tesoros de los países coloniales y aún hoy argumentan, como justificación, que así se salvaron obras que pertenecen al "patrimonio de la humanidad". Esto no invalida, sin embargo, la importancia que tienen los museos en la recuperación del patrimonio propio y en la investigación sistemática que la posibilita, y que además propiciemos una política cultural alternativa en la que el intercambio reemplace al despojo.

Conservación propiamente dicha

La conservación del acervo de un museo exige condiciones adecuadas de almacenamiento y de seguridad en las salas y los depósitos; climatización para evitar que los cambios medioambientales deterioren los materiales; control sobre los efectos nocivos de la luz solar o de la iluminación artificial, etc. Estas exigencias hacen imprescindible la presencia de personal idóneo. Asimismo, es necesario contar con especialistas y laboratorios para la restauración de las piezas que así lo requieran.

Protección

En la nueva concepción de los museos, se espera que éstos no restrinjan su accionar a los objetos que forman parte de sus colecciones, sino que ejerzan acciones de protección sobre el conjunto del patrimonio de la comunidad. Los museos pueden y deben opinar sobre legislación, sobre la manera en que se llevan a cabo intervenciones en el patrimonio, etc. En realidad no se trata de una función nueva, sino de la extensión lógica de los objetivos de recuperación y conservación. En efecto, la novedad de las actuales políticas museales consiste en incorporar a capas cada vez más amplias de la población a lo que era un círculo restringido de usuarios y beneficiarios de la acción cultural de los museos. En el aspecto de conservación, la política de trabajar para muchos (el objetivo es trabajar para todos) significa por una parte ampliar las acciones de protección y salvaguarda del patrimonio.

Investigación

Históricamente, los museos comenzaron por el puro coleccionismo; más tarde incorporaron la investigación, convirtiéndose así en productores culturales. Un caso particular lo constituyen los universitarios como el Museo Etnográfico, donde es central la actividad de investigación y docencia. De hecho, en América Latina, los museos de antropología fueron los núcleos originarios de las carreras profesionales correspondientes. Es importante que el énfasis puesto actualmente en la difusión no lleve a descuidar la investigación, que es el sustento indispensable para toda transferencia de conocimientos.

Son varias y variadas las formas de investigación en el ámbito de un museo:

Investigaciones necesarias para una exposición. Ninguna exposición puede ser un conjunto de objetos reunidos al azar, o estar determinada únicamente por la conformación de las colecciones. Como medio de comunicación, la exhibición exige que se sepa qué se quiere comunicar y cómo comunicarlo. La elaboración de un guión museográfico exige un esquema conceptual sólido y coherente que esté respaldado, en nuestro caso, por un fundamento teórico histórico-antropológico. La importancia de la investigación para las exposiciones puede ser evaluado adecuadamente si consideramos que en la actualidad hay museos sin colecciones. Esta es la situación del Museo Nacional de Culturas Populares de México, que se inauguró en 1980 bajo la dirección de Guillermo Bonfil. Cada una de sus exhibiciones - las ha habido sobre la cultura del maíz, la pintura sobre papel amate, la pesca, el circo, etc. - es producto de una investigación específica que contempla la recolección de materiales, realización de ambientaciones, etc.: a partir de la decisión de hacer una exposición se genera la investigación correspondiente.

En el caso del Museo Etnográfico, tal modalidad de exhibición debe ser aprovechada para abordar temáticas aún no exploradas en el ámbito de la museografía antropológica. Sin embargo, por su pertenencia a la esfera universitaria, nuestro museo no debe perder de vista el papel que tiene como institución encargada de divulgar las investigaciones sobre temas de antropología e historia que se desarrollan en la Universidad de Buenos Aires.

Investigaciones que utilizan el acervo del museo; ya sea para estudiar concretamente determinados materiales de sus colecciones, o bien como parte de una investigación cultural más amplia. En ambos casos es un requisito indispensable la sistematización de catálogos e inventarios, y, además, contar con depósitos y archivos que permitan el acceso de los investigadores sin poner en peligro la seguridad de las colecciones.

Investigaciones orientadas a la recuperación de materiales, que puede implicar el enriquecimiento del propio acervo, o la colaboración con instituciones similares.

Investigaciones tecnológicas en y sobre los materiales mismos, requeridas para su conservación y/o restauración.

Investigaciones históricas relacionadas con la propia institución. Como se ha dicho antes, en América Latina los museos han sido los núcleos generadores de la disciplina antropológica y de los estudios sobre patrimonio cultural y, en consecuencia, han producido un acervo documental cuyo análisis es fundamental para la historia de la antropología.

Investigaciones relacionadas con el uso social del patrimonio y la función pedagógica del museo.

Difusión o comunicación

Hoy la tarea de difusión del patrimonio es la función primordial de todo museo. Esta función se concreta en las exposiciones, y es profundizada y ampliada mediante otras acciones y materiales. La construcción de la exposición implica, por una parte, identificar el mensaje cultural que se quiere transmitir, su elaboración a partir de un trabajo de investigación *ad hoc* o la utilización de investigaciones previas, y su transformación en lenguaje museográfico.

Según lo expresado, la estructura de la exposición debe responder a un esquema conceptual claro, resuelto en función de los objetivos de la institución. Para definirla vale la pena dejar sentado que estamos en desacuerdo con las tendencias que dividen a la humanidad entre pueblos civilizados y "pueblos sin historia", estos últimos objeto de estudio de la antropología. Tal postura se refleja en la clásica estructura de los museos: el pasado indígena se exhibe en los de antropología y el europeo en los de historia. Es necesario hacer un esfuerzo para romper con el esquematismo: un pasado muerto y sin relevancia contemporánea (la arqueología), un presente folklórico de indios y mestizos congelado en su "otredad" (la antropología), y la sociedad europea (la historia). Tenemos una sociedad multiétnica y pluricultural, y si elimináramos la dimensión histórica de la explicación social contemporánea jamás podríamos entender nuestra realidad. Consideramos que la tarea fundamental de un museo de antropología como el nuestro debe ser mostrar la situación de diversidad y la dimensión histórica del proceso civilizatorio. Las diferencias, sean étnicas, lingüísticas, culturales o sociales, no atentan contra la unidad y no tiene sentido negarles apelando al recurso de aislar cada situación homogénea en un ámbito separado. Exhibir la pluralidad es la posibilidad real de rescatar las raíces comunes para desarrollar un proyecto social más amplio.

Para concretar esta tarea pensamos en dos sistemas paralelos de exposición:

a. Exposición permanente de las colecciones del museo, que deberá cubrir las diferentes culturas que se han desarrollado en el país y, en la medida de lo posible, en el resto de América y el mundo. En ese sentido nuestras prioridades serán Argentina y América.

b. Exposiciones temporarias, enfocadas desde de un eje temático, que podrán ser producto de una investigación específica o bien generarse en un ámbito distinto.

Como en toda actividad de comunicación, el público es el factor fundamental. Con el auge de los museos a partir del siglo XIX, se ha conformado un cierto tipo de público específico que corresponde sobre todo a las clases medias. A pesar de su apariencia democrática, los museos - abiertos supuestamente a todo el mundo - han sido un factor de discriminación cultural, porque su estructura tradicional los hace comprensibles sólo para los iniciados. Pensemos, por ejemplo, en los museos de arte, que se han convertido en prototipo de la institución. Por lo

general presentan las obras en forma descontextualizada y sin apoyos informativos. Además son ámbitos solemnes, difíciles de incorporar a las prácticas cotidianas y que establecen una gran distancia con el espectador. Como se supone implícitamente que la capacidad de disfrutar el arte es un don innato, y se pasa por alto la influencia que tiene en ella la familiaridad - determinada casi siempre por condiciones socio-culturales y educacionales - la no concurrencia a las exposiciones o la no comprensión pasa a ser considerada una decisión, cuando no directamente una culpa individual.

Los museos de historia, por su parte, son igualmente una versión solemne de la "historia oficial", exclusivamente política, una especie de recuento de efemérides, sin espacio para la confrontación o la crítica. En vez de ser el lugar de la memoria viva, han llegado a ser la momificación de un pasado que nunca existió, a tal punto que la palabra museo está incorporada al lenguaje cotidiano como símbolo del anquilosamiento, no de lo antiguo sino de lo vetusto.

Las exposiciones deberán estar contextualizadas, presentar un discurso coherente (constituir, así, un "museo de ideas", como dice el museólogo italiano Pinna y no un mero acopio de objetos), y proporcionar las claves de su comprensión. No eludirán el debate ni los temas polémicos, y buscarán una articulación coherente de la historia, combinando materiales arqueológicos y etnográficos para recrear formas de vida.

El ideal museográfico es lograr una exposición con múltiples posibilidades de lectura. Pero estas diferentes posibilidades pueden y deben profundizarse con acciones y materiales anexos: mapas, maquetas, cédulas, hojas de sala, catálogos, folletos, visitas guiadas, trabajos de taller.

En definitiva, a partir de la importancia que se le otorga al público, los criterios de comunicación forman parte del proyecto mismo de los museos. Esto significa que las áreas educativas no son un agregado, que elaboran tareas a posteriori, sino que intervienen en todas las etapas de programación y realización de las exposiciones y actividades conexas.

Las áreas de museografía son las que coordinan las diferentes actividades: llevan a cabo el peso del guión histórico al museográfico, le incorporan criterios didácticos y estéticos, definen la "puesta en escena" de la exposición.

II. PÚBLICO

A partir de este proyecto global de museo comenzamos a profundizar la problemática de la institución como sistema de comunicación, donde importa tanto la elaboración del mensaje cultural y su transformación en lenguaje museográfico, como la recepción y reelaboración que de él hace el público.

Tradicionalmente, los museos no se planteaban qué sucedía con la recepción de los mensajes. Frente al problema del crecimiento del público no especializado, y sobre todo de la concurrencia escolar, se organizaron servicios educativos, cuya primera versión fueron las visitas guiadas, y que trabajan ahora con un conjunto de actividades que se añaden a una situación de exposición ya dada.

Nosotros nos hemos planteado que los criterios de comunicación deben formar parte del proyecto mismo del museo. Por eso organizamos un área de investigación y difusión educativa, para trabajar sobre el uso social del patrimonio e intervenir en todas las etapas de programación y realización de las exposiciones en lugar de actuar como un agregado. Dentro del área funcionan un taller de patrimonio, y otro dedicado específicamente a la problemática del público en la perspectiva de las futuras exposiciones.

Para incorporar paulatinamente capas más amplias de la población, caracterizamos diferentes tipos de público que requieren el desarrollo de acciones específicas. Hemos hecho una primera distinción entre el público habitual de museos y exposiciones, y la población tradicionalmente excluida de estas actividades; y analizamos los casos específicos de los públicos escolares (primario y secundario) y el universitario, que engloba el público especializado.

El público escolar plantea una situación paradójica. Los museos -en tanto institución de educación no formal- se caracterizan por tener visitas voluntarias y porque permiten que el visitante organice recorrido y tiempo de acuerdo a sus propios intereses. Pero la visita escolar formaliza ese sistema abierto. Los grupos no vienen voluntariamente, a menudo la visita implica una rendición de cuentas posterior, y el requerimiento de tema y cantidad de información es dado por los maestros. Esto implica un desafío para el museo que debe lograr, a partir de una visita impuesta y dirigida, recuperar para los chicos la cualidad de libertad que debe tener.

Hay un público que ya es frecuentador de museos, aunque tal vez no del nuestro. El problema, más que en atraerlo por primera vez, reside en convertirlo en público asiduo. Para esto importa tanto la calidad de la exposición, como la existencia de muestras temporarias y actividades variadas.

El abordaje del público que no usa los museos es complejo, exige análisis cuidadosos de su composición, planes a largo plazo y una intensa tarea de extensión. Una de las acciones útiles en este sentido es el apoyo a la organización de museos comunitarios.

Nos hemos planteado la especificidad del público universitario a partir de nuestra entidad de museo universitario. La mayoría de estas instituciones están ubicados en un *campus*, lo cual determina casi geográficamente un público específico. No es éste nuestro caso, y creemos que la relación que puede tener con nuestro museo, por ejemplo, un estudiante de odontología, no difiere de la del público en general. Por el contrario, consideramos que debemos prever acciones destinadas a los estudiosos de la antropología y las otras ciencias sociales, y que deben incluir la posibilidad de acceso a los materiales no expuestos.

Por otra parte, consideramos que nuestra característica de institución universitaria determine un criterio de investigación más amplio que el de la generalidad de los museos y, sobre todo, la utilización de la exposición como instrumento de difusión de investigaciones que se hagan en otras áreas universitarias o en el ámbito del museo mismo. Porque consideramos que la producción del conocimiento científico también forma parte del patrimonio, y tanto como la difusión de temas relacionados con nuestras colecciones nos interesa socializar los nuevos conocimientos que se van produciendo.