

I CONGRESO IBEROAMERICANO DE DOCENTES

CONGRESO VIRTUAL DEL 26 NOVIEMBRE AL 08 DICIEMBRE DE 2018

ALGECIRAS (CÁDIZ) DEL 06 AL 08 DICIEMBRE DE 2018

Actas del Congreso Iberoamericano de Docentes

Museos y participación

Diana Casalins

Andrea Lafaurie

ISBN: 978-84-948417-0-5

Edita **Asociación Formación IB.**

Coordinación editorial: **Joaquín Asenjo Pérez, Óscar Macías Álvarez, Patricia Ávalo Ortega y Yoel Yucra Beisaga**

Año de edición: **2018**

Presidente del Comité Científico: **César Bernal.**

El I Congreso Iberoamericano de Docentes se ha celebrado organizado conjuntamente por la Universidad de Cádiz y la Asociación Formación IB con el apoyo del Ayuntamiento de Algeciras y la Asociación Diverciencia entre otras instituciones.

<http://congreso.formacionib.org>



red
iberoamericana
de docentes



formaciónib))

Museos y participación

Diana Casalins

Universidad del Norte

casalinsd@uninorte.edu.co

Andrea Lafaurie

Universidad del Norte

andreal@uninorte.edu.co

Introducción:

La participación se aprende desde los ámbitos más íntimos, como la familia, hasta los institucionales, como los museos. Con ese aprendizaje se proyecta la construcción ciudadana. La definición de los museos ha ido cambiando en el tiempo, haciendo un progresivo énfasis en los procesos de educación y comunicación con el público.

Desde 2007 el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés) establece una de las definiciones más usadas de museos:

“un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo” (ICOM 2007, párr 2).

Un aspecto que sigue sin explicitarse en estas definiciones es la naturaleza de su ‘apertura’ ni la manera en que las sociedades participan del quehacer de los museos.

En 1992, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) plantea entender al Museo como “medio” y establece en la Declaración de Caracas que éste utiliza como lenguaje específico las exposiciones, haciendo también énfasis en el establecimiento de un diálogo interactivo y permanente (ICOM, 1992). Con el reconocimiento del museo como medio que comunica, educa e investiga, llega la pregunta sobre las relaciones que establece con sus audiencias, y en esa línea, las posibilidades que brinda para su participación, involucramiento y alfabetismo mediático. Para el caso de esta investigación, la participación se sitúa como concepto clave que delimita el estudio.

A través de este trabajo nos propusimos explorar ¿Qué se entiende por participación de las audiencias en los museos? ¿Qué reflexiones se están proponiendo en torno a los mecanismos que faciliten esta participación? y ¿Qué espacios hay para el aprendizaje de la participación en los museos? Para ello hicimos una revisión de los estudios disponibles que, desde el ámbito de los museos, abordan la participación de audiencias.

Métodos

Para acopiar los estudios acercamos a la búsqueda de investigaciones sobre **participación en museos**, lo que nos permitió constatar diversas acciones comunicativas que desarrollan los museos desde sus diferentes áreas: educación, comunicaciones, relaciones públicas, museología. El foco en el concepto de participación permitió hacer consciente distintas maneras en las que éste se entiende, estudia e integra a las prácticas museales.

La revisión de literatura fue realizada entre los meses de marzo de 2017 y febrero de 2018. Para su realización hemos utilizado los términos: comunicación, educación, participación, educomunicación y sus equivalentes en inglés, en todos los casos combinados con la palabra “Museo” para obtener resultados de estudios realizados en el ámbito museal.

De los resultados obtenidos en la búsqueda, se decidió incluir estudios realizados entre 2008 y 2017, teniendo en cuenta los esfuerzos en el último decenio desde los museos y centros de ciencia por desarrollar “nuevos métodos para compartir la autoridad tradicional del museo para con el público y así alcanzar un proceso epistemológico más transparente” (Cameron, 2008, 2010, citado por Bandelli & Konjin, 2013, p. 420). En total se incluyen en esta revisión 56 estudios. (Tabla 1).

Tabla 1: Parámetros de búsqueda

Parámetros de búsqueda:
Limitadores
Fecha de publicación: 20080101-20171231
Publicaciones académicas (arbitradas)
Tipos de fuentes
Publicaciones académicas
Idiomas
Inglés, español
Bases de datos:
EBSCO, HW-Wilson, SAGE, EconLint, Architecture Design y Redalyc
Términos de Búsqueda:
1. <i>Participación+Museos+Educación+Comunicación</i>
2. <i>Participation+Museums+Education+Communication</i>
3. <i>Educomunicación+Museos</i>

Fuente: elaboración propia

Resultados

Si bien encontrar investigaciones que consideren la participación de las audiencias en los museos no fue difícil, el primer panorama se ofrece bastante heterogéneo en cuanto a lo que se entiende por participación y los aspectos que se estudian de la misma. Encontramos por una parte preocupaciones por las actuales barreras de acceso para audiencias diversas, lo que a la luz de los estudios dificulta su participación social (Fletcher, 2013; Linzer, 2013; Rappolt-Schlichtmann & Daley, 2013; Leonard, 2010), o por otro lado estudios en torno a la participación cultural, con una mirada a la geografía y los equipamientos culturales en barrios y ciudades que crean distintas condiciones de proximidad y atracción (Widdop & Cutts, 2012; Brook, 2016, Delrieu & Gibson, 2017)

hasta el estudio de métodos participativos, que se preocupan por el rol y posibilidades de las audiencias en torno a la producción, diseño y toma de decisiones (Bonney et al., 2009; Atuesta, Ceballos & Alvis, 2016; Morse, Macpherson & Robinson, 2013).

A partir de esa agrupación presentamos, entonces, la revisión efectuada organizada en dos apartados. En una primera parte nos referimos a la participación cultural, abordando dos líneas: la participación como inclusión social y la participación en relación al acceso y uso del equipamiento y programas culturales. El segundo apartado, agrupa el conjunto de estudios en torno a métodos participativos en los museos. Esta segunda tendencia, aunque presenta un mayor número de estudios, es al mismo tiempo menos homogénea frente a las denominaciones y conceptualizaciones usadas sobre los tipos de participación.

Participación Cultural:

En 18 de los estudios incluidos, la participación es asumida desde la concepción de "Participación cultural". Este es un comportamiento cultural (UNESCO, 2006), relacionado con la asistencia a cines, museos y otras actividades culturales. Desde este sentido, la participación tiene mucho más que ver con el acceso de las audiencias, que con la incidencia de estas en la toma de decisiones al interior de las instituciones.

Dentro de esta tendencia dos líneas emergen en la búsqueda de participación en el ámbito de los museos. Por una parte, la participación cultural relacionada con el uso del equipamiento cultural en las ciudades (museos, bibliotecas, centros culturales) desde la relación con el lugar y usada por lo tanto en el sentido de asistencia o acceso; por otro lado, la participación como oportunidad de inclusión social, en la que se despliegan estrategias para permitir el acceso de públicos en situación de discapacidad, así como la vinculación de públicos específicos (minorías, adultos mayores, primera infancia) a los espacios de los museos.

A través de estas dos líneas se evidencia una tendencia en la que la asistencia e inclusión se entienden como un tipo de participación pensando en atender a las poblaciones que tradicionalmente han tenido menos oportunidades de acceso a los espacios museales.

Participación como co-decisión:

La segunda tendencia, es en la que encontramos mayor número de estudios y a la vez mayor diversidad en las propuestas metodológicas y comprensión de la participación. El 67% de los estudios de la muestra, abordan la participación desde la implicación en toma de decisiones de las audiencias en los museos.

Una de las características principales en esta tendencia se relaciona con las múltiples denominaciones de la participación y los matices que estas permiten vislumbrar sobre la concepción misma de las audiencias y su relación con los museos. La participación de las audiencias no sólo puede presentarse en diferentes niveles, sino que existen

denominaciones igualmente diversas. Según el Center for Advancement of Informal Science Education citado por Simon (2010), los niveles de participación en los museos pueden contemplar:

- *Contribución*
- *Colaboración*
- *Co-creación*

Sin embargo, las denominaciones y conceptos con las que estos tipos de participación se abordan en los distintos estudios de esta tendencia son variadas y divergentes. Aparecen los términos:

Co-producción: aparece asociada a formas de participación en las que se enfoca la mirada sobre la relación entre la institución (museo) y la comunidad (participantes). Se marca un acento especial sobre las tensiones manifiestas de la relación y aspectos de regulación (copyrights). Se evidencia el carácter político de la producción de conocimiento.

Colaboración. Es usado para referirse a la relación entre las diferentes partes. Colaboración entre instituciones (Geoghegan et al, 2017), entre los visitantes y el Museo (Pulh & Mencarelli, 2015) y entre los investigadores o los participantes y el equipo del museo (Overgaard & Sørensen, 2015). A diferencia del término co-producción, no parece haber aquí una concepción política de la relación, sino la intención de clarificar los roles de las diferentes partes.

Co-creación: En las propuestas metodológicas la implicación temprana de los participantes y las metas compartidas son identificados como elementos importantes o distintivos de la co-creación (Atuesta et al., 2016; Bunning, Kavanagh, McSweeney & Sandell, 2015).

Co-curaduría: Aunque la co-curaduría es mencionada en diversas ocasiones como una de las posibilidades de participación (Bandelli & Konijn, 2013; Boon, Vaart & Price, 2014; Bunning et. Al, 2015; Boon, 2011, Simon, 2010), es en los estudios de Boon (2011, 2014) en donde ocupa un lugar central. Se destaca el trabajo desde estas prácticas por sus altas posibilidades de producción, valorando no sólo las preguntas que se responden durante el proceso, sino los resultados prácticos producidos (ibid).

Co-diseño Para los autores el proceso de co-diseño tiene una estrecha relación con cómo las personas participan, obtienen conocimiento e interpretan en conjunto (Stuedahl & Smørdal, 2015).

Co-desarrollo La noción de co-desarrollo aparece más relacionada con el involucramiento que con el interés en el rol de museo en política pública (Bandelli & Konjin, 2015).

Discusión:

Los museos ofrecen oportunidades interesantes para el aprendizaje social. Hoy los museos se esfuerzan por comprender e incorporar modelos de comunicación y educación más democráticos y participativos (Simon, 2010). Entre los hallazgos nos hemos referido a la comprensión de participación desde sus implicaciones de acceso a las instituciones culturales, y por otra parte, de instancias de agencia e implicación de los públicos.

Es evidente en nuestra búsqueda, que los museos no han asumido el estudio de la participación desde una perspectiva educ comunicativa; entendida esta como una oportunidad para promover el empoderamiento de las audiencias implicando alfabetismo mediático. Aunque no era el foco de nuestra búsqueda, ha sido evidente que la misma concepción de las audiencias aparece también bajo diferentes denominaciones y niveles de involucramiento; así al referirse en algunos casos a visitantes, público, audiencia, comunidad, etc., se identifican diferentes niveles de involucramiento en la toma de decisiones sobre los proyectos del museo.

Aunque en los últimos diez años se han identificado estrategias para promover la participación en los museos, el aprender a participar no se asume como objetivo principal de las iniciativas. En los estudios que componen la muestra, la participación cumple objetivos diversos: apoyar el desarrollo de los proyectos, validar desde la comunidad, permitir el acceso de públicos diversos. Sería interesante llevar a cabo experiencias que desde los museos tengan el aprender a participar como eje central del proyecto. Por otro lado, ligado al interés particular por la educ comunicación, proponer la aplicación de modelos que permitan abordar los procesos de participación desde el marco de la comunicación.

Referentes:

- Atuesta, Ceballos, Gómez, (2016) Co-creación como metodología para la apropiación social de la ciencia y la tecnología (ASCYT) del recurso agua. Caso Urabá-Antioqueño- Colombia. *Ágora U.S.B.* [online]. 2016, vol.16, n.1, pp.277-286.
- Bandelli & Konijn (2013). Science Centers and Public Participation: Methods, Strategies, and Barriers. *Science Communication*, 35(4), 419-448.
- Bandelli & Konijn (2015). Museums as brokers of participation: how visitors view the emerging role of European science centres and museums in policy. *Science Museum Group Journal*, (3), 132–155.
- Bonney, Ballard, Jordan, McCallie, Phillips, Shirk, and Wilderman (2009). Public Participation in Scientific Research: Defining the Field and Assessing Its Potential for Informal Science Education. A CAISE Inquiry Group Report. Washington, D.C.
- Boon; van der Vaart & Price (2014). Oramics to electronica: investigating lay understandings of the history of technology through a participatory project. *Science Museum Group Journal*, (2), 22–65.
- Boon, T. (2011) Co-curation and the public history of science and technology, *Curator: The Museum Journal*, 54, pp. 383–387.
- Brook (2016). Spatial equity and cultural participation: how access influences attendance at museums and galleries in London. *Cultural Trends*, 25(1), 21–34.
- Bunning; Kavanagh; McSweeney & Sandell, 2015. Embedding plurality: exploring participatory practice in the development of a new permanent gallery. En: *Science Museum Group Journal*. 03 Spring 2015. Communications.
- Delrieu & Gibson (2017). Libraries and the geography of use: how does geography and asset “attractiveness” influence the local dimensions of cultural participation? *Cultural Trends*, 26(1), 18–33.
- Fletcher, (2013). Museums around the World that Enliven Our Souls: Inclusion through Rich Experience. *Curator*, 56(3), 297–305.

- Geoghegan; McIlvenna; Vaart (2017) Developing Local Narratives for Objects in National Collections: Lessons Learned from the 'Number Please? Working with the Enfield Exchange' Project. *Curator*, Apr2017, Vol. 60 Issue 2, p217-233.
- ICOM (1992) Comité Venezolano and UNESCO Regional Office for Culture for Latin America and the Caribbean (ORCALC). Seminar 'La misión del museo en Latinoamérica hoy: nuevos retos', Caracas, Venezuela, 16.01-6.02.1992.
- ICOM (2007). Development of the Museum Definition according to ICOM Statutes (2007-1946). [Disponible en: http://archives.icom.museum/hist_def_eng.html. Consultado en: 20 de julio de 2018.].
- Linzer (2013). Learning by Doing: Experiments in Accessible Technology at the Whitney Museum of American Art. *Curator*, 56(3), 363–367.
- Leonard, M. (2010) Exhibiting Popular Music: Museum Audiences, Inclusion and Social History. En: *Journal of New Music Research* 2010, Vol. 39, No. 2, pp. 171–181.
- Mairesse; Desvallées & Deloche (2009). *Key Concepts of Museology. ICOFOM Symposium*. ICOM.
- Morse; Macpherson & Robinson (2013). Developing dialogue in co-produced exhibitions: between rhetoric, intentions and realities. *Museum Management & Curatorship*, 28(1), 91–106.
- Overgaard & Sørensen (2015). Can an art museum help in combating loneliness? *Journal of Applied Arts & Health*, 6(2), 187–203.
- Pulh & Mencarelli (2015). Web 2.0: Is the museum-visitor relationship being redefined? *International Journal of Arts Management*, 18(1), 43–51.
- Rappolt-Schlichtmann & Daley (2013). Providing Access to Engagement in Learning: The Potential of Universal Design for Learning in Museum Design. *Curator*, 56(3), 307–321.
- Simon, N. (2010) *Participatory Museum*. Museum 2.0: California.
- Stuedahl & Smørðal (2015). Matters of becoming, experimental zones for making museums public with social media. *CoDesign*, 11(3–4), 193–207.
- Widdop & Cutts (2012). Impact of place on museum participation. *Cultural Trends*, 21(1), 47–66.