

Se contempla, se experimenta: Modos de comunicar del museo de arte contemporáneo

Alejandra Panozzo Zenere

Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2018

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

Este libro surgió como corolario de la tesis doctoral en Comunicación realizada por la rosarina Alejandra Panozzo Zenere en la universidad nacional de esa ciudad de Argentina. La autora, además, es magíster en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), licenciada y profesora en Bellas Artes, apasionada por el estudio de los museos, y pudo publicar su obra gracias a una beca del Ministerio de Cultura de la Nación. En el último tiempo, comenzó a participar de proyectos museales con un intercambio territorial y patrimonial, realizando estudios de públicos. Es docente y ha sido becaria del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET).

La obra se puede leer desde diversas aristas, pero algo es central: la mirada sobre la comunicación en los museos, con base no solo en una investigación y cruce teórico sólidos y profundos, sino en el análisis comparativo de dos casos —el Museo de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca (MAC-Bahía Blanca) y el Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRo)—, que permite llevar a la práctica la teoría presentada. Con una mirada interdisciplinaria, trabaja los modos particulares de comunicar la colección de estas instituciones.

El recorrido del libro se organizó en dos momentos, quizás con el propósito de pensar este fenómeno desde una mirada general, para luego trabajarla desde algunas de sus especificidades. En la primera parte (que abarca los capítulos 1 a 3) se presenta el corpus teórico-crítico que vincula a la museología y a la comunicación. Se profundiza con una mirada historicista de los modelos museísticos, de las particularidades de los museos de arte y de la dimensión comunicativa de los museos. Este último capítulo es una contribución relevante para comunicadores sociales que se inician en la vinculación de estas dos disciplinas.

En cuanto a los momentos históricos descritos en la obra, se puede mencionar uno inicial, el *modelo moderno*, en que los museos de arte poseen marcados fines educativos vinculados a la ciencia y acotados a fines burgueses. Luego, analiza el *modelo posmoderno*, en que se incorpora el espectáculo de masas y se empieza a relacionar al museo con una industria cultural. Allí la autora, con un acertado espíritu crítico, analiza la eficacia del rol del museo como un instrumento del sistema capitalista. Por úl-

timo, al *modelo contemporáneo*, que es objeto de su estudio y que asocia a la globalización y a la masividad, lo reconoce como un intento de generar experiencias de participación y diálogo con “los públicos”.

Tras establecer estos modelos, que se fundamentan en autores como Habermas, Bourdieu, Foucault, Bennett y Eco, entre otros, Panozzo amplía el análisis sobre los museos de arte contemporáneo. De esta manera, identifica como rasgo principal a la experimentación del arte y cómo ello incide, a su vez, en una colección que el público complementa, o de la que pasa a formar parte.

Resulta revelador detenerse particularmente en el capítulo 3, en el que la autora aborda la *dimensión comunicativa* del museo, una contribución significativa a este campo de estudio. Es necesario recalcar que Panozzo concibe al museo como una institución cultural y afirma que puede pensarse ya no solo como un medio, sino como una configuración de medios, debido a que se conforma como una red a través de la cual el ser museístico se comunica en su totalidad. Un mensaje es recurrente y constante a lo largo del libro, y no debe pasarse por alto: los museos son instrumentos de disciplinamiento de la ciudadanía.

Aunque predomina una visión mediadora de la comunicación en el museo, es interesante el llamado de atención sobre los planteos de Verón. Para ello, el texto se pregunta por el relato que presentan las instituciones culturales y cómo los contenidos que brindan demandan considerar qué se colecciona y cómo se presenta; es decir, se pone en juego la necesidad de reflexionar sobre el discurso institucional en el modelo museístico contemporáneo, donde, según Panozzo, la experiencia conjuga el espacio expositivo, los espacios servicio y los espacios recreativos. Allí, la autora pone en el centro del planteo a tres dispositivos para pensar las “prácticas” comunicacionales en los museos de arte contemporáneo: la *exposición* (comunicar a través de piezas), las *publicaciones* (comunicar la exposición a través del texto y la imagen, soportes impresos y digitales) y las *plataformas digitales* (comunicar a través de lo virtual y las TIC).

Realiza un análisis pormenorizado y relevante que permite comprender el rol que ocupa la comunicación en el dispositivo de la exposición y que distingue dos maneras de exponer: la *museología del objeto* y la *museología de la idea*. Ella se pregunta cuál es, en verdad, el modo de comunicar una colección, para luego seguir analizando los diversos dispositivos antes mencionados. Identifica también a los soportes impresos y digitales como la memoria y el registro del discurso institucional en su función disciplinadora. Además, menciona cinco tipos de publicaciones: institucional, precoz, emergente, experimental y como continuidad de la curaduría. Es interesante detenerse en el análisis que realiza de las plataformas digitales, donde recupera las palabras de Bernard Deloche y su concepción de museo virtual.

Comprender estos tres tipos de dispositivos que presenta la autora (la exposición, las publicaciones y las plataformas digitales) resulta fundamental, ya que luego se los analiza en casos particulares de museos argentinos de arte contemporáneo. Así, en la segunda

parte del libro (capítulos 4 a 6), indaga sobre el modo de comunicar las colecciones de los dos casos mencionados en el inicio durante un tiempo determinado, el período 2004-2014.

De esta manera, Panozzo se centra primero en la historia de los museos en Argentina (sus modos de comunicación, cómo recopilan y configuran características propias de los museos contemporáneos, y cómo influye el contexto en sus acervos) para más adelante caracterizar a cada uno de los casos de estudio. Realiza una descripción detallada de su historia y orígenes, de su arquitectura, de su política institucional y también de las estrategias culturales adoptadas a lo largo del tiempo. Además, compara y reflexiona en relación a la identidad gráfica y visual de ambas instituciones, sus colecciones y sus equipos de trabajo y gestión, que permiten comprender la complejidad de los dos casos seleccionados.

Tras esa descripción detallada, repasa las prácticas comunicacionales de los museos seleccionados y compara con mayor profundidad las siguientes particularidades: en cuanto a las exposiciones, analiza los acervos de las colecciones, las propuestas curatoriales, la ubicación espacial y los espacios expositivos, los trayectos y el vínculo con los visitantes; en cuanto a las publicaciones, compara los formatos y contenidos y reconoce la identidad institucional; por último, revisa sus plataformas digitales, para establecer su tipo y su arquitectura, sus espacios-ventana y sus contenidos, y reflexiona sobre la visibilidad y manipulación de las obras y sobre el vínculo con los públicos y los usos de esta tecnología. Todo ello, con el fin de detectar hasta qué punto y bajo qué circunstancias se establecen las diferentes prácticas comunicacionales en estos dos museos.

El análisis permite a la autora arribar a una conclusión: la postulación de un *modelo mixto* en los modos de comunicar una colección y de disciplinar, que, según Panozzo, no obedece solo al orden del sistema capitalista, sino también al del sistema artístico. Es decir, los modos de comunicar y de disciplinar varían y también conviven; responden a un orden más o menos flexible que se halla ubicado debajo del discurso del sistema artístico, condicionado a su vez por el sistema capitalista. En este modelo mixto se encuentran, se tensionan y se incorporan simultáneamente distintas funciones o roles del museo: la educación, el interés por lo espectacular y la experimentación. Además, Panozzo remarca la importancia del personal del museo y su capacitación, así como la necesidad de generar áreas diversificadas que cuenten con profesionales y de conformar de manera prioritaria áreas de comunicación para lograr una mayor participación y apropiación de los públicos-usuarios.

Finaliza con reflexiones y alienta a abandonar la ingenuidad y a reflexionar críticamente sobre la institución del museo, que se encuentra en constante transformación, al igual que sus relaciones de poder y su significado para la sociedad.

Mariana Andrea Minervini
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina
(Córdoba, Argentina)