MIDAS

Museus e estudos interdisciplinares

3 | 2014

Varia e dossier temático: "Museos y participación biográfica"

Museos y participación biográfica: Introduciendo lo personal como alternativa a lo hegemónico

Museums and biographic participation: Introducing a personal approach as an alternative to the hegemonic one

María Acaso y Andrea De Pascual

Edición electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/midas/516>

DOI: 10.4000/midas.516

ISSN: 2182-9543

Editor:

Alice Semedo, Paulo Simões Rodrigues, Pedro Casaleiro, Raquel Henriques da Silva, Ana Carvalho

Referencia electrónica

María Acaso y Andrea De Pascual, « Museos y participación biográfica: Introduciendo lo personal como alternativa a lo hegemónico », *MIDAS* [En línea], 3 | 2014, Puesto en línea el 09 junio 2014, consultado el 01 mayo 2019. URL : <http://journals.openedition.org/midas/516> ; DOI : 10.4000/midas.516

Este documento fue generado automáticamente el 1 mayo 2019.

Midas is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License

Museos y participación biográfica: Introduciendo lo personal como alternativa a lo hegemónico

Museums and biographic participation: Introducing a personal approach as an alternative to the hegemonic one

María Acaso y Andrea De Pascual

- 1 En este dossier temático queremos abordar un tema crucial para que un cambio profundo de paradigma se produzca en los museos del siglo XXI. Un cambio que haga que la institución museística de un giro desde un discurso hegemónico hacia un discurso fundado en la producción cultural basada, a su vez, en la diversidad de identidades culturales, por medio de la introducción de lo biográfico.
- 2 Al igual que cualquier otra institución educativa, los museos juegan un rol fundamental en la producción de conocimiento de una sociedad y lo realizan a través de los objetos que coleccionan, de la selección de temáticas que abordan y en la forma en la que comisarán las exposiciones. A través de estas funciones se crean discursos culturales y el espacio del museo es el escenario en el que se presentan (Sherman y Rogoff 1994).
- 3 Los museos se han convertido en autoridades de la producción cultural y de conocimiento de comunidades enteras y sus espacios poseen el poder de modelar entre el público creencias e ideologías que pueden llegar a considerarse como *verdad*. Como ya argumentó Foucault (1980), las técnicas de producción de conocimiento y las estrategias de poder están intrínsecamente relacionadas ya que el poder se basa en el conocimiento y hace uso de ese conocimiento moldeándolo y reproduciéndolo de acuerdo con sus intenciones anónimas.
- 4 Si la cultura tiene el poder de moldear ideologías e identidades y el museo es su espacio de actuación, éstos acaban convirtiéndose en árbitros del conocimiento y en creadores de una hegemonía a la hora de definir la cultura. El concepto de hegemonía cultural fue introducido por Gramsci a partir del de hegemonía que previamente había definido Marx en el que hacía referencia al control de la sociedad por parte de un grupo dominante con

o sin utilizar la fuerza. Gramsci introduce la idea de que las clases dominantes no sólo mantienen su poder e intereses a través del dominio del estado y de los medios de producción sino también a través del control de la cultura. La hegemonía cultural hace referencia tanto al sentido estético del término como al antropológico, la cultura pensada de esta manera pasa a entenderse como la conciencia de la sociedad y si se quiere crear y mantener una nueva sociedad, es también necesario crear y mantener una nueva conciencia. La cultura hasta ahora ha sido sesgada a favor de un grupo dominante de la sociedad y, por lo tanto, la hegemonía ha controlado y controla las formas en la que las ideas se naturalizan en un proceso que se maquilla con nociones de sentido común (Kachgal 2000).

- 5 La hegemonía cultural trae como consecuencia el predominio de ciertas creencias, valores y la estructuración patriarcal de la cultura que excluye cualquier otra concepción de la misma creando la idea de que sólo existe una corriente de interpretación de la historia, la cual está siempre escrita por los ganadores. Estos discursos culturales hegemónicos son los que se reproducen tanto en colegios, institutos, medios de comunicación como en museos, que es la institución que aquí nos atañe.
- 6 Por otro lado vemos que en la era de la globalización muchos museos se han convertido en productos que pueden ser reproducidos del mismo modo que se hace con comercios como, por ejemplo, el Guggenheim de Nueva York que se ha convertido en una marca que busca expandirse por el mundo. Con estrategias de mercaduría ha ido creando *sucursales* en Venecia, Berlín, Las Vegas, Bilbao, y Abu Dhabi que nada tienen que ver con las comunidades en las que están ubicados. El caso de Bilbao es un claro ejemplo; un gigante proyecto cultural intercontinental en el que la relación desigual entre las comunidades locales y la multinacional ha estado presente desde las negociaciones iniciales realizadas entre el Gobierno Vasco y la dirección del Guggenheim. Bajo estándares exclusivamente comerciales las exposiciones que no llegan a medio millón de visitantes son consideradas un fracaso, lo que hace que el contenido del museo provenga de exposiciones-paquete itinerantes que vienen desde EEUU y no de artistas locales que jamás podrían llegar a esas cifras de público. El museo en su conjunto es un monólogo de cultura americana, un proyecto artístico ubicado en Bilbao pero que no tiene nada que ver con las identidades culturales de la ciudad sino que, por el contrario, es una marca que expande la hegemonía cultural americana (Zulaika 2007).
- 7 Pero los museos desde su nacimiento han sido espacios creados no solo con el convencimiento de que serían contenedores de las representaciones culturales de civilizaciones sino también con la confianza de su potencialidad a la hora de construir identidades. Hasta ahora esas identidades estaban definidas por los grupos de poder que ensombrecían otras biografías que construían identidades que diferían a la suya. Para promover nuevas identidades culturales en el museo es necesario que éstos se abran a la participación de diferentes comunidades y grupos y, al mismo tiempo, den los recursos para que estas relaciones resulten en la materialización artística de proyectos que estén relacionados con las memorias, experiencias y vidas de los individuos. Una colaboración estrecha entre comunidades y museo dará como resultado el desarrollo de identidades culturales reconocibles por el público local que funcionarán como valores de una sociedad siendo el museo el espacio donde se promuevan experiencias basadas en esos valores. Un museo que trabaja de cerca con sus comunidades definitivamente pondrá de manifiesto su singularidad y valor frente a un museo-cadena.

- 8 Para favorecer la introducción de lo biográfico en el museo es fundamental investigar nuevas estrategias curatoriales y educativas de producción de conocimiento. El giro educativo en el arte ha sido también claro promotor de este cambio de paradigma en el museo y posibilitador de que proyectos como los que se presentan en este número se puedan llevar a cabo hoy en día. Observamos cómo cada vez más museos entienden la educación y la producción de conocimiento desde principios cercanos a la pedagogía crítica convirtiéndose, la educación en museos, en la creación de lugares de encuentro en los que se comparten curiosidades, subjetividades, sufrimientos y pasiones en torno a la promesa de la posibilidad creativa (Rogoff 2008).
- 9 En «Un quehacer cotidiano» de David Lanau y Eva Morales conoceremos nuevas estrategias de mediación cultural para la incorporación y visualización de la producción de conocimiento de los participantes a una visita. En «Escolares nos museus» de Luciano Buchmann se repiensa las visitas escolares con el objetivo de reconfigurar las relaciones entre estudiantes, museos y profesores, teniendo en cuenta las realidades de los estudiantes y entiendo a los profesores como agentes políticos de este tipo de programas. En «Ocupe o museu» de Manuelina Cândido y Nei Clara de Lima se reflexiona sobre la participación entendiendo el museo como un canal de expresión para sus públicos. Por último, «O projeto picar o ponto» de Roberto Leite y Célia Tavares nos cuenta cómo una fundación instalada en una antigua fábrica reconstruida promueve la incorporación de las memorias de los antiguos trabajadores del lugar relacionándolo con la historia de la ciudad.
- 10 En el conjunto de artículos de este dossier temático de la revista MIDAS se pueden encontrar otras metodologías para el diálogo y el empoderamiento, formas transformadoras de comisariado, producción cultural y del uso de la exposición como dispositivo, estrategias enfocadas a la incorporación de diferentes voces y biografías en el discurso institucional que derrumban la antigua hegemonía cultural y abren paso a nuevas identidades culturales en el museo. Ya en el 2011 Acaso lanzaba la pregunta «¿cómo cambiar el paradigma modernista en el que la educación se encuentra anclada y conectar con la realidad social posmoderna, transformando el museo de meta a micronarrativa?». Esperamos desde el lenguaje escrito contribuir a dar nuevas posibles respuestas para el cambio y la transformación en el museo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, María. 2011. "Del Paradigma Modernista al Posmuseo: Seis Retos a Partir del Giro Educativo (¿Lo Intentamos?)." En *Perspectivas: Situación Actual de la Educación en los Museos de Artes Visuales*, coordinado por María Acaso, 30–37. Barcelona: Ariel.
- Foucault, Michel. 1980. "Power and Strategies." En *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977*, editado por Michel Foucault, y Colin Gordon. New York: Pantheon Books.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections From the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.

- Kachgal, Tara. 2000. *Cultural Hegemony Theory*. http://www.unc.edu/courses/2000fall/jomc245-001/cultural_hegemony.html.
- Rogoff, Irit. 2008. "Turning." *e-flux journal* (11). <http://www.e-flux.com/journal/turning/>.
- Sherman, Daniel J., y Irit Rogoff. 1994. *Museum Culture: Histories, Discourses, Spectacles*. London: Routledge.
- Zulaika, Joseba. 2007. "Bilbao Deseada: El Malestar de la 'Krensificación' del Museo." En *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao*, coordinado por Anna María Guash Ferrer, Joseba Zulaika, y Juan Sebastián Cárdenas, 153–178. Tres Cantos: Akal Ediciones.

AUTORES

MARÍA ACASO

Profesora titular de Educación Artística y directora de la línea de investigación sobre Educación en Museos de Artes Visuales en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. En calidad de experta en este tema ha participado como investigadora invitada en el Museo Getty, ha implementado proyectos en diversas organizaciones culturales como Matadero Madrid y ha diseñado programas de formación de educadoras para Manifesta 8 y Fundación Telefónica España. Como ponente, ha sido invitada por diferentes instituciones en Colombia, Noruega y Portugal, y ha coordinado el libro *Perspectivas: Situación Actual de la Educación en los Museos de Artes Visuales en España* (Ariel, 2011). mariaacaso@gmail.com

ANDREA DE PASCUAL

Licenciada en Pedagogía y especializada en Educación Artística. Ha trabajado como educadora en el Museo Thyssen Bornemisza (Madrid) y como coordinadora de proyectos educativos en el Área de Talleres del Círculo de Bellas Artes de Madrid. Colabora en diversos proyectos educativos en instituciones culturales y museos como Centro Cultural Matadero Madrid o el Brooklyn Museum (NYC). Es miembro activo del colectivo Pedagogías Invisibles (pedagogiasinvisibles.com). En la actualidad está disfrutando de una beca Fulbright en la New York University en el departamento de Art Education de Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development, y escribe su tesis titulada *El Museo Rizomático: Estrategias para la Resignificación del Público como Productor Cultural*. andrea.dpods@gmail.com