



Universidad de Buenos Aires
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Especialización en Museos, Transmisión Cultural y Manejo de Colecciones Antropológicas e Históricas

Taller Museos 4.0 y narrativas digitales

Docente/s a cargo: Mgter. Minervini, Mariana Andrea

Carga horaria: 16 hs

Cuatrimestre, año: 2024 (2do trimestre)

Fundamentación

En este taller, se parte de entender a los museos como espacios de convivencia y a la comunicación como un proceso de construcción y diálogo que es cambiante y dinámico. Por lo tanto, podemos decir que los museos son un fenómeno social cuya columna vertebral es la comunicación. Es decir, un espacio de conversación colectiva. Por otro lado, la comunicación en el museo es también, comunicación institucional u organizacional que implica entender a la comunicación como un sistema y al museo como una institución social.

Por ello, esta es una invitación a mirar no solo la comunicación como fenómenos mediáticos, tecnológicos, los mensajes y productos del museo, es decir, una mirada centrada en canales y productos específicos. Sino que también, debemos mirar desde la comunicación a los museos; que implica entender a la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, es reconocer el conjunto de prácticas sociales complejas en las cuales se encuentra inserta la institución, reconociendo que ambas miradas son necesarias y complementarias.

Además, estas instituciones se encuentran en un contexto donde el ecosistema digital de los medios de comunicación genera constantemente nuevas maneras de mostrar, navegar e interactuar con la información. Mediante la convergencia es posible el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas pero también, la cooperación y colaboración en la producción y la integración de modos de comunicar, gracias a la popularización de internet. Este reconocimiento e implementación en los relatos y narrativas de los museos, busca alejarlos de la idea de santuario y acercarlos a la comunidad.

Entre páginas web y redes sociales, los museos readecuan sus contenidos y las estrategias digitales de comunicación se encuentran en el centro de la escena. Las posibilidades de se multiplican: la producción de contenidos y la readecuación de mensajes de las exposiciones a medios digitales, la renovación de sus páginas web y generación de trivias en redes sociales, la organización de charlas-debate y webinarios, el análisis de la situación de los públicos a través encuestas, la producción de videos, propuestas educativas y actividades interactivas, los recorridos 360° de sus salas de exposición, las fotografías de las piezas de sus colecciones y hasta la producción de audioguías o podcast, entre otras posibilidades. Pero ello, se puede observar solo haciendo foco en los medios y recursos implementados; una mención aparte se merece el tratamiento de contenidos, los espacios de participación, interacción y co-creación que se vuelven el verdadero desafío para poder construir una comunidad virtual.

De esta manera, es fundamental conocer los pasos para generar una planificación y estrategia de comunicación digital en museos, reconociendo las actuales narrativas, entre ellas, la transmedia que permite que los múltiples medios del museo cuenten diferentes historias, pero explorando un tema común. En consecuencia, se puede decir que las narrativas transmedia en museos requieren de una planificación de la comunicación y un proyecto museográfico donde sus discursos y relatos involucren a múltiples medios. Y así, los contenidos del museo estarán disponibles en diferentes plataformas tecnológicas, sin solapamientos, mientras se desarrolla una propuesta comunicacional y una experiencia por parte de la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

- Contribuir a desarrollar en los/as estudiantes una mirada desde la comunicación a los museos que les permita reconocer e implementar estrategias y narrativas digitales en las instituciones patrimoniales.

Objetivos específicos

Que los/as estudiantes

- Descubran en la comunicación una herramienta estratégica de trabajo.
- Adquieran la capacidad para trabajar en proyectos y acciones de comunicación en museos.
- Cuenten con herramientas teórico-prácticas para generar productos y narrativas digitales coherentes en y con los museos, reconociendo las particularidades de la relación con sus públicos.

Unidad 1: La comunicación estratégica en los museos

Contenidos: El rol de la comunicación en los museos desde la museología social y comunitaria. Diferencias y funciones de la comunicación institucional. La planificación estratégica de la comunicación en los museos: entre el ideal y lo real. El diseño de estrategias de comunicación para instituciones patrimoniales.

Bibliografía obligatoria:

-Chaparro, M. (2010). *Preservar, investigar y comunicar: Un caso mexicano*. Revista del Museo de Antropología 3: 155-168, 2010. Universidad Nacional de Córdoba. https://www.researchgate.net/publication/320136817_Preservar_investigar_y_comunicar_Un_caso_mexicano

-Santos González, E. (2012) *Museos y comunicación: algunas reflexiones y consideraciones generales*. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/11503/57105_5.pdf?sequence=1

-Uranga, W. y Vargas T. coord. (2020) *Planificación y gestión de procesos comunicacionales*. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. http://wuranga.com.ar/images/propios/28_Planificacion_y_gestion_de_procesos_comunicacionales_W_Uranga_equipo_UNLP_%202020.pdf

-Viñarás Abad, M. (2014) *Departamentos de comunicación en museos: la planificación estratégica de la comunicación en instituciones artísticas y culturales*. México. <https://www.redalyc.org/pdf/687/68711445003.pdf>

Bibliografía complementaria:

-Cordón Benito, D. (2018). *Evolución conceptual del museo como espacio comunicativo*. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 24(1), 485-500. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59962>

-Enz, A. et. al (2012) *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. Asociación Civil Comunia 1a ed. 1a reimp. - Capital Federal. <http://www.comunia.org.ar/manual-com-org-soc.pdf>

-Vinent, Martín y Gustem (2015). *Museos y modelos de comunicación* <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/47721/47721.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Video: "La importancia de la comunicación planificada" Usina de Medios (Agosto, 2014) <https://youtu.be/oZAVBHvRtk>

Video: Mendes, L. M. (Brasil) DIXON, Mar, (Reino Unido); LÓPEZ, M. (Panamá); REQUENA, G. (Argentina); STEIN, R. (UUEE). 2015. *El Museo Comunica. Claves para una Comunicación Estratégica* <https://www.youtube.com/watch?v=9lYviiiNxVo>

Unidad 2: El acceso a la cultura digital

Contenido: El museo como espacio de conversación, análisis y debate. La vinculación entre comunidad y museo. Las identidades culturales, los procesos de interacción, confrontación y negociación entre sistemas socioculturales diversos. La cultura digital y las tecnologías de la memoria.

Bibliografía obligatoria:

-García Canclini, N. (2015). *El Museo como Conversación*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=OIS1FBbs7TE>

- Maceira Ochoa, L. (2008) *Los públicos y lo público. De mutismos, sorderas, y de diálogos sociales en museos y espacios patrimoniales*. Centro de Investigación y de Estudios Avanzados, México.

https://www.academia.edu/3321210/Los_p%C3%BAblicos_y_lo_p%C3%BAblico_De_mutismos_sorderas_y_de_di%C3%A1logos_sociales_en_museos_y_espacios_patrimoniales

- Salgado, M. (2013) *Diseñando un museo abierto: Una exploración sobre la creación y el compartir de contenidos a través de piezas interactivas* - 1a ed. - Florida: Wolkowicz Editores.

https://www.wolkowiczeditores.com.ar/libros_digitales/museo_abierto_salgado.pdf

Bibliografía complementaria:

-Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Ed. Paidós, Argentina. Disponible en: <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

- Valenciano Mañé, Alba; Picornell Gelabert, Llorenç (2009). *Un museo sin vitrinas en la selva ecuatorial. La exposición de una experiencia*. Her&Mus. Heritage & Museography, Vol. 1, pp. 67-76, <https://raco.cat/index.php/Hermus/article/view/314659>.

-**Podcast** Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (2020). *Glosario Colectivo de Comunidades*. <https://www.museomoderno.org/es/podcast-glosario-de-comunidades>

Unidad 3: Los museos de las cuatro pantallas

Contenido: Estrategias de comunicación digital interactiva en sitios patrimoniales: contenidos, plataformas y públicos. Redes sociales y las alternativas de navegar entre los Museos 2.0, 3.0 y 4.0. El Museo virtual, el museo inmersivo y el museo vacío.

Bibliografía obligatoria:

-Bellido Gant (s.f.). *Museos virtuales y Digitales*.

http://museosvirtuales.azc.uam.mx/sistema-de-museos-virtuales/sinapsis/museos_digitales.html#museos

- DELOCHE, Bernard (2002). *El museo virtual*. TREA. Madrid, España.

-González Rivas, A.; Vázquez Dios, X. (2022). *Museología 4.0. Un ejemplo Real*. En CIMED21 - I Congreso internacional de museos y estrategias digitales. Editorial Universitat Politècnica de València. 201-218.

<https://doi.org/10.4995/CIMED21.2021.12656>

-Minervini, M. (2021) *Las estrategias de comunicación digital en los museos* en Cultura en Red, Vol. 10, Num 1. Campus-Museos.

<http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/CR/article/view/1414>

-Panozzo Zenere, A. (2013) *El ser virtual: El museo virtual*. Asociación Aragonesa de Críticos de Arte. N° 24. Estudios de Arte.

<https://rehip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/12733>

Bibliografía complementaria:

-Museo Nacional de Antropología (2020) *Estudio de Público Digital 2020*. España.

<https://plataformac.com/estudio-de-publico-digital-museo-nacional-de-antropologia-2020/>

-Pereyra, M y Minervini, M. (2019). *Las audioguías como tecnología de comunicación para la accesibilidad del patrimonio*. XXI° Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades (UNSa), Salta, Argentina.

<https://www.aacademica.org/21redcom/297>

-Sánchez Martínez, J. A. (2010). *La comunicación sin cuerpo. Identidad y virtualidad*.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182010000200003

Unidad 4: Las narrativas digitales en la experiencia museal

Contenido: La experiencia-museo ante nuevos contextos. La exposición virtual y el desafío de la interacción y participación. Las narrativas desde la hipertextualidad. Tipos de narrativas digitales: multimedia, crossmedia y transmedia.

Bibliografía obligatoria:

-Bellido Gant, M. L. y Ruiz Torres, D. (2013) *Los museos de los nuevos medios virtualidad e interacción como nuevos paradigmas del conocimiento y la difusión*. ArTecnología <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5726701>

-Gómez, V. (2022) *La na(rra)ción de los museos: curaduría y prácticas artísticas en entornos virtuales* - 1a ed.- Rosario: UNR Editora; Centro de Estudios Interdisciplinarios-CEI. <http://biblioteca.puntoedu.edu.ar>

-Moreno Sánchez, I. (2015). *Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia*. Zer. Vol. 20 - Núm. 38. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45342/>

-TyPA y Red MUS (2015) *Layering en Museos. Diseño de Exposiciones a la medida del Visitante. Estudio de Casos*. https://issuu.com/fundacion.tyipa/docs/layering_web

Bibliografía complementaria:

-Ocampo-Agudelo, J. (2019) *La Museografía Expandida: la Experiencia transmedia en el Parque Explora*. El Caso en la Exposición En Escena: Historia tras las Historias. <https://www.researchgate.net/publication/334899554> La Museografía Expandida la Experiencia transmedia en el Parque Explora El Caso de En la Exposición En Escena Historia tras las Historias

-**Video.** B. Preciado, P. (2017) *Salir de las vitrinas: del museo al parlamento de los cuerpos*. <https://vimeo.com/239484758>

-**Video.** Clase abierta del Lic. Sergio Romero (2020): *Narrativas transmedia y museo expandido* <https://youtu.be/tAx6l8x44Ms>

Bibliografía general

Artopoulos, A. Coord. (2011) *La Sociedad de las Cuatro Pantallas. Una mirada latinoamericana*. https://www.academia.edu/2289533/La_Sociedad_de_las_Cuatro_Pantallas._Una_mirada_latinoamericana

Bermejo, T. y Cortés Aliaga, G. (2019) *Museos híbridos, feministas, descolonizados*. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de

Arte (CAIA). No 14. pp. 56-62.

http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_1.php&obj=346&vol=14

Cagigal, P. (2017) *Los museos como mediadores de la memoria en la era digital*. Revista de Arte Contemporáneo N° 3. PP 22-30.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6038975>

Canavilhas, J. (2011). *El nuevo ecosistema mediático*. Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada, Vol. 1, Nº. 1, 2011,

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3660767>

García Canclini, N. (1999) *Los usos sociales del patrimonio cultural*. En Aguilar Criado, Encarnación. Cuadernos Patrimonio Etnológico Nuevas perspectivas de estudio. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. PP. 16 -33

https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/1233838647815_ph10.nestor_garcia_canclini.capii.pdf

Hernández H., F. (2006) *El museo como espacio de comunicación*. Ediciones Trea.

https://www.researchgate.net/publication/316275479_El_museo_como_espacio_de_comunicacion

Irigaray F., Gosciola, V. y Piñeiro-Otero T (orgs.) (2019). *Dimensoes Transmidia*. 1a Edição - Aveiro: Ria Editorial.

<http://catedratransmedia.com.ar/2019/12/17/dimensoes-transmidia-nuevo-libro-de-la-editorial-ria/>

Lévy, P. (2007) *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos Editorial. México.

https://www.academia.edu/1738997/Ciberculturas_la_cultura_en_la_sociedad_digital_Pierre_Levy

Lorente, J. P. (2012) *Museología crítica: museos y exposiciones como espacios públicos se controversia y participación colectiva en arte, España*.

Martínez-Sanz, R. (2012) *Estrategia comunicativa digital en el museo. El profesional de la información*. Vol. 21, n. 4, pp. 391-395. <http://eprints.rclis.org/17311/>

Mateos Rusillo, Santos M. (2012). *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Gijón: Ediciones Trea.

Mus-A. (2012) *La Comunicación y el Museo*. Revista de los museos de Andalucía, N° 12. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=248392>

Rodríguez-Ortega, Nuria (2013) *Narrativas y discursos digitales desde la perspectiva de la museología crítica*.

<https://www.researchgate.net/publication/259486978> Narrativas y discursos digitales desde la perspectiva de la museología crítica

Simon, N. (2010) *The participatory museum*. Museum 2.0 ed., Santa Cruz, California, USA.

Viñarás Abad, M. (2009) *Departamentos de comunicación en museos: la planificación estratégica de la comunicación en instituciones artísticas y culturales*. Global Media Journal, vol. 6, núm. 11, 2009, pp. 36-54 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Monterrey, México <https://www.redalyc.org/pdf/687/68711445003.pdf>

Modalidad de cursada

La modalidad de dictado es teórico - práctica, con encuentros sincrónicos virtuales, combinando exposiciones apoyadas con ejemplos y casos, instancias de reflexión bibliográfica y sobre la práctica. Se realizarán trabajos individuales y grupales virtuales en relación a los contenidos que se aborden en las clases sincrónicas. También se realizarán análisis de casos de productos de comunicación digital e interactiva en museos para diferentes públicos y desde distintas instituciones. Se plantearán situaciones problemáticas como disparadores de discusiones y se analizarán las estrategias para posibles soluciones. Se promoverá la visita a museos tanto de manera presencial como virtual, en la medida de las posibilidades de los/as participantes.

Formas de evaluación

Actividades y ejercicios prácticos. Presentación de trabajo final integrador escrito que incorpore aspectos vinculados a las narrativas digitales de comunicación.

Requisitos para la aprobación del seminario

Asistencia del 80% de los encuentros sincrónicos virtuales, participación en ejercicios y actividades propuestas, entrega del Trabajo Final en los plazos estipulados.