

LOS MUSEOS COMO
INSTRUMENTO PEDAGÓGICO.
LA PUESTA EN VALOR DE
UN PEQUEÑO OBJETO



Mlga. Olga BANCHIO de SÁNCHEZ

1- Dado el auge que han tomado en los últimos tiempo los museos para ser utilizados como instrumentos pedagógicos, incluidos en las currículas escolares, en el sentimiento de los educadores y en las exigencias de los visitantes, tomaremos esto como disparador temático para arribar a la puesta en valor de un pequeño objeto como puede ser un frasco de perfume.

Todos conocemos la definición de museos que da el I.C.O.M. ; la cual dice que es una institución sin fines de lucro abierta al público que recoge, conserva y exhibe bienes materiales para estudio y deleite.

2- Esos bien materializados son los objetos y las imágenes como también podríamos decir OBJETOS-IMÁGENES (todos los objetos nacen de las imágenes). Estos revisten características determinadas: sea por rareza, antigüedad y valor estético, valor científico, etc. etc.: en realidad no hay una regla, un parámetro que determine cuándo un objeto es merecedor de estar en un museo: **si es museable porque está en un museo o si porque está en un museo es museable**. Lo verdaderamente cierto es que todo objeto o imagen es producto de la actividad humana, por ende está cargado de :

- significantes (la acústica del lenguaje hablado)
- significaciones (la intención que ha puesto el autor)
- sentimientos (la parte afectiva del: productor, consumidor, observador)
- relaciones (contexto inmediato y contexto remoto)

con esto estamos en condiciones de afirmar que los objetos nos hablan de

- * necesidades y relaciones humanas
- * costumbres, mitos y creencias
- * culturas de sociedades presentes y pasadas

de estos aportes deviene el interés histórico – cultural de los objetos-imágenes, también a partir de la escritura, en referencia a lo actual.

Reforzando estas ideas respecto del “valor de lo museable” podemos citar a dos autores de reconocida trayectoria en el campo de la museología y de la historia, cuyos conceptos profundizan respecto de la representatividad del objeto en relación a sí mismo y a la historia que lo contextualizó otorgándole significado:

* ANGELA GARCÍA BLANCO dice en su libro “Didáctica del Museo” (Ed. de la Torre – 1994) *“cada objeto es un documento fiel y objetivo universal en el espacio y en el tiempo, que informa sobre todas las clases o grupos sociales.*

Cada objeto posee una información única y distinta a la de los demás”.

- CABALLERO dice que: ***“la historia- como relación o lista cronológica- puede escribirse en cada lugar y en cada momento donde existan restos materiales que se relacionen con la actuación humana”***

Desagregando este último concepto, podemos advertir que estos restos materiales – que pueden ser objetos o imágenes- tiene SOPORTE; ese soporte a su vez puede diferenciarse en material, corpóreo, tridimensional...las imágenes (fotografías, por ejemplo) aunque tienen soporte material y corpóreo, lo poseen en un sentido bidimensional, por ser un plano.

En síntesis, en virtud de todos estos aspectos desarrollados, haciéndolos converger, estaríamos concluyendo que ambos: OBJETO e IMAGEN llevan implícito un DISCURSO; y en la medida que podemos analizarlo, “mirándolo” de todos los modos posibles, según ya consideráramos previamente, estaríamos aproximándonos a su “valor”. Dice J. BERGER en “Modos de Ver” que: ***“cuánto más imaginativa es una obra, con más profundidad nos permite compartir la experiencia que tuvo el artista, de lo visible”***.

3- Del discurso podemos extraer:

- ◆ - de qué material está hecho
- ◆ - con qué técnica
- ◆ - para qué se hizo
- ◆ - la estética del objeto o de la imagen (formas, colores, olores, etc)
- ◆ - fechas
- ◆ - lugares de factura de los productores, consumidores, etc.
- ◆ - efectos (en el medio ambiente, en el entorno)
- ◆ - sentimientos
- ◆ - la cultura que lo produjo
- ◆ - los autores materiales
- ◆ - causas que motivaron la aparición de tal producto

Todos estos interrogantes y tantos otros como se nos ocurra están cargados de

SIGNIFICADOS
Representación (casa)

SIGNIFICANTES
la acústica del lenguaje

Todo se relaciona con todo, formando lo que se llama CONTEXTO INMEDIATO.

Muy frecuentemente se desconoce el origen o en qué circunstancias llegan Objetos a los museos. Aquí es cuando aparecen las dificultades al encontrarnos con esos objetos DESCONTEXTUALIZADOS. Sin embargo no es tan difícil reconstruir el contexto si nos basamos en algunos datos que él mismo –el objeto- puede aportar, sea por las relaciones e interconexiones que se pueden establecer con estos objetos de iguales o semejantes características o apoyándonos incluso con textos escritos. De esta manera puede ubicárselo en el espacio y en el tiempo, deduciendo -a veces- hasta qué cultura produjo tal material.

Cuando los objetos son portadores de tanta información adquieren el valor de DOCUMENTOS. ¿y por qué decimos tal cosa? Porque materializan actos o hechos individuales y sociales.

Para que los museos cumplan con la labor pedagógica que se les asigna, deberán enriquecer el DISCURSO que cada objeto emana de sí mismo.

4 - Tomaremos por caso un simple frasco de perfume cuyo único soporte es esta imagen publicitaria de un medio gráfico. Así llega al museo y trataremos de ponerlo en valor según la lectura del discurso, para lo cual nos apoyaremos de una rama de las ciencias de la comunicación tal como es la SEMIÓTICA. Así podemos inferir, a través de ella, que la primera información está relacionada con el envase contenedor del producto.

Suele decirse que toda imagen es como un paquete que contiene complejos elementos. Ésta contiene **“materias sensibles investidas del sentido del producto”**.

¿Qué quiere decir? Que trasluce la intencionalidad del autor o creador. Pero también tiene una estructura que desde los efectos que de ella produce es posible hallarle un sinnúmero de significantes. (acústica)

Toda persona que observe a ese objeto o a una imagen relacionada a tal objeto podrá conocer los significados a través de las estructuras que lo conforman. De acuerdo a la forma, al volumen, al material, a la estética...se podrá **interpretar** el Discurso que transmite. Al decir interpretar estamos considerando que al realizar esta operación estamos poniendo en juego **“lo que sabemos o lo que creamos”** cosa que **“afecta al modo en que vemos las cosas”**, como sostiene J. BERGER en **“MODOS DE VER”** de Edit. Gustavo Gili

Accionemos ahora los aportes teóricos realizados. **OBSERVEMOS EL FRASCO.** (mirarlo detenidamente; compararlo con otro envase diferente)

¿Qué aparenta ser? **Un trozo de caña de bambú.**

Si averiguamos acerca de las características o propiedades de este vegetal – gramíneo-leñoso- comprobaremos que es **FLEXIBLE, RESISTENTE** (definición académica) que se yergue orgulloso, majestuoso ante los embates del viento, propiedades éstas que pueden identificarse con el hombre actual, de carácter y con marcada personalidad.

Además observando la robustez del mismo, -sumado al material de confección- podríamos agregar que simboliza **la fuerza, el ímpetu y hasta la virilidad.**

Si comprobamos con el olfato, la **fragancia** nos hace pensar en un aroma “vivificante”, que, unido al color del producto, más el soporte propagandístico que muestra los mismo tonos cromáticos que el contenido –hace referencia a una gran masa de agua, lo que indica que posee **notas oceánicas yodadas muy particulares** tal lo aclara en su envase.

Esto nos transporta a una sensación muy placentera, maravillosa que se confirma al observar la imagen plana.

Un slogan en la parte inferior de dicha imagen dice: “...mientras tanto, en la otra parte del mundo ...” nos habla de un cruce de culturas: oriental con occidental, nos remite a un pensamiento global, propio de esta épocas.

Todo nos hace pensar que la creación de KENZO posee un **mosaico de influencias y folclore** como lo es todo su estilo: **Fogoso y Alegre**.

Si vamos a la imagen plana, las figuras se presentan en forma simétrica con base ancha, verticales ascendentes, lo cual refleja la elevación del espíritu sobre la materia. (comparar con las torres de las iglesias, casi siempre terminadas en agujas para significar la elevación del espíritu hacia Dios).

También observamos que no hay elementos contrastantes: son colores difusos, sombreados, opacos, que refuerzan la idea de serenidad.

La idea de tridimensionalidad, vale decir los distintos planos, se aprecian a través de los claroscuros.

Ahora bien: hemos extraído una serie de datos que nos permita tener un acercamiento con el objeto arribado tan silenciosamente al museo. Está en la capacidad de cada uno en particular, el mostrar en una forma didáctica, pedagógica –práctica y comprensible a dicho objeto para que el espectador salga con un conocimiento adquirido y con la posibilidad de investigar y profundizar mucho más en el tema.

Ej.: * lugar de factura, * época, * firma, * procedencia del creador, etc.

Retomando a Ángela García Blanco, ella sabiamente dice: ***“El museo debe hacer partícipe al visitante del conocimiento científico que posee sobre las piezas que expone”*** (sic) Y ello implica no sólo transmitir la ciencia sino también el modo de hacerla. ***“También debe enseñar a descifrar las claves comunicativas que se usan en la exposición de los objetos”*** (sic).

Restaría confeccionar una ficha nomencladora que acompañe al objeto en la vitrina de exhibición, que resumiera lo analizado y que el visitante encuentre interés a pesar de estar frente a un objeto que parece insignificante.

Te animas??? Te doy algunas ideas:

- 1 – n° de orden; Museo al que pertenece; donante (si se sabe); fecha de arribo
- 2 - ¿De qué se trata?
- 3 – ¿De qué material?
- 4 - ¿Qué simboliza?
- 5 - ¿Qué aspecto tiene?
- 6 - ¿Qué revela ante la sociedad de consumo?
- 7 - ¿Por qué no es común encontrarlo en cualquier lugar? (tanto para la venta como para consumidor)
- 8 - ¿Qué persona pudo haberlo utilizado? (Hablar sólo de la personalidad)
- 9 - ¿Con qué objetos los contextualizarías? (nombrar 2 ó 3 objetos)
- 10 - La imagen publicitaria... ¿Supone cambios en la sociedad?

OTRA POSIBILIDAD ES PENSAR EN UNA FICHA PARA NO VIDENTES

La misma deberá contar con:
Forma; tamaño; peso; material; fragancia; características especiales.

Tomar en cuenta que debe establecer comparaciones con elementos de uso cotidiano y adaptarse tanto para adultos como para niños.

Te animas a confeccionar una ficha descriptiva que resuma y acompañe al frasco de perfume de KENZO?...

Te facilito algunas ideas que pueden ser ampliadas según **tu investigación y tus saberes**

- - N° de orden
- - Museo al cual pertenece
- - Donante (si se sabe)
- - Fecha de arribo al museo
- - De qué se trata? (materiales, forma, colores, aspecto, medidas, peso)
- - ¿Qué simboliza?
- - ¿Qué revela ante la sociedad de consumo?
- - ¿Por qué no es común encontrarlo en cualquier lugar? (tanto para la venta como para el consumo)
- - ¿Qué persona pudo haberlo utilizado? (hablar sólo de la personalidad)
- - ¿Con qué objetos lo contextualizarías? (nombrar 2 ó 3 objetos)
- - La imagen publicitaria ...¿Supone cambios en la sociedad?
- - Algún aporte personal que quieras agregar.

Cada Museo adaptará estos datos al lugar donde corresponda de acuerdo a la ficha que haya adoptado para su utilización.