

***Julia Godoy***

***Visibilidad, vinculación e identidad del patrimonio  
universitario***

***Visibility, linkage and identity of the university heritage***

**Resumen**

En los últimos años esfuerzos individuales e institucionales, desarrollaron acciones acordes a los nuevos paradigmas de la extensión para promover un proyecto de vinculación y su interrelación con la comunidad y su tiempo histórico. Esta preocupación no es ajena a la problemática del Patrimonio Universitario. En la UNCuyo, se fueron creando, en función de las distintas temáticas o disciplinas científicas y artísticas, espacios particulares, más o menos informales u organizados, en los que se acumularon piezas, materiales e información de gran importancia. Estas colecciones revisten un alto valor patrimonial, ya que representan la historia de la Universidad, en relación con el medio y cada componente, en sí mismo, presenta valores intrínsecos propios para la historia natural, científica, tecnológica y cultural de la región.

Visibilidad y transparencia. Una difusión permanente y coordinada que promueva un conocimiento adecuado de cada espacio patrimonial de la UNCuyo y los transforme en espacios abiertos a toda la comunidad

**Julia Godoy**

académica y a la sociedad mendocina en general, pero también, con el apoyo de nuevos medios y soportes, sean útiles más allá de la región donde la Universidad está inserta.

**Palabras clave**

PATRIMONIO UNIVERSITARIO- EXTENSIÓN - VISIBILIDAD

**Abstract**

*In recent years, individual and institutional efforts have developed actions in line with the new paradigms of extension to promote a project of linkage and its interrelation with the community and its historical time. This concern is not alien to the problems of University Heritage. In UNCuyo, different spaces, more or less informal or organized, were created, depending on the different themes or scientific and artistic disciplines, in which pieces, materials and information of great importance were accumulated. These collections are of high heritage value, since they represent the history of the University, in relation to the medium and each component, in itself, presents intrinsic values proper to the natural, scientific, technological and cultural history of the region.*

*Visibility and transparency. A permanent and coordinated dissemination that promotes an adequate knowledge of each patrimonial space of the UNCuyo and transforms them into spaces open to the entire academic community and to the society of Mendoza in general, but also, with the support of new media and supports, are more useful beyond the region where the University is inserted.*

**Keywords**

UNIVERSITY HERITAGE- EXTENSION – VISIBILITY

***1. Extensión y patrimonio universitario***

Las Universidades argentinas están desarrollando, en los últimos años, acciones acordes a los nuevos paradigmas de la extensión, para promover un proyecto de vinculación relacionado con la comunidad y con su tiempo histórico. No es ajeno, a esta nueva realidad, el Patrimonio Universitario. Es importante recordar que durante sus setenta años de existencia la Universidad Nacional de Cuyo, fue creando, en función de las distintas temáticas y disciplinas científicas, espacios particulares, más o menos informales u organizados, ligados a la diferentes unidades académicas y al propio Rectorado, en los que se acumularon piezas, materiales e información valiosa para las actividades de enseñanza e investigación. Estas colecciones revisten un alto valor patrimonial, ya que representan la historia de nuestra Universidad y poseen valores intrínsecos propios para la historia natural, científica, tecnológica y cultural de la región. En la actualidad, la mayoría de estas colecciones se encuentran escindidas de la dinámica pedagógica a partir de las cuales, en su mayoría, se originaron. Sumado esto al poco interés

*Julia Godoy*

que suscitan actualmente entre los profesores y estudiantes; como en la comunidad en general, lo que hace que difícilmente los destinatarios, puedan captar su utilidad y valor patrimonial.

En tanto las universidades están abocadas a la enseñanza y producción de conocimiento científico, desarrollo tecnológico y artístico, la función sustantiva de extensión universitaria coadyuva a la vinculación con el medio, articulando los objetivos institucionales de la universidad con las necesidades de la sociedad en general y privilegiando a los sectores de mayor vulnerabilidad social en particular. En el cumplimiento de estas actividades los integrantes de la comunidad universitaria despliegan saberes y prácticas que pueden o no materializarse y que constituyen el patrimonio universitario. En las últimas décadas se han revalorizado los nuevos marcos teóricos sobre el patrimonio cultural, dándole una significación que hasta entonces no poseía. En línea con las recomendaciones que sugiere el *“Comité de Ministros de los Estados Miembros sobre la gobernanza y la gestión del patrimonio*

*universitario. Consejo Europeo*”, el patrimonio universitario comprende el legado tangible e intangible producido por la institución y que está constituido por la edificación, los sistemas educativos, la comunidad universitaria (funcionarios, docentes, investigadores, estudiantes, graduados y no docentes) así como el medio social y cultural del que es y ha sido parte. Cualquier rastro de actividad humana material y simbólica realizado por la comunidad de educación superior es parte de su patrimonio. Sus productos materiales (cuadros, libros, tesis, revistas, máquinas, motores, herbarios, jardines, grabaciones, videos, momias, animales, instrumentos, artefactos, fotos, etc.), creencias, prácticas, valores, logros, formas de transmisión de conocimiento y capacidad de innovación, así como su función social y cultural. Esta definición del patrimonio universitario es resultado de una concepción abierta y dinámica que está atenta a los cambios de su naturaleza y a las transformaciones de su selección que se consideran socialmente construidas.

*Julia Godoy*

La importancia de la preservación y difusión del patrimonio deriva de su condición vinculante del pasado y el presente, a través de la recuperación de la memoria social.<sup>17</sup> Los legados culturales que constituyen el patrimonio se convierten en referencias simbólicas en la medida que estructuran, articulan y fomentan la constitución de identidades. Es por ello que resguardar, investigar y difundir el patrimonio universitario es vital tanto para el desarrollo de la comunidad universitaria como de la comunidad local que la contiene.

Por ello y tomando como partida algunos criterios nacionales ligados a la extensión, pero también al propio interés de nuestra Universidad por vincularse cada vez más y de diversas formas con la sociedad; desde hace algunos años y bajo la gestión actual, planteamos un concepto integral en la intervención del patrimonio, sustentado en la interdisciplinariedad. Promoviendo una secuencia

---

<sup>17</sup> ARANTES A., 1984, “Produzindo o pasado. Sao Paulo” en Global Media Journal Edición Iberoamericana, Volumen 6. Web: [www.ull.es/publicaciones.es](http://www.ull.es/publicaciones.es) Consultado el día 11 de agosto del 2012. [en línea]

encadenada de acciones (positivas) de intervención del patrimonio, integrada por cuatro niveles: Investigación, Protección, Conservación y restauración, Difusión y didáctica.

## **2. Punto 0**

En el año 2008 se plantea, dentro de la institución, la necesidad de que los bienes patrimoniales sean puestos en valor recuperando el sentido práctico con el que inicialmente fueron pensados, recuperando sus aportes en la enseñanza y la investigación universitaria; definiendo y diseñando una serie de actividades que promuevan la visibilidad de este patrimonio, tanto tangible como intangible, haciéndolo accesible y útil a la sociedad.

Así, por requerimiento de algunos especialistas, la Secretaría de Extensión Universitaria de la UNCuyo crea por resolución rectoral 1668/08 la

“C.A.P. Comisión Asesora para el rescate y puesta en valor del patrimonio cultural, natural, científico e histórico de la UNCuyo”.

*Julia Godoy*

Conformada por representantes de las distintas unidades académicas y la SEU, dicha comisión tiene por objeto poner en valor el patrimonio de la Universidad. En el año 2009 se aprueba el financiamiento del proyecto “Patrimonio de la Universidad Nacional de Cuyo. Propuesta para su protección, difusión y accesibilidad”<sup>18</sup>.

presentado a la sexta convocatoria del Programa de Promoción de la Universidad Argentina, fortalecimiento de la función de Extensión (Resolución SPU 885/09). Para dicha presentación el proyecto contó con el apoyo del Consejo Asesor de Extensión Universitaria, al ponderar las políticas institucionales de la UNCuyo, la situación del área de extensión universitaria y las necesidades para el fortalecimiento de la función dentro de la UNCuyo y de la comunidad en general. En el año 2010 se recaban algunos resultados de este proyecto y se dan a conocer mediante comunicaciones en congresos y jornadas nacionales como el “I Encuentro de Museos Universitarios del MERCOSUR”; el “I Congreso Nacional de Museos Universitarios”, desarrollado en la Plata y en el “IV

---

<sup>18</sup> Resolución 1668/08. Secretaria de Extensión Universitaria. Universidad Nacional de Cuyo.

Congreso Nacional de Extensión Universitaria y la IX Jornadas Nacionales de Extensión Universitaria” en Mendoza y dentro del área “Patrimonio: valoración y conservación”. A partir de dichas presentaciones e intercambios con otras realidades universitarias de nuestro país se comparten visiones y situaciones con problemáticas comunes. Esto también nos permite reconocer que los procesos que se desarrollan dentro de la universidad son acordes a las tendencias nacionales e internacionales en este campo.

Con los resultados del primer relevamiento del patrimonio cultural de la UNCuyo, realizado por la CAP, encontramos en las diferentes unidades académicas una gran diversidad de temáticas abordadas, algunas forman parte de cátedras o museos más o menos consolidados, y/o de centros documentales como las de: Ciencias Naturales (con más de 11.000 piezas) integradas al Museo de Ciencias Naturales José Lorca (Liceo Agrícola y Enológico Domingo F. Sarmiento), la colecciones de Herpetología (sobre las que se han sentado las bases del conocimiento nacional en esta

*Julia Godoy*

temática), la de Entomología, el Jardín Botánico y las colecciones de muestras vegetales de la Facultad de Ciencias Agrarias; de Antropología e Historia (más de 5.000 piezas) como parte del “Museo Prof. Salvador Canals Frau” de la Facultad de Filosofía y Letras, concentrado en arqueología y antropología y del Museo Histórico de la Facultad de Ciencias Agrarias; de Anatomía y Medicina (cerca de las 1200 piezas) de la Facultad de Ciencias Médicas; de Arte (más de 2.000 piezas) bajo la órbita del Museo Universitario de Arte; de los Archivos y centros de documentación (más de 25000 piezas) de las Facultades, y del Centro de Documentación Histórico de la Universidad (SID-Secretaría Académica del Rectorado).

Principalmente se detecta que estas colecciones necesitan ser puestas en valor para que vuelvan a adquirir el sentido práctico con el que inicialmente fueron pensadas, reanudando sus aportes a la enseñanza y la investigación universitaria y a su vez resultar visibles y accesibles a la comunidad en general. Algunas problemáticas que ya es posible describir se concentran en:

- Recursos humanos: falta de personal, o personal dedicado con escasa formación específica, desigual dedicación en horas y especificidad de tareas.
- Falta de presupuestos, de normativas propias a cada espacio, como generales a la universidad en cuanto a la gestión de su patrimonio
- Falta de espacio propio para el correcto uso y difusión del patrimonio.
- Con respecto a las colecciones reconocidas como tales, en muchos casos se ha perdido de vista o aun no cobra reconocimiento, su valor como recurso para la enseñanza, su potencial como objeto de consulta, estudio, de discusión por ejemplo para el desarrollo de tesis de diferentes niveles.

### ***3. Los objetivos planteados***

Como objetivos generales buscamos el reconocimiento y aprecio del patrimonio universitario como parte sustancial de la identidad de la comunidad universitaria, de la cultura local y nacional; estableciendo los mecanismos para una adecuada preservación, conservación, organización, administración y comunicación del patrimonio universitario, así como posibilitar la visibilidad y accesibilidad de la comunidad a los recursos patrimoniales contenidos en los museos, colecciones, archivos y fondos

*Julia Godoy*

documentales de la UNCuyo. Para ello se realizó, como primer paso, un relevamiento del patrimonio universitario que permitió generar un diagnóstico integral, proporcionando datos suficientes que sirven hoy para la formulación de estos lineamientos que permitirán una adecuada gestión del patrimonio, tomando en cuenta las diversas formas en que este se presenta. Estableciendo las bases de futuros guiones museográficos y circuitos culturales que permitan la accesibilidad de la comunidad a los recursos patrimoniales universitarios. Difundiendo la importancia de una adecuada gestión del mismo en espacios y condiciones apropiadas y constituyendo marcos normativos innovadores y comunes para una adecuada administración, conservación, investigación y difusión de nuestro patrimonio.

Hoy, es habitual que museos, archivos y colecciones universitarias posean un espacio específico y diferenciado de las cátedras, departamentos docentes o institutos de investigación, en los que surgieron, para encontrar formas de articulación más productivas con éstos. Sobre este punto

la Universidad busca, para los próximos años, dirigir la gestión sobre estos bienes, coordinando las diferentes secciones de manera tal que pueda existir una dinámica y una comunicación apropiada entre ellas, punto de partida necesario para trazar distintas estrategias para conservar adecuadamente el patrimonio, profundizar su conocimiento, desarrollar líneas de investigación, colaborar con las existentes y articular diversas formas de difusión que faciliten el acceso de distintos sectores de la comunidad local al mismo.

El objetivo central del programa, ya en marcha, es catalogar, preservar y dar a conocer todos y cada uno de los espacios y experiencias, de vital importancia para la herencia común de la región y la propia Universidad. Parte de una acción coordinada desde la universidad con el fin último de la “devolución social” del patrimonio hacia la comunidad. Estamos trabajando en la visibilidad de esta área, desarrollando una serie de estrategias de comunicación integral y diseñando acciones específicas de

*Julia Godoy*

difusión, apoyados fundamentalmente por las TICs<sup>19</sup> y los nuevos soportes digitales de información y comunicación: páginas web específicas, propuestas colaborativas en red; rescatando visualmente (fotografía y video digital) todo con lo que contamos y poseemos, con el fin de difundir, pero sobre todo de convocar a toda la sociedad a participar de innovadoras y valiosas experiencias educativas y patrimoniales. Una difusión permanente y coordinada que promueva un conocimiento adecuado de los museos universitarios de la UNCuyo y los transforme en espacios abiertos, con el apoyo de nuevos medios y soportes.

#### ***4. Metas y acciones***

Como lineamientos para dar continuidad a las acciones emprendidas hasta el momento, habrá que tener en cuenta una serie de metas, a corto y mediano plazo, que puedan

---

<sup>19</sup> Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

diseñarse y cumplirse independientemente de los posibles cambios de gestión en el futuro.

- Trabajar sobre la formulación y explicitación en materia de política patrimonial universitaria que dé marco a la gestión específica.
- Promover la elaboración de planes de gestión para los diversos museos, colecciones y recursos patrimoniales existentes en la UNCuyo.
- Dar continuidad al diagnóstico, al estado actual específico de colecciones y patrimonio no registrado en tales condiciones, valorando su potencial.
- Iniciar y/o actualizar los registros específicos de los museos, colecciones y recursos patrimoniales existentes en la UNCuyo.
- Desarrollar reglamentos y protocolos que regulen las diversas actividades en torno a la investigación, conservación, consulta y comunicación del Patrimonio Universitario
- Procurar y diseñar capacitaciones, para desarrollar adecuadamente todo tipo de gestión, en áreas específicas.
- Promover la articulación de acciones y conocimientos, entre los diversos espacios existentes, como entre el personal a cargo del patrimonio universitario.
- Promover y fomentar la formación de especialistas así como el trabajo en equipos con actores de las diversas disciplinas con que se cuenta en nuestra

universidad e incorporando nuevas disciplinas, que nuestra institución posee, pero que no están vinculadas a las colecciones y museos.

- Generar a mediano plazo espacios y propuestas educativas especializadas, desde la universidad y/o articulada con otros ámbitos y niveles, formales e informales, que aporten a la formación permanente de los técnicos especializados para cubrir las necesidades internas de la UNCuyo, como prever a futuro la formación de recurso humano que pueda cubrir las necesidades locales como regionales.
- Fomentar y sostener la investigación sobre el patrimonio existente, se encuentre o no agrupado en colecciones, como el que se va generando día a día.
- Establecer como uno de los aspectos básicos para la conservación, comunicación e investigación de las colecciones y museos, la necesidad de contar con presupuestos específicos.
- Desarrollar las estrategias y convenios que favorezcan la incorporación de fondos externos a la Universidad como aporte al desarrollo de programas de cooperación.
- Mantener las colecciones en su contexto actual y tradicional, además de propender al desarrollo de proyectos que su base sean los objetos o especímenes de las colecciones, a través de programas educativos interdisciplinarios de diversos alcances
- Fomentar a través de programas integrales (investigación-exposición-desarrollo de actividades paralelas) una visión del avance del conocimiento y de las diversas expresiones artísticas que ayude a los

estudiantes como a la comunidad en general a reconocer las particularidades de los diferentes campos del conocimiento, así como su articulación.

- Implementar actividades de promoción que busquen generar en los habitantes de la provincia como en turistas una mayor curiosidad, preocupación y compromiso respecto del patrimonio localizado en el entorno como en el interior de la Universidad.
- Comunicar a través de medios virtuales las diferentes actividades, acciones llevadas a cabo en nuestra Universidad en torno a la investigación, la docencia, la extensión desde una perspectiva patrimonial, que pueda traducirse en la configuración de un museo virtual que contenga a los museos y colecciones de la universidad.

### **5. *La incertidumbre***

Educar deleitando, a riesgo obviamente de no acertar, ha de suponer una predisposición muy grande a volver sobre los propios pasos, a repensar lo decidido. Ya hemos esbozado algo al respecto cuando hemos hablamos de los objetivos primarios de estas colecciones y fondos museísticos, aunque se debe insistir mucho más: los decisores sobre un museo con prácticas alternativas deben saber que tanto las actividades didácticas específicas (talleres, etc.), como los

contenidos seleccionados para constituir la muestra o colección permanente, en caso de existir, se encuentran vinculados de alguna manera al adjetivo «efímero».

En efecto, el paso de los años o una revolución tecnológica puede convertir cualquier instalación expositiva en obsoleta, o imponer a la misma, renovaciones en profundidad. Igualmente, y en tanto que nos referimos muy mayoritariamente a entidades públicas, nuevos responsables políticos pueden ejercer el derecho a reconcebir los museos y el patrimonio bajo su égida. Y lo mismo puede suceder como consecuencia del nombramiento de nuevos responsables técnicos. Finalmente, la insatisfacción, el rechazo o el absentismo de la comunidad universitaria y del público, constituyen la principal amenaza que puede pesar sobre el futuro de cualquier iniciativa de este tipo.

Tras lo dicho, quizá sea el momento de lanzar una pregunta: ¿quiénes son los profesionales destinados a hacer realidad los “otros” museos y espacios, volcados a la comunicación

y la educación (construidos alrededor de sólidos, flexibles, coherentes y efectivos proyectos educativos), y audaces en sus planteamientos? En muchos casos, es cierto, se vincula a educadores para la realización de actividades didácticas. Y también se recurre a publicistas para llevar a cabo campañas de comunicación. Pero el gran reto va bastante más allá y supondría un gran cambio estructural: el desafío consiste en que educadores y psicólogos –y diseñadores, escenógrafos, expertos en marketing, y otros diversos profesionales– puedan formar parte con naturalidad, y con carácter prácticamente permanente, de los equipos que deciden el porqué y el cómo de las exposiciones y colecciones, estudiando y resolviendo otras cuestiones que atañen a la conformación del museo y al desarrollo de su intervención en el seno de la sociedad. Se plantearía, así, la posibilidad de una verdadera interdisciplinariedad, con contraste de pareceres y con sinergias entre los protagonistas del debate y el trabajo, y no la limitada multidisciplinariedad que se da ocasionalmente mediante adscripciones temporales ad hoc. Si el ejercicio efectivo de la interdisciplinariedad y la disposición a repensarlo todo

*Julia Godoy*

deberían constituir características de la vida interna de los “nuevos” espacios, nada impediría que éstos apareciesen ante los ojos del público como lo más distante a una nueva ortodoxia: si una multitud de opciones se abre ante los responsables de crear y mantener este patrimonio, un verdadero abanico de exposiciones permanentes y temporales, de actividades didácticas, y de servicios on-line podría ponerse al servicio de los visitantes. Y en ese sentido no debe olvidarse que dicho abanico de opciones se verá facilitado por los avances tecnológicos en múltiples aspectos y tampoco deberíamos perder de vista que la reflexión teórica no cesa de matizar los parámetros museísticos consolidados o de soñar los futuros.

El primer paso que proponemos es alejarse de las características rígidas y antieducativas que hacen que cualquier intento porque el individuo aprenda, fracase. Las cualidades de un espacio participativo deberían ser:

1. Evitar la apariencia autoritaria
2. Estimular al visitante y prestarle atención individual.
3. Hacer que el visitante se sienta libre, haga lo que le interese y se divierta (Fundación La Caixa, 1985)

Con la implantación de los sistemas multimedia en los museos, entendidos como la combinación de dos o más medios para presentar información, comienza el desarrollo del concepto de usuario-participante. Con la llegada de las nuevas tecnologías hace su aparición el concepto de interactividad. Los museos y colecciones son interactivas desde el momento en que el público no sigue una exhibición de manera lineal; esto se completa con la oportunidad de utilizar medios para ampliar la información de la exhibición; con lo que se ampliaron las posibilidades de comunicación con los visitantes y los recursos para la educación.

Y para esto son útiles las nuevas tecnologías que son otra herramienta de comunicación con los usuarios pues:

"muchos sofisticados procesos científicos, técnicos e industriales sólo es posible simularlos mediante las ricas convergencias multimedia interactivas, que, además, permiten reconstruir la evolución histórica, ayudan a comprender mejor el mundo tradicional, a la vez que rescatan al visitante de la pasividad

*Julia Godoy*

receptora introduciéndole en la interactividad participativa"<sup>20</sup>.

## **6. *Comunicar e Innovar***

No podemos dejar de hablar de la repercusión que ha tenido Internet en la gestión de la comunicación para estas instituciones, limitadas hasta el exceso en el control de los mensajes emitidos al no disponer de recursos para la comunicación persuasiva convencional, la publicidad. Al estar sometidos a la decisión periodística sobre la publicación de una nota de prensa emitida por el museo, se escapa por completo el control sobre el mensaje, no tanto en contenido como en tiempo. Internet viene a solucionar en parte este problema, limitados todavía al número de internautas, que va en aumento.

El último encuentro *Museum Next*, realizado en la ciudad de Barcelona se ha convertido en el centro neurálgico del

---

<sup>20</sup> ALFAGAME G., Marín T.T, "Uso formativo de los Museos Universitarios". En: *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*. Enero-Diciembre. Mérida-Venezuela. 2006

debate museístico ligados a procesos experimentales y con apoyo tecnológico. Un total de 350 expertos han desgranado sus proyectos y debatido las tendencias más innovadoras y eficaces para que los museos aprendan a utilizar de forma creativa las herramientas tecnológicas. Un espacio europeo que se emparenta con la organización en EE.UU. del *Museum and the Web*, debatiendo alrededor de tres ejes temáticos: participación, marketing digital y retos de futuro.

En principio se podría pensar que son los grandes museos los que más y mejor gestionan su Web, pero no se cumple en todos los casos. Algunos de los museos más importantes internacionales, apuestan por una web informativa y una postura conservadora, que cumpla con la exigencia de la presencia en la red: folletos virtuales, información sobre horarios, tarifas y fechas en la pantalla. Pero otros museos, mucho más pequeños y con menos recursos, han visto en Internet una oportunidad. Tal vez por sus limitaciones han aprovechado todas las posibilidades de la Web 2.0.

*Julia Godoy*

Estos nuevos recursos, ya en expansión, pueden permitir a nuestra Universidad diseñar, controlar y potenciar su propio mensaje, en fondo y forma. Queda mucho por hacer en el desarrollo de las webs de los museos e institucionales, alejados de muchas de las posibilidades de la web 2.0 y su interactividad. En este panorama general, hay que destacar las instituciones que apuestan por este canal como una herramienta esencial de la comunicación, incorporando posibilidades impensables dentro los medios tradicionales: salas de prensa virtuales, *newsletter*, visitas virtuales, blogs y chats, o archivos sonoros. Incluso otros no exclusivos de la tecnología: manuales de identidad visual, reservas para actividades, alquiler de espacios para eventos o estrategias de patrocinio y mecenazgo.

Cuando planteamos el diseño y activación de páginas web, y de otras estrategias digitales y multimedia, para las colecciones de nuestra Universidad, lo hacemos basados en algunas experiencias interesantes que reseñamos aquí:

- Desde el *Victoria & Albert Museum* de Londres, Rich Barrett-Small explica cómo están utilizando

las tecnologías *open source* para intentar cumplir las altas expectativas de hoy en día y contar con una información fácilmente disponible y accesible a través de una gran variedad de formatos.

- Robin Dowden y Nate Solas, respectivamente director de *New Media* y desarrollador de *New Media del Walker Art Center (Minneapolis)* se ha convertido en un verdadero nodo para las artes contemporáneas. La *web* del museo ha sabido desarrollar novedosas estrategias de divulgación, articulando la página no sólo alrededor de sus iniciativas, sino utilizando herramientas en el estilo de blogs temáticos y ofreciendo una panorámica mundial y global de la creatividad contemporánea.
- En Cataluña cuando se habla de museos y nuevas tecnologías, antes o después se debe mencionar a Aléx Hinojo. Este ha presentado QRedia, un sistema dirigido a soportes portables como teléfonos inteligentes y tabletas, que utiliza los códigos QR para acceder a contenidos de Wikipedia y artículos relacionados.
- Ana Ramos presenta *Radio Web Macba*, un proyecto de radio online desde el museo, que lleva cinco años de emisiones. La radio que comenzó su actividad como un escaparate para exposiciones y actividades del MACBA, ha llegado a desarrollar contenidos específicos, centrados en la exploración del sonido en el arte, el arte radiofónico y la música experimental. Según la *web* del Macba, una de las principales funciones del museo es pensar, elaborar y ordenar contenidos, de los que pueden surgir

*Julia Godoy*

nuevas narraciones según una idea personal, un interés o un concepto académico.

▪ ***Conclusiones***

Estas son, a vuelo de pájaro, algunas de las experiencias y reflexiones actuales dentro de algunos museos de índole pública. La UNCuyo posee medios, recursos técnicos y personal, en diferentes áreas, para avanzar sobre y con estrategias similares. Dispone de sus propios medios de comunicación y tecnología de avanzada, en consecuencia, el proyecto radial iniciado por el MACBA, por ejemplo, bien podría ser llevado a cabo en nuestra institución generando la integración de medios tecnológicos y de comunicación, con los recursos intelectuales y patrimoniales con los que contamos.

Merece la pena intentarlo: con y sin patrimonio material que llevarse a la boca, vale la pena imaginar espacios donde los visitantes, materiales y virtuales, puedan pensar y conocer. Al efecto de facilitar el primero de estos dos procesos, recientemente se ha defendido una orientación que suponga abandonar la perspectiva descriptiva y pasar a

la conceptual: abandonado la tiranía del objeto y privilegiando el protagonismo de las narrativas, apostando por una museología del cambio, facilitando también el proceso de aprender.

La comunicación estratégica de la propia institución y del área patrimonial se desarrolla fuertemente en un nivel táctico, mientras en los últimos años, se han producido importantes cambios sociales, educativos y tecnológicos en todo el mundo. Hay que tener en cuenta que tanto las Universidades, como los museos, son instituciones con más de veinte siglos de historia. Son grandes instituciones, prestigiosas en muchos casos que actúan despacio. Basta con ver cómo los museos de reciente creación, más pequeños y contemporáneos, son más ágiles a la hora de gestionar la comunicación e innovar en proyectos, utilizando más recursos que les posicionan en un panorama con mucha competencia. La identidad visual, entendiendo ésta en su carácter más amplio, es el primer elemento diferenciador. La organización debe, apoyarse en la totalidad de los mensajes, para construir un real territorio con personalidad e identidad.

Estamos dando los primeros pasos para potenciar, difundir y visibilizar los museos y colecciones universitarias con los que contamos, siendo sensibles a las demandas sociales y generando una puesta en valor de un patrimonio valioso, pero estático y muchas veces desconocido. Para ello necesitamos instituciones abiertas, dialogantes y con identidad. La Universidad cuenta con sus colecciones, instalaciones e infraestructura, una oferta, unas personas, un saber hacer, un sujeto que tiene un lugar en la sociedad, y que para ocupar su lugar, debe mirar más allá de sus salas y sus propias problemáticas y limitaciones, debe mirar hacia el público, a quién debe hacer llegar su colección, sus saberes, sus talleres, sus actividades. Estamos recorriendo un camino, en el que la comunicación y las relaciones públicas forman parte de la propia organización, más allá de ser una herramienta común de la gestión, y aunque el proceso es lento, el tiempo demostrará la fundamental aportación de la gestión integral de la comunicación para potenciar el valor de estos espacios, sobre todo cuando los

efectos de éstas sean más equilibrados entre la organización, su patrimonio y la sociedad.

***Bibliografía consultada***

ALFAGAME G., Marín T.T, “Uso formativo de los Museos Universitarios”. Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales. Enero-Diciembre. Mérida-Venezuela. 2006

ARANTES A., 1984, “Produzindo o pasado. Sao Paulo” en Global Media Journal Edición Iberoamericana, Volumen 6. Web: [www.ull.es/publicaciones.es](http://www.ull.es/publicaciones.es) Consultado el día 11 de agosto del 2012. [en línea]

BENDER, J. B. y PIAZZE L.C.,. “Viejas nuevas ideas acerca del trabajo en red en la Universidad Nacional de Cuyo ante el desarrollo y puesta en valor de sus museos y colecciones”, en *Congreso Provincial de Cultura “Hacia Políticas Culturales de Estado, Cultura y Desarrollo*. 2008. Mendoza

CASTELLANOS, Nancy P.: “Los museos, como medios de comunicación: museos de ciencia y tecnología”, en *Revista Latina de Comunicación*. N° 7. 1988. Web: [www.ull.es/publicaciones/latina/a/71mus.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/71mus.htm) Consultado el 15 de agosto del 2012. [en línea]

FORSTER, Arnold K. “Museums for the Future: Recognising new relevance for University Museums”, en *6° Congreso Internacional de Museos Universitarios, Nuevos Caminos para los Museos Universitarios*. UNAM y UMAC/ICOM. MUCA UNAM. México DF, 2006. 15p.

