



Actividad del Departamento de Educación. Interior del Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino. Fotografía: Museo Castagnino+Macro.

**ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES PARTICIPATIVAS
EN UN MUSEO DE ARTE.
LAS TÁCTICAS DEL MUSEO CARAFFA (CÓRDOBA,
ARGENTINA) Y DEL MUSEO CASTAGNINO
(ROSARIO, ARGENTINA)**

*PARTICIPATORY INSTITUTIONAL STRATEGIES
IN AN ART MUSEUM.
THE TACTICS OF CARAFFA MUSEUM (CÓRDOBA,
ARGENTINA) AND OF CASTAGNINO MUSEUM
(ROSARIO, ARGENTINA)*

Alejandra Panozzo Zenere

Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

Resumen El artículo propone un análisis de las estrategias institucionales participativas llevadas adelante por el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa (Córdoba, Argentina) y por el Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino (Rosario, Argentina), para delimitar qué perfiles organizacionales están promoviendo al poner en el centro de su dinámica a los públicos. Ello supone la necesidad de discutir no sólo sobre las distintas acepciones de la noción de participación, sino también, y esencialmente, distintas formas básicas de participación –recuperables en tácticas que devienen de aspectos generales y particulares– al convocar a los públicos. Se promueve, de este modo, revisar si los museos de arte están articulando lo artístico con lo social o, por el contrario, privilegian una de estas dimensiones.

Palabras clave Museo de arte, participación, estrategias institucionales participativas, perfiles organizacionales.

Abstract The article proposes an analysis of the participatory institutional strategies carried out by the Provincial Museum of Fine Arts Emilio Caraffa (Córdoba, Argentina) and by the Municipal Museum of Fine Arts Juan B. Castagnino (Rosario, Argentina), to delimit what organizational profiles they are promoting by putting the public at the center of their dynamics. This implies the need to discuss not only the different meanings of the notion of participation, but also, and essentially, different basic forms of participation –recoverable in tactics that come from general and particular aspects– when convening the public. In this way, it is promoted to review whether art museums are articulating the artistic with the social or, on the contrary, they privilege one of these dimensions.

Keywords Museum of Arts, Participatory, Strategies Institutional Participatory, Profiles Organizational.

Introducción

Entre los distintos agentes que forman parte del sistema del arte, el museo se destaca por conservar un aura de sacralidad, aire de distinción y ser depositario de la *cultura legítima* –que en muchos casos aún sostiene una imagen y el estatus de otras épocas– al reivindicar lo objetual, para sostener cierta prevalencia de su dimensión artística. Esta actitud pareciera diferenciarse de los intentos democratizadores y de representación que buscan recuperar algunas entidades patrimoniales al proyectar una orientación más plural que, los últimos años, privilegia un trabajo *con* y *desde* los públicos, lo cual converge en un significativo impulso de su dimensión social. A raíz de ello, nos proponemos en este artículo reflexionar hasta qué punto el museo de arte está cobrando perfiles organizacionales que péndula entre lo artístico y lo social o, por el contrario, si se inclinan sobre uno de ellos.

Nos planteamos, a partir de estos intereses, detectar qué estrategias institucionales participativas están ofreciendo este tipo de sede museal a sus públicos, para delimitar qué perfiles organizacionales se están poniendo en juego a la hora de convocarlos. Para ello, nos valemos de una agenda que estimula prácticas democráticas que articulan los postulados museológicos; el desarrollo de públicos; la participación artística; y la democracia de participación. Así, ensayamos un recorrido que se estructura, en un primer momento, en la especificidad de la participación en las instituciones artísticas y museísticas, para explorar las estrategias institucionales que se ponen en juego, y como éstas, a su vez, posibilitan distintos perfiles organizacionales en relación con formas básicas de participación. Luego, este enfoque teórico será explorado desde la praxis a partir de un análisis cualitativo deductivo, al

indagar las tácticas que se corresponden con aspectos generales y particulares llevadas adelante, durante 2022,¹ por dos museos de Bellas Artes argentinos: el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa (Córdoba, Argentina) y el Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino (Rosario, Argentina). Todo ello, en vista de detectar la manera en que se adapta este tipo particular de sede museal a las transformaciones que supone poner en el centro de su dinámica a los públicos.

La participación en los museos de arte

Al igual que otros términos como el de cultura, arte y patrimonio, el concepto de participación se caracteriza por sus múltiples significados. Específicamente, en las instituciones culturales y artísticas podemos reconocer su asociación vinculada a generar estrategias institucionales que se abocan, por ejemplo, a atraer y/o ampliar a los públicos, o a producir modalidades que invitan a contribuir, colaborar y cocrear obras de arte, actividades y/o eventos, etc. (Elffers & Sitzia, 2016). Dentro de este entramado, la noción de participación en los museos de arte presenta condiciones singulares propias de su estructura que se relaciona no solo con trabajar *con* y *desde* los públicos, sino también con visiones autónomas e instrumentales sobre el arte que coleccionan, investigan y exhiben, así como con el trabajo de artistas que, en muchos casos, tienen su propia forma de entender y actuar en relación con los públicos.

En esta línea, la selección de textos realizada por Claire Bishop (2006), no solo ayuda a profundizar en este aspecto, sino que además suma la dimensión social de lo artístico. Allí,

1 Año en que los establecimientos retomaron la programación de sus exposiciones, actividades y eventos de manera regular, luego de la pandemia del COVID19.



Vista externa del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa. Fotografía: Arq. Gonzalo Viramonte; MEC.

encontramos cierto recorrido histórico que subraya agrupamientos que comienzan en las décadas del veinte y del treinta con las primeras manifestaciones de este tipo, para sumergirse en trayectos artísticos situados durante los años sesenta y setenta, hasta convertirse en una de las tendencias claves para leer el arte en la década del noventa del siglo xx y principios del xxi. Lo singular de este trabajo es que orienta ciertos atributos a la práctica participativa como: la *activación*, en tanto el deseo de crear un sujeto activo que, a partir de estar en contacto con este tipo de experiencia, sea capaz de modificar la relación con la obra o su propia realidad social; la *autoría*, al ponderar el gesto de ceder algo o todo el control autoral

en busca de una producción compartida, no jerarquizada que, a pesar de los riesgos e imprevisibilidades, apueste por lograr mayores beneficios creativos y estéticos; la *comunidad*, ya que estimula la restauración del lazo social al fomentar la creación de comunidades sociales y/o artísticas que permiten la elaboración de nuevos significados sobre lo artístico. La lectura de Bishop pone el acento en los artistas y sus obras, y deja entrever que la participación implica una relación entre el público y las piezas/artistas, sea mediante la experiencia intelectual –a través de la creación de significados– o física –arte participativo–. No obstante, lo sugestivo es que circunscribe el papel de la institución artística –trasladable

a los museos de arte– al espacio y el marco temporal en que se facilita este tipo de interacción.

Sin embargo, en las últimas décadas mencionadas, en algunos museos, sobre todo a partir de determinados curadores y directores influenciados por la Museología Crítica o la Nueva Museología, se estimularon y promovieron un conjunto de estrategias institucionales participativas que, por ejemplo, se centraron en ofrecer otro tipo de narrativas que desplazaba del plano secundario y pasivo a los públicos (Hein, 2006; Hooper-Greenhill, 2000). Se buscaba con dichas narrativas involucrar, por ejemplo, a los visitantes de manera física, emocional o intelectual, en experiencias individuales o colectivas que transmitieran, crearan o cuestionaran los significados o los discursos establecidos (Elffers & Sitzia, 2016). Con los años, se articularían este aspecto expositivo con distintas modalidades de participación entre los visitantes y las obras que forman parte de las colecciones (Heritage Lottery Fund, 2010; Simon, 2010; Brown & Novak, 2011), llegando incluso a invadir otros aspectos de la dinámica museística. A la par, un departamento que también alentó este tipo de estrategias fue el educativo, inspirados en los ideales de John Dewey (1998[1927]), quien consideraba la participación como un proceso igualitario de representación, adaptación y aprendizaje mutuo entre el museo y los públicos. Así, el visitante se considera un aprendiz activo que construye significados, y no un mero receptor en un entorno de aprendizaje. Para cumplir con este cometido, los departamentos de educación llevaron adelante proyectos, desde un enfoque constructivista, que tratarían de ofrecer una experiencia de libre elección entre las obras y la cultura, las experiencias personales previas y los conocimientos de los visitantes (Hein, 2006; Homs Pastor, 2004). Todo ello, en

vista a que los públicos despertarían su curiosidad e inspirarían y potenciarían pensamientos que construyan nuevos significados y, al mismo tiempo, crearán *comunidades de aprendizaje* (Falk & Dierking, 2000) o *comunidades interpretativas* (Hooper-Greenhill, 2000). Posteriormente, también se sumarían los aportes del departamento de comunicación que, ante los avances digitales, añadirían cierta complejidad y diversificación de las estrategias, entre otros aspectos, al alentar la participación no solo en el espacio físico, sino también en el virtual (Stuedahl, 2019).

No obstante, como señalamos al comienzo de este apartado, el concepto de participación también supo asociarse con la asistencia al museo. Nos referimos a múltiples estrategias que tuvieron como principal fin llegar a públicos amplios y/o diversos –objetivo que se puede asociar con el ámbito del marketing o de la economía de la experiencia– (Colbert y Cuadrado, 2003; Li, 2020). Si bien la realidad de las entidades patrimoniales es dispar, ya que algunos consideran que llegar a un mayor número de visitantes se presenta como una posibilidad concreta para financiarse y, por lo tanto, generar mayores niveles de ingresos; para otros la asistencia se convierte en un indicador de diversificación y pluralidad. Esto confluye en que esta condición no solo debe ser leída en términos del número *adecuado* de visitantes, sino también de sus perfiles. Se perciben, de esta manera, estrategias institucionales participativas que se enfocan en ampliar y estimular el número de aquellos segmentos que forman parte del público asiduo; mientras otras, en cambio, insisten en centrar sus esfuerzos en que las artes lleguen a grupos más amplios y diversos (Ranshuysen, 1999).

Esta variedad de opciones permitió a Kevin McCarthy y Kimberly Jinnett (2001), en el contexto de los años noventa en EEUU, detec-



Vista externa del Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino. Fotografía: Museo Castagnino + Macro.

tar tres formas básicas de participación que se llevan adelante en este tipo de instituciones y reconocer distintas maneras de interacción con los públicos, las cuales fueron profundizadas décadas más tardes por Bob Harlow (2014) y Alexandro Bollo *et al.* (2017). La primera forma de participación, se corresponde con ampliar, se pone el acento en atraer a un mayor número de personas que estén dispuestas a participar en las artes, pero que no lo hacen actualmente –participantes poco frecuentes–. Otra se vincula con profundizar, al convocar a individuos que por hábito ya valoran la práctica cultural de asistir al museo –participantes frecuentes–, pero al que aspiran a mejorar su experiencia –actualmente, podemos asociarla con implicaciones que devienen de modalidades participativas como colaboración, contribución o

cocreación (Simón, 2010)–. Y, por último, una tercera opción, la de diversificar, al convocar a personas –no participantes– que normalmente no asisten a este tipo de instituciones culturales, ya sea por elección o por escasas posibilidades no están dispuestas a participar en las artes. La finalidad de este recorrido es señalar que cada forma básica de participación construye un perfil organizacional que delimita distintas estrategias institucionales en relación a la participación, lo que permite reconocer no solo qué se hace, sino cuándo y para quién. Para dar cuenta de ello, los autores proponen dentro de este tipo de estrategias prestar atención a diferentes tácticas que se ponen en juego. Un primer conjunto de tácticas delimitadas en la exploración de *aspectos particulares* que se subdividen en el tipo de arte que posee o exhibe

la institución; curatoriales delimitadas en la articulación de las piezas y el mensaje que se ofrece; museográficas emparentada a la escenificación y el guion que se presenta; actividades y/o eventos artísticos o generales; articular con artistas o expertos; entre otras opciones. El segundo grupo concentra tácticas que se corresponden con aspectos generales vinculados a los costos, horarios, accesibilidad, ubicación, servicios, articulación con otras instituciones/organizaciones, etc.

Todo lo planteado permite identificar distintas aristas de la participación que puede adoptar un museo de arte con respecto a sus públicos: ampliar, diversificar o profundizar. A continuación, nos adentrarnos en las especificidades que presenta este enfoque al ser recuperado desde una tipología particular de museo de arte en un territorio determinado. Sin embargo, antes consideramos que es necesario repasar qué supone este desafío, en términos generales, para los museos de Bellas Artes argentinos. Un tipo de establecimiento que, a lo largo de su historia, tuvo que ir adaptándose a las tendencias del sistema artístico; el contexto en donde se emplazó; y los cambios específicos del ámbito museístico. Adaptaciones que, de un modo u otro, persiguieron como fin que no pierda su condición de agente diferenciador del sistema artístico, pero también del museístico y cultural.

Los museos de Bellas Artes en el territorio argentino

Delimitar el sistema artístico en Argentina es todo un desafío, mucho más aún al intentar distinguir qué lugar ocupan los museos de arte dentro de este entramado. Para ello, nos valemos de la selección de artículos de María Paula Zacharías (2016), que ayudan a dimensionar la multiplicidad de actores, así como sus cambios en las primeras décadas del siglo

xxi. Dentro de este copilado ubica el rol protagónico de artistas de trayectoria y jóvenes entusiastas; operaciones de galerías, casas de arte y coleccionistas consolidados hasta nuevas formas y prácticas impulsadas por la figura de artista-gestor, residencias y circuitos. Un capítulo aparte brinda a los museos de arte y sus transformaciones, en el cual evidencia la puja continua entre fuerzas tradicionales y nuevas y/o disruptivas. No obstante, aunque la autora intenta mostrar un panorama que recupera la federalización del territorio, la realidad es que un aspecto clave que define al sistema artístico argentino es su centralidad en la ciudad de Buenos Aires –hoy CABA–. Esta condición es fundamental para comprender el mecanismo que reina en las instituciones culturales y artísticas del país, ya que lo que allí acontece suele determinar las reglas de lo cultural y lo artístico en Argentina. Si bien, existieron políticas culturales en esos años que, alentaron a la conformación de distintas escenas artísticas nacionales sostenidas por museos, fundaciones y artista-gestores,² o la creación de iconos locales a través de la instauración de museos de arte contemporáneo en ciudades como Rosario y Salta; la realidad es que estos intentos con los años se fueron desdibujando.

Asimismo, sumamos otra dimensión al devenir del sistema artístico argentino que se corresponde con las singularidades de las propias sedes museales. Cuando pretendemos identificar qué es un museo de arte, se dispara un universo de clasificaciones, y una de las posibles maneras de recuperarlas es detenernos en sus nomenclaturas. A grandes rasgos podemos advertir que la primera distinción que presentan refiere a su dependencia de los

2 Hacemos referencia a las escenas artísticas de Mendoza, Córdoba, Rosario y Tucumán que se generaron a partir de Fundación Antorcha, y políticas públicas nacionales incentivadas durante el gobierno de Néstor Kirchner y, posteriormente, por Cristina Fernández (Benito, 2022).



Vista externa del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa (patio interno-oficinas-puente). Fotografía: Arq. Gonzalo Viramonte.

distintos órdenes del Estado o capitales privados; luego a condiciones propias del objeto –obras de arte– que ostentan sus colecciones; y por último a su ubicación territorial. En este universo encontramos tres estudios que aportan datos al respecto. El primero, de 2013, que lleva el nombre de *Guía nacional de museos* producida por el Ministerio de Cultura de Nación, en que se releva, aproximadamente, ciento ocho museos de arte. Otro generado por la Fundación Internacional Ilam que refiere a la existencia de ciento sesenta sedes museales artísticas. Y, el tercero, de 2018, llamado el *Registro Nacional de Museos* que distingue un total de ciento cuarenta y tres establecimientos con estas características. Las claras diferencias que se desprenden entre estas bases de datos devienen de los años en que fueron realizadas,

las maneras de obtención de la información,³ y los agrupamientos producto de las definiciones que delimitan los objetos que guardan sus acervos.

Entre la diversidad de museos de arte en este trabajo nos abocamos a profundizar, como bien dijimos, en los de Bellas Artes. Dichos establecimientos gestados, en primera instancia, por el Estado Nacional, al que le sucederán luego replicas dependientes en los niveles provinciales y municipales. Se levantaron, así, instituciones que forjaron bajo los parámetros del modelo museístico moderno, el cual promovía una construcción arquitectónica cercana al neoclasicismo con un emplazamiento en el centro de la

³ El primero fue generado por políticas públicas con equipos abocado específicamente a esta tarea, mientras el segundo y tercero fueron suministrados por el aporte autogestivo del personal de los museos.

vida urbana. Mientras, el ordenamiento de sus piezas consistía en una selección y organización que, según el discurso científico, ofrecía una sucesión evolutiva de la experiencia artística. A su vez, la elección se correspondía con las características individuales de los objetos –por ejemplo, atributos genéricos o tipológicos–, su inscripción en Escuelas o estilos personales, o agrupaciones según rasgos originales y persistentes (García Blanco, 1999; Jiménez Blanco, 2014).

El primero que se fundó en Argentina data de 1895, se trata del Museo Nacional de Bellas Artes, ubicado en CABA, que se construyó bajo un guion museográfico que clasificaba y recortaba la idea de evolución de lo artístico. Sin embargo, durante las distintas etapas de dirección tomaría diferentes matices, por ejemplo, en la dirección de Eduardo Schiaffino se destacaban «la influencia natural del medio, la raza y el momento histórico de los creadores»; mientras en la gestión de Cupertino Del Campo se buscaba «inspiración en la pampa, no específicamente en cuanto tema, sino en sus cualidades: “colorido”, “luminosidad”, “sencillez”, “franqueza”, dando como resultado un «arte comprensible y fácil» (Baldasarre, 2013: 268).

Este modelo que supo delinear esta sede museal, años después, sería replicado en la mayoría de las ciudades capitales de las distintas provincias del país desplegándose hasta avanzadas las décadas del siglo xx, aunque algunos casos se diferenciaron al adquirir y exhibir obras con lenguajes renovadores o alineados a las vanguardias.⁴ Algunos de los establecimientos que podemos nombrar son: el Museo Provincial Emilio Caraffa de Córdoba (1915);

4 Baldasarre (2013) advierte que algunos museos tuvieron una actitud más progresista que el Museo Nacional de Bellas Artes como el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa de Córdoba que incorporó en 1926, la obra cubista *Bailarines* (1918) de Emilio Petroti.

el Museo de Bellas Artes Provincial Timoteo Navarro de Tucumán (1916); el Museo Provincial de Bellas Artes Rosa Galisteo de Santa Fe (1918); Museo Provincial de Bellas Artes Dr. Pedro E. Martínez de Entre Ríos (1926); el Museo Provincial de Bellas Artes Emiliano Guiñazu de Mendoza (1928); Museo Provincial de Bellas Artes de Salta (1930); Museo Provincial de Bellas Artes Franklin Rawson de San Juan (1936); Museo Provincial de Bellas Artes Dr. Juan Ramón Vidal de Corrientes (1958); Museo Provincial de Bellas Artes Juan Yaparí de Misiones (1983); etc. Luego, le sucedieron aquellos creados en diversas localidades del territorio argentino como: el Museo Municipal de Bahía Blanca, Buenos Aires (1931), el Museo Municipal Juan B. Castagnino de Rosario, Santa Fe (1937); Museo de Bellas Artes Octavio de La Colina de La Rioja, La Rioja (1949), Museo Municipal de Bellas Artes Lucas Braulio Areco de Posadas, Misiones (1952); Museo Municipal de Bellas Artes Fernando Bonfiglioli de Villa María, Córdoba (1968); entre otros.

Sin embargo, sobre finales del siglo xx y principios del siglo xxi, estos museos de arte se vieron en la necesidad de atender nuevas demandas. Algunas de ellas se corresponderían con factores externos propios de las crisis que atravesaba el país que implicaron el inicio de la reconstrucción de la escena cultural tras las fracturas que dejó, principalmente, la década del noventa a raíz de la implementación de la reforma neoliberal (Sarlo, 2009; Gorelik, 2013). Para ello, se evidenció, entre otros aspectos, un florecimiento de un conjunto de políticas públicas locales que buscaron ampliar sus economías al proyectar en el sector cultural una apuesta para estimular el turismo local y extranjero. Otras demandas se forjaron en el propio sistema artístico al inducir a estos establecimientos a coleccionar y mostrar producciones contemporáneas que dieran cuenta



Conversatorio con artista en el Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino. Fotografía: Museo Castagnino + Macro.

de nuevas materialidades, lenguajes y formas que gestaban los productores locales en respuesta a las tendencias internacionales, así como ampliar los márgenes de lo visual enlazarlo con otras artes (Giunta, 2009; Zacharías, 2016). Al mismo tiempo, se estructuraron acciones que implicaron otra manera de presentar las colecciones estancadas en trastiendas o en muestras permanentes. Se distinguen, por ejemplo, la creación de anexos o ampliación de espacios expositivos para ofrecer narrativas que recurrían a giros temáticos o esquemas constelar (Guasch, 2016; Bishop, 2018); la recatalogación y la digitalización de la mano de investigaciones sobre las colecciones para extensiones físicas y/o virtuales (Alberch, 2012; Crescentino, 2022); entre otras posibilidades.

Por último, circunscribimos un conjunto de demandas del ámbito museístico que alen-

taron, entre otros aspectos, la promoción de espacios en donde la educación no formal y el entretenimiento no se percibieran de manera excluyente, o que alentarán una democratización y representación más plural. A raíz de ello, se llevaron adelante iniciativas que implicaron componer equipos con personal especializados; puestas en línea; creación de espacios de servicios de consumo; utilización de áreas circundantes para la recreación y exhibición; aspectos asociados a la accesibilidad; acciones museográficas abiertas al diálogo; etc. (Bonin, 2018; Autor; Szántó, 2022). Sin embargo, dentro de este universo de demandas museísticas, lo que nos interesa enfatizar son aquellas acciones que ayudaron a que los públicos dejaran de «ocupar la periferia del trabajo museal a ocupar el centro» (Schubert, 2009: 70), transformándolos en un sujeto activo capaz de

	UBICACIÓN	HORARIOS	COSTOS	SERVICIOS	ACCESIBILIDAD	VIRTUAL	ARTICULACIÓN CON OTROS
MUSEO CARAFFA	Av. Poeta Lugones 411 (Zona Macro-Centro)	Martes a domingos y feriados de 10 a 19 h.	General: \$250 Miércoles: gratuito. Combinada MEC + Museo Palacio Ferreyra + Museo Palacio Dionisi: \$450 Grupo familiar: \$750	Áreas verdes/Jardines; biblioteca; guardarropa; resto; áreas de descanso; tiendas; sala de video; espacios talleres	Rampas de acceso; ascensor; personal del museo capacitado para recibir y orientar; baños accesibles; material digitalizado; sillas de ruedas a disposición	Portal institucional; blog; micro-sitio de colección; redes (Twitter; Facebook; Instagram)	Agencia-Córdoba; Asociación Amigos del MEC; Ministerio de Cultura de Nación; Fundación Burgue y Born; Fac. de Artes, Universidad Prov. de Córdoba; Alianza Francesa de Córdoba; Fundación Williams; Asoc. Dante Alighieri de Córdoba; Abuelas de Plaza de Mayo de Córdoba; Polo Ediciones, etc.
MUSEO CASTAGNINO	Avenida Pellegrini 2202 (Zona Centro)	De miércoles a sábado y feriados de 13 a 19 h. Domingos de 11 a 19 h.	Bono Contribución	Áreas verdes/Jardines; biblioteca; guardarropa; tienda/librería; áreas de descanso; primeros auxilios/servicios médicos	Rampas de acceso; ascensor; audio guías; personal del museo capacitado para recibir y orientar; baños accesibles	Portal institucional; newsletter; audioguías; redes (Twitter; Facebook; Instagram; YouTube; Flick)	Área de Derechos Humanos y Dirección de Inclusión y Accesibilidad de Esc. de Ingeniería Electrónica y Mecánica de UNR; MUCAR; Área de Adolescentes del Hospital Víctor J. Vilela; Instituto Elas-Grupo Oroño; DFINITY Foundation; Tersuave, etc.

Cuadro 1. Comparación de tácticas de *aspectos generales*. Elaboración propia.

redireccionar tanto lo expositivo como lo institucional (Chagra y Giese, 2015).

Veamos, entonces, que sucede cuando los museos de Bellas Artes comienzan a trabajar *con* y *desde* sus públicos, intentando no descuidar las demás demandas. Proponemos, a continuación, revisar estos aspectos a partir de la realidad particular del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa (Córdoba) y del Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino (Rosario), en vista de ilustrar las distintas estrategias institucionales que ponen en juego al trabajar desde una orientación participativa.

Estrategias institucionales participativas en el Museo Caraffa y en el Museo Castagnino

El Museo Caraffa y el Museo Castagnino pueden leerse como entidades patrimoniales que permiten recuperar un abordaje federal de la problemática. Dado que, por un lado, se encuentran emplazados en ciudades, como Rosario y Córdoba, que se levantan en el interior del país como urbes vibrantes con una dimensión económica y productiva significativas, y con una dinámica social y cultural de envergadura. Por otro, estas sedes museales presentan una sinergia particular con el sistema artístico nacional, ya que promueven un circuito en el

	COLECCIÓN	EXPOSICIONES	EDIFICIO	ASPECTOS MUSEOGRAFICOS	EVENTOS	ACTIV. CON ARTISTAS	ACTIV. GENERALES
MUSEO CARAFFA	Alrededor de 1300 obras que permite leer diversos procesos vinculados al desarrollo del arte argentino desde fines del siglo XIX hasta el presente.	«Todas son muestras itinerantes (...) estos últimos años, tenemos como cuatro bloques de muestras: esta que inaugura hoy hasta junio, junio a septiembre, septiembre a diciembre, diciembre-marzo. Y, con cada bloque hay de cuatro a siete muestras con curadores invitados y otras generadas por el personal» (Romano, Coordinadora, marzo 2022). «Tenemos un artista o dos artistas consagrado de trayectoria, o uno y dos artistas juveniles con otros lenguajes» (Torres, Director Museo Carrafa, julio 2022). ⁵	Estilo neoclásico. nueve salas de exposición, más salas de reserva de obras de arte. En 2007, la ampliación y efuncionalización del edificio histórico, y la creación del Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra para exhibir la colección permanente.	Regulación de temperatura y humedad, según normativas internacionales; planta de iluminación de alta tecnología (sistema ERCO). Cartelas en salas, pequeñas etiquetas debajo de las obras, código QR en determinados espacios para acceder a material ampliatorio.	Obra de teatro «N 392, Jesús, soy Camille Claudel»; Ciclos de Cine: «Sol@s» -«Divino tesoro»-«No Humanos»; Concierto anual «Paisaje Sonoro»; Dialogo entre la Literatura y la Pintura; Recorrido performático «Visita Guiad Drags», etc.	Conversaciones con artistas, curadores e invitados (presencial); Presentación de libros de artistas expositores (presencial); Visita a muestras (virtual); Mujeres de la colección (virtual); Coleccionar arte en el MEC (pres+virtual); Ciclo de charlas entorno a las formas de producir Grabado y Arte Impreso (presencial); Recorridos fotográficos por las muestras (virtual), etc.	«Caja de Ideas & Herramientas» (Docentes); Talleres de arcilla (niños, jóvenes y adultos); Actividades creativas virtuales para trabajar en casa sobre la colección (público general); Revista digital «Expansiva» (Docentes); Proyecto Socioeducativo digital «El tren de los abrazos» (Doc. Nivel Inicial); Taller «El poder de los museos» (público general); Noche de Museos (público general); Talleres entorno a una exposición por área educativa (niños y jóvenes); etc.
MUSEO CASTAGNINO	Más de 4000 obras de arte europeo, argentino de los siglos XIX, XX y XXI, y de autores rosarinos hasta los años treinta hasta el presente.	«La propuesta es contar el arte argentino a través de artistas locales. Y, reforzar con las exposiciones temporarias esa misma idea (...) con autores varones de la ciudad este año» (D'Amelio, Director Museo Castagnino, agosto 2022). ⁶	Estilo neoclásico. Treinta y una salas de exhibición, cuatro para reservas de obras de arte. Nuevo anexo Macro (Museo de Arte Contemporáneo de Rosario), abierto el 16 de noviembre de 2004.	Cartelas en salas, pequeñas etiquetas debajo de las obras. Diferenciación de salas expositivas con colores. Luces generales y direccionadas. Folletos generales de las exposiciones.	Jornadas Feria de artistas y editoriales 8M y Cumpleaños N°85; «Micrófono abierto para celebrar la diversidad»; «Vibrant»; «Prevenir pinta Bien»; Ciclo de Música «Paisajes combinados»; etc.	Diálogos con curadores expositores (presencial); Recorridos guiados con artistas expositores (presencial); Montajes de muestras (virtual); Ciclo de entrevistas trayectorias (virtual), etc.	Noches de Museos Abierto-Quinta Quincena del Arte (público general); Talleres área educación durante Carnaval y Vacaciones de invierno (niños y familias); Taller musical-artístico (bebes), Programa ARTE y ESI (docentes y directivos); Proyecto «Sensibilidad Artística» (discapacidad visual); etc.

Cuadro 2. Comparación de tácticas de *aspectos particulares*. Elaboración propia.

⁵ Para recuperar información sobre las exposiciones que tuvieron lugar en 2022, recomendamos visitar <https://www.museocaraffa.org.ar/>

⁶ Las exposiciones que tuvieron lugar en 2022 se encuentran desplegadas en <https://castagninomacro.org/page/exposiciones>

interior –específicamente, en la zona central del país– que no pierde sus rasgos propios, y permite a los artistas ganar legitimidad antes de desembarcar en la capital nacional.

La breve descripción brindada hasta aquí intenta dar cuenta de las similitudes que ofrecen entre sí estos museos de Bellas Arte del territorio argentino. Sin embargo, como mencionamos, profundizaremos este análisis recuperando las tácticas que llevaron adelante, durante el año 2022, en vista de revisar sus estrategias institucionales participativas. Se ofrece, a continuación, cuadros comparativos que despliegan las diferentes tácticas teniendo en cuenta la palabra de sus directivos y coordinadores, e información suministrada en sus portales y redes sociales institucionales.

Ambos museos, como venimos señalando, presentan condiciones similares en lo que refiere a las *tácticas* de aspectos generales. Un detalle a distinguir es que, a pesar de que los dos poseen un carácter estatal, el museo cordobés pertenece al ámbito de la administración provincial, y el museo rosarino al municipal, lo cual está íntimamente ligado a la diferencia en sus dinámicas institucionales, lo cual impacta, por ejemplo, en los valores de sus entradas, en sus recursos financieros y humanos, etc.

Otro conjunto de semejanzas se presenta ligadas a las tácticas de aspectos particulares. Por un lado, aquellas que se vinculan con la naturaleza de sus colecciones que, aunque difieren en cantidades, permiten no solo asociarlos a la tipología de museos de Bellas Artes, sino también dar cuenta de las posibles respuestas a las demandas del sistema artístico, por ejemplo, al adquirir y exhibir obras de arte contemporáneas. Por otro lado, evidenciamos cierta correspondencia entre sus fisonomías, al tratarse de edificaciones monumentales neoclásicas que se levantan en espacios emblemáticos de las ciudades que les dan cobijo. En esta lí-

nea, además, reconocemos que los gobiernos han promovido sedes alternativas con distintos fines para ampliar, entre otros aspectos, sus espacios expositivos.⁷ No obstante, señalar que el Museo Caraffa dispuso, en los últimos años, de una mayor inversión que se ve reflejada en refacciones y mejoras edilicias del propio inmueble, como en adecuaciones museográficas y de conservación.

Un punto que presenta cierta disparidad es la programación de las exposiciones y las actividades generales y/o artísticas. Atendemos, primeramente, una rica variedad de ofertas que no solo se circunscriben a lo expositivo, muchas de ellas llevadas adelante por el departamento de educación –aunque intuimos en articulación con otras áreas–; se registra, no obstante, que el museo cordobés ostenta un mayor número que el museo rosarino. Asimismo, observamos como ambos museos presentan –como efecto y consecuencia de la pandemia– un crecimiento de acciones que articulan lo físico y lo virtual, o que han sido diseñadas específicamente para sus puestas *online*.

Un segundo nivel de análisis, vinculado a lo expositivo, identificamos que, en ambos casos, los guiones ponen el acento en lo nacional y/o local y, al mismo tiempo, recuperan lenguajes y materialidad tradicionales como pinturas, grabados y dibujos, y otras innovadoras que ofrecen performance, objetos, instalaciones, textiles, etc. Este aspecto, a su vez, está íntimamente ligado, por ejemplo, con exhibir propuestas de jóvenes artistas –*Chroma Key para horneros*

7 En 2004, el municipio rosarino crea el anexo, Museo de Arte Contemporáneo (macro) que se acoplará a la estructura institucional del Museo Castagnino –si bien la propuesta original fue exhibir la colección contemporánea, luego cada gestión institucional tomará distintas especificidades–. En otro orden de cosas, en 2007, se producirá la creación del Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, el cual fue concebido con el objetivo de presentar la exposición permanente del Museo Caraffa (Panozzo, 2018).



Vista interna del Museo Municipal de Bellas Artes Juan B. Castagnino. Fotografía: Museo Castagnino + Macro.

de Mauro Guzmán en el Museo Castagnino, y *La reina* de Yuri Gogol en el Museo Caraffa; entre otras muestras–, así como productores o uradores de trayectoria –*Ojos de cristal: obras de Aldo Magnani 1948-1978* en el Museo Castagnino, y *Miguel Ocampo. Intuiciones* en el Museo Caraffa–. Se percibe, a través de estas narrativas y de las piezas/artistas cierto involucramiento participativo de los visitantes desde lo emocional o lo intelectual. Específicamente, en el caso de estas narrativas consideramos que se estimula a cuestionar significados o discursos que se corresponden con las características individuales de los objetos; la percepción de la Historia del Arte –o el sistema artístico– en clave local; o de los intereses de los artistas convocados. Esto nos lleva a reflexionar sobre cierta lectura de estos museos en cuanto a la práctica participativa que ofrecen a los públi-

cos en sus salas, en línea con lo planteado por Bishop (2006) y Elffers & Sitzia (2016), estaríamos ante facilitadores de la interacción tanto física como intelectual entre el público y la pieza/artista, ya que invitan a ponderar este tipo de experiencia por encima de otras.

Esta dinámica que se percibe en lo positivo permite detenernos en otra condición de la participación que tiene que ver con el perfil de los públicos a los que se está convocando. Sobre este último punto, recuperamos la voz de los directivos en cuanto a quienes consideran que son sus públicos asiduos, y quienes no. En primer lugar, recuperamos la palabra del director del Museo Caraffa que manifiesta

... en términos generales es una población universitaria juvenil que tiene que ver con un barrio en que habita, dada la cercanía con

la Universidad Nacional de Córdoba, y la Universidad Provincial de Córdoba. Además, de ese público, tenemos un público minoritario, mayor de edad, que viene con determinadas muestras o con nombres que ellos recuerdan o los tienen registrados [...] También, hay que registrar que hay una población turística muy importante sobre todo cuando son fechas de vacaciones, un público de turismo digamos, nacional o de otras provincias. Pero, antes de la pandemia, una de las características que tenía este museo es que había mucho espectador extranjero dado que había muchos hostel en la zona, donde venían turistas jóvenes, también (Torres, julio de 2022).

En cuanto al Museo Castagnino su director expresa

... nosotros tenemos público cautivo, [...] que le gusta mucho el arte, que viene a las inauguraciones, muy vinculado a una cultura muy tradicional del Castagnino. Gente que le gusta la pintura, el arte en general, de las Bellas Artes, profesionales, clase media, eso es un tipo. Pero, se está sumando gente joven que no había pasado en otros momentos (D'Amelio, agosto de 2022).

Bajo esta línea, podemos percibir como ambos directores están señalando como su público asiduo a un claro segmento –aunque con ciertas diferencias– que se corresponde con el prototipo de visitante al que están dirigiendo las estrategias institucionales participativas que ofrecen. Pero, al profundizar en este grupo, una pista que encontramos en las tácticas de aspectos particulares es que están siendo trabajados en subgrupos a partir de múltiples ofertas en sus actividades y/o eventos. Si bien no queremos caer en determinismos, percibimos que algunas acciones estimulan, por ejemplo, la presencia de un público joven como el caso de *Vibrant*, dos

jornadas de exhibición y conversatorios entorno al arte digital y los *Tokens no fungibles*, en el museo rosarino. Mientras otros, como el concierto anual «Paisaje Sonoro», ofrecido en el museo cordobés, se vinculan con una convocatoria destinada a atraer un público adulto mayor. Otra subclasificación que podemos indicar se corresponde con la condición de participantes frecuentes o poco frecuentes –según cada caso en particular–, distinguible en algunas de las ofertas brindadas a lo largo del año. Asimismo, reconocemos como ambos directores al consultarles sobre cuáles son los grupos más relegados concuerdan que se trata de un público de zonas vulnerables que no conocen, o tiene ciertos prejuicios sobre este tipo de instituciones; grupos a los que, si bien se le ofrecen propuestas específicas, aún consideran que falta un mayor involucramiento.

Advertimos, no obstante, otros eventos que intentan aumentar los públicos solo que, en este caso, se trata de aquellos que suelen estar dispuestos a participar de lo cultural. Tácticas como «Micrófono abierto para celebrar la diversidad» en el Museo Castagnino o «Visita *Guiad Drags*» en el Museo Caraffa apelaron a la presencia de grupos disidentes que suelen llevar sus reivindicaciones a otros espacios públicos. También, notamos tácticas generales que atienden aspectos de accesibilidad en las estructuras de las sedes museales o proyectos como «Sensibilidad Artística» –vinculado a la discapacidad visual– en el museo rosarino. Al mismo tiempo, identificamos un trabajo coordinado entre las áreas de educación y las secretarías municipales y provinciales para promover la visita de escuelas de la periferia con poblaciones de bajo recursos. Este aspecto nos lleva a pensar que, más allá de la zona, se reconoce también al público escolar como parte central de su público asi-



Vista interna del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa. Fotografía: Arq. Gonzalo Viramonte.

duo.⁸ Observamos que la mayoría de estas acciones, en zonas más desfavorables, son programas o actividades puntuales que se ajustan a experiencias coordinadas juntos con otros –u organizadas por otros–, y no como una premisa de las políticas institucionales de estos museos. Percibimos, por el contrario, cierta preferencia por acrecentar la presencia de públicos asiduos que están dispuestos a participar de las artes bajo cierto gesto espectacular (Verón, 2013). Este aspecto lo vemos, por ejemplo, reflejado en un importante número y

8 «lo hacemos con el FAE, Fondo de Asistencia Educativa, con el colectivo los pasan a buscar y lo recibimos acá, hacen visita, talleres» (D'Amelio, agosto de 2022). Este Fondo generado por el Ministerio de Educación Provincial, se crea para que las municipalidades y comunas de la provincia de Santa Fe aseguren el mantenimiento, ampliación y construcción de edificios escolares, promover actividades de recreación y educación no formal, etc., para más información revisar www.santafe.gov.ar.

en las condiciones que ostentan –prevalencia de obras de la colección, exposiciones y/o artistas– las tácticas de aspectos particulares, las cuales presentan una impronta de corte visual y, en menor medida, otro tipo de lenguajes artísticos o puestas museográficas que apelan a lo audiovisual, sonoro o escénico.

Todo lo mencionado hasta aquí nos lleva a reflexionar sobre el perfil institucional en relación con las formas básicas de participación que estos museos están promoviendo a la hora de convocar a los públicos. Si bien, reconocemos esfuerzos para diversificar el perfil de los visitantes al convocar a sectores que no participan en general de las artes o que privilegian otros intereses, creemos que se tratan de intentos que no logran despuntar como una política institucional sostenida: son propuestas ocasionales generadas por algunos departamentos o

por terceros que articulan con estos museos. En este sentido, advertimos una dinámica de participación en los museos trabajados que se asocia con la de ampliar, al poner el acento en atraer a un mayor número de visitantes que están dispuestos a participar en las artes, pero que no lo hacen, necesariamente, de manera habitual –participantes poco frecuentes–. En otras palabras, aún se percibe una fuerte ligazón de la participación en estos establecimientos vinculada a la visita y su frecuencia. ¿Por qué pensamos esto? Como señalamos, la mayoría de las estrategias institucionales participativas que ofrecen poseen un importante componente de corte artístico visual, y por tanto privilegian un tipo de público –o de comunidades artísticas (Bishop, 2006)– que sabe que lo que va a encontrar allí se corresponde con sus intereses y gustos, y le permitirá crear nuevos significados sobre lo artístico visual. Sin embargo, advertimos que estos museos están atendiendo a este segmento de manera diferenciada a través de múltiples acciones que buscan que su concurrencia se convierta en un hacer cotidiano.

Muy lejos queda aún la posibilidad, en línea con lo mencionado, de un perfil organizacional que profundice una producción compartida, de jerarquizada y activa *con* y *desde* los públicos, aunque sea solo direccionada a sus participantes frecuentes. Si bien se detectan cierto incentivo por generar *activaciones* asociadas a diálogos, por ejemplo, entre los visitantes y algunos actores que forman parte de la institución y/o del sistema artístico, en tácticas de aspectos particulares como las visitas mediadas con artistas o conversatorios con curadores; o narrativas que estimulan experiencias individuales o colectivas que cuestionan significados o discursos establecidos sobre lo artístico visual; sin embargo, los niveles de interacción que proponen consideramos

son básicos y elementales. Solo encontramos, en todo el abanico de *tácticas*, dos acciones más complejas que recuperan modalidades de participación como la colaboración o la co-creación en el Museo Caraffa: el proyecto «Coleccionarte en el MEC» de Diego Trulls que invita a seleccionar obras de arte realizadas por artistas en un *ipad* en el espacio virtual y físico; y la propuesta expositiva del *Proyecto Educativo. Les olvidadas* llevada adelante por el área de educación que apelaba a acciones colaborativas del público infantil. Alentamos por estos ejercicios, pero evidenciamos que ambas tácticas dejan supeditada la participación a la propuesta generada por un artista o a un departamento determinado, y no a una política institucional sostenida.

Comentarios finales

A lo largo de este recorrido, hemos puesto de manifiesto lo que implica promover intentos democratizadores y de representación en los museos de arte, en vista de recuperar una orientación más plural que privilegia el trabajo *con* y *desde* sus públicos. Advertimos como este aspecto está íntimamente ligado a la noción de participación que adoptan las instituciones culturales y artísticas, lo cual conlleva reconocer qué papel juega en ellas, así como la manera en que está siendo entendida y llevada adelante.

De ahí que consideramos que, a diferencia de otras tipologías, los museos de arte –sostenidos en la tipología de Bellas Artes– están promoviendo la participación de los públicos en relación con la visita a sus espacios físicos y virtuales desde visiones autónomas e instrumentales sobre el arte que coleccionan, investigan y exhiben, así como desde las acciones que habilitan los artistas que convocan. Este comentario nos lleva a reconocer como aún se

conserva un predominio de lo objetual, detectando así cierta ponderación de la dimensión artística por sobre la dimensión social.

Si bien reconocemos que estas dimensiones plantean caminos distintos sobre los públicos, como dejamos presentado en este recorrido, ello no implica que ambas estén pensando en ellos. La recuperación de las tácticas tanto generales como particulares –en cada una de ellas se exploran, a su vez, subcategorías– reconoce como, en los museos de Bellas Artes analizados, se brindan estrategias institucionales participativas que se enfocan mayoritariamente a públicos que están considerando participar o que ya participan en las artes. Si bien advertimos que estos segmentos son atendidos desde cierta heterogeneidad, distinguimos que aún sostienen clasificaciones tradicionales –edad, lugar de residencia, virtual/presencial–, y no desde aspectos innovadores o propios de esta tipología como su relación con lo artístico, preferencias de obras, maneras de ver el arte, etc.

Consideramos, en otro orden, que poner un mayor acento en su dimensión social implicaría atender a aquellos individuos que no están dispuestos a participar de lo artístico –grupos marginalizados o en peligro de exclusión social–. Tal como advertimos en este recorrido no se trata de una tarea fácil, ya que requiere cambiar las actitudes al convocarlos, destinar recursos que no todos pueden afrontar y, a la vez, no descuidar las demandas de los distintos actores y públicos que forman parte de su dinámica diaria. Trabajar con este segmento y promover estrategias para ellos, claramente, marcaría una *polivocalidad* de los públicos, aunque continúe siendo una percepción de la participación desde la visita. En línea con esta última mención, creemos que un verdadero punto de inflexión, se corresponde con generar estrategias que estimulen otras maneras

de abordar lo participativo. Es así como distinguimos, por un lado, la posibilidad de recuperar acciones que no solo se ajusten a las interacciones que proponen los objetos o las propuestas de los artistas en clara línea con lo expositivo, sino un perfil organizacional que promueva un tipo de producción compartida, no jerarquizada, que estimule diversos beneficios creativos y estéticos, pero también apueste por la restauración del lazo social acorde a demandas e intereses de los públicos. Por otro lado, acciones que impliquen distintos niveles de interacción simples y complejas desde una multiplicidad de modalidades participativas. Todo ello con el fin de promover una estructura organizativa más democrática y representativa que, en vista de ello, considere a los públicos sujetos activos de los diversos procesos de lo que allí acontece, reconociendo sus experiencias, conocimientos y corporalidades como parte central de la dinámica museística. En esta línea, señalar que, en base a los resultados de esta investigación, a futuro creemos necesario articular investigaciones que recuperen la opinión de los visitantes sobre lo participativo, así como profundizar en las modalidades de participación en sus ofertas.

En fin, como pudimos ver las realidades varían de un museo a otro, y las peculiaridades contextuales y las condiciones institucionales claramente determinan el hacer de este tipo de sede museal. Los casos ofrecidos se presentaron en vista a revisar un abordaje sobre lo participativo con fuerte ligazón al de inclusión que, dejan entrever que no hay un manual ni modelos replicables, sino aspectos a tener en cuenta a la hora de trabajar *desde y con* los públicos. Se intenta comenzar a recorrer ciertos puntos desde singularidades que permitan demarcar generalidades para detectar un tipo de hacer que –ya entrado el siglo XXI– impulse a correrse del lugar sacralizado, para asociarlo

con un verdadero espacio democrático y de representación *con y desde* los públicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERCH, Ramón (2012) *Digitalización del patrimonio: archivos, bibliotecas y museos en la red*, Barcelona: Editorial UOC.
- BALDASARRE, María Isabel (2013) «Museo universalista y nacional. El lugar del arte argentino en las primeras décadas de vida institucional del Museo de Bellas Artes de Buenos Aires», *A Contracorriente* 3: 255-278.
- BENITO, Patricia (2022) *Configuraciones grupales de trabajo en el campo del arte mendocino, visualidad y discursos (2001-2015)*, Tesis doctoral, Universidad Nacional de Rosario.
- BISHOP, Claire (2006) *Participation (Documents of Contemporary Art)*, Massachusetts: The MIT Press.
- (2018) *Museología radical o ¿qué es «contemporáneo» en los museos de arte contemporáneo*, Buenos Aires: Libretto.
- BONNIN, Mirta (2018) *De templos del saber a lugares de encuentro*. Disponible en <https://cordobaprimero.com.ar/index.php/2018/08/03/templos-del-saber-lugares-encuentro/> [Fecha de consulta 12/07/2023]
- BOLLO, Alejandro *et al.* (2017) *Study on Audience Development: How to place audiences at the centre of cultural organisation*, Brussels: Directorate-General for Education.
- BROWN, Alan & Jennifer NOVAK-LEONARD (2011) *Getting in on the act. How arts groups are creating opportunities for active participation*, Cambridge: WolfBrown.
- CHAGRA, Natalia y Ana Inés GIESE (2015) *¿Para quién es el museo?*, Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes.
- COLBERT, Francois y Manuel CUADRADO (2003) *Marketing de las artes y la cultura*, Madrid: Ariel.
- CRESCENTINO, María (2022) *Entre archivos analógicos y archivos virtuales. Videoarte del sur en la encrucijada*, Ponencia presentada en la ESHID2021 - II Congreso Internacional Estéticas Híbridas de la Imagen en Movimiento: Identidad y Patrimonio, València: Universitat Politècnica de València.
- DEWY, John (1998[1927]) *Democracia y educación*, Madrid: Ediciones Morata.
- ELFFERS, Anna & Emilie SITZIA (2016) «Defining participation: practices in the dutch art world», en KAVANAGH, J. & K. MCSWEENEY (eds.) (2016) *Museum Participation: New Directions for Audience Collaboration*. Edinburgh: Museums Etc Ltd, 39-67.
- FALK, John & Lynn DIERKING (2000) *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*, Walnut Creek: AltaMira Press.
- GARCÍA BLANCO, Ángela (1999) *La exposición. Un medio de comunicación*, Madrid: Akal.
- GIUNTA, Andrea (2009) *Poscrisis: arte argentino después de 2001*, Buenos Aires: Siglo.
- GORELIK, Adrián (2013) *Miradas sobre Buenos Aires. Historia cultural y crítica urbana*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- GUASCH, Ana María (2016) *El arte en la era global. 1989-2015*, Madrid: Alianza Forma.
- HARLOW, Bob (2014) *The Road to Results. Effective Practices for Building Arts Audiences. The Wallace Foundation*. Disponible en: <https://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/Documents/The-Road-to-Results-Effective-Practices-for-Building-Arts-Audiences.pdf> [Fecha de consulta 24/07/2023]
- HEIN, George (2006) «Museum Education», en MACDONALD, Sharon (ed.) *A Companion to Museum Studies*, Nueva Jersey: Blackwell Publishing, 340-352.
- HERITAGE LOTTERY FUND (2010) *Thinking about... Community participation*. Disponible en https://www.culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/04/HLF-Thinking_about_audience_development.pdf [Fecha de consulta 12/07/2023]
- HOOPER-GREENHILL, Eilean (2000) «Changing Values in the Art Museum: rethinking communication and learning», *International Journal of Heritage Studies* 1: 9-31.
- JIMÉNEZ BLANCO, María Dolores (2014) *Una historia del museo en nueve conceptos*, Madrid: Básicos Arte Cátedra.
- LI, Yin (2020) «Museums and Marketing: A Controversy over New Strategies», *Esic Market Economics and Business Journal*, 1: 183-208.
- MCCARTHY, Kevin & Kimberly JINNETT (2001) *A new framework for building participation in the Arts*, Santa Mónica: Rand Corporation.
- PASTOR HOMS, María Inmaculada (2004) *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*, Barcelona: Ariel.
- SARLO, Beatriz (2009) *La ciudad vista. Mercancías y cultura urbana*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

SIMÓN, Nina (2010) *The Participatory Museum*, Santa Cruz: Museum 2.0.

STUEDAHL, Dagny (2019) «Participation in design and changing practices of museum development», en DROTNER, K. *et al.* (eds.) (2019) *Museums, Media and Communication*, London: Routledge. 219-232.

SZÁNTÓ, András (2022) *El futuro de los museos. 28 diálogos*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

SCHUBERT, Karsten (2009) *The Curator's Egg: The evolution of the museum concept from the French Revolution to the present day*, London: Ridinghouse.

PANOZZO ZENERE, Alejandra (2018) *Se contempla, se experimenta. Modos de comunicar del museo de arte contemporáneo*, Rosario: UNR Editora.

VERÓN, Eliseo (2013) «El cuerpo como operador (I): la apropiación de objetos culturales», en VERÓN, Eliseo (2013) *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires: Paidós. 305-336.

ZACHARIAS, María Paula (2016) *Estado del arte*, Buenos Aires: Ministerio de Nación.

Recibido el 9 del 8 de 2023

Aceptado el 4 del 10 de 2023

BIBLID [2530-1330 (2023): 70-89]

