

El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada

Tereza Cristina Scheiner

Universidad Federal del Estado de Río de Janeiro

RESUMEN: sustentado en una minuciosa revisión de los conceptos de cultura, identidad y desarrollo, el presente ensayo parte de una reflexión sobre los cambios sociales ocurridos en el mundo a partir de la globalización. Destaca el interés por identificar la influencia de la globalización cultural en la museología con el fin de repensar su capacidad de actuación en el mundo globalizado y ver al museo no solamente como una institución que custodia y protege los vestigios materiales del pasado sino como agente transformador e instancia estimuladora de cambios socioculturales. Entiende patrimonio y museo como conceptos de uso polisémico y defiende la idea de reinventar cotidianamente los museos como mediadores entre los saberes y haceres de los diferentes grupos sociales, haciéndolos actuar como herramienta de comunicación entre los pueblos e instrumento de comprensión y de tolerancia intercultural.

ABSTRACT: Based in a thorough revision of the concepts of culture, identity and development, this essay addresses the social changes happened in the world with the globalization process, giving special emphasis to the influence of globalization over museology. The aim is to rethink its capacity to act in the globalized culture, perceiving museums as agents of transformation and stimulators of social and cultural change. Heritage and Museum are here understood as polissemic concepts. The essay defends the idea of reinventing museums in everyday life, as mediators between the knowledge and know how of the different social groups, turning them into communication tools and instruments of understanding and intercultural tolerance.

This essay starts from a reflection about the social changes happened in the world since the globalization, and it's supported in a culture, identity and development's concepts revision. It's important to identify the influence of the cultural globalization in the museology with the aid to rethink their performance capacity in the globalized world and to see the museum not only as an institution which care and protect the material rests from the past, but a transformer agent and as a stimulator factor of social and cultural changes.

PALABRAS CLAVE: museo, museología, patrimonio, identidad cultural, globalización.

KEY WORDS: museum, museology, heritage, cultural identity, globalization.

INTRODUCCIÓN

Desde hace tres décadas, el escenario mundial se ha caracterizado por un complejo conjunto de cambios económicos y de comportamiento ocasionados por la llegada de nuevas tecnologías de producción y circulación de bienes y servicios. Un nuevo ambiente cultural se configura afectando profundamente las formas y contenidos simbólicos de las manifestaciones humanas. Nuevas relaciones con la realidad provocan una transformación tajante en el modo con el cual la sociedad humana se piensa a sí misma y produce cultura. Las nuevas tecnologías anulan las distancias, monopolizan el saber y hacen emerger nuevas formas de ciudadanía, nuevos mitos y nuevos mecanismos de partida social, obligando a una re-codificación de toda la cultura contemporánea. Los analistas políticos y sociales denominan a este proceso *globalización*. Por medio de la globalización la sociedad mundial se reorganiza, constituyendo nuevas comunidades-muebles, esencialmente urbanas, enteramente subordinadas a los medios de comunicación y donde todo el poder se articula alrededor de los movimientos de interconexión: poder científico, técnico, político, cultural. En esta tierra sin fronteras, la diferencia entre los grupos humanos se establece menos por las identidades nacionales y cada vez más por las calidades de inteligencia colectiva: los centros de redes catalizan talentos, los más creativos, los que mejor producen, los más éticos. Todo se diluye en la instancia de lo colectivo.

En la sociedad global se rediseñan conceptos: local, nacional, central, periférico, occidente y oriente. Una nueva división del trabajo redimensiona el espacio de las relaciones de producción: el capital adquiere dimensiones universales y ya no puede ser representado por las monedas nacionales, tradicionales símbolos de la soberanía de Estado y de una economía independiente. El propio concepto de Estado-nación, paradigma del mundo moderno, se encuentra relativizado. Se modifican profundamente los modos de ser y de estar en el mundo: no hay conjuntos de paradigmas, teorías y creencias que guíen las preguntas relevantes y la búsqueda de respuestas; lo cotidiano es permanentemente atravesado por el cambio, por la irrupción continua de lo inesperado.

Los nuevos modos de aprehensión de la realidad instauran nuevas relaciones de lo humano con la materia: por primera vez después del surgimiento de la escritura, la información prescinde de la impresión física y se concretiza en una explosión de mensajes por vía electrónica. La herramienta básica ya no es el objeto sino la palabra y la imagen digitalizadas, las cuales vehiculan, en escala planetaria, la fabulosa masa de informaciones ahora disponible para el hombre común. Las realidades son constantemente interpenetradas por la influencia de los medios impresos y electrónicos, en un proceso en que las redes de comunicación pueblan al mundo de imágenes, que a su vez sustituyen las palabras. Actuando

como grandes instrumentos de articulación simbólica, las redes inventan, modifican, transmiten y re-codifican signos y mensajes en escala global, al punto de crear “la ilusión de que el mundo es inmediato, presente, miniaturizado, sin geografía ni historia” [Ianni, 1996:33]. Esta percepción ilusa del acontecimiento como próximo e inmediato, revela una nueva relación del hombre con el tiempo, ahora reinventado y redefinido como tiempo real. Se instaura asimismo una nueva relación con el espacio: históricamente vinculado al territorio (espacio de construcción de lo local, de lo nacional, de la identidad, referencia tradicional de cultura), el humano se desterritorializa: “nómada es la palabra clave que define el modo de vida, el estilo cultural y el consumo de los años 2000” [Jacques Attali, en Ianni, 1996:81-82]. En esta nueva cartografía geopolítica, los centros dominantes son las ciudades globales, donde se encuentran los núcleos de las verdaderas instancias contemporáneas de poder: los bancos y las empresas transnacionales. Las líneas divisorias entre industrias y servicios se diluyen: el consumidor (individuo, corporación o institución) se vuelve un reformulador de las prácticas de lo cotidiano que, a su vez, modifican radicalmente las posibilidades y alternativas de vida, cuestionando los valores existenciales y los conceptos de tiempo y distancia. La distribución de riquezas y de tecnología se vuelve cada vez más desigual. En los países menos desarrollados, se agravan los problemas vinculados al mantenimiento de una calidad básica de vida: saneamiento, habitación, alimentación, educación.

Tantos cambios afectan de modo profundo nuestras referencias identitarias, lo que dificulta identificar lo que nos define, así como rescatar las matrices culturales importantes para nuestro equilibrio psíquico y sociocultural. En este ambiente fluido y contradictorio¹ [Bauman, 1999], la sociedad global se configura como un universo de objetos muebles y fugaces, atravesando espacios y fronteras, culturas y civilizaciones. Todo es movilidad: en el escenario político y en la vida cotidiana se entrecruzan patrones complejos, mucho más vinculados al camino individual que a la convivencia colectiva. El saber, el capital y el poder son también fluidos y nómadas, y ya no dependen directamente de la gestión del territorio aunque el trabajo se haga sobre un determinado espacio. Una profunda transformación del espacio público influye en el modo como la sociedad opera y se perpetúa: es necesario estar siempre en movimiento, “evitando petrificarse en realidad para siempre” [*ibid.*:74]. Cualquier red densa de lazos sociales se vuelve ahora un obstáculo a ser eliminado, especialmente cuando tiene sólidas raíces sobre el territorio.

En este mundo sin utopías y donde pocas cosas son predeterminadas todo es posible. Las oportunidades de explorar, empero, aumentan las responsabilidades del individuo: en la sociedad de la reglamentación y de la privatización,

¹ Caracterizado por Bauman como “modernidad líquida” [1999].

lo que antes era del ámbito y responsabilidad del cuerpo social fue transferido hacia la autoafirmación individual. Las normas y los principios ya no son universales y ni siquiera institucionales sino individuales; el rol social de las comunidades locales se reduce al de “artefectos efímeros” de la individualidad [*ibid.*:30]. Tener raíces en el territorio puede dificultar la percepción de la alteridad o de lo que es internacional, multinacional, transnacional o global, pero el carácter nómada de las colectividades contemporáneas resulta, a su vez, en el abandono (o baja percepción) de los trazos identitarios más profundos de muchos grupos sociales. Globalización no significa homogeneización: este es un universo de diversidades, desigualdades, tensiones, antagonismos, articulaciones y movimientos de integración. Bajo la influencia de tantos factores contradictorios, muchas identidades reales e ilusorias se confunden y recrean; otras se fragmentan haciendo cada vez más difícil que cada individuo o colectividad pueda contar su historia, identificar lo que le define en sí y para sí, en la inmensa y caótica red de relaciones.

Se hace, pues, fundamental repensar la importancia de las identidades y de los patrimonios en el sistema de representaciones de la sociedad contemporánea, es decir, comprender cómo se articulan los modos y formas de generar e intercambiar cultura.

1. CULTURA, IDENTIDAD Y DESARROLLO EN LA SOCIEDAD GLOBAL

La tentativa de rescate o de recreación de las matrices culturales de cada pueblo o colectividad permite identificar los puntos de referencia a través de los cuales se diseñan las nuevas identidades. No debemos olvidar que la percepción de las relaciones entre *uno mismo* y el *otro* permite que cada individuo o grupo encuentre la medida de su auto-significación. Es, pues, la combinación entre las singularidades de cada grupo o lugar y las singularidades de la sociedad global como un todo lo que nos permite reconocer, hoy, las configuraciones identitarias.

Al examinar tradición, patrimonio e identidades en este nuevo escenario, nos daremos cuenta de que la globalización se manifiesta en el campo de la cultura, con la forma de mundialización. Reforzada por el *márketing* global, la mundialización cultural se expresa básicamente como industria (industria cultural), y se organiza como sector productivo, difundiendo y reiterando patrones y valores prevalecientes en los centros dominantes. Un doble movimiento se articula: numerosas manifestaciones culturales son redefinidas en su singularidad: “lo que era local, nacional, puede tornarse mundial. Lo que era antiguo, puede revelarse nuevo” [Ianni, en *op. cit.*:29]; al mismo tiempo, son muchas las formas culturales mutiladas o destruidas en un proceso a veces brutal y aparente, otras veces sordo y subyacente a otros procesos.

Al conferir nuevos significados a la sociedad nacional, la globalización fragiliza los vínculos internos de solidaridad, haciendo emerger regionalismos, provincianismos, etnicismos: movimientos que exacerban las características, deseos y reivindicaciones específicos de cada colectividad. El resultado es la fragmentación de naciones (como la Unión Soviética y la Yugoslavia), las tentativas separatistas (como en Cataluña y Québec) y la ocurrencia de alteraciones significativas en el juego de fuerzas que configuran el ambiente político de cada país. Emerge asimismo un nuevo y diferente actor: la comunidad regional, cuyo ejemplo más expresivo es la Comunidad Europea. Aunque el Estado-nación siga teniendo un rol importante en el escenario político y económico del mundo, poco a poco las estructuras nacionales de gobierno se conforman respondiendo a la lógica del regionalismo que, situado en la intersección entre nacionalismo y globalismo, puede ser visto como un proceso por medio del cual la globalización recrea la nación, intentando adecuarla al nuevo diseño transnacional. A su vez, en el ámbito regional afloran localismos y otras manifestaciones, revelando la fuerza expresiva de la sociedad humana en cuanto pluralidad.

En este contexto, la cultura es entendida como “una articulación flexible de partes, un *colage* de trazos” [García Canclini, 1996:15], donde los significados de territorio, patrimonio y bien cultural obtienen una nueva perspectiva. Paradigma del mundo moderno, la misma identidad —como concepto— ya no constituye un problema, pues no existe más un *locus* identitario que justifique, como realización, la pertenencia a las clases o que identifique al colectivismo como estrategia de acción política y social. Tampoco existen identidades preestablecidas: todo movimiento identitario es entendido como construcción y cada uno de nosotros necesita transformarse a cada rato. En ese ambiente, la construcción de identidades se hace por medio de las relaciones con el consumo, por la capacidad de crear y mantener articulaciones y por la aceptación de las diferencias.

Según Bauman, ya no es posible sumar cuestiones individuales a una causa común: faltan interfaces. Los problemas pueden ser similares pero no forman una totalidad [Bauman, 1999:45], no son suficientes para articular movimientos o acciones hacia el bien común. No sorprende que a la individualización se sume la corrosión del sentimiento de ciudadanía y la colonización del espacio público por intereses privados. Vaciado el *ágora*, los individuos se vuelven cada vez más ajenos al espacio social. Durante el siglo xx, la filosofía y las ciencias sociales ya habían demostrado que cada sociedad percibe su entorno de un modo muy especial, y que los conceptos y representaciones son una consecuencia de los mundos —reales e imaginarios— percibidos por el cuerpo social a lo largo de la historia. Identificar dichos mundos como escenario se ha vuelto un ejercicio habitual por parte de las instancias contemporáneas de poder, que se valen de ellos para articular sus instrumentos de producción, y estimular el consumo por

medio de movimientos de articulación de deseos. Hoy todo es ofrecido *on line*, incluso los productos culturales. Hay una nueva manera de colonizar: en el gran mercado mundial, ya no es necesario dominar territorios geográficos para ejercer influencia sobre los territorios de la mente.

Pero un mundo conectado no es, necesariamente, un mundo homogéneo: al margen de las grandes redes urbanas crece una inmensa zona periférica, habitada por “dictaduras, poderes políticos corrompidos, zonas controladas por las mafias, regiones dilapidadas por guerras civiles o locales, fanatismos religiosos” [Lévy, 1999:32] y muchos otros problemas. No es posible negarlo: la nueva sociedad planetaria se constituye, aún, sobre la explotación del más débil por el más fuerte y se caracteriza por una desenfadada competencia por los mercados de consumo. No es posible cerrar los ojos a los procesos que ocurren en las periferias, donde habitan aquellos que permanecen cada vez más aislados de este nuevo orden. Son habitantes de las periferias no sólo los millares de desposeídos que sobreviven en las grandes ciudades, sino también las comunidades indígenas, los grupos aborígenes, los pueblos sin patria, los habitantes de las fronteras, los grupos religiosos, los trabajadores desempleados y muchos otros. Esta no es una comunidad residual constituida por grupos esparcidos y de poca significación; se trata, en realidad, de un inmenso contingente poblacional, representado por zonas enteras del globo y por un considerable porcentaje de la población del planeta.

Recordemos que la sociedad occidental se ha constituido sobre el *ahogamiento* de innumerables culturas, especialmente aquellas denominadas “indígenas” por la dinámica colonialista. El inventario mundial de los pueblos indígenas, realizada al final de los años ochenta, ha revelado que estos pueblos están representados por un contingente de alrededor de 250 millones de individuos, casi 4% de la población mundial. En una conferencia realizada en la Universidad de Brasilia en junio de 1999, el jefe indígena Marcos Terena llamó la atención hacia el hecho de que existen aún en territorio brasileño alrededor de 200 pueblos indígenas con 180 lenguas habladas y que son desconocidas por la gran mayoría de los habitantes del país. Este riquísimo universo cultural permaneció oculto a lo largo del siglo xx en nombre del desarrollo y de una política cultural que reactualizaba sistemáticamente la hegemonía de los rasgos identitarios legados por el colonizador, sin considerar la importancia de la lengua hablada para estos grupos que poseen tradición oral. Asimismo, subestimaba los valores culturales tradicionales de estos grupos para quienes “soberanía no es solamente el territorio. Son las riquezas que se encuentran en el corazón de las personas indígenas” [Terena, en Morin, 1999:18]. Un contingente aun más amplio es integrado por grupos de baja renta que subsisten en los núcleos periféricos, especialmente en África, Asia y Latinoamérica. Millones de europeos se encuentran asimismo en situa-

ción marginal, víctimas de los recientes conflictos territoriales y de los cambios políticos en el mapa del continente. Todos estos individuos tienen derecho a las mismas oportunidades de educación, habitación, salud, empleo y diversión, y tienen derecho a desarrollar en plenitud las formas y patrones culturales que los identifican. Uno de los desafíos de la economía en nuestros días es asegurar la sustentabilidad de la especie humana en el planeta, en todas sus formas.

En la cartografía de la globalización, la búsqueda de un futuro sustentable pasa por la necesidad de reintegrar dichas culturas y sus valores, considerados, hasta hace poco tiempo, menores, exóticos o decaídos. Este es el gran desafío de las agencias culturales: asegurar la expresión identitaria a todos estos grupos dentro de una ética de pluralidad. Estamos, pues, de acuerdo con García Canclini: no es posible garantizar la sustentabilidad sin el enfrentamiento de las convergencias y divergencias entre el saber global —que configura cada grupo social como componente de una “humanidad contemporánea”— y el saber local, que define las identidades fundamentales de los grupos. No es posible lograrlo sin el enfrentamiento honesto y despojado de la alteridad.

Enfrentar la alteridad implica promover una revisión epistemológica de los conceptos de sabiduría y de conocimiento, haciendo frente a la percepción de que toda la razón, sabiduría y verdad se hallan concentradas en la mencionada civilización occidental. Ello implica reconocer la formidable capacidad de articulación y creación de conocimientos y comportamientos a partir de las prácticas generadas por el computador pero especialmente reconocer y valorizar los saberes locales y tradicionales, no como exotismo sino como un patrón cultural tan importante como el de la literatura. Esto es lo que se tendría que hacer para diferenciarnos del siglo xx.

Pensar acerca de la relación entre sociedad y desarrollo sustentable nos lleva aún a concebir al desarrollo bajo nuevos parámetros, reconociendo, como quería Morin, que el concepto de sustentabilidad se vincula al principio ético de la solidaridad. En 1997, en su informe denominado “Nuestra Diversidad Creativa”, la UNESCO [1997: 11-21] ya alertaba sobre el riesgo de igualar desarrollo al crecimiento económico, atribuyendo a la cultura una simple función instrumental. Este es el riesgo que corremos todos: identificar cultura e identidad a la explosión del consumo, olvidándonos que la estabilidad cultural de los pueblos tiene fuertes vínculos con el medio ambiente físico, con los valores tradicionales, la memoria, las instituciones y las prácticas cotidianas. La mayoría de las personas desea participar de la modernidad, pero sin renunciar a sus tradiciones. El desarrollo es una empresa compleja que no puede prescindir de la cooperación entre los diferentes pueblos, con intereses y culturas distintos. Y esta cooperación sólo puede obtenerse a partir de la existencia de principios éticos y de valores que puedan ser compartidos por diferentes culturas.

El tema del desarrollo sustentable de las poblaciones reside, primordialmente, en el campo de la ética. Y el principio ético de la solidaridad implica necesariamente la percepción de lo diferente y el respeto a la diferencia. La adopción de un modelo integral de desarrollo deberá pasar por una reformulación de conceptos que implique reconocer al pensamiento racional, empírico, técnico, simbólico y mágico de todas las sociedades, percibiendo al ser humano en su esencia animal y al planeta como manifestación de las energías que rigen el universo. La propia sociedad llamada "occidental" re-evalúa hoy su modelo de desarrollo, fundado en la modernidad y basado en la separación entre sujeto y objeto, entre hombre y ambiente natural, entre conocimiento mitológico/poético y conocimiento científico. Un nuevo concepto de desarrollo admitirá la imposibilidad de adoptar un patrón único y universal que apueste al desarrollo integral del individuo (aspectos físicos, económicos, emocionales y de adaptación social); al mismo tiempo, nos permitirá reconocer las inmensas ventajas de las nuevas tecnologías para la sociedad humana. Ello significa que en el siglo XXI se debe reflexionar sobre la posibilidad de convivencia de formas plurales de desarrollo, articuladas de modo dinámico a partir de las necesidades de los distintos grupos sociales. Existirán, así, diferentes patrones de desarrollo sustentable, basados no solamente en criterios cuantitativos sino también en la importancia de los valores y tradiciones culturales.

2. MUSEO, IDENTIDAD, PATRIMONIO

Todas esas modificaciones en el escenario mundial resultan en nuevas directivas para la política mundial de cultura y desarrollo. La UNESCO crea programas internacionales de apoyo a la biodiversidad, al multiculturalismo, a las identidades de los grupos específicos y al patrimonio mundial. Se difunde el concepto holista del planeta Tierra como ecosistema global, del cual la economía mundial es un subsistema. La naturaleza y el hombre pasan a ser entendidos como capital natural y la adopción de medidas de desarrollo que tienen en cuenta el equilibrio entre economía, hombre y naturaleza comienzan a constituirse como meta política prioritaria en todos los niveles: nacional, regional, mundial. Se multiplican los estudios sobre etnias y grupos culturalmente diferenciados. Asimismo, se busca reforzar el concepto de 'nacional', con la creación de grandes museos nacionales, o museos del hombre y de la civilización, y a la vez se reformulan los ya existentes.²

² Museos nacionales remiten a la legitimación de los territorios y de las identidades constituyentes del "Estado Nacional", y son figuras emblemáticas del poder: no es casualidad que, entre los años setenta y noventa, los Estados Unidos crearan, en Washington (corazón político del mundo occidental), varios museos nacionales: el Museo de Arte Asiático, el Museo de Arte Africano, el Museo Aeroespacial. En el mismo periodo, se ha reformulado el Museo Nacional de

Tradicionalmente entendidos como instancias de consagración de identidades (locales, nacionales, regionales), los museos también se adaptan a los nuevos tiempos, insertándose en las redes globalizadas de producción y circulación simbólica. En los programas museológicos, la visión singular y unificada de identidad consagrada por las etnografías clásicas es hoy sustituida por la aceptación de la diferencia y las narrativas de la interculturalidad. Pero, ¿dónde ocurren y dónde permanecen los códigos tradicionales?

Un examen más detallado de la actividad museológica en la actualidad nos llevará a identificar algunas tendencias específicas, aparentemente contradictorias: la adhesión de los museos a la sociedad de consumo, la tendencia a actuar como instancia de representación y de valoración de aspectos identitarios y la búsqueda de nuevas formas de actuación que incorporen las nuevas tecnologías sin perder de vista el compromiso con las expresiones culturales individuales y colectivas. Nos enseñará, asimismo, a analizar cada experiencia de museo bajo una mirada más precisa, a partir del conocimiento de los ambientes socio-culturales en que dichas experiencias se dan.

2.1 ADHESIÓN A LA SOCIEDAD DE CONSUMO

En los últimos años del siglo *xx*, una de las principales tendencias de la museología, en el ámbito mundial, fue la vinculación de la experiencia museológica a los espacios de consumo. Los países asiáticos hicieron fuertes inversiones en la creación y desarrollo de museos, en un movimiento que reflejaba la entrada de los “tigres asiáticos” en el cartel de las instancias hegemónicas de poder político y económico. Dicha tendencia fue liderada por el Japón [Macdonald, s/f:209-216], que, en los años ochenta, invirtió alrededor de 5 billones de dólares en museos, inaugurando la práctica de crear y desarrollar, en áreas urbanas, museos y galerías de exposiciones articulados con los *shopping center*. La vinculación entre museo y sociedad de consumo se ha articulado aún en experiencias menos directas, como la de los parques temáticos, muchas de ellas desarrolladas en territorios musealizados pero dependiendo masivamente de las nuevas tecnologías de comunicación, con una poderosa infraestructura de servicios de apoyo y de mercadeo, todo esto integrado a las redes turísticas. En el Japón, más de cien parques temáticos y museos a cielo abierto promueven la valoración de las identidades locales y nacionales; no obstante, se admite que la familiarización de las nuevas generaciones con su propia cultura tiene fines económicos, lo que garantiza para el futuro un mercado consumidor de ciertos bienes específicos de la producción

Historia Americana, que pasó a incluir exposiciones sobre las comunidades negras y temáticas de género. En la misma época, Francia reformulaba el Louvre, el Museo del Hombre y creaba el Museo del Mundo Árabe y el Museo d’Orsay.

del país. Experiencias similares han sido realizadas en Indonesia, Tailandia, Filipinas y también en Singapur. En los años noventa, China también se adhirió a este movimiento, invirtiendo millones de dólares en la creación y recuperación de museos y sitios arqueológicos con una infraestructura adecuada para recibir a turistas de todo el mundo. El gobierno chino creó un departamento del Ministerio de Cultura especialmente dedicado a promover exposiciones internacionales de objetos del patrimonio chino.

Cuanto a la Comunidad Europea, trata cada vez más a Europa como el gran “museo del mundo”: ahí se invierten anualmente billones de dólares en la recuperación y desarrollo de museos, monumentos, sitios arqueológicos y ciudades históricas, y dicha inversión presenta los mejores índices de retorno a través de la actividad turística. Ejemplo de esa tendencia es el enorme desarrollo de museos y monumentos en países como Portugal y España. Los sitios históricos y arqueológicos son tratados como parques temáticos, tal es el caso de Karnac, en Inglaterra, o de las grutas paleolíticas de Les Eyzies, en Francia. Polonia y Alemania, países que fueron devastados por la Segunda Guerra Mundial, construyen nuevos museos y musealizan todos los espacios históricos posibles, incluyendo los campos de concentración.

Desarrollada en los Estados Unidos bajo influencia de la industria del cine, la experiencia de los parques temáticos propició que enormes contingentes de público pudieran fantasear en el territorio como espacio escénico y en la vida real como siguiendo un *script*. No es extraño, pues, que el mayor parque temático del mundo—el complejo Disney— sea percibido desde hace 20 años como museo. La propia organización Disney se aprovecha de esa percepción promoviendo exposiciones itinerantes, con atractivas parcelas de colecciones de los más consagrados museos. Incluso el corporativo ha creado su propia mitología, alimentada por un sólido trabajo con los medios y la implantación de parques en otras regiones del mundo. Un próximo paso será articular todos sus parques temáticos, para ofrecer en red global las imágenes de los principales eventos que en ellos se realicen. Mac Donald comenta que, “en las próximas décadas, los parques temáticos revolucionarán el universo museológico, convirtiéndose en un verdadero desafío para los especialistas” [*ibid.*]. Dichos parques tienen un infinito potencial de visita; Epcot Center, por ejemplo, recibe anualmente más visitantes canadienses que todos los museos y exposiciones de Canadá. A su vez, generan un gigantesco volumen de renta que ningún museo ha sido capaz de igualar. Otra ventaja es que consiguen articularse como prestadores de servicios culturales capaces de ofrecer lo que siempre han pretendido los museos: el aprendizaje de la cultura, percibida como forma de diversión.

El interés cultural se vuelca asimismo hacia los locales de culto y peregrinación, los cuales poco a poco van siendo musealizados. Ello deberá configurar

una de las fuertes tendencias de la museología en el siglo XXI. La veneración de objetos icónicos, incluyéndose los personajes carismáticos de la historia, en mucho deberá contribuir para enfatizar la importancia de esos locales. Ejemplo de esa tendencia es Graceland, el Memorial Elvis Presley, un museo-casa que recibe centenas de millares de visitantes por año. ¿Qué llevaría a millares de personas a viajar largas distancias para visitar dichos lugares? La posibilidad de sentirse físicamente próximos a las personas y cosas “reales” que constituyen objetos de veneración, o por lo menos la oportunidad de conocer personalmente a esos espacios de manifestación icónica del imaginario social. Y aunque esta haya sido siempre la línea conductora del interés de las sociedades por los museos (muchos de ellos constituyendo, por sí mismos, locales de culto y peregrinación), la novedad de esta tendencia es el tipo de espacio o de actividad a ser culturalizada. En este siglo, la museología deberá cooptar los íconos de los medios. Eso nos lleva a comprender la inclusión, en el universo museológico, del deporte y de la televisión, legítimas instancias de veneración de la sociedad contemporánea. Recordemos que los juegos deportivos pueden llegar a ser muy similares a los eventos mesiánicos, así como la televisión es el medio articulador a nivel doméstico de la intersección entre fantasía y realidad. Ambos ofrecen al público oportunidades muy singulares de identificación y participación. Mac Donald comenta que los estudios realizados en el Museo de Historia Americana, de la Fundación Smithsonian, revelaron que los diez objetos preferidos por el público se relacionan hoy con los íconos de los medios: el sombrero de J. R. (personaje de la serie *Dallas*), los personajes de *Plaza Sésamo*, o la grabación del debate entre Kennedy y Nixon.

El aspecto positivo es que, por medio de esas experiencias, la sociedad del siglo XXI podrá finalmente comprender que el museo es, en verdad, un evento, un acontecimiento que no se agota en el formato institucionalizado de las organizaciones ortodoxas y cuya existencia trascenderá siempre los conjuntos de formas inanimadas en espacios cristalizados.

2.2. TENDENCIA A ACTUAR COMO INSTANCIA DE VALORIZACIÓN IDENTITARIA

Surgida en los países escandinavos a finales del siglo XVIII, con el advenimiento de los museos a cielo abierto, la tendencia de actuar como instancia de valorización identitaria se afirmó en el siglo XIX, con la creación de Skansen, del Nordiskamuseet y de muchos otros museos del género. A lo largo del siglo XX dicha tendencia se intensificó, logrando su punto máximo con el surgimiento en Francia del Ecomuseo, base tangible de la nueva museología. Entendidos como “museos *in situ* de historia viva” [op. cit.], los museos a cielo abierto y los ecomuseos son dedicados a las comunidades locales y administrados por ellas mismas. Como

sabemos, dicha experiencia fue exportada hacia otros países de Europa, así como a otros continentes, y particularmente bien recibida en los países francófonos (incluyendo Canadá) y en Portugal.

No es difícil comprender que, dada su propuesta, la lectura del mapa evolutivo de estos museos nos dará muy valiosos indicios de la manera en que han evolucionado las relaciones hombre/espacio y aún las relaciones entre sociedad, cultura, patrimonio y poder, en los países que poseen territorios musealizados. No es casual que el advenimiento de las teorías nazistas en Alemania estuvo acompañado, en los años que antecedieron a la Segunda Guerra Mundial, de la multiplicación de los Heimatmuseen, experiencias de museos de territorio muy similares a las ya mencionadas, pero que tenían como objetivo la valoración de la identidad aria. Lo mismo se puede decir del desarrollo de los ecomuseos en la región latinoamericana, apenas posible en la segunda mitad de los años ochenta tras la caída de las dictaduras de derecha que dominaron el continente por más de 30 años. Tampoco fue casual el florecimiento de museos de este tipo en países que pertenecían al bloque socialista, responsables, en las últimas décadas, de la implantación de más de mil museos a cielo abierto y ecomuseos.

2.3. LA BÚSQUEDA DE NUEVAS FORMAS DE ACTUACIÓN

Buscar nuevas formas de actuación: esta es la tendencia que deberá caracterizar, en el siglo XXI, la búsqueda del equilibrio entre las tendencias anteriores. El gran rol de los museos en el escenario contemporáneo será el de actuar de modo más efectivo como instancia de representación y preservación de los valores culturales de los grupos humanos. Solo así será posible desarrollar, como propone Bauman, nuevas narrativas de la individualidad, del tiempo/espacio, del trabajo y de la comunidad. Y sólo entonces será posible rediseñar el *ágora*, repoblar el espacio público y dejar de tratarlo como un espacio donde se proyectan los movimientos individuales. Esta podría ser, hoy, la verdadera misión de las agencias culturales. Pero no será posible lograrlo si negamos las tendencias globalizantes y los imperativos de la sociedad de consumo: ello sólo resultaría en iniciativas maniqueístas y desvinculadas de la realidad.

En ese sentido, considero fundamental investigar atentamente las posibilidades reales, dimensiones y límites del espacio virtual como *ágora*: una instancia donde el encuentro es fugaz, veloz, múltiple y complejo. Para lograrlo, se debe pensar el espacio virtual como una verdadera instancia de expresión social que opera simultáneamente lo público y lo privado, lo individual y lo social, lo particular y lo colectivo. Asimismo, será necesario buscar un nuevo lugar para el patrimonio y para el museo como instancias de encuentro, debate y negociación entre el individuo y el bien común, no necesariamente vinculadas a la mate-

rialidad. Me refiero no solamente a los museos tradicionales y a los museos de territorio sino también a las infinitas posibilidades de encuentro ofrecidas por el patrimonio intangible y por el museo virtual (operación en red). Ello significa reconocer al museo virtual como modelo ya operante, y al patrimonio intangible como la gran alternativa para la comprensión de las relaciones que existen hoy entre memoria y museo.

¿Por qué imaginar que los nuevos patrimonios y el nuevo museo deban estar necesariamente vinculados a las formas, a los espacios y a los actores de la modernidad? ¿Quién garantiza que las relaciones interpersonales e intergrupales que se desarrollan en el espacio virtual no sean una forma legítima y poderosa de representación y de articulación de las fuerzas y de las voluntades colectivas? ¿O que la instancia virtual no pueda operar como legítima y verdadera expresión de la *res pública*, o por lo menos como instancia de representación y articulación de ciertas categorías sociales?

Este parece ser, hoy, un aspecto relevante del problema. Es necesario no sólo rediseñar y repoblar el *ágora*, sino también redefinir los conceptos de público, privado, comunidad, sociedad y política; y naturalmente, como hemos dicho tantas veces, redefinir los conceptos de *patrimonio* y de *museo*.

Pienso que este es el momento adecuado para desarrollar nuevas narrativas sobre el patrimonio y el museo, incorporando el hecho de que, en la actualidad, dichos conceptos se refieren no tan sólo a la evidencia material de la naturaleza y del hacer humano, sino también —y especialmente— al reconocimiento y diseminación de la información. Es en la virtualidad, en la complejidad y en la intangibilidad donde los museos deberán buscar las bases contemporáneas de organización y de administración: no dejando aparte su realidad material sino incorporando los nuevos modos y formas bajo los cuales se narra y documenta hoy a la sociedad, a la naturaleza y a la cultura. Ello incluye rediseñar la estructura organizacional de los museos y repensar las políticas existentes de gestión de los museos y del patrimonio, con menor énfasis en el formato estructural de las instituciones y maximizando la calidad de las relaciones y servicios (estructura informal).

La búsqueda de un punto de equilibrio entre las diferentes tendencias nos permitirá reelaborar los modos y formas de actuación propuestos desde 1968 por el Ecomuseo, esto es, desarrollar la actividad museística no como acción intelectual, sino como “iniciativa comunitaria”, valorizadora de identidades de grupos específicos, así como analizar en profundidad las relaciones entre museo, multiculturalismo y diversidad cultural.

Cabría entonces recordar las recomendaciones del Grupo Internacional de Trabajo para Analizar el Impacto de las Cuestiones Multiculturales en los Museos, establecido en 1993 por el ICOM: a) combatir la tiranía de los estereotipos,

definidos de forma maniqueísta en dicotomías de carácter etnocéntrico; b) desarrollar una percepción multicultural de la sociedad humana a partir de la percepción de los valores individuales del ego y hacia el reconocimiento de los valores del otro; c) reconocer los derechos culturales de todos los grupos, así como sus diferentes expresiones; d) asumir la presencia en el territorio y el desarrollo comunitario como cuestiones centrales para el sentimiento de autoestima y de identidad en el grupo; e) permitir la emergencia de mecanismos de adaptación cultural, auto-fortalecimiento de los grupos y reconocimiento de liderazgos comunitarios.

3. LA PRÁCTICA MUSEOLÓGICA COMO DISEÑO DE MUNDO

¿Cual sería, entonces, el rol de la museología? En un primer momento, investigar, como propuso García Canclini, las nuevas relaciones entre lo global y lo local, examinando lo que la globalización, el mercado y el consumo tienen de cultura, y cómo se da el ejercicio de la ciudadanía. Cabría aún analizar la importancia del sentido de pertenencia y de identidad en la sociedad global y, especialmente, lanzar una nueva mirada hacia los conocimientos tradicionales de ciertos grupos sociales. Esto implica investigar las tecnologías alternativas que han permitido a enormes contingentes de poblaciones en todas las regiones del mundo sobrevivir a través del tiempo manteniendo características particulares. En este sentido, una sociología del cotidiano permitirá analizar la apropiación de conjuntos de signos por parte de segmentos específicos de la sociedad, reevaluando y reactualizando conceptos tales como ciudad, ciudadano, público, privado, memoria, territorio, y bien cultural.

La museología debe asumir un carácter simultáneamente transnacional y valorizador de peculiaridades locales, tener el rol de catalizadora del cambio social, con énfasis en el desarrollo de formas de museo que atiendan a las coyunturas contemporáneas. De esta forma, los museos, más que representaciones de identidades, actuarían como instancias de representación de realidades nacionales, regionales, grupales, transnacionales o globales. Debemos, entonces, saber identificar las influencias de la globalización cultural en la museología, así como sus posibilidades de acción en el mundo globalizado.

Hay que analizar también los espacios del saber. En un ambiente en el que los tradicionales espacios autorizados del saber se ven subvertidos por la enorme vitalidad de las redes de comunicación, es fundamental abandonar la percepción del museo como instancia autorizada de conocimiento y de información y entenderlo como una instancia relacional, donde todo lo que se da está en proceso. En ese sentido, importa atender al discurso que la museología viene

elaborando sobre globalización y multiculturalismo, y a los códigos que utiliza para narrar dichos fenómenos.

Se debe enfatizar el tratamiento del tema de la tolerancia, presente desde hace décadas en los textos del ICOM y particularmente en los textos y resoluciones de la Conferencia General de Museos de 1995, en Stavanger, Noruega, dedicada a los museos y comunidades; y en los trabajos de las Conferencias Generales de 1998 (Australia, "Museos y Diversidad"), 2001 (Barcelona, "Administrando el Cambio: el Museo frente a los cambios económicos y sociales"), 2004 (Seúl, Corea, "Museos y el Patrimonio Intangible") y 2007 (Viena, Austria, "Museos y el Patrimonio Universal"). Sabemos que "los museos y monumentos deberían expresar la riqueza y la variedad de la diversidad cultural y servir de herramienta a la comunicación entre los pueblos" (Conferencia de apertura del ICOM 95). Pero la cuestión es, ¿cumplen hoy los museos el rol necesario en el establecimiento y mantenimiento de la comprensión y de la tolerancia intercultural? ¿O acaso al hacer el discurso de la diferencia no perpetúan una práctica cristalizadora de la hegemonía del mismo?

La vinculación de la museología a las directivas mundiales de cultura y desarrollo revela una imagen bastante nítida de su potencial de movilización cultural. Bien hecha, la museología puede ser profundamente transformadora, ya que trata de la producción del conocimiento y de la constitución de nuevas estrategias del saber. Se trata de comprender con nitidez qué vínculos se establecen en cada sociedad entre la práctica museológica y las estructuras hegemónicas, ya que el museo, por su fuerte expresividad en cuanto medio de comunicación, es frecuentemente utilizado por sectores que tienden a formular discursos que raramente corresponden a la acción.

El análisis de las prácticas museológicas viene indicando una seria contradicción: a un discurso claramente sintonizado con las más actuales tendencias de pensamiento, corresponde aún, en muchos casos, un conjunto de prácticas tradicionalistas muy poco renovadoras. Esta es la situación que se vive hasta el momento en América Latina, donde se ven ejemplos de una acción museológica influenciada por conceptos de los años cincuenta. El hecho llama la atención, especialmente por haber sido América Latina escenario de uno de los momentos de mayor renovación de la museología mundial: la Mesa Redonda de Santiago que, en 1972, definió la sociedad como sujeto y objeto de estudio de la museología, marcó el advenimiento del concepto de 'museo integral' y señaló el punto de partida para la creación de los ecomuseos. No obstante, gran parte de los museos latinoamericanos están aún vinculados a pautas de estructuración que ya no corresponden a la complejidad y a la vitalidad de las nuevas estructuras de la sociedad de consumo, ofreciendo productos difundidos por los medios de

acuerdo a los modelos ya mencionados. En este contexto, no es de admirar que se presente, en nuestra región, una segmentación entre los sectores patrimonial (el museo, la biblioteca y el archivo) y el de producción cultural (el teatro, el cine, la radio, la imprenta, la televisión).

Es interesante destacar en este escenario el rol desempeñado por el museólogo. Tradicionalmente aliñado entre los intelectuales, en la mayoría de los países se ha colocado siempre como el profesional que detenta el saber específico de su categoría así como los códigos que dan acceso a las prácticas museológicas. Las nuevas tecnologías de la información vienen, entretanto, subvirtiendo el proceso del conocimiento y también el acceso a los códigos de información sobre y para los museos. La hegemonía del especialista se ha vuelto cuestionable y el poder del profesional sobre la elaboración del discurso "museológico", dirigido a un "publico blanco", ha sido enteramente relativizado. El museólogo hoy no es el profesional que trabaja en los museos, sino el que *piensa* el museo. La relación del profesional es ahora con los sistemas de poder. En este sentido, la museología puede cumplir un rol relevante trabajando el museo como agencia formadora de mentalidades; como espejo y síntesis de las muchas realidades que configuran, en el tiempo y en el espacio, las identidades comunes a los grupos culturales; y trabajando la unidad en la diversidad y los padrones de identidad en la diferencia, en una relación no sólo dialéctica con los grupos sino también de afinidad, empatía y verdadera participación. Estas son las tareas que se colocan, hoy, frente al museólogo.

Con la responsabilidad de ser agentes de cambio social, los museos pueden actuar como espacios de creación, produciendo saber y "saber hacer" (*know how*) pero deben hacerlo de forma abierta y democrática, posibilitando que de este proceso participen amplios segmentos de la sociedad. Esto solo será posible con la adopción de nuevas prácticas educativas que promuevan el encuentro entre las culturas tradicionales y las culturas "económicamente desarrolladas", valorizando los aspectos informales y no-formales de la generación del conocimiento. Esto nos recuerda las propuestas de Paulo Freire, que desde los años sesenta tienen influencia en la educación y la museología en el ámbito mundial y han contribuido a desvelar el inmenso potencial de los museos como instrumento no-formal de educación.

La tendencia de las redes de relaciones socioculturales a constituirse de modo complejo y plural nos lleva a apostar por un enfoque holista de la realidad. Una nueva percepción de las relaciones entre sociedad, memoria y territorio, desarrollada a partir de los años sesenta, nos ha permitido comprender al patrimonio como el conjunto de evidencias naturales y productos de la actividad humana definidores de la identidad de determinados grupos, dependientes, para ello, de los grados de aprobación que obtengan junto al cuerpo social. Los conceptos vigentes de cultura y desarrollo han redefinido también el lugar del Museo en la

sociedad, enfatizando su rol en las dinámicas ético-políticas de los grupos sociales. Los museos ya no son percibidos solo como espacios de guardia y protección a los vestigios materiales de la naturaleza y de la cultura sino como agentes de transformación, instancias estimuladoras de cambio sociocultural.

La museología contemporánea comprende, pues, patrimonio y museo como conceptos de uso polisémico, que pueden referirse tanto a las manifestaciones de la *psique* humana como a los fenómenos de la biosfera. Desde esta perspectiva, el concepto de patrimonio integral se extiende hacia los ecosistemas como totalidades, así como al conjunto de testimonios tangibles e intangibles de la presencia del hombre en el planeta: el territorio, con todos sus recursos renovables y no renovables, los agrupamientos humanos con toda su producción material y su lengua, su música, sus formas de danza, sus modos de ser del cotidiano. Todo es patrimonio, todo puede ser musealizado.

Desde 1972, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente Humano, en Estocolmo, ya enfatizaba el vínculo entre herencia natural y civilización. Y no por casualidad la Conferencia de Santiago, realizada en el mismo año, definió a la sociedad como sujeto de la museología, afirmando que el campo de actuación del Museo es el medio ambiente total: sociedad, territorio, patrimonio natural y cultural. Para desempeñarse en ese sentido, los museos de todo el mundo fueron llevados a ampliar su rol como facilitadores de conocimientos sobre el medio ambiente y el patrimonio. De este modo, entendieron su inmenso potencial como catalizadores de cambio y agentes del desarrollo sustentable. Hoy, la educación para el desarrollo es una perspectiva obligatoria en las directivas mundiales para la museología. La misma evolución teórica de la museología se viene fundando desde hace tres décadas en los conceptos de patrimonio integral, museo integral y desarrollo sustentable. Dichos conceptos han tenido influencia en los programas de formación profesional para museos, así como las políticas de trabajo del ICOM. Ejemplo de ello es el nuevo portal virtual sobre el Desarrollo (Global Development Gateway), subsidiado por el Banco Mundial y coordinado por una fundación con sede en Washington; en ese portal participan activamente miembros del Consejo Internacional de Museos.

La experiencia confirma que la museología es una de las áreas del conocimiento con mayor potencial para implementar programas de educación no-formal con vistas al desarrollo. Fundamentada en la relación entre sociedad, Museo y real, trabaja sistemáticamente los temas vinculados al patrimonio, considerando la más rica herencia de nuestro planeta: la vida. Por ello, deberá generar una comprensión profunda de la estrecha relación entre hombre, cultura y medio ambiente, en la que se fundará el desarrollo de políticas y estrategias relativas al medio ambiente total. Conocer al humano y al mundo: he aquí la misión y el camino de la museología.

Como disciplina, la museología se fundamenta hoy en un conjunto de valores que incluyen la búsqueda de la democracia; la honestidad de principios; los cuidados relativos a la gestión y preservación del patrimonio; el compromiso con la herencia cultural de los pueblos y el reconocimiento de la pluralidad cultural, con vistas a la promoción del bienestar de las sociedades. Ello presupone que, para actuar en el ámbito de lo *real complejo*, cada individuo y/o grupo social debe reconocerse y crecer de forma integral, percibiendo el carácter fluido de los movimientos identitarios y sabiendo dirigir su acción hacia fines positivos. Estos y otros valores constituyen la dimensión ética de la museología, la base a partir de la cual se implementa el trabajo en los museos. En este contexto, se da especial atención a la afirmación de las identidades culturales: acto libertador que permite a las sociedades elegir con independencia los instrumentos que desean colocar al servicio de su desarrollo.

Hoy más que nunca la museología debe incorporar, en la teoría y en la práctica, los nuevos modelos de desarrollo. Una toma de posición en el campo de la ética deberá propiciar que sea redimensionado, con responsabilidad y madurez, el verdadero significado de los museos, así como el rol que pueden desempeñar en la sociedad contemporánea. La ética de museos deberá defender el mantenimiento de la vida en el planeta, las condiciones adecuadas de supervivencia de las especies vegetales y animales, teniendo como absoluta prioridad el desarrollo social, económico y cultural de la sociedad humana.

Para que el Museo actúe como espejo identitario es necesario reconocerlo como fenómeno o manifestación cultural, como un evento o acontecimiento que se constituye en las diferentes formas de relación entre hombre, tiempo, espacio, cultura y naturaleza, y que puede asumir las más diferentes formas, presentándose de distintas maneras, en el tiempo y en el espacio, según los valores vigentes en cada momento, en cada sociedad.

Esta es, pues, la contribución que puede dar la teoría museológica a la sociedad contemporánea:

- a) Reconocer el carácter plural del Museo: Museo no es una cosa única sino el nombre genérico dado a un conjunto de manifestaciones culturales. Distintas formas de museo pueden, pues, coexistir en el tiempo y en el espacio; el mismo museo puede asumir diferentes formas en su trayectoria de existencia.
- b) Mostrar que el Museo *es* proceso, que no siendo un producto cultural, está en continua mutación. El Museo se da en el instante y se define en la relación.
- c) Revelar su esencial libertad: cualquier espacio, hecho, fenómeno u objeto es potencialmente museo siempre y cuando así sea nombrado [Scheiner, 1998].

Fenómeno libre, dinámico y plural, el Museo dejará, poco a poco, de ser percibido por sus expresiones más obvias (el objeto, la exposición) o por sus límites

espaciales, para brillar en nuevas dimensiones: el museo virtual, apenas existente en las pantallas de las computadoras y que depende, para existir, del vigor y de la vitalidad de las redes de comunicación; el museo interior, que nos remite al ámbito de la psicología y que analiza las relaciones fundamentales del humano con los paisajes interiores de su propia psique; y el museo global, la gran “memoria de la biosfera”, de la que somos todos participantes [*ibid.*].

El discurso oficial del ICOM resalta la importancia de la acción de los museos hacia la implementación de mejores condiciones de vida en el planeta. Debemos entonces prepararnos para construir la museología de este nuevo siglo, haciendo un esfuerzo para aplicar dichas recomendaciones a través de una acción transformadora, iniciada en el ámbito individual y proyectada hacia el mundo. La verdadera ética de la solidaridad no reside en el dominio del discurso: es la que se construye por la suma de nuestras acciones, en el cotidiano.

En la sociedad contemporánea, la práctica museológica ya no puede restringirse a la repetición sin fin de los métodos y técnicas consagrados. Es necesario reinventar cotidianamente al Museo, construyendo nuevos caminos para la articulación del saber, del hacer y del decir de las diferentes instancias del cuerpo social. Ya pasó el tiempo en que la riqueza de los museos reposaba, en silencio, detrás de infinitas paredes de cristal. Para la sociedad de la información, lo que importa es la experiencia transformadora, el acceso libre y abierto al conocimiento. Ello no significa que debemos abdicar a nuestros acervos materiales o dejar de cuidarlos; significa que debemos utilizarlos de manera más amplia para ofrecer a las sociedades experiencias de mundo que sean efectivamente transformadoras. Nosotros, profesionales de museos, tenemos en las manos los testimonios materiales y no materiales de la riqueza del mundo, del saber del mundo; nos corresponde darles forma y sentido, permitiendo que cada sociedad pueda, efectivamente, situar de manera nítida el lugar del Museo en su sistema de representaciones.

Tenemos el mundo en las manos. Depende sólo de nosotros hacer de él una esfera muda, una sucesión de abismos o un espacio pleno de posibilidades.

BIBLIOGRAFÍA

Bauman, Zigmunt

1999 *Globalización: las consecuencias humanas*, Río de Janeiro, Zahar, Conferencia de apertura del ICOM 1995.

ICOM

1995 “Conferencia de apertura del ICOM 1995”. Disponible en www.icom.museum.

García Canclini, Néstor

1996 *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de Globalización*, Río de Janeiro, UFRJ.

Ianni, Octavio

1996 *La Era del Globalismo*, Río de Janeiro, Civilização Brasileira.

Lévy, Pierre

1999 *¿Qué es lo Virtual?* Trad. Paulo Neves. Sao Paulo, Ed. 34.

Macdonald, George

"The future of museums in the global village", en *Museum*, vol. xxxvi.

Schein, Tereza

1998 *Apolo y Dionisos en el Templo de las Musas. Museo: génesis, idea y representaciones en la cultura occidental*, Río de Janeiro, ECO/UFRJ.

Terena, Marcos

1999 En Morin, Edgar. *Saberes globales y saberes locales: la mirada transdisciplinar*, Brasilia, Editorial UNB.

UNESCO

1997 *Nuestra Diversidad Creativa*. Comisión Internacional para el Desarrollo y la Cultura.