

2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Villa María, Villa María, Córdoba, 2020.

Hacia un pensamiento complejo: ecología de los medios y comunicación en los museos.

Mariana Andrea Minervini.

Cita:

Mariana Andrea Minervini (2020). *Hacia un pensamiento complejo: ecología de los medios y comunicación en los museos*. 2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Villa María, Villa María, Córdoba.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/segundo.congreso.latinoamericano.de.comunicacion.de.la.unvm/36>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/enOb/TTb>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

**2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la Universidad Nacional de
Villa María: Nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. 2020**

Título:

Hacia un pensamiento complejo: ecología de los medios y comunicación en los museos

Autora:

Minervini, Mariana Andrea. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Bv. Enrique Barros s/n Ciudad Universitaria. 5000 – Córdoba.
mariana.minervini@unc.edu.ar

Eje temático: 2º, Nuevos Escenarios Comunicacionales.

Ponencia: Avances /Resultados de investigación.

Producción: Trans/Multimedia.

Palabras claves: museos, narrativas transmedia, ecología de los medios.

Resumen: La presente ponencia surge a partir de la tesis de maestría en proceso: “Museos y comunicación: El museo transmedia como estrategia de apropiación social y comunicación colaborativa en la Fac. de Cs de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina”. En esta oportunidad, se busca compartir parte del análisis teórico realizado en la misma en relación a comprender el actual ecosistema comunicativo con miras a reflexionar sobre el rol del comunicador en los museos y sitios de patrimonio.

Las nuevas multiplataformas interactivas de comunicación y las interfaces, al ser más amigables, han abierto el ecosistema mediático a nuevos usuarios. El incremento de la interactividad permite ahora la participación en el proceso informativo. Esta situación cambia el equilibrio del sistema: donde la sociedad es parte de todo el proceso, tanto en la colaboración, en la producción como a nivel de redistribución de contenidos a través de redes sociales y otras plataformas.

El presente análisis busca generar un cruce complejo y transdisciplinar entre la Ecología (de los medios), la Comunicación y la Museología, con eje en el patrimonio y su rol social. Se debe reconocer que la transdisciplina es una forma de organización de los conocimientos que trascienden las disciplinas de una forma radical. Para ello, los diferentes campos y disciplinas se entrelazan para resolver un conflicto como un todo, creando un nuevo ámbito de actividad. Es decir, es necesario atravesar las disciplinas e

ir más allá para lograr una comprensión del mundo bajo los imperativos de la unidad del conocimiento. Por lo que, a lo largo de esta investigación, se busca generar puentes de conocimiento que permitan establecer relaciones entre los distintos campos antes mencionados; conocimientos que nunca serán acabados, pero aspiran al diálogo y la revisión permanente.

Título:

Hacia un pensamiento complejo: ecología de los medios y comunicación en los museos

La presente investigación aborda un campo poco explorado: la indagación, producción e implementación de narrativas transmedia en museos y sitios de patrimonio. En un momento en que la definición del propio museo se encuentra en debate y ante su inminente cierre debido a la pandemia (Covid-19), estas instituciones se enfrentan a un paradigma de convergencia hipermedia y transmedia, donde buscan poner en tensión los discursos de la sociedad de la que forman parte. De esta manera, los museos se encuentran en un proceso de evolución y posibilidades: museos in situ, museos virtuales, en redes sociales, en dispositivos móviles, museos vacíos y transmedia que generan nuevas formas de vinculación, diálogo y participación con la comunidad.

Con la actual pandemia mundial (Covid- 19), los museos se encuentran en una encrucijada, sin poder abrir sus puertas y replanteándose su rol social. Por lo tanto, es menester pensar al Territorio-Museo de otra forma: “Ahora las paredes de los museos dejaron de existir, ahora los territorios son virtuales”, afirma Mario de Souza Chagas (2020) y se cuestiona si los museos durante la pandemia, se cerraron porque no son esenciales. A lo que responde: “El arte es necesario porque la realidad ya no basta; los museos son necesarios porque realizan debates necesarios, construyen nuevas posibilidades de vida, presentan desafíos y son capaces de movilizar redes de afecto, donde el principal rol del museo será contribuir a una recuperación de las humanidades”.

De esta manera, ante esta situación actual de crisis, se presentan nuevas posibilidades y funciones para los museos que implica otras posibilidades también, con la ciudad. Es la

ciudad como museo. El gestor cultural colombiano, Jorge Melguizo (2020) reconoce que “la pandemia ha hecho visibles esos territorios de indiferencia. El Covid, ha hecho las veces de curador: ha develado, ha mostrado, ha elegido, ha revelado, ha movido y ha conmovido. De esta manera, el territorio es la sociedad. El sentido de los museos hoy es una nueva sociedad”, afirma.

Nos encontramos en un contexto donde el ecosistema digital de los medios de comunicación genera constantemente nuevas maneras de mostrar, navegar e interactuar con la información y los contenidos. Mediante la convergencia es posible el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, pero también la cooperación y colaboración en la producción y la integración de modos de comunicar, gracias a la popularización de Internet. De esa manera, la implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los relatos y narrativas de los museos, busca alejarlos de la idea de santuario y acercarlo a la comunidad.

El presente análisis busca generar un cruce complejo y transdisciplinar entre la Ecología (de los medios), la Comunicación y la Museología, con eje en el patrimonio y su rol social. Para ello, es necesario “proponer, vivir, aprender y enseñar un pensamiento complejo, que vuelva a tejer las disciplinas como posibilidad de humanidad en completud; y que sólo de esta manera se vencería la eterna limitación y fragmentación del sujeto separado de sí mismo en la búsqueda del conocimiento”, como afirma Edgar Morin y Basarab Nicolescu. Estos autores plantean que la transdisciplina y la complejidad están estrechamente unidas como formas de pensamiento relacional, y como interpretaciones del conocimiento desde la perspectiva de la vida humana y el compromiso social. Se debe reconocer que la transdisciplina es una forma de organización de los conocimientos que trascienden las disciplinas de una forma radical. Para ello, los diferentes campos y disciplinas se entrelazan para resolver un conflicto como un todo, creando un nuevo ámbito de actividad. Es decir, es necesario atravesar las disciplinas e ir más allá para lograr una comprensión del mundo bajo los imperativos de la unidad del conocimiento.

Asimismo, Thompson remarca que hay que entender que “la visión transdisciplinaria elimina la homogeneización, y reemplaza la reducción con un nuevo principio de realidad que emerge de la coexistencia de una pluralidad compleja y una unidad abierta.

En lugar de una simple transferencia del modelo desde una rama del conocimiento a otra, la transdisciplinariedad considera el flujo de información que circula entre varias ramas de conocimiento. La principal tarea es la elaboración de un nuevo lenguaje, de una nueva lógica, y de nuevos conceptos que permitan un diálogo genuino entre diferentes dominios. La transdisciplinariedad no es una nueva disciplina, una herramienta teórica, o una superdisciplina. Es la ciencia y el arte de descubrir puentes entre diferentes objetos y áreas de conocimiento.”

Según Edgar Morin, hace falta pensar en aquello que está más allá de las disciplinas, para que las mismas no sean automatizadas, sino que es necesario pensar en un “conocimiento en movimiento”, es decir, un conocimiento que progresa yendo de las partes al todo y del todo a las partes.

Al mencionar el concepto de complejidad, es necesario retomar el pensamiento de este autor quien menciona que “se impone de entrada como imposibilidad de simplificar; ella surge allí donde la unidad compleja produce sus emergencias (...) La complejidad emerge como un nuevo tipo de comprensión y de explicación que es el pensamiento complejo”.

La noción de pensamiento complejo fue acuñada por el filósofo y sociólogo francés Edgar Morin. De esta manera, es la capacidad de conectar diferentes dimensiones de la realidad, y se podría comparar con un tejido. Por ello, se puede decir que el pensamiento complejo es una estrategia que tiene intención globalizadora, es decir, que trata de abarcar todos los fenómenos, pero teniendo en cuenta sus particularidades y diferencias específicas.

Por lo que, a lo largo de esta investigación, se busca generar puentes de conocimiento que permitan establecer relaciones entre los distintos campos antes mencionados; conocimientos que nunca serán acabados, pero aspiran al diálogo y la revisión permanente.

De metáforas transdisciplinarias: ecología de los medios

“Los museos que no sirven para la vida, no sirven para nada”, afirma el museólogo brasileño Mario Chagas. Al mismo tiempo, la vida hoy transita entre dos espacios: el real y el virtual; en un ecosistema comunicativo que intenta explicarse a través de una corriente teórica, una metadisciplina que surgió en 1960 y se consolidó en los 70, que se dio en llamar Ecología de los Medios. Abordarla permite tomar un posicionamiento teórico a la hora de analizar las transformaciones en el campo de la comunicación y su vinculación con los museos y sitios de patrimonio.

De esta manera, es menester profundizar en esta corriente cuyo principal precursor es Postman (1968) quien la definió como “el estudio de los medios como ambientes”, aunque Mashall McLuhan había comenzado a comparar a los “seres vivos” con los “seres tecnológicos” ya al inicio de la década.

Si pensamos en el origen del concepto, encontramos en Neil Postman el siguiente planteo:

La ecología de los medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación y el valor, y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir y actuar.

Entre los principales referentes que actualmente abordan esta perspectiva en habla hispana, se encuentra Carlos Scolari (2010), que analiza el surgimiento de esta teoría y expresa: “El límite entre los precursores y los padres fundadores está dado por la aplicación explícita de la metáfora ecológica a los medios de comunicación”. El autor reconoce que McLuhan fue quien integró en un enfoque único los planteos de diversos precursores al insistir que los medios forman un ambiente o entorno sensorial (un médium) en el cual las personas se mueven pero que no reconocen su existencia hasta que, por alguna razón, se vuelven visibles.

Para seguir profundizando, se deben tener en cuenta “desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los

sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación”, resalta Scolari. Al mismo tiempo, el autor plantea que esta metáfora ecológica aplicada a los medios de comunicación, puede analizarse desde dos puntos de vistas diferentes. El primero, es en relación a los medios como ambientes donde se plantea que “las tecnologías generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (2015: 29) Es decir que, con su uso, producen un efecto perceptivo y cognoscitivo en las personas. El segundo, es en relación a los medios como especies, donde se plantea una interacción pero también, una competencia entre medios de comunicación donde cada medio afecta a los demás, donde existe una interrelación, evolución y selección natural. McLuhan lo planteaba al decir que “ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción contante con otros medios” (1964:43).

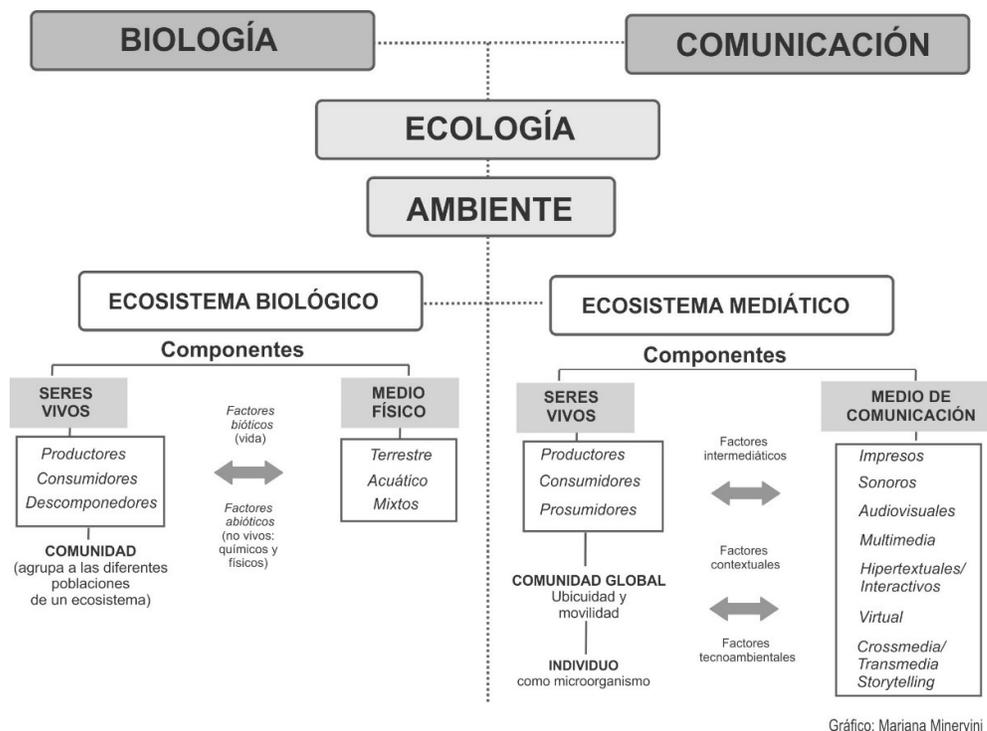
Por su parte, Lance Strate (2017) indica que la Ecología de los Medios se puede entender como un enfoque particular para el estudio de los medios, es decir, el estudio de los entornos como medios.

En consecuencia, los diversos estudiosos, coinciden en que se convirtió en una corriente de pensamiento comunicacional, generalista y transmediática que tiene por objetivo la construcción de un panorama global de todos los procesos que afectan a la comunicación. Entender esta metadisciplina, permite entender también “cómo se desarrolla y se consolida la relación entre la sociedad y los medios, en una diversidad mediática donde hay espacio para todos los medios, viejos y nuevos”, apunta Renó (2014).

Pensar la biología de la comunicación

Los antecedentes e ideas iniciales sobre Ecología de los Medios, fueron también sufriendo importantes transformaciones mediadas por la propia evolución de los medios de comunicación. Por más que los conceptos de McLuhan y Postman fueran visionarios, en la actualidad, se presentan transformaciones ante el surgimiento de dos factores principales: la web 2.0 y los dispositivos móviles (celulares) que son responsables de cambios y adaptaciones, evoluciones en la cultura de la sociedad; como plantea Renó (2014) y que se pueden enmarcar en una Nueva Ecología de los Medios que implica reconocer la relación entre la sociedad y los medios como así también, reconocer y entender cómo y por qué ocurren estos cambios.

Si se piensa en el concepto biológico de ecología se puede establecer una relación con la comunicación que permite comprender esta concepción, ya que la biología (bios: vida y logos: estudio) es la ciencia que estudia los procesos vitales de los seres vivos. Por su parte, la ecología (oikos: casa y logos: estudio) es el estudio de la relación entre los seres vivos y su ambiente, y se ocupa de analizar la influencia de unos sobre otros. Mientras que el ambiente es un sistema complejo de interacciones entre individuos, sociedad, medio y naturaleza, del cual los seres humanos son parte integrante. Es un espacio de convivencia, de interacción entre las personas y las otras manifestaciones de vida; concepto más amplio que el de ecosistema. Éste último, se puede definir como una comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente.



De esta manera, se puede realizar un paralelismo con el ecosistema mediático que, según Giraldo Dávila y Franco, la Nueva Ecología de los Medios es producto del avance de los prosumidores como generadores y consumidores de contenidos; como así también por la saturación de información y su efecto en la modificación de los comportamientos humanos. Al hablar de prosumidores, concepto también en constante

debate, requiere mencionar el papel de la sociedad en este ecosistema comunicativo. Una sociedad de la cuarta pantalla, donde el uso de dispositivos móviles (celulares) genera un nomadismo sin fronteras imposibles, desterritorializado, con un tiempo y espacio atemporal. Los teléfonos celulares, aportan dos condimentos a la producción de información: la movilidad y la posibilidad de utilizar distintos medios en un solo dispositivo, convirtiéndose en una verdadera extensión del cuerpo de las personas. Con estas posibilidades las imágenes de lo cotidiano ocupan espacios comunicacionales colectivos y abiertos como los medios sociales (Levinson, 2012)

Para continuar analizando esta metáfora, según Canavilhas es necesario estudiar las relaciones entre los medios para comprenderla y para ello, el autor distingue entre diversos factores que inciden en esas relaciones. Primero, menciona los factores intermediáticos (factores bióticos, en el campo biológico) que hace referencia a que los nuevos medios alteran y mejoran los medios anteriores. Esta transformación fue llamada por Bolter y Grusin (1999), *remediación (remediation)*. Por su parte, el término *remediación ambiental*, significa recuperar áreas ambientalmente contaminadas, es una reparación. Luego, establece los factores contextuales donde predomina el individualismo, la movilidad y la descentralización como elementos que condicionan al ecosistema mediático. Por último, hace referencia a los factores tecnoambientales, desde un punto de vista instrumental que involucra el surgimiento de aplicaciones, interfaces y programas que cambian la forma de interacción con los medios de comunicación y el acceso a los mensajes.

Para explicar estas ideas, el campo biológico sigue aportando conceptos que permiten comprender las transformaciones de los medios. Se presentan dos conceptos fundamentales de este campo. Por un lado, el de consolidación y sostenibilidad que hace referencia a cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos, materiales y productivos con el transcurso del tiempo; es decir, al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Y por otro, el de adaptación que es el proceso (y resultado) de la evolución natural de un organismo a través de la selección natural, que puede ser una estructura anatómica, procesos fisiológicos o comportamiento específico. Una adaptación biológica resulta en una mejor adaptación de una población a su hábitat. Este proceso toma lugar entre varias generaciones.

A esta evolución en el ámbito de la comunicación, Roger Fidler (1998) la definió como “mediamorfosis”, es decir, la transformación de un medio de comunicación cuando afronta cambios culturales y el contacto con nuevas tecnologías, precisando que cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, “las formas más antiguas no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose”.

Para la presente investigación, se consideran los conceptos de sostenibilidad y adaptación como claves para establecer una relación con el ecosistema comunicativo y como plantea el autor Logan R. (2015): “Las propiedades o comportamientos particulares de los medios provocan cambios en su entorno que afectan otros medios con los que interactúan. Las complejas respuestas de estos medios afectados, producto de sus propios cambios internos, a su vez, alteran aún más el entorno compartido y por tanto influyen en cada medio del ecosistema de los medios”. De esta manera, si pensamos al medio como un organismo vivo que recibe y procesa información y después, proporciona a su ambiente nueva información, se produce un proceso de retroalimentación.

La ciudadanía comunicacional

Hoy en día, los medios no asumen solitarios el estatus de mensaje. Los mensajes también asumen el papel de medios, y en ese panorama se puede considerar que los ciudadanos – definidos como seres media por Dan Gillmor (2005) – son, al mismo tiempo, los medios y los mensajes.

Por su parte, Paul Levinson (2012) propone que “a partir de la web 2.0 la sociedad pasó a convivir con nuevos procesos mediáticos, pero tan nuevos que deben ser denominados *new new media*, o nuevos nuevos medios”, como la posibilidad de que los/as ciudadanos/as, hoy prosumidores, obtengan el control sobre el espacio interactivo y el contenido.

Las nuevas multiplataformas interactivas de comunicación y las interfaces, al ser más amigables, han abierto el ecosistema mediático a nuevos usuarios. El incremento de la interactividad permite ahora la participación en el proceso informativo. Esta situación cambia el equilibrio del sistema: donde la sociedad es parte de todo el proceso, tanto en

la colaboración, en la producción como a nivel de redistribución de contenidos a través de redes sociales y otras plataformas.

De esta manera, el poder pasa a manos de los/las ciudadanos/as en el entramado comunicacional, y según Renó “ahora los mensajes son los medios” ya que los mensajes que se producen transforman a los medios y -en este caso particular de estudio- al museo, entendiéndolo como un espacio experimental de presentación; como afirma Deloche (85: 2001) Surge así, y como plantea Renó, una revolución del poder mediático, donde “cada persona se convierte en el medio en sí mismo” y en su relación con otros/as.

Esta constante evolución de los medios, genera la necesidad de adaptación, transformación y sostenibilidad, pero al mismo tiempo, de búsqueda de equilibrio. De esta manera, entendida como una búsqueda filosófica, la Ecología de los Medios puede verse como un enfoque para comprender la actual condición humana.

Bibliografía

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

Bolter, j. D. Y grusin, r. (1999) Remediation. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press.

Canavilhas João (2011). El nuevo ecosistema mediático. Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada, ISSN-e 2174-1859, Vol. 1, N° 1, 2011, págs. 13-24 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3660767>

Chagas, Mario (2017) Declaración de Córdoba. XVIII Conferencia Internacional de MINOM.ICOM. Disponible en: http://www.minom-icom.net/files/minom_2017_-_declaracion_de_cordoba_-_esp-port-fr-ing_0.pdf

Denis Renó, Luciana Renó y Carolina Campalans. (2014). Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. 181 pp.

Edgar Morin y Basarab Nicolescu (1994) Manifiesto a la trasdisciplinariedad. Convento da Arrábida, Portugal.

Fidler, Roger. (1998). Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios. Granica. Buenos Aires (Argentina) <https://www.casadellibro.com/libro-mediamorfosis-comprender-los-nuevos-medios/9789506412616/640205>

Giraldo-Dávila, A. F. y Maya-Franco, C. M. (2016). Modelos de ecología de la comunicación: análisis del ecosistema comunicativo. Palabra Clave, 19(3), 746-768.
DOI: 10.5294/ pacla.2016.19.3.4
https://www.researchgate.net/publication/305339591_Modelos_de_ecologia_de_la_comunicacion_analisis_del_ecosistema_comunicativo

Media Ecology Association (MEA) <https://www.media-ecology.org/>

-Orozco, G. et. al (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: La interlocución de las audiencias. Recuperado de:
<http://ezproxy.utp.edu.co/docview/1101635449?accountid=45809>

- Panozzo Zenere, A. (2013) El ser virtual: El museo virtual. El Museo de Arte de Uruguay, MUVA en Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, Huesca.

-Panozzo Zenere, A. (2018): Se contempla, se experimenta. Modos de comunicar del museo de arte contemporáneo. UNR Editora. Argentina.

Políticas de Educación Ambiental de la Administración de Parques Nacionales (2017)
<https://www.sib.gov.ar/portal/wp-content/uploads/2019/01/Fundamentos-Politica-de-Eduaci%C3%B3n-Ambiental-APN-1.pdf>

Renó D, Renó L. y Campalans C. (2014). Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Renó L. y Renó D. (2013) Narrativa trasmedia y mapas interactivos: periodismo contemporáneo. RAZÓN Y PALABRA N° 83 Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación.

Scolari C. (2010) Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. Quaderns del CAC 34, vol. XIII (1) - junio 2010

Scolari C. ed. (2015) Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Ed. Gedisa. Barcelona. España.

Thompson J. (2003) Transdisciplinariedad. Discurso, integración y evaluación. En: Carrizo L, Espina M, Thompson J. Transdisciplinariedad y complejidad en el análisis social. 2003. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000136367>