

# Mediación y comunicación externa en equipamientos de gestión del arte. Análisis y propuestas.

Borja Ibáñez Viño

Universidad Complutense de Madrid

*boribane@ucm.es*

## **Línea temática:**

Medios digitales: comunicación, impacto social y cultura.

## **Grupo de investigación UCM:**

Grupo de Investigación Interuniversitario del Museo Pedagógico de Arte Infantil.

## **Director del Grupo UCM:**

María Acaso López Bosch.

## **Otros grupos de investigación:**

Escuela de Educación Disruptiva de Fundación Telefónica y Grupo de Investigación Konekto de la UVic.

## **Proyecto/s de investigación:**

*Comunicación Externa en espacios Culturales, De la Práctica a la Teoría en Educación.*

## **Resumen:**

La cultura es un bien preciado del que formamos parte todos los ciudadanos: nosotros la generamos y la conservamos desde diferentes formas y puntos de vista. Los equipamientos de gestión del arte actuales no sólo se encargan de conservar, también tienen la importante función de difundir este patrimonio artístico haciendo uso de una serie de acciones consensuadas por museólogos y gestores culturales.

En cambio, esta sociedad muestra un desinterés general por estos espacios culturales, la gran carta de opciones de ocio di culta el reclamo de estas instituciones con la nalidad de mejorar el número de visitantes. Además, las exposiciones de arte están concebidas como lo estaban hace un siglo o incluso dos, espacios con obras colocadas unas detrás de las otras con escasos elementos de intermediación más allá de textos y cartelas. Propiciando un discurso unilateral y analógico donde el espectador no puede realizar ninguna acción de

interacción e interpretación de la pieza, un espacio prohibitivo. Un reclamo obsoleto, unilateral y genérico que no llama la atención aunque esté presentado en el mismo formato que toda la avalancha publicitaria de otros sectores.

Por tanto, el problema no reside, quizás, en las actividades a desarrollar por estos centros sino su comunicación y las estrategias utilizadas para atraer al público a su participación. Debemos crear mejores herramientas para fomentar su interés y así mejorar el vínculo entre el público y la cultura. Un equipamiento actual, llamativo y que contenga métodos de participación multilateral y funciones de web 3.0 para hacer del espectador un creador de cultura y empoderar al usuario en su reinterpretación de la obra artística y patrimonio cultural de los museos públicos.