

MEMORIAS DE SÍ MISMO

15° Aniversario del Museo de la Bolsa de Comercio De Rosario

Ana Inés Beristain, Mercedes Gargiulo y Margarita Manavella *

Cumplir quince años es un momento propicio para transitar la propia historia. Invita a detenerse en aquel sueño original y emocionarse con el recuerdo de quien lo promoviera; a recordar el crecimiento y los cambios que lo consolidaron como espacio vivo y permeable a las nuevas ideas.

Los cambios profundos, aquellos irreversibles, se producen día a día, hora a hora, en un fluir de imperceptibles fronteras temporales...

Este nuevo aniversario del Museo de la Bolsa de Comercio de Rosario moviliza a repensar el concepto de museo y cómo se ha resignificado en el transcurso de la historia.

¿Qué es un Museo? Es un interrogante siempre abierto, ya que su significado y funciones han ido evolucionando con el tiempo. En la famosa Biblioteca de Alejandría existía el "Museion", templo de las musas donde los eruditos y sabios compartían laboratorios, observatorios y múltiples salas; donde recopilaban, clasificaban y comentaban escritos, según el relato del geógrafo griego Estrabón en el siglo I antes de Cristo.

Aquella, ya era una misión muy cercana a lo que en el futuro sería la función educativa de los museos. Sin embargo, es en el Renacimiento cuando el mundo occidental comienza a interesarse por las colecciones de objetos. Serán las ricas familias y la Iglesia las que en primer lugar

* Integrantes de PULSO – Estudio de Museología.



Sala Orígenes del Museo BCR.

se conviertan en mecenas de los grandes artistas, propiciando una suerte de competencia por la posesión de objetos artísticos.

Posteriormente, los viajeros, a su regreso de lugares exóticos, cautivaban a sus invitados con las colecciones de rarezas o Gabinetes de Curiosidades. A partir del espíritu racionalista del llamado "Siglo de las Luces", colecciones y gabinetes comienzan a ser considerados de interés público y poco a poco abren sus puertas a la ciudadanía, para el conocimiento y disfrute del patrimonio cultural.

Es la Universidad de Oxford una de las instituciones pioneras que, en 1683, inaugura su "Musaeum Naturalis Historiae", favoreciendo el acceso, la divulgación y, esencialmente, garantizando la conservación de sus colecciones. En 1759 el British Museum comienza a exhibir su patrimonio. A partir de ese momento y sucesivamente se abrirán los museos de París, Munich y del resto de Europa.

Las dos guerras mundiales acaecidas en la primera mitad del siglo XX, dejan como saldo ciudades arrasadas por los bombardeos. Procurando superar la crisis en el ámbito museístico y patrimonial por la destrucción y los saqueos ocasionados durante la segunda guerra, en 1946 la UNESCO propicia la creación del Consejo

MUSEO

ES UNA INSTITUCIÓN PERMANENTE, SIN FINALIDAD LUCRATIVA, AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD Y DE SU DESARROLLO, ABIERTO AL PÚBLICO, QUE ADQUIERE, CONSERVA, INVESTIGA, COMUNICA Y EXHIBE PARA FINES DE ESTUDIO, DE EDUCACIÓN Y DE DELEITE, TESTIMONIOS MATERIALES DEL HOMBRE Y SU ENTORNO.

COMITÉ INTERNACIONAL DE MUSEOS -ICOM-

Internacional de Museos -ICOM- que sienta las bases de la museología moderna y entrega una definición universal de Museo.

El espíritu renovador de esta época hace repensar la forma de ver el mundo. Se promueve la valoración de nuevos elementos o huellas que representen a toda la sociedad y no solo al patrimonio pintoresco y romántico característico del siglo XIX.

Desde fines del siglo pasado y hasta nuestros días, las nuevas tecnologías, las obras interactivas, la participación efusiva del público, la fusión y exhibición de diversas disciplinas, se combinan para transformar a los museos y despegarlos de aquella imagen estática y solemne.

DESPERTAR DE UN MUSEO

La memoria de las ciudades está presente en sus edificios y en los objetos que las componen.

A comienzos del año 2002, y dentro de la denominada Semana del Patrimonio, la Bolsa de Comercio de Rosario fue seleccionada para participar, como institución que reunía condiciones de excelencia patrimonial, histórica y arquitectónica. El evento fue concebido como una estrategia con la intención de propiciar el resguardo de bienes culturales, entendiendo que sólo su conocimiento haría posible la contribución de la sociedad para su conservación.

En ese contexto, bajo la premisa de crear conciencia en la comunidad acerca del protagonismo de la institución y su importancia como factor de desarrollo, se organizó un programa de visitas para conocer su funcionamiento, historia y cualidades arquitectónicas.

Casi simultáneamente con esta actividad y dada su repercusión, la Comisión Directiva de la BCR encargó a un estudio de museología de Rosario –integrado por las museólogas Ana Inés Beristain, Mercedes Gargiulo, Margarita Manavella y Aurora San Román– el proyecto de una exposición temporaria que se inauguraría en agosto del mismo año, con motivo del 118º aniversario de la entidad y como primera etapa del futuro Museo Institucional.

En la fecha indicada, se presentó en sociedad la muestra "A Viva Voz"; enmarcada en el concepto de museo institucional, teniendo a la Bolsa como propietaria de su colección, con su régimen de gestión, con espacios y recursos propios. Contextualizada en el tiempo histórico de su fundación y en el marco de la ciudad de Rosario, el hilo conductor del recorrido presentaba a la entidad como eje en el progreso de la región, y el valor de la palabra como condición tácita e inviolable de sus acuerdos comerciales.

EN 1ª PERSONA:

EL MUSEO DE LA BOLSA POR JORGE ROCA

El próximo 27 de agosto el Museo cumple 15 años. Esta historia comienza en 1996 cuando un grupo de operadores, patrocinados por el Centro de Corredores, efectuamos un viaje a Estados Unidos con el objeto de conocer sus mercados y su operatoria.

En la Bolsa de Chicago conocimos su Museo que, aunque modesto en espacio, brindaba datos y elementos importantes de su extensa historia. Ya de regreso, se manifestó al Presidente de la Bolsa, Sr. Nicanor Sodiro, la aspiración de contar también con un lugar para exponer nuestra historia, rica por cierto, ya que la Institución había sobrepasado ampliamente los cien años. La propuesta tenía que madurar y fue aconsejable dejar para más adelante el ambicionado proyecto. En el mes de diciembre de 2001 asumí la presidencia Don Federico Bogleione.

Días más tarde, citándome en su despacho me dice: "Roquita (así me llamaba), sé que tenés ganas de hacer un museo aquí en la Bolsa", y ante mi confirmación, responde: "Hacelo, tienen todo mi apoyo y el de la Mesa".

Allí comenzó todo. Se formó una Comisión, integrada por Víctor Cabanellas (h), Agustín Lezcano, Aníbal Ivancich (h), Luis Travesaro, Fernando Chao y quien escribe. Fueron muchos meses de labor fecunda, profesional, pero hecha con pasión y armonía; algunas veces las tareas continuaban hasta la medianoche y un poco más.

En ese clima que se había creado y con la conjunción de tantas voluntades, las cosas tendrían que salir bien...y salieron bien, diría con un poco de inmodestia. El Museo quedó espléndido.

Hoy cuenta con una superficie de 511 m² en tres salas. Sólo me referiré a "A Viva Voz", a la que consideramos el corazón del museo, con su histórica rueda, pizarras y varios objetos de época, y donde un video describe ese contexto donde se desarrollaban los mercados. Este lugar y la Rueda de Valores, constituyeron el alma latente de la Institución. "La rueda ahora está vacía, en silencio, pero si agudizan el oído podrán escuchar aquellas voces estentóreas de los operadores" y, agrego yo,... que así sea para siempre.



Transitar sus salas permitía comprender factores históricos, políticos, sociales y económicos que posibilitaron la creación y desarrollo de la Institución; conocer detalles del proyecto arquitectónico de la actual sede y descubrir aspectos de la ciudad de Rosario en 1929. Entre sus paredes se encuentran algunos tesoros, como el acta firmada por el primer presidente del entonces llamado Centro Comercial de Rosario, Gregorio J. Machain. Finalizando el recorrido, un espectáculo de luz y sonido recreaba la tradicional operatoria en la antigua Rueda de Cereales.

Su nombre "A Viva Voz", que se conserva hasta la actualidad, alude al modo de cerrar acuerdos comerciales en los que la palabra empeñada adquiere el valor de un compromiso escrito.

A poco más de un año, se inauguró la segunda etapa del museo, con una muestra de carácter permanente destinada a enseñar el rol y las funciones de la Cámara Arbitral de Cereales. Gran cantidad de instrumentos del laboratorio físico de granos se exhibían –y aún se exhiben– en las vitrinas de las distintas salas: balanzas, zarandas, pesas.

En 2012 y como parte de un plan de renovación integral, se propuso incorporar nuevas áreas temáticas y reformular la

disposición de las salas de acuerdo a un criterio cronológico. Se desarrollan cuatro espacios, poniendo de manifiesto el protagonismo de la BCR en el ámbito local, regional y nacional, sustentado en sus principios de libertad económica, respeto por la propiedad privada, transparencia de mercado y cumplimiento de los contratos pactados.

La sala "Orígenes", se refiere a la etapa fundacional de la Bolsa, dentro de un determinado contexto nacional, no ajeno a la realidad europea y a los factores geográficos, históricos, políticos, sociales y económicos que motorizaron el crecimiento regional e impulsaron la creación y desarrollo de la institución. En cuatro áreas temáticas, se exponen los principales factores generadores de progreso: la inmigración, las colonias agrícolas; el puerto y el ferrocarril.

"Los tiempos del centenario" es la segunda sala, dedicada al Centenario de la República. Ya refleja una Argentina conocida internacionalmente como granero del mundo. Las imágenes y textos dan cuenta de las distintas realidades y los contrastes que coexistían en la vida urbana y en la rural.

La anteúltima sala se denomina "Presente y Futuro"; actúa como disparador, planteando las necesidades que en 2050 puede tener el planeta, con una población aproxi-



Energía Fotovoltaica, Planta San Juan | (JOSE LUIS GIOJA)

mada de 9.300 millones de habitantes. El crecimiento mundial esperable y los cambios en los hábitos de consumo, demandarán una mayor producción de alimentos, combustible, fibras, materias primas y energía.

Por último, "A Viva Voz" recrea la operatoria en la antigua Rueda de Cereales, donde, desde sus inicios, compradores y vendedores de productos agrícolas venían a realizar sus negocios y cerraban acuerdo al grito de "Anote". Habitualmente estaba colmada de corredores que, para "pelear" sus precios, lo hacían a viva voz y estando en permanente contacto con sus casas matrices.

A quince años de su creación, el espíritu transformador sigue latente. Hacer comprensibles la esencia y las funciones específicas de la entidad, implica el reto permanente de abrir ventanas necesarias para la participación, buscando un sentido coherente entre la misión institucional y los nuevos intereses del público.

Hoy, reconocido como el lugar para la recuperación y resguardo de su memoria, el Museo de la Bolsa se ha consolidado como un medio necesario para cumplir con el rol institucional. Fortalece la propia identidad y espíritu de sus miembros; contribuye a acercar la Bolsa rosarina a la sociedad, siendo parte del patrimonio cultural, porque protege y revaloriza un aspecto fundamental de la historia regional.

Tiene un perfil propio que lo distingue y que debe mantenerse y enriquecerse. La ausencia de museos que com-

pitan en la misma temática constituye una oportunidad para su labor institucional y lo posiciona como valiosa herramienta en su acción educativa. Con la creación de este nuevo espacio para el acercamiento cultural y el encuentro, la BCR fortaleció su integración con la comunidad, afianzándose como una institución viva, dinámica, de difusión sociocultural activa y al servicio de todos.

MUSEOS EN CAMBIO

"...serán espacios cada vez más inclusivos y amables, donde el espectador se sienta como en su casa, en un espacio que le pertenece y al cual quiera regresar una y otra vez".

Victoria Noorthoorn, Directora del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires

Hace unos cincuenta años, difícilmente se le hubiera ocurrido a un viajero, a su regreso, hablar de la pirámide de cristal diseñada por el arquitecto Pei para el Louvre, de las rampas de la National Gallery o de la nave de titanio que ha puesto a Bilbao y su museo en la categoría de los imperdibles.

Defensores y detractores debatieron –y aún debaten– si es legítima la notoriedad de un museo por otros aspectos que no sean las obras y objetos que celosamente custodia; si es más importante el contenedor que el con-

tenido; si la música de fondo distrae la contemplación de Las Meninas o del Guernica.

Más allá de las diversas estrategias y las sólidas razones de unos y otros, lo cierto es que desde mediados del siglo pasado empezó a gestarse una nueva manera de ser museo y el tradicional concepto como contenedor había cumplido su ciclo. El clima de reverencia y solemnidad que se respiraba en los museos clásicos poco a poco se fue transformando en un ambiente calmo y, a la vez, en experiencia estimulante. La iluminación se transformó en protagonista destacando objetos y recintos.

Mucho han cambiado las cosas desde que las colecciones privadas abrieron sus puertas y se le reconoció a la ciudadanía el derecho de conocer y disfrutar del patrimonio cultural. Pero también es cierto que los museos debieron aggiornarse y dar respuestas a las nuevas demandas sociales, proponiendo a sus visitantes múltiples posibilidades y enfoques creativos. Como entonces, el mayor reto sigue siendo: acercar el Museo a su público.

En esta era los usuarios crean, eligen, juzgan, se conectan y comparten contenidos. Ya no se comportan como simples receptores pasivos que sólo consumen la información generada por otros, sino que participan activamente en el proceso de construcción de la misma.

Ante esta realidad, ¿cómo se posicionan los museos?, ¿de qué estrategias disponen para adaptarse a las nuevas formas de gestión de la información?, ¿cómo diseñan sus propuestas de exhibición?, ¿qué diálogo establecen con su público?

PENSANDO EL MUSEO DEL FUTURO

Abierto a la discusión y el debate, un grupo de especialistas invitado en 2015 a reimaginar el Museo, dejó asentado un manifiesto con ideas que todo profesional de este campo debería tener en cuenta. Los expertos coinciden en que las nuevas tecnologías y su infinita gama de posibilidades tendrán un rol significativo en el museo del futuro.

La utilización de las nuevas –y ya no tan nuevas– herramientas digitales (Periscope, Spotify, Facebook) posibilitará la participación y registro de experiencias, selecciones musicales u opiniones de un amplio espectro de usuarios. Cuanta más tecnología utilizamos, más datos estamos creando. Éste es el principio del fenómeno al que se ha denominado Big Data.

Las instituciones culturales que conozcan los datos de su entorno podrán conocer mejor qué quiere su público, qué busca, cómo realiza su visita; y, con esta información, ofrecer una experiencia personalizada para el visitante en





Pizarras de la Antigua Rueda de Gram, donde se registraban las operaciones de compra y venta.



Balanza Louis Schopper de peso hectrolítrico. A partir de 1905 se utilizó para determinar un peso de referencia en la comercialización de trigo en la zona Rosario-Santa Fe.

todos los sitios que ofrece la institución: en la vida virtual a través de una aplicación o la web, como también en la visita física.

Interacción es la tendencia, de manera que los visitantes dejen de ser meros espectadores y puedan formar parte de la exposición, a través de tablets, aplicaciones, de proyecciones inmersivas o recreaciones hiperrealistas que fomenten la interacción y el aprendizaje. “Ya no vamos a hablar de espectador, sino de invitado, lo que implica que es un transeúnte deseado por el dueño de casa, invitado a que te cuente, que te narre lo que le está pasando. Veo a los museos en base a un diálogo mucho más enriquecedor”, enfatiza Américo Castilla, ex secretario de Patrimonio Nacional.

Experiencia parece la palabra idónea, incuestionable. El punto de encuentro donde todos coincidirían para referirse al museo por venir. “En el futuro los museos no van a coleccionar objetos sino experiencias. Y no estoy diciendo que se va a erradicar el arte, sino que el punto no será el

objeto, sino todo lo contrario, la desmaterialización, de la mano de las nuevas tecnologías, las pantallas líquidas, el sonido...”, apunta Agustín Pérez Rubio, director artístico del MALBA.

Según los especialistas, los museos del futuro serán ámbitos livianos y mucho más populares, concebidos radicalmente a escala humana, que privilegiarán la experiencia y las emociones por encima de las obras de arte.

Equilibrio para combinar tradición y modernidad. Uno de los mayores retos que enfrentan los proyectos innovadores es lograr un resultado equilibrado, sin dejar de poner en valor el patrimonio cultural e histórico.

“Ningún museo será enteramente lúdico, porque corre el riesgo de lo superficial, ni tan solemne que no invite a participar”.

Victoria Noorthoorn, Directora del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires ■