

MUSEOS SIGLO XXI

ESPACIOS DE ENCUENTRO

Lejos de su imagen anquilosada, los museos han demostrado que pueden ser ricos espacios de encuentro y de debate. La transformación está en nuestras manos.

Sandra E. Murriello

Museos que convocan

La imagen de un espacio solitario y polvoriento, con objetos estáticos en vitrinas atiborradas de información es, lamentablemente aun hoy, asociada a la palabra "Museo". Incluso, en las últimas décadas, muchos intentan evitarla. Con la intención de tomar distancia han aparecido otros términos que intentan resaltar características entendidas como superadoras tales como "centro interactivo", "museo interactivo", "centro cultural".

Sin embargo hay museos que han transformado su identidad o actualizado su propuesta sin necesidad de cambiar de nombre. Son museos que convocan, invitan, proponen, difunden, reforman, apelan a intereses y necesidades de sus públicos. El secreto: conocen a sus públicos y se ocupan de seducirlos.

Y digo públicos, con una s final expofeso. Porque no hay un tal "público general", porque la idea de que un museo esté abierto a todos es fantástica pero al pensar el museo, al diseñar sus exposiciones, sus folletos, sus actividades se está eligiendo, explícitamente o no, un grupo de público. Lo que convoca a unos, no convoca a otros. Entonces, según la propuesta, su tema, su lenguaje, su presentación va a resultar —o no—convocante para uno u otro grupo de público. De este modo la planificación de un museo, el diseño de sus muestras y actividades, precisa definir a quiénes va dirigida.

Palabras clave: museos, diálogo, visitantes, experiencia museal

Sandra E. Murriello

Dra. en ciencias (UNICAMP, Brasil)
CITECDE, Sede Andina, Universidad Nacional de Río Negro, Bariloche, Argentina
smurriello@unrn.edu.ar

Recibido: 16/03/2016. Aceptado: 11/05/2016

Esto no es nuevo, siempre hubo grupos de público, motivaciones diversas para la visita y diferentes formas de apropiación. Lo que ha comenzado a variar es el foco de la propuesta en los museos, más aún, la verdadera renovación de estos espacios no pasa por la modernización de los lenguajes o dispositivos, sino por la perspectiva comunicativa y educativa desde la que se conciben y dirigen.

La experiencia en foco

Los museos son espacios de inmersión. Hay un ámbito donde algo se expone: se elige una manera de mostrar y de contar. Pero hay una teatralidad involucrada, una puesta en escena ya sea para representar otro tiempo, una idea o la obra de un artista. Y allí el visitante se sumerge, transita por ese otro mundo y se entrega a lo que se le propone. Y eso es lo mágico: allí está el visitante con todos sus sentidos abiertos, listo para ver, escuchar, oler, emocionarse y entrometerse, con su intelecto dispuesto a deslumbrarse frente a lo desconocido o a reencontrarse con lo ya conocido.

Lo que allí ocurra es lo que algunos estudiosos de museos llaman "experiencia museal" y puede, claro está, ser de muy variado tipo. La memoria de esa visita va a ser única aun cuando se regrese muchas veces a ese mismo espacio. Unos investigadores norteamericanos, John Falk y Lynn Dierking, que han dedicado varias décadas a estudiar lo que sucede en las salas de museos sostienen que hay tres tipos de factores que intervienen en esa "experiencia museal": los del medio físico, los personales y los sociales. Todos ellos actúan al mismo tiempo y diferenciarlos no es más que un intento de desagregar la experiencia en entidades analizables.

Este modelo sirve además como herramienta para pensar lo que le pasa a los visitantes de un museo así como para diseñar y concebir una exposición. Pensemos en el contexto físico por ejemplo, algunas preguntas que podrían hacerse son: ¿Qué opciones se ofrecen al visitante? ¿Hay formas de orientarse en el espacio? ¿El museo se puede recorrer por completo? ¿Es agotador? ¿Hace frío? ¿Hay lugares de descanso,

Figura 1. Museo de Liverpool, en Liverpool (UK), un espacio que convoca a la ciudadanos.

www.facebook.com/museumofliverpool/?fref=ts



observación o encuentro con otros? ¿La luz es adecuada?

En la esfera personal podríamos preguntarnos por ejemplo por qué ese visitante está hoy en el museo y no en otro lugar. ¿Por qué eligió ese espacio? ¿Vino a pasear? ¿Quería ver algo en especial? ¿Ya lo conocía o es la primera vez que se acerca? ¿Ya conoce algo sobre lo expuesto o es su primera aproximación al tema?

Y en la esfera social podemos preguntarnos si está solo o si vino con otros, si se acercó por cuenta propia o lo trajeron. ¿Interactúa con sus compañeros de visita? ¿Cómo? ¿Qué se comparte de esa experiencia?

Estas, entre muchas otras preguntas, sirven para analizar esa "experiencia museal" que, maravillosamente no acaba en el momento de dejar atrás la puerta del museo. Es una experiencia que, de alguna manera, se rememora. El paso por ese espacio de inmersión deja una marca.

Entonces, desde esta perspectiva, es sustancial conocer a los visitantes, interpretar su visita en contexto y apelar a la emoción y no sólo al intelecto.

Conocer los públicos

Los museos suelen llevar registro del número de visitantes y, muchas veces hemos visto medir el éxito de una determinada exposición o incluso de un museo, por la cantidad de visitantes que concurren. También suelen registrarse datos sociodemográficos: edad, sexo, procedencia, etc. Todos estos datos nos dan información muy valiosa, pero no es suficiente para saber quién recorre las salas o asiste a las actividades programadas.

¿Y cómo conocerlos entonces? Los "estudios de público", instaurados hace ya unas décadas en el mundo anglosajón, se han convertido en herramientas sumamente valiosas para las instituciones. Las posibilidades son múltiples: observar lo que los visitantes hacen en un museo es una de las claves: qué se mira, qué no, dónde se detienen, qué se lee, qué se toca, qué se fotografía. Hablar con ellos es otra: ¿Qué se piensa

sobre lo que se ve? ¿Cuál es la lectura que se hace de lo expuesto? ¿Qué encuentros y desencuentros hay con lo que se quiere mostrar desde la institución. ¿Y de qué sienten falta? ¿Qué es lo que se siente en la visita?

También es interesante preguntarse (y preguntarles) porqué fueron a un museo y no a otro lado, ¿qué buscaban? Y más aún ¿quiénes son los que no van?

Un museo se vibra en las salas, en contacto con los visitantes y no desde una oficina. Jorge Wagensberg, quien fuera director de Cosmo Caixa, el museo de ciencias de Barcelona, solía decir que había que mirar el brillo en la mirada de los visitantes para saber qué estaba ocurriendo. Algo sustancial acompañado de un estudio sistemático de públicos.

Integrar, narrar, debatir

Museos hay de muy muchos tipos, del mismo modo sus clasificaciones son variadas pero hay ciertas categorías usuales como museos de historia, de arte, de ciencia y técnica, etc. que aluden a las temáticas centrales y al patrimonio que es exhibido. La lógica que predomina en esta clasificación es básicamente disciplinar. Al interior de estos museos también, muchas veces la lógica desde la que se piensan las salas y exhibiciones es disciplinar, algo muy útil para estudiosos del área pero muy distante, en muchos casos, de los intereses y cuestionamientos de los visitantes no especializados.

Sin embargo en este aspecto hay numerosas propuestas innovadoras y muchos museos hoy hacen foco en temáticas complejas, profundamente transdisciplinares, que probablemente sean más convocantes para públicos no especializados. Las disciplinas científicas tales como la arqueología o la paleontología, por ejemplo, son sumamente útiles para pensar un aspecto del mundo y desglosarlo para su análisis pero,



Figura 2. El pequeño Museo Histórico Kami, en Tolhuin, Tierra del Fuego (Argentina), de corte comunitario.

www.facebook.com/museohistorico.kami?fref=ts

fuera de los espacios académicos, las preguntas son otras. Un buen ejemplo son los museos de ciudades o pueblos que dan cuenta de diversos aspectos de la vida de un lugar, desde la conformación histórica a los conflictos actuales. Un espacio hoy emblemático es el inglés Museum of Liverpool, un espacio donde se cuenta la vida de la ciudad con el aporte concreto de los propios habitantes (ver Figura 1). Otras experiencias, incluso en una escala muy distante, como la del Museo Histórico Kami, en Tolhuin, Tierra del Fuego, llevan también esta impronta (ver Figura 2).

Pero a veces son sólo algunas salas las que son pensadas desde una óptica integradora; así un momento histórico, el tiempo o un hábitat como el mar pueden ser ejes integradores para una exhibición. Temas y problemas que convoquen a ciertos públicos pueden ser estrategias para revitalizar museos y darles sentido en la contemporaneidad. Lo que se narra y la óptica desde la que se hace precisa ser revisado, la renovación de los lenguajes expositivos es importante, claro, pero sólo en función de lo que se va a contar.

Para muchos estudiosos de museos la función social de estas instituciones es ser espacios de debate, de encuentro. Exponer el patrimonio, tangible e intangible, en función de pensar nuestro presente y nuestro futuro es un desafío a enfrentar. Que la visita a un museo sea una confrontación, que la exposición interpele a los visitantes es más importante a que sea simplemente entretenido. Los museos de ciencias, por ejemplo, cargan desde los años 60 a partir de la apertura del Exploratorium de San Francisco, con la propuesta de la "interactividad" que se ha asociado a la diversión como objetivo. La idea de mostrar una ciencia "divertida" ha plagado estos espacios de shows y propuestas que intentan mostrar que hacer ciencia no es aburrido. Pero estos museos, independientemente de sus estrategias comunicativas, podrían ser los espacios adecuados para pensar qué ciencia y qué tecnología precisamos como país, o cuestionar la emergencia

planetaria en la que estamos inmersos.

¿Y quién narra? ¿Quién construye el discurso expositivo? Abrir las puertas a la comunidad, desde la concepción misma de las exposiciones es una dinámica ya instalada en algunos museos. Es una manera de abrir el juego, de dar voz a distintos sectores para que puedan estar representados en un museo y apropiarse de él. Las experiencias de los llamados "museos comunitarios" ponen en jaque la forma tradicional de pensar un museo ya que diseñar con otros siempre es distinto de diseñar para otros, hay saberes y experiencias que se ponen en diálogo para una construcción conjunta. Todo un desafío democrático.

La distribución territorial también lo es. Acá en la Patagonia, tenemos muchos museos, cientos, pequeños la mayoría, diseminados en el territorio y en gran parte marginados de las políticas públicas. Podemos saber de ellos a través de la última edición de la Guía Nacional de Museos publicada en 2014 por la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. En esas páginas también se evidencia lo que ya sabemos: a pesar de vivir en un país federal la mayor parte de los recursos se concentran en Buenos Aires.

Un buen ejemplo es Bariloche, una ciudad considerada meca turística que cuenta con apenas cinco museos: dos paleontológicos, pequeños y privados; uno regional, también privado y muy pequeño, en la mítica Colonia Suiza; el Museo del Chocolate, privado perteneciente a una empresa chocolatera y el único público es el Museo de la Patagonia, instalado en pleno centro de la ciudad, dependiente del Parque Nacional Nahuel Huapi de la Administración de Parques Nacionales. Está a la vista el lugar que ocupan los espacios expositivos en la política cultural.

La imaginación al poder

La primavera del 2015 reunió más de 600 especialistas en museos de distintos lugares del mundo en la ciudad de Buenos Aires en un evento convocado por

Figura 3. El Museo Reimaginado-Manifiesto 2015, texto producido como corolario del encuentro “El museo reimaginado- Encuentro de profesionales de museos de América”, realizado en Buenos Aires por la Fundación Typa.

la Fundación Typa¹ llamado “El museo reimaginado- Encuentro de profesionales de museos de América”. Este encuentro se inscribe en el marco de acciones ya iniciadas hace algo más de una década por esta Fundación, tendientes a revitalizar los museos locales y repensarlos a la luz de las experiencias de grandes y pequeños museos que están transformando sus espacios y sus prácticas. Participar de ese evento en calidad de investigadora del campo museístico permitió vislumbrar una esperanza: después de presentaciones y debates de varios días se elaboró en forma conjunta un manifiesto (ver Figura 3) que es una buena base para repensar nuestros museos. Sin imaginación no puede construirse otra realidad.

El Museo Reimaginado Manifiesto 2015

Los participantes de *El Museo Reimaginado. Encuentro de profesionales de museos de América*, invitan a los museos de la región a promover acciones para:

- ▶ **Ser parte** de sus comunidades y no estar aparte de ellas.
- ▶ **Reconcebirse** radicalmente a una escala humana.
- ▶ **Apelar** a las emociones y al pensamiento crítico como puntos de partida para la creación del conocimiento.
- ▶ **Construir** sentido en común con los distintos actores dentro y fuera del museo- y asumir las diferencias.
- ▶ **Generar** interconexiones y colaboraciones entre disciplinas y saberes diversos.
- ▶ **Reimaginar** las miradas a sus colecciones para generar nuevos contenidos y experiencias.
- ▶ **Ser** accesibles e inclusivos tanto en lo físico como en lo cultural, a fin de garantizar la participación democrática de sus comunidades.
- ▶ **Ofrecer** oportunidades para el encuentro y el diálogo, cualquiera sea su espacio, escala y recursos.
- ▶ **Salir** de la zona de confort para activar puntos de vista que sean flexibles, dinámicos e innovadores.
- ▶ **Demstrar** con procesos de trabajo colaborativo y participativo, su poder político y su capacidad de transformación positiva.
- ▶ **Incorporar** estratégicamente la innovación y la tecnología apropiadas, en función de su misión.

FUNDACIÓN TYPA AMERICAN ALLIANCE OF MUSEUMS

¹ Fundación Typa (<http://www.typa.org.ar>) es una organización que actúa desde 2004 en el campo de la producción cultural de Argentina y América L

Lecturas sugeridas

- Alderoqui, S. y Pedersoli, C. (2011). *La educación en los museos: de los objetos a los visitantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Aurora, L. (1978). *El Museo: teoría, praxis y utopía*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A. ,
- Falk, J. y Dierking, L. D. (1992). *The Museum experience*. Washington DC. Whalesback books.
- Fundación Typa. (2015). *El Museo reimaginado. Manifiesto*. En URL: [http://www.cultura.gob.ar](http://elmuseoreimaginado.com/sintesis/Secretaría de Cultura de la Nación (2014). Guía Nacional de Museos)