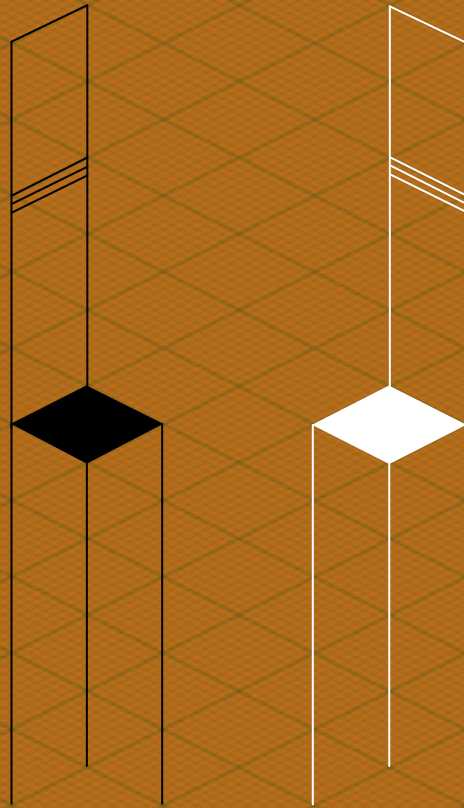


Experiencias, comunicación y goce

Memorias del II Coloquio Internacional
de Museos de México y del mundo



MÉXICO

Asociación Mexicana de Profesionales de Museos -AMProM
Secretaría de Relaciones Exteriores -SER
Embajada de México en Colombia
Instituto Nacional de Bellas Artes -INBA, México DF.

COLOMBIA

Ministerio de Cultura
Museo Nacional de Colombia - Programa Red Nacional de Museos
Banco de la República - Museo del Oro
Universidad Externado de Colombia - Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural
ICOM Colombia

Museo Nacional de Colombia

28-30 de octubre 2008

In memoriam

JOSÉ ANTONIO PÉREZ GOLLÁN

Córdoba, 1937 – Buenos Aires, 2014

IVAN KARP

Stanford, Connecticut, 1943 – Albuquerque, Nuevo México, 2011

NOTA

Los textos de Anne Christine Taylor, Germán Rey y José Antonio Pérez Gollán corresponden a la transcripción de sus intervenciones para este evento. Los cargos de los ponentes corresponden a la posición que ocupaban en la fecha de realización del coloquio.

Presentación

Con el propósito de ampliar la difusión de referentes contemporáneos para la comprensión de la función social de los museos, el Ministerio de Cultura decidió apoyar la publicación de las memorias del II Coloquio Internacional de Museos de México y del mundo: “Experiencias, comunicación y goce”, realizado en Bogotá en el año 2008 como proyecto conjunto entre la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos (AMPROM), el Ministerio de Cultura/Museo Nacional de Colombia/Programa Red Nacional de Museos, el Banco de la República/Museo del Oro, el Comité Colombiano del ICOM y la Universidad Externado de Colombia/Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural y Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

En las memorias de este evento que reunió trece ponentes extranjeros, procedentes de México, Estados Unidos, Inglaterra, Francia, España, Argentina y Brasil, junto a dieciocho colombianos de distintas regiones del país, se reproducen el conjunto de ponencias que los invitados prepararon especialmente para este Coloquio y la transcripción de los debates que enriquecieron la comprensión de los temas tratados e incorporaron diversas inquietudes de los asistentes en torno a tres grandes ejes de análisis: *producciones de sentido* (los efectos de las mediaciones a partir de los discursos y prácticas museográficas); *comunidades interpretativas* (una comprensión amplia de la heterogeneidad de los públicos que visitan los museos); e *ideologías de la visibilidad* (diversos conceptos inherentes a la memoria colectiva, la identidad nacional, los usos políticos del pasado, la ancestralidad, y los museos comunitarios, entre otros).

Así mismo, este evento coincidió con la declaración del año 2008 como el Año Iberoamericano de los Museos, cuyo lema “Los museos como agentes de cambio social y desarrollo” condujo a estructurar las mesas del coloquio en torno a seis líneas de acción de gran vigencia para los museos de entonces (y de hoy): “Agentes de cambio social”, “Experiencias: lo educativo y lo lúdico”, “Teorías museológicas”, “Comunicación”, “Patrimonio y memoria”, y “Diálogos con los museos colombianos”. En esta última mesa fue posible generar un valioso intercambio de experiencias entre los ponentes colombianos y extranjeros, de gran significación para todos los asistentes, lo cual se revela en la transcripción del debate.

Tanto la organización y realización del Coloquio en el 2008, como la concepción y edición de estas memorias, han sido resultado de una fructífera cooperación institucional, nacional e internacional, que esperamos se fortalezca y continúe generando programas similares en el futuro.

ANA MARÍA CORTÉS SOLANO

Directora (E) del Museo Nacional de Colombia

Discurso de apertura del II Coloquio Internacional de Museos de México y del Mundo “Experiencias, comunicación y goce”

En 2003, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México, a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia, en colaboración con la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos, realizó el primer coloquio internacional de Museos de México y del mundo, *Museos: Habla con ellos*, con el fin de promover la reflexión y el diálogo en torno a la gestión, el público y los espacios museísticos. Con esto se logró estimular los procesos de profesionalización de quienes están dedicados a esta labor y se consiguió acercar al público a la comprensión de lo que este trabajo significa. Asimismo, ese primer coloquio, realizado en el Museo Nacional de Antropología de Ciudad de México, subrayó la importancia que estas instituciones ofrecen a la comunidad.

En el diálogo que surgió sobre diversos temas, desde planteamientos legales, presupuestales y de gestión, hasta las nuevas concepciones del quehacer museístico (la creación de espacios de apertura, dinamismo e interacción), se consiguió ampliar el espectro de relaciones y conocimientos que han ayudado a fortalecer a los museos en todo el mundo. De esta forma se cumplió también con los estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM), que afirma su objetivo de estimular la cooperación y ayuda mutua entre museos de distintas latitudes.

La importancia del quehacer museístico en la comprensión y valoración de las culturas, se ve reflejada en el esfuerzo de esta organización internacional que se materializará en los nuevos vínculos y proyectos que surgen con las relaciones derivadas de este segundo Coloquio. De esta forma, el trabajo museístico se verá reforzado a la par del papel que ocupa esta labor en el conocimiento y la comprensión de los pueblos.

La reunión de diferentes instituciones universitarias, académicos y expertos en museos permite repensar lo que un museo significa en la actualidad. La globalización surge, en este caso, como la posibilidad de interactuar y relacionar conocimientos provenientes de diferentes partes del mundo, de compartir experiencias que permitan el desarrollo de la educación, la difusión científica e histórica y la expresión artística en todos sus campos.

Vivimos en un mundo nuevo en el que la información, la cultura y todo tipo de manifestación humana se producen y difunden con una celeridad extraordinaria. Sin embargo, los retos que tiene que asumir toda institución cultural son mayores que nunca. Este aparente acceso a todo, posibilitado por nuevas herramientas de difusión y accesibilidad informativa, da como resultado también un ocultamiento que ha sido ampliado y fortalecido por la publicidad y el consumo. Mientras la cultura crece y permea rápidamente, sus asideros son más volátiles o engañosos. En este contexto, el estudio y la reflexión que deriven en una nueva manera de construir y encauzar las manifestaciones culturales requieren de la participación de la mayor cantidad posible de actores.

La vieja concepción de museo como un recinto dedicado a la exhibición y conservación de objetos (en donde observar es distinto de participar y conservar se parece a prohibir

(en un estatismo en el que el espectador adquiere un carácter pasivo) hoy no sólo resulta atrasada sino imposible en vista de la rápida transformación de las culturas. La obra de arte, la pieza de museo y el recinto museístico en su conjunto, se han transformado durante los últimos años en un espacio del que participa y se apropia el público. Esta complicidad refuerza el vínculo, ya existente, entre el museo y sus asistentes.

A este respecto, el coloquio “Experiencias, comunicación y goce” establece como uno de sus ejes temáticos las *Comunidades interpretativas*, con el fin de profundizar en torno a los distintos públicos y comunidades para ampliar el estudio de los procesos de mediación cultural.

La ciencia y la filosofía han reformulado su concepto de verdad en la medida en que la información y la cultura, así como los métodos de aprendizaje, se han ido transformando. La verdad estática, inamovible e imperecedera en la que se funda gran parte del estudio y el desarrollo en Occidente, ha dado paso a una verdad móvil aunque no inasible, de la que deben participar como constructores todos los actores de la sociedad, desde los niños hasta los académicos, los maestros o las amas de casa. La pieza de museo, su curaduría, ambiente e investigación son símbolo de una verdad móvil de la que participa activamente el espectador.

De esta forma, al museo se le posee y se es poseído por él en su tarea de ser partícipe, estudioso y constructor de ese flujo constante que es la verdad contemporánea. La *Producción de sentido*, como segundo eje temático de este coloquio, nos advierte de la participación del museo en esta transformación y producción de nuevos sentidos y verdades. El pasado cumple un papel fundamental en esa producción y tiene a su vez un uso político. El tercer eje temático, *Ideologías de la visibilidad*, asume la tarea de reflexionar sobre la responsabilidad del museo a este respecto.

En este sentido, una de las tareas de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos ha sido la búsqueda de vínculos para lograr la participación diversa y cooperativa entre instituciones y organizaciones de todo tipo, que hagan posible la difusión del trabajo realizado en los museos mexicanos dentro y fuera de nuestro territorio. Asimismo, la Asociación ha impulsado la participación de organizaciones diversas con el fin de procurar la retroalimentación que nos lleve a convertir nuestros museos en organizaciones a la altura de las circunstancias mundiales.

Para esto se ha dado impulso a la revista *M Museos de México y del Mundo*, publicación periódica cuyo objetivo fundamental es el de plasmar y dar cuenta del trabajo y la reflexión que atañe a la curaduría, tecnología, capacitación y todos los aspectos relacionados con el quehacer museístico en virtud de la realidad y de los retos que enfrenta el quehacer cultural. Gracias a estos objetivos, la revista, que dará nacimiento a su nueva época en los primeros meses del año 2009, busca y promueve la participación de instituciones y expertos que contribuyan al debate y a la reflexión dentro de un espacio impreso incluyente y propositivo.

Agradezco a las entidades colombianas que emotiva y laboriosamente han hecho posible la realización de este segundo coloquio en Bogotá: al Ministerio de Cultura, al Museo

Nacional de Colombia, a la Red Nacional de Museos, al Banco de la República, a la Universidad Externado y al ICOM, así como a todos los patrocinadores sin cuyo apoyo sería imposible llevar a cabo este acto. De igual forma, a la Secretaría de Relaciones Exteriores y al Instituto Nacional de Bellas Artes de México, pues su participación ha sido fundamental también para el efecto del coloquio en los ámbitos de intercambio académico y de difusión, sin olvidar, por supuesto, a los miembros de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos, que no dejaron de estar pendientes, con su apoyo y su consejo, de todas las eventualidades que surgían en el camino para llegar a esta instancia.

Doy la bienvenida y agradezco también a los académicos y especialistas en el ámbito museístico, para cuyas voces, opiniones, juicios y proyectos está diseñado el coloquio. A José Antonio Pérez Gollán, de Argentina; a Marcio Ferreira Rangel, de Brasil; a Edmon Castell y María Luisa Bellido, de España; a Ivan Karp, de Estados Unidos; a Anne Christine Taylor y Bernard Deloche, de Francia, este último por videoconferencia desde la ciudad de Lyon; a Sheila Watson, de Inglaterra; a los mexicanos Teresa Morales, Rodrigo Witker, Manuel Gándara y Luis Gerardo Morales; y por supuesto, a los anfitriones colombianos Ángela Santamaría, Daniel Castro, Margarita Reyes, Germán Ferro, Omar Rincón, Roberto Lleras, Germán Rey, Clara Isabel Botero, Cristina Lleras, Cristo Hoyos, Esmeralda Ortiz, Fernando Barona, José Nevardo García, Julián Betancourt, Lucía González, Lucila González, Margarita Mariño y William López.

A todos quienes participaron también activamente en los diversos pasos que exigieron la realización de este coloquio, tanto en Colombia como en México, también un agradecimiento. No me queda sino desear que todos los esfuerzos conjuntos lleven al único punto común de ver reflejado el trabajo de más de un año de planeación y gestión en el fruto de las reflexiones, críticas y proyectos que nos llevarán, sin lugar a dudas, a trabajar más desde nuestras trincheras en pro del beneficio de los museos en nuestros propios países y en el ámbito internacional. Bienvenidos y muchas gracias.

MIGUEL FERNÁNDEZ FÉLIX

Presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos, AMPROM

Contenido

- 9 *Introducción*
Miguel Fernández Félix
Luis Gerardo Morales

Mesa 1

Experiencias: lo educativo y lo lúdico

- 13 *Introducción*
Ángela Santamaría
- 15 *Esto no es una pipa, esto no es un museo. Estrategias de extrañamiento y apropiación educativa y comunicativa*
Daniel Castro
- 32 *La museología digital. Las herramientas museológicas digitales*
Rodrigo Witker Barra
- 43 *El experimento del Quai Branly*
Anne Christine Taylor
- 49 DEBATE

Mesa 2

Museos como agentes de cambio social y desarrollo

- 59 *Introducción*
Edmon Castell
- 61 *Política Nacional de Museus: museus como agentes de mudança social e desenvolvimento*
Marcio Ferreira Rangel
- 70 *Communities and history in twenty first century museums in the United Kingdom: Museums as a means of social change*
Sheila Watson
- 86 *El museo comunitario: un espacio para el ejercicio del poder comunal*
Cuauhtémoc Camarena Ocampo
Teresa Morales Lersch
- 97 DEBATE

Mesa 3

Teorías museológicas

- 106 *Introducción*
Luis Gerardo Morales
- 108 *Real Objects – Simulated Context*
Ivan Karp

117 *Museos, globalización y virtualidad: reflexiones ante los cambios culturales*
María Luisa Bellido Gant

122 *Le musée est-il un lieu de délectation ou un lieu de transmission?*
Bernard Deloche

136 DEBATE

Mesa 4

Comunicación

145 *Mientras los ilustrados van al museo, los populares van a los medios*
Omar Rincón

151 *El río Magdalena, navegando por una nación. El visitante como viajero*
Margarita Reyes
Germán Ferro

155 *Los museos, los públicos y las tecnologías de la información y la comunicación. Nuevas posibilidades*
Manuel Gándara Vázquez

167 DEBATE

Mesa 5

Patrimonio y memoria

184 INTRODUCCIÓN
Roberto Lleras

186 *Consumo cultural, memoria y museos*
Germán Rey

194 *La transformación del Museo del Oro: miradas múltiples a la metalurgia prehispánica de Colombia*
Clara Isabel Botero

200 *El Museo Histórico Nacional de Argentina*
José Antonio Pérez Gollán

208 DEBATE

Mesa 6

Diálogos con los museos colombianos

223 *Introducción*
Miguel Fernández Félix

225 *Presentación de casos de museos colombiano*

227 DEBATE

237 *Conclusiones-Síntesis general de temas claves*
Luis Gerardo Morales

Introducción

Miguel Fernández Félix · Luis Gerardo Morales MÉXICO

Diseño y coordinación académica

La organización del II Coloquio Internacional “Experiencias, comunicación y goce”, es una iniciativa de la actual Mesa Directiva de la AMPROM para realizarse en Bogotá, Colombia, del 28 al 30 de octubre de 2008, con la intervención del Museo Nacional de Colombia, la Red Nacional de Museos y la Universidad Externado de Colombia. Este Coloquio tiene los siguientes propósitos fundamentales:

- 1) Analizar con rigor tópicos y prácticas de la museología contemporánea relacionados principalmente con las operaciones comunicativas, educativas y lúdicas de los museos de algunos países de América Latina, así como de otras partes del mundo.
- 2) Contribuir al establecimiento de enlaces e intercambio de experiencias académicas entre México y Colombia, que favorezcan el desarrollo de los programas de formación profesional en el ámbito de la museología y el patrimonio cultural, así como al mejoramiento de la gestión de los museos de ambos países.

Para la realización de este Coloquio, la AMPROM se ha comprometido al diseño y coordinación académicos del evento, así como a proporcionar el apoyo logístico necesario, mientras que el Museo Nacional de Colombia y la Universidad Externado de Colombia contribuirán con el financiamiento y operación del evento. A su vez, la AMPROM y la Universidad Externado de Colombia elaboraron un primer borrador de convenio de colaboración con el fin de aportar su experiencia y conocimientos académicos y profesionales en temas relacionados con la museología y las demás disciplinas vinculadas a la gestión de los museos y, en general, del patrimonio histórico, artístico y cultural de ambos países.

Por último, es importante destacar que, en 2008, el II Coloquio coincide, a su vez, con la conmemoración por parte de Colombia del año iberoamericano de los museos que tiene como su tesis fundamental a los museos como agentes de cambio social y desarrollo.

Organización temática

La organización del II Coloquio Internacional “Experiencias, comunicación y goce” se distribuye en tres grandes campos que son:

- 1) Comunidades interpretativas; 2) Producciones de sentido, y 3) Ideologías de la visibilidad.

1) Comunidades interpretativas. Uno de los temas vigentes en materia de museos ha sido el desciframiento de la heterogeneidad de sus visitantes. Los denominados estudios de público han dejado atrás las simples estadísticas o encuestas, desarrollando otras formas de análisis como la etnografía de la visión, la hermenéutica, el constructivismo o la consideración de observaciones basada en las teorías cibernéticas. La complejidad de los estudios de público ha roto ya con la vieja distinción entre sujeto y objeto, estableciendo un giro en el modo de concebir la recepción del mensaje museístico. De ahí que el término “comunidades interpretativas” recoge de un modo más amplio una

perspectiva plural y amplia del estudio de los observadores, haciendo énfasis en los procesos de mediación cultural desarrollados en las operaciones museográficas.

Para el II Coloquio importa conocer nuevas experiencias culturales significativas en la relación entre comunidades y museos.

2) *Producciones de sentido*. Desde fines de la década de 1960, el llamado “giro lingüístico” también ha tenido repercusiones no únicamente en las disciplinas humanísticas y sociales, sino también en el estudio de los discursos y prácticas museográficas. Los museos despliegan en un espacio narrado un modo binario de cognición y percepción. Esta simultaneidad se manifiesta mediante las denominadas actividades educativas y lúdicas que desarrollan los museos. Para el II Coloquio resulta relevante conocer algunas de las modalidades más significativas con las que los museos producen sentido, a la luz de nuevas discusiones y experiencias museográficas.

3) *Ideologías de la visibilidad*. En este campo abordamos diferentes temáticas vinculadas a la memoria colectiva, la identidad nacional o continental, la ancestralidad y los usos políticos del pasado, entre otros muchos tópicos de urgente revisión. Al mismo tiempo, tales cuestiones están vinculadas a un redimensionamiento de la responsabilidad institucional de los museos en la conservación y rememoración del pasado, que involucra nuevas formas de gestión y planificación museísticas. De modo similar al “giro lingüístico”, la aparición de los “ecomuseos”, en la década de 1970, estableció un nuevo paradigma en las operaciones museográficas que requiere una nueva reflexión mediante el estudio de otras experiencias comunitarias que se han desarrollado en América Latina desde la década de 1980.

Para el II Coloquio resulta importante una revisión de las estrategias y tácticas de algunas políticas de museos a la luz de las nuevas ideologías de la visibilidad implantadas por el desarrollo de las industrias culturales y del entretenimiento en la globalización económica mundial.

Líneas de acción

Los ejes temáticos del II Coloquio abarcan campos muy vastos de reflexión, por lo que para establecer con precisión sus límites se optó por cruzarlos con líneas de acción o de trabajo que de manera particular han desarrollado diferentes actores individuales o institucionales. Como sabemos, todo Coloquio o Simposio supone una selección de expositores o ponentes, por lo que con las líneas de acción sólo buscamos recoger lo más representativo en el terreno de los conocimientos, las prácticas y la planeación de los museos, tanto de América Latina como de Europa y los Estados Unidos de América.

De esta manera se escogieron seis líneas de acción sobre las que se desarrollará este Coloquio, que son: Experiencias: lo educativo y lo lúdico; Museos como agentes de cambio social y desarrollo; Teorías museológicas; Comunicación; Patrimonio y memoria y Diálogos con los museos colombianos.

Mesa I

Experiencias: lo educativo y lo lúdico

Análisis en torno a los museos como espacios de educación y disfrute se presentan desde una visión contemporánea, abierta a interpretaciones múltiples en las que la libre aproximación y el goce de los objetos reales y virtuales son esenciales.

INTRODUCCIÓN

Ángela Santamaría COLOMBIA

Coordinadora del Proyecto Bicentenario Mutis 2008

Comenzamos con esta primera mesa titulada *Experiencias: lo educativo y lo lúdico* compartiendo tres puntos de vista que corresponden a cada uno de nuestros invitados.

En primera instancia, Daniel Castro va a contarnos sus experiencias en términos de una educación mirando hacia el siglo XXI, en donde las propuestas educativas, pedagógicas y participativas tienen un papel protagónico, donde no se busca que haya un discurso unidireccional, sino todo el tiempo estar escuchando también qué dicen los visitantes y articulando esos conocimientos, esas inquietudes, esas dudas, esas preguntas y esas nuevas miradas dentro del discurso. Posteriormente Rodrigo Witker va a hablarnos desde una perspectiva informática, comentando otra experiencia pero esta vez pensando en todas las posibilidades que la inclusión de nuevas tecnologías brindan como soporte desde un comienzo en la organización de las exposiciones, en la formulación y en la recolección de toda la información que posteriormente se va a ver cristalizada en una exposición, en unas actividades y en unas visitas para constituir esas memorias que son tan importantes para todos nosotros como personas que trabajamos en museos, cuidando esa memoria patrimonial pero también cuidando esa memoria de nuestro trabajo del día a día que a futuro pueda convertirse en un punto de partida o momentos que permiten la conexión de otras actividades que se realicen al interior de nuestras instituciones. Por último, Anne-Christine Taylor va a hablarnos de una experiencia específica, haciendo énfasis en términos de montaje cuando se está pensando en exposiciones de corte etnográfico, teniendo en cuenta el cómo vemos al otro, cómo se ve al otro desde esas propuestas del Museo del Quai Branly, con el ánimo no solamente de pensar que es una única forma de hacer sino más bien una experiencia que pueda servirle a cada uno de los que estamos escuchando esta charla, que puede trabajar en un museo grande, pequeño, de arte, de historia, de ciencia. Queremos pensar en que no es únicamente hablar de unas fórmulas mágicas para repetir las y replicarlas, sino en que éste es un espacio para compartir esas experiencias y ver en qué medida desde nuestras posibilidades, desde nuestros recursos, desde nuestra misma experiencia, es posible aprovecharlas y seguir todo el tiempo creciendo en la forma en como nos estamos presentando hacia el público. Es fundamental pensar que los museos tienen una gran importancia como recintos que albergan las colecciones, pero su relevancia radica, además, en la medida que brinden sus colecciones y actividades a su público, en

que su público encuentre esa posibilidad de goce, de descubrimiento, de querer volver, de querer regresar, de no tener toda la información de una sola vez, convirtiéndose en una punta de iceberg que sirva como invitación a descubrir las infinitas posibilidades de lo que se encuentra allí. Las estrategias desde lo educativo, desde lo comunicativo y desde lo museográfico que van a ser compartidas en esta primera mesa nos van a ayudar a tener una serie de miradas sobre otras posibles formas de lectura.

ESTO NO ES UNA PIPA, ESTO NO ES UN MUSEO. ESTRATEGIAS DE

EXTRAÑAMIENTO Y APROPIACIÓN EDUCATIVA Y COMUNICATIVA

Daniel Castro COLOMBIA

*Director de la Casa Museo Quinta de Bolívar
y del Museo de la Independencia Casa del Florero*

Umbral

En la obra cinematográfica de Tim Burton, *Batman* (1989), hay una referencia paródica al espacio museal, el Fluggenheim Museum de Ciudad Gótica. Este museo es usado de manera “doble e imprevista” por Jack Napier, el Guasón y los miembros de su pandilla: como una pista de baile a los acordes de la música de Prince y como lugar de reescritura de las obras maestras del pasado, gracias al uso sistemático del spray. Quien cita esta referencia es uno de los teóricos contemporáneos sobre la comunicación y el museo, el vasco Santos Zunzunegui, en su libro *La metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica*¹, y con este ejemplo contempla lo que a su vez Umberto Eco definía como una serie de decodificaciones aberrantes, las cuales tienen que ver con el uso no previsto por el “texto” que el museo es, o produce, y realizado por algunos de sus visitantes.

Por otra parte, cita igualmente al arquitecto Ieoh Ming Pei, quien en 1985 decía:

Hoy el museo es una institución pedagógica, un espacio de ocio; dudo en decirlo, pero allí se va a distraerse (...) Es preciso que el museo sea accesible: no demasiados escalones, áreas de descanso, diversidad de decorados².

Estas dos entradas me permiten generar el umbral de las siguientes reflexiones, en las que la invitación a participar en este Coloquio centra su razón conceptual en el título de *Experiencias, comunicación y goce*, y del cual podemos dudar de entrada, pues no estamos precisamente en épocas de optimismos.

1. Zunzunegui, Santos (2003). *La metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica*. Madrid: Frónesis, Cátedra Universitat de Valencia, 73.

2. Ibid, 72.

Debaques financieras a nivel mundial, así como catástrofes naturales y humanitarias; inconformismos sociales, corrupción política, son sólo algunos de los aspectos que pueblan los titulares de los diarios del mundo. Este panorama toca de una u otra manera a ciudadanos a lo largo y ancho del planeta, haciéndonos vulnerables a estos procesos, pues sus efectos terminarán llegando de una u otra forma a los círculos más cerrados de los ámbitos personales o familiares, pues ya de entrada están afectando endógenamente a la sociedad en su conjunto.

Mientras todo esto sucede, una entidad denominada el museo pareciera permanecer inmutable ante tanta transformación y cambio. Y si ella fuera igualmente protagonista de estas mudanzas, parece no dejarse afectar por tanta vertiginosa contingencia.

Por tal motivo, cabe preguntarse si es lícito que ante tanta transformación social, la inmutabilidad sea una de sus características más acendradas, no sólo desde ella misma, sino desde la percepción de muchos de sus usuarios.

Es por lo anterior que esta ponencia intentará abordar el problema del goce y de la comunicación en el museo, a partir del análisis de una serie de experiencias locales, no sin antes realizar un ejercicio inspirado en el “giro lingüístico” propuesto por los organizadores de este encuentro, el cual no necesariamente reafirme algunos de los lugares comunes de la entidad museo, de sus acciones y de sus visitantes, sino por el contrario, intente dislocar cada uno de estos campos, y con ello conducir a una propuesta que proponga una renovación en los campos de la comunicación y del goce que aparentemente debe propiciar un museo.

La inspiración de dicho ejercicio, está dada por la tarea que se impuso Michel Foucault, cuando en 1973 escribió su ensayo «Ésta no es una pipa», en la que analizaba los mecanismos que el pintor Rene Magritte había utilizado en su obra plástica, en particular, su ya emblemático cuadro titulado *Esto no es una pipa*³.

Con esta disculpa pretendo entonces trabajar sobre cuatro campos diferentes, usando a Foucault-Magritte como puntos de referencia a partir del ensayo ya mencionado. El primer aspecto será la decodificación y reformulación de la definición del museo en el contexto de un nuevo milenio; luego el cuestionamiento de los discursos y acciones del museo en torno a la necesidad de “educar”, así como la incontestable e inaplazable tarea de traducir e involucrar en la acción educativa dinámicas de intercambio de experiencias y saberes que redunden en un ejercicio puramente comunicativo que antes que *impartir* conocimiento lo *comparta*, y por último el reto de entender, trabajar y dialogar con la variedad de los públicos que llenan las salas de estos espacios en los que se conjugan una serie de expectativas de tipo individual y colectivo, las cuales oscilan entre la apropiación y el extrañamiento del mismo museo.

3. Foucault, Michel (1981). *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Un museo extrañado

El ejercicio de Foucault es introducido en su versión española por un prefacio de Guido Almansi, quien dice que tanto para el autor del Génesis bíblico, como para el ensayista francés al hablar de Magritte, al principio era el caos. Pero glosa de la siguiente forma:

Tal vez eran dos: el caos de lo diferente, donde cada cosa es diferente a la otra; y el caos de lo igual, donde cada cosa es igual a cualquier otra. Ambos son refractarios de la idea de orden, que solo puede existir en la línea fronteriza entre diferencia y similitud.

De igual forma, esta idea de orden relacionada con el concepto de museo puede entenderse como una categoría que todos creemos conocer, basada en la repetición reiterada de una definición que todavía no logra consolidarse, emanada del ejercicio del Consejo Internacional de Museos, a partir de la labor de su Comité para la Deontología, y para la reforma de la institución, quienes sin embargo no logran posicionar definitivamente una nominación que sea lo suficientemente contundente, así todos sus profesionales a lo largo y ancho del mundo, incluido quien les habla, la repitan como una letanía y que de tanto nombrarla pareciera perder su sentido:

Una entidad permanente, al servicio de la sociedad y su desarrollo, accesible al público, y que colecciona, conserva, investiga, difunde y exhibe el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno, para fines de estudio, educación y disfrute⁴.

Esta versión vigente a la fecha no nos evidencia las sutilezas y múltiples debates que se han llevado a cabo en el seno del ICOM y sus comités internos para lograr un consenso casi imposible entre todos los profesionales a nivel mundial desde su constitución en 1946. Una casi lacónica definición dada ese año de fundación, decía:

La palabra museo incluye todas las colecciones abiertas al público, conformadas por materiales artísticos, técnicos, científicos, históricos o antropológicos, incluyendo los zoológicos y jardines botánicos, pero excluyendo a las bibliotecas, excepto aquellas que mantengan espacios de exhibición permanente⁵.

Esta definición da pie para que a partir de 1956 el espectro se amplíe, y como lo denomina Gary Edson, uno de los responsables de estas tareas en los últimos años y quien no se encuentra muy de acuerdo con dicha “lista de mercado”, que fue añadida a la definición en la Asamblea del año 2001, argumenta que la definición “debería conllevar el aspecto fundamental de la entidad, más que describir sus variables”.

4. http://icom.museum/code2006_spa.pdf

5. http://icom.museum/hist_def_eng.html: “The word “museums” includes all collections open to the public, of artistic, technical, scientific, historical or archaeological material, including zoos and botanical gardens, but excluding libraries, except in so far as they maintain permanent exhibition rooms”.

Esas variables son aquellas que más que aclarar el concepto, lo han convertido en el primer paso de justificación para la tarea de desarticulación que planteaba Magritte a partir de la lectura de Foucault. Si esto es un museo, entonces esto no es un museo, pues en él caben los sitios naturales, arqueológicos y etnográficos; los jardines botánicos y los zoológicos, los acuarios y viveros, los centros científicos y planetarios, las galerías de arte sin ánimo de lucro y las reservas naturales, entre otros.

Esta complejización de la entidad museo y una velada crítica a todo lo que además, –al decir de Andreas Huyssen, permite ser musealizado en una sociedad atrapada en un presente vertiginoso que desea condensar en ese lugar un pasado que se le escapa cada vez más velozmente–, parece ser el argumento que sustente por otra parte un fundamentalismo esencial.

Ese museo que todos tenemos en la cabeza, como la pipa de Magritte, rotunda en sus formas y reconocible en su contorno, *deja de serlo* cuando es poblado de animales que aúllan o gruñen; cuando se llena de lianas o nenúfares; cuando alberga huecos negros y galaxias anómalas, o cuando sencillamente deja entrever en superficies terrosas, unos huesos desleídos por el tiempo junto a cacharros desvencijados y rotos. O inclusive se hace más imposible cuando le apuesta a contar historias recientes de palacios tomados por insurgentes, o cuando junto al uniforme de un prócer de la patria, pueda reposar una emblemática toalla de un personaje no tan prócer⁶.

Ese museo que todos creemos conocer, el lugar silencioso, devocional, respetado, neutral, sin embargo ha mutado en otra cosa que aún nos sorprende por una transformación no del todo cómoda, tanto para sus profesionales como para sus visitantes, mutación que no deja de sorprendernos pues puede llegar a acercarse a alguna de esas “decodificaciones aberrantes” de las que Santos Zunzunegui, citando a Eco, ejemplifica con el Fluggenheim Museum de Ciudad Gótica de la película *Batman*. Museos imposibles como los enumerados por el ensayista y poeta venezolano Luis Britto García, quien reta a la imaginación con nuevas categorías, muy seguramente algunas de ellas más sugestivas y llenas de posibilidades que las ya emblemáticas colecciones de animales disecados, herbarios o trofeos de guerras y batallas que le hacen honor a la patria congelada en una vitrina⁷.

Otras no tan aberrantes definiciones como la propuesta por la Asociación de Museos Surafricanos, o la que la Asociación de Museos Australianos han realizado, marcan un contrapunto con las tablas de la ley del ICOM⁸, y dan cuenta inspiradora de la

6. Estas referencias están relacionadas con el Museo del 20 de julio de 1810 en Bogotá, que fue convertido en central de operaciones del Ejército durante la Toma del Palacio de Justicia en noviembre del año de 1985, y al debate suscitado por los medios de comunicación cuando el Museo Nacional de Colombia sugirió solicitar a Manuel Marulanda Vélez entregar al Museo una de las toallas que solía portar consigo.

7. Britto García, Luis. *Los museos imposibles*, en: <http://museosdevenezuela.org/Documentos/Articulos/RevistaImagen009.shtml>

8. Museums are dynamic and accountable public institutions which both shape and manifest the consciousness, identities and understanding of communities and individuals in relation to their natural, historical and cultural environments, through

posibilidad de ejercer unas tareas de renominación y redefinición a partir de realidades locales, hecho que rompe por una parte con el eurocentrismo que ha sido uno de los talones de Aquiles de esa agencia internacional, a excepción muy seguramente, de la ya emblemática mesa de Santiago de Chile de 1982, que le otorgó desde América Latina, a la manida definición de la que hemos hecho mención, un tono social de largo y poderoso aliento; pero que ya debería ser sustituida por otra iniciativa de igual envergadura, para no quedarnos en nostalgias históricas, pues cuenta el continente americano en estos primeros años de este milenio de suficiente y renovada densidad intelectual para avanzar un paso más allá en una propuestas de nuevos museos para las ciudadanías del siglo XXI.

Con lo anterior hay entonces una primera invitación a traspasar esa idea de orden a partir de la línea fronteriza entre la diferencia y la similitud, haciendo caso a la estrategia de Magritte de poner el objeto museo a la vista de todos, pero a la vez, tener la valentía de negar su verdad cada vez que traspasamos su umbral. Esa decodificación debe ser realizada con relativa frecuencia, no solo por los visitantes, de quienes hablaremos más adelante, sino por los mismos profesionales que en el museo laboran, y que son quienes primero nos acostumbramos a las cargas rutinarias del coleccionismo, la conservación, la divulgación y la exhibición, sin que nos quede muchas veces el tiempo de cuestionarnos por lo que hacemos y como lo hacemos al aceptar las tablas de la ley del ICOM como la única verdad posible y sacrosanta.

Al evocar nuevamente a Foucault, deseo realizar una transliteración del museo como si fuera un producto de la pintura clásica: “La separación entre signos lingüísticos y elementos plásticos; (genera una) equivalencia de la semejanza y de la afirmación en dicho producto. Estos dos principios (semejanza y afirmación) constituían la tensión de la pintura clásica o de la disciplina (de la misma manera que en el museo tradicional), pues el segundo (la afirmación) reintroducía el discurso (sólo hay afirmación ahí donde se habla) en una pintura, de la que estaba cuidadosamente excluido el elemento lingüístico”.

Sin embargo, yo complemento que el elemento lingüístico estaba dado por su nominación inscrita en su título, impuesto desde el mismo taller del pintor, o por quienes posteriormente habrían de nominar lo representado en la obra artística. De ahí que la pintura clásica hablase, y hablase mucho, aunque estuviese constituida fuera del lenguaje; de ahí que reposase silenciosamente sobre un espacio discursivo que era ella misma en su literalidad y en su autorreferencia (...)⁹.

collection, documentation, conservation, research and education programs that are responsive to the needs of society (Asociación de Museos Surafricanos).

A museum helps people understand the world by using objects and ideas to interpret the past and present and explore the future. A museum preserves and researches collections, and makes objects and information accessible in actual and virtual environments. Museums are established in the public interest as permanent, not-for-profit organizations that contribute long-term value to communities (Museos Australianos).

9. Foucault, Op. cit., 79.

De la misma manera, el museo inserta el elemento lingüístico desde sus viejas taxonomías heredadas de la ciencia (el museo histórico, el científico, el de bellas artes, el etnográfico, etc.); a partir de su respectiva definición y de sus respectivos discursos disciplinares, lo que generaba una autocomplacencia y una reiteración de sus semejanzas (las artes son unas y no otras, la historia es una y no otras, la ciencia, ídem), hasta convertirse en ese espacio excluyente y antipático, especializado al extremo de la asepsia, del que se había excluido cualquier atisbo de deleite y donde el silencio primaba pues el visitante, mientras observaba, callaba.

El goce como problema

Hoy, como lo he dicho antes, sin embargo no es tiempo de optimismos, ni tiempo para optimismos. Sin embargo en circunstancias de crisis, se ha hablado mucho del museo como espacio de placer. Marta Traba, la crítica de arte colombo-argentina, ya en la década del ochenta del siglo pasado, auguraba un museo hedonista, que debía darle más cabida a un ejercicio que acentuara los procesos educativos y las actividades de deleite, como complementos a la visita a estos lugares de memoria. Inclusive, los definía como lugares de refugio, en ciudades que como Bogotá, vivían un desbarajuste y una agresividad en sus espacios públicos y en sus procesos de desarrollo siempre caóticos y poco planeados. Ella tenía muy seguramente en mente gran parte de la transformación de muchos museos del mundo, que estaban desplazando su carácter de museos templo al de museos foro, para seguir el llamado de Duncan Cameron en su manifiesto de 1971¹⁰ y que causaría profundas transformaciones en las dinámicas museales mundiales¹¹. Vale la pena recordar que crisis, en su raíz griega (*krisis*) también trae implícita la idea de oportunidad y esos es lo que por fortuna ha comenzado a vivir el museo durante las últimas décadas del siglo XX.

Por otra parte, sin embargo, y para volver a la imagen de Magritte –que tal como la define Foucault, es tan simple como una lámina botánica: una figura y un texto que la nombra – el museo tradicional se había visto avocado a desarrollar de sí mismo una imagen que correspondiera al pie de la letra con el discurso propuesto por él mismo (independiente de la disciplina que contuviera). Pero ya no en el tono de Magritte, de subvertir esa imagen con una negación de lo que representa, sino por el contrario para subrayar su propia tautología. La imagen de “Esto es un museo”, correspondía a un texto que igualmente repetía “Esto es un museo”.

Dice Foucault que

10. Publicado originalmente en *Curator. Museum Journal*, 1971. Reproducido en Anderson, Gail (2004). *Reinventing the museum. Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift*. Walnut Creek: AltaMira Press, 61.

11. Este análisis de los museos en la década de los ochenta ha sido ampliamente abordado por Andreas Huyssen, quien revisa la inserción de las políticas de mercado en la dinámica museal y sus consecuentes ventajas y desgracias.

el que una figura se asemeje a una cosa basta para que se deslice en el juego de la pintura (y yo glosó; en el museo) un enunciado evidente, banal, mil veces repetido y sin embargo casi siempre silencioso (es algo así como un murmullo infinito, obsesivo, que rodea el silencio de las figuras, lo cerca, se apodera de él, y lo vierte finalmente en el campo de las cosas que podemos nombrar: “lo que veis es aquello”).

Ésta es una silla, ésta es una mesa, ésta es una espada, éste es un cuadro. O ésta es la ciencia, éste es el arte, ésta es la historia.

Al ser una definición (la de museo) y con ella la de sus implicaciones y lugares comunes, que han corrido a lo largo del tiempo con escasas modificaciones, como ese “lugar destinado para el estudio de las ciencias, letras humanas y artes liberales”, donde “se guardan varias curiosidades, pertenecientes a las ciencias; como algunos artificios matemáticos, pinturas extraordinarias, medallas antiguas, etc.”¹², ella ha quedado igualmente apresada en su historicidad y en su encantamiento, y con ella la comprensión y aproximación de los visitantes, pues a ellos se les ha obligado al arrobamiento obligado frente a los grandes discursos. Por otra parte y aún con la intención de modificar (solo levemente) algunas de sus funciones y misiones y poner un acento en la tarea educativa, el museo creyó que siendo benevolente con sus públicos tendría suficiente para lograr aproximaciones “divertidas” y por ende instructivas. El museo también cayó en la trampa del “aprender jugando”, que como binomio ha sido nefasto pues termina siendo igualmente conductista y acusador de un deseo exclusivo de impartir información.

Por otra parte, y en su necesidad de entrar en un diálogo directo con otros espacios de formación como las escuelas, terminó escolarizando sus espacios al adoptar las técnicas de la vieja práctica educativa, ya de por sí anquilosadas por esa reiteración de ese “lo que veis es aquello y no otra cosa”, en la que las salas y los espacios del museo fueron usados en aras a la memorización y la copia de infinitos textos, así como del comportamiento controlado y para nada inquisitivo en el que no había cabida para la duda ni para la negación de esas verdades absolutas. Vale la pena recordar una cruzada en sentido contrario, desarrollada desde Brasil en la década de los noventa, que aún nos debe poner a pensar en los peligros de esa acción bienintencionada en su momento, pero peligrosa en el presente y ha emprendido la tarea de “desescolarizar” entonces a los museos, para que ellos mismos piensen su propia dinámica educativa, pero no desde la operativización de los procesos de memoria, sino para ir más allá de esa tarea y reflexionar a profundidad sobre lo que significa educar en un espacio museal hoy en día. Y en esto, estoy totalmente convencido; ya entrado el siglo XXI, cualquier museo debe ponerse en la tarea de definir cómo entiende su idea de educación (tal como lo hicieron en su momento los museos australianos y surafricanos con la entidad museo), ojalá rebasada y sustituida por un concepto más expandido y completo que debe ser el del acto comunicativo.

De esta forma, y para el caso contrario del *caligrama* original propuesto por Magritte con esa pipa flotante, en el que había “contradicción” entre dos enunciados, el uno gráfico y el otro escrito, considero que la tarea que debe ser el punto de partida del desarrollo

12. *Diccionario de autoridades de la Lengua Española* (1734).

de una actividad de goce, que muy seguramente puede derivar en una decodificación aberrante, es precisamente la tarea que lleva a cabo el niño cuando recibe un juguete nuevo. Una vez lo ha disfrutado unas horas, o días acaso, el principal trabajo radica en “deshacer el caligrama”. En este caso en descomponer el juguete; desarmarlo para descubrir su funcionamiento y mecanismo interno; saber cuáles son las fuerzas que lo hacen posible como objeto y como esencia.

Para el caso del museo tradicional que parte de una tautología, tal como lo he descrito anteriormente, la tarea del ejercicio comunicativo-educativo es descomponer a la institución como caligrama, que en su calidad de signo permite que la palabra nombre y la línea fije una imagen, y de allí llegar al punto de partida de Magritte. Negar de la imagen museo lo que su propio texto le ha subrayado secularmente y desde ahí iniciar una aventura, que nos deparará innumerables sorpresas.

Al estar el museo todavía demasiado preso en su forma, debemos liberarlo por medio de tareas que en su interior lo minen y de esta manera, en el estallido a través de esa tarea, reencontrarle nuevos sentidos no sólo a la entidad en su conjunto, sino a sus prácticas y procesos. En otras palabras usar al museo como palimpsesto, en el que sea posible rayar una y otra vez la superficie para reescribir en él nuevos y cada vez más sugestivos mensajes y sentidos.

Traeré a continuación algunos ejemplos que evidencian lo anterior, donde el ejercicio de goce nace desde las entrañas del museo mismo a partir de una tarea autocrítica y de una permisividad transdisciplinaria que refresca y abre nuevas posibilidades de apropiación y disfrute del aparato museal, sin perder su sentido autocrítico.

Palimpsesto 1: Hipervisibilización

El artista conceptual Fred Wilson nació en 1954 en el Bronx. Se describe a sí mismo de la siguiente forma: “African, American Indian, European and Amerindian”. Su vínculo con los museos viene de la década del setenta del siglo pasado, en la que su formación plástica se complementó como educador sin contrato permanente en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York, así como el Museo Americano de Historia Natural y el Museo Americano de Oficios. Y es gracias a ese desempeño y conocimiento de la agencia museal y de sus prácticas como a partir de 1985 desarrolla una obra titulada *mock museums*, o museos burlones, en la que creará una serie de objetos fabricados con los códigos formales de un museo (fichas técnicas, iluminación, vitrinas, pedestales, etc.), pero instalados en espacios no tradicionales y no-museales. Es sin embargo en 1992 cuando en asocio con dos museos de Baltimore, la Sociedad Histórica de Maryland (MHS, por su sigla en inglés) y el Museo de Arte Contemporáneo, realiza una de sus más sugestivas e impactantes intervenciones, la cual le ha valido no sólo un reconocimiento internacional, sino posteriores invitaciones a instituciones similares en el mundo para desarrollar su trabajo titulado “Minando el museo”.

En su intervención, Wilson exploraba la historia específica de la Maryland Historic

Society que había sido concebida como un “Club” y se crea después de la revolución americana, fundada por historiadores aficionados y naturalistas de familias distinguidas. La Maryland Historic Society partía así con una clara tendencia a plantear una muy concreta visión de la historia que trató cuidadosamente de perpetuar a lo largo del tiempo. En ella no aparece, por ejemplo, alusión alguna a los tumultos por los derechos civiles que arrasaron Baltimore entre 1968-69, siendo la única referencia a la experiencia de convivencia afro-americana una vitrina dedicada al músico de jazz Eubie Blake, cuando ocho de cada diez habitantes de esa ciudad son afroamericanos¹³.

El proyecto de colaboración, de un año de duración, sería presentado a la Conferencia de la Asociación Americana de Museos, y como paso a una nueva etapa de renovación y apertura, la Maryland Society se comprometió a no limitar a Wilson el acceso a ninguna parte de la colección y a permitirle que adoptara la función que exigiera, ya fuese la de conservador, archivista o director. La intervención de Fred Wilson trataría de examinar el aparato ideológico del museo explorando cómo ha ignorado la historia de la gente de color. La apropiación del espacio museístico buscaría eliminar las bases ideológicas que sustentan su propio discurso, analizando el rol del mismo museo en la eliminación de esa parte de la historia. La invitación al espectador a participar en su proceso de escritura y representación interrogándose por su propia ubicación dentro de ella, se presentaba como un principio metodológico esencial. De hecho, la lectura de las instalaciones presentes en esta “reinstalación” no puede ocultar un fuerte trasfondo autobiográfico. De esta intención se derivaba que la instalación de Wilson hiciese constantes referencias al sentido universalista del discurso museístico, tan presente en instalaciones parciales de la exposición, suscitaba la memoria de personas silenciadas, olvidadas en el más extremo anonimato, así como una reflexión sobre la autoría de la historia. También se hacía manifiesto el rechazo a que el intelectual, el crítico o el artista reclamen la posesión de un acceso privilegiado a la verdad o incluso al conocimiento.

Una de las estrategias utilizadas, luego de esa reflexión y determinación de la forma de hacer la intervención, era precisamente la de la “hipervisibilización” de esa ausencia en un campo nuevo que podría definirse como dialógico y comunicativo. En síntesis y tal como lo escribía Judith Stein en una de las más tempranas reseñas de dicha intervención, con el título “Minar el Museo” el artista apuntaba a tres cuestiones fundamentales: minar era excavar las colecciones para extraer de ellas una presencia enterrada de minorías raciales; minar era a su vez plantar emocionalmente material histórico que despertara conciencia y generara un cambio institucional, y por último, en esta eclosión luego del trabajo del minado, por consecuencia se buscaba no desprenderse de una identidad (de una memoria personal) sino con ello tratar de encontrar reflexiones de sí mismo y de los otros (una memoria colectiva) dentro del museo.

Palimpsesto 2: Mímesis

En el año 2006, cincuenta mujeres de Medellín, la segunda ciudad más grande de

13. Stein, Judith. “Sins of Omission” en *Art in America*, octubre de 1993, 110-114.

Colombia, salieron a la calle con moretones en el rostro y el cuerpo. Eran mujeres de todas las edades haciendo lo que hacen en un día cualquiera: estudiar, trabajar en un comedor comunitario, hacer fila en un banco, dar clases, montar en metro o caminar por un centro comercial. Podría parecer rutina si no fuera porque se trataba de *Evidencia clínica*, una intervención artística de la artista antioqueña Libia Posada. La gente no sabía que esas mujeres habían sido maquilladas por la artista con la asesoría de expertos en medicina legal y de médicos que trabajan el tema del maltrato femenino.

En el 2007 Libia Posada continuó con su obra *Evidencia clínica II*, a raíz de la invitación de los curadores del Encuentro Internacional de Arte Contemporáneo Medellín/2007.

En el tercer piso del Museo de Antioquia, en las salas donde están las pinturas del siglo XIX y XX, y luego en una de las salas del Museo Nacional de Colombia, se reemplazaron once obras de artistas y personajes masculinos por los retratos de mujeres golpeadas. A primera vista pasan inadvertidos porque se utilizaron los mismos marcos de las obras republicanas, pero después de cuatro o cinco mujeres amoratadas, los visitantes empezaban a sospechar. “¿Cómo así que aquí pintan mujeres aporreadas?”, dijo un señor que recorría el museo con sus hijos.

Lo primero es que no son pinturas sino fotografías –y es aquí donde se activa este primer acto de mimesis–, la técnica se subvierte y juega con el lenguaje de la pintura académica del siglo XIX y comienzos del XX; y lo segundo –paradójicamente– es que las mujeres “aporreadas” no son una novedad porque por temor a la denuncia y a las rupturas afectivas, ellas mismas tienden a mimetizar su dolor en un acto de resignación. Sin embargo, en Bogotá un nuevo título le daba un nuevo e irónico sentido a la muestra y donde a mi juicio continuaba esa tarea de la mimesis con un mejor efecto en su nominación: *Re-tratos: El ángel de la casa*. Al escoger la palabra retrato, que es además sinónimo de una imagen fotográfica, y que está igualmente emparentada con la práctica de reproducir las imágenes y rostros de individuos a partir de procesos pictóricos, la sub-división de la misma nos remite al mito y origen de la pintura, esa tarea de reproducir el rostro humano a partir de la raíz latina (ri-trato), pour-trait, es decir, trazo por trazo.

El mito de origen del retrato está relatado en Plinio el Viejo, el cual cuenta que la hija de un alfarero, la noche antes de dejar partir a su amado, deja su perfil plasmado en la pared gracias a la sombra proyectada por una antorcha, y de esta manera en un acto de amor, *trazo por trazo*, reproduce el rostro de su amante, quien la dejará posteriormente.

Sin embargo, en el caso de Libia Posada el tema del trato “repetido” está directamente relacionado con los que en sociedades machistas se interpreta como un acto de amor y posesión: golpear a la mujer y maltratarla, para demostrar dominación. De ahí el juego del re-trato, es decir de la reiteración de la violencia doméstica y en ello inscrita la denuncia artística de Libia Posada con su obra. El trato repetido no es un acto amoroso sino por el contrario, un gesto de violencia que deja sus secuelas y heridas.

Por otra parte, el subtítulo de la muestra, *El ángel de la casa*, esta vinculado –según reza el material de apoyo a la exposición– al común encasillamiento del rol femenino en la visión católica, heterosexual, puntal de familia y base de la vida social.

Dicho rol se confina a la dependencia de la figura masculina, y lo que logra este montaje temporal en las salas de conformación de la nación colombiana que evidencian un profundo y todavía marcado rol masculino, es hacer evidentes “las contradicciones entre lo público y lo privado, entre lo que se dice y se oculta, entre lo que se reconoce como producción cultural y lo que se niega como tal”¹⁴.

En este caso, el trabajo de Libia Posada en sus dos acciones en dos de los museos más representativos de Colombia, actúa a partir de un ejercicio *mimético* que termina confrontando al espectador acerca de sus ideas de belleza y las definiciones en torno a lo femenino dictadas desde una cultura eminentemente patriarcal, cuando invita a que el visitante “descubra” la verdad de esa suplantación por medio de una segunda y más detenida mirada.

Y es precisamente a través de esta tarea que igualmente aborda Paul Ricoeur en sus reflexiones sobre el tiempo y la narración, cómo la mimesis, además de ese juego de ocultamientos y “suplantaciones”, se convierte en una herramienta de *mediación*, en la cual y según este autor, quien determina tres fases de la mimesis en el ámbito narrativo, de estos, la segunda cualidad tiene un mayor impacto por ser precisamente la que logra “conducir del antes al después del texto, transfigurar el antes en después por su poder de configuración”¹⁵. Es pues ésta la tarea que a mi juicio logra este valiente ejercicio de voluntades: el de la artista y su denuncia artística, así como el de estas dos instituciones museales colombianas que de la misma manera que la Sociedad Histórica de Maryland, realizaron una apuesta por minarse a sí mismas y revisar sus prácticas a partir de una intervención, que indudablemente transfigura literalmente no sólo una parte de nuestra memoria histórica, sino a la institución museal en su conjunto.

Palimpsesto 3: El vacío

Es hoy muy intensa la reflexión sobre los objetivos y funciones tradicionalmente atribuidos al museo, así como el cuestionamiento de cómo una institución nacida con el colonialismo consigue perdurar apenas sin cambios ni modificaciones esenciales en la era postcolonial. Una reflexión que, obviamente, incorpora el concepto de audiencia, como entidad condicionada por un previo sistema de adquisición, presentación e interpretación de las obras, apoyado por términos como arte y artefacto, estilo y periodo, *high and low*, dominante y marginal, así como por lecturas cronológicas y lineales de la ciencia, el arte y la historia. No obstante, será el propio concepto de historia el que se acabará convirtiendo en el verdadero eje de actuación de esta práctica de reflexión crítica, sobre todo en su vertiente más sensible a la política de lo multicultural, o a la atención a aquellos que por su raza, género o condición social fueron de un modo u otro silenciados en el discurso histórico dominante. Se configura en torno a él (el museo) una de las vías más críticas y fértiles del pensamiento estético postmoderno,

14. Panel informativo de ingreso a la exposición, Museo Nacional de Colombia.

15. Ricoeur, Paul (2004). *Tiempo y Narración. I Configuración del tiempo en el relato histórico*. México: Siglo XXI Editores, quinta edición en español, 114.

aunque ya se sabe que este último concepto comienza a rebasar su carga de contenidos para ser sustituido por otras formas de pensamiento y acción.

Por ello, la relación del individuo con la historia se presenta como tema central. Se propone una visión de la historia que la rechaza como mera consecución de acontecimientos, como algo unificado y construido por las convenciones institucionales, resaltando el abismo de lo olvidado, la censura de la memoria. Se hace necesario, por tanto, evidenciar hasta qué punto la historia es una construcción creada por la estructura del poder que seleccionó sólo ciertos datos (convenientes para ella) para ser recordados. De acuerdo con esta propuesta, las obras más apreciadas y valoradas en los museos estarían sujetas a una evaluación histórica específica que habría llegado a ser parte del sistema de nuestra tradición y cultura.

Con este referente, he pensado que una de las más contundentes e impactantes obras de Doris Salcedo, titulada *Shibboleth*, y que fue un encargo de la Galería Tate Modern de Londres, dentro de la serie Unilever, puede darnos muchos elementos de reflexión adicionales así como de resonancia de este debate: si se hace posible hablar de goce en el museo así como su respectiva función social, su sentido y razón de ser.

Salcedo ha definido su obra como un espacio negativo que apela al vacío y a la totalidad y vacío [w(hole)] de la historia, que marca una diferencia insondable entre razas y culturas. “Ese vacío e integridad de la historia al que me refero, es al de la historia del racismo, que corre paralelo a la historia de la modernidad y a su lado más innombrable y oscuro”¹⁶.

Paradójicamente, el título de la obra que tiene una referencia bíblica (Capítulo 12 del libro de los Jueces en el que se describe una masacre entre los efrimitas y los gleaditas entre 1370 y 1070 a. C.), es también, para la lengua inglesa, una costumbre, frase o uso del lenguaje que actúa como prueba de pertenecer a algo, ser miembro de alguna clase social, profesión, etc.¹⁷

Es decir que desde una anécdota de exclusión, se deriva a su vez un ejercicio de pertenencia.

Lo que cuestiona Salcedo en esta obra además evidencia el drama aún vigente de las exclusiones y esta necesidad de memoria por la que aboga Andreas Huyssen, pero en un acto que fue más allá de los que habían hecho sus predecesores en el Salón de Turbinas de la Galería Tate. Y es cómo de manera lúcida e inteligente, y a diferencia de los siete artistas (Anish Kapoor y Louis Bourgois, para citar solo dos de ellos) que la han precedido en sus intervenciones en el vestíbulo de Turbinas de la Galería Tate, quienes la precedieron siempre quisieron “llenar” ese espacio con intervenciones monumentales. Sin embargo lo que concibió Salcedo fue precisamente un vaciamiento de ese lugar, y con el mismo dejar una huella en la superficie, que evidencie la profundidad no sólo física del espacio mismo, sino lo que subyace a los discursos históricos, artísticos, culturales y políticos

16. Salcedo, Doris (2007). *Shibboleth*. Londres: Tate Modern, 12.

17. Ibid, 14-15.

que un museo como institución entraña. Un doble lenguaje que subyace a la superficie, y que sólo rasgándola puede, posiblemente, evidenciarse.

Este cuestionamiento, no sólo de la historia de Occidente y de su carga política, es también al museo como herramienta y vehículo de esos discursos.

De la misma forma en que los rostros de las mujeres de Libia Posada, aún en la mimesis del maquillaje, y de los de muchas mujeres o personas maltratadas en el mundo, esta herida (en las entrañas del museo) no puede dejarnos indiferentes, pues ya no somos los mismos después de haber sentido en carne propia la violencia, sea ella individual o colectiva. Pues ella, así como la memoria, tiene igualmente esas dos dimensiones de singularidad y pluralidad. Y el museo antes de convertirse en panacea y oasis, debe saber enfrentar con valentía el reto de saber hablar de esas violencias, sin actos circenses a los que se acostumbra a monitores y educadores.

Nuestra tarea cotidiana es poder minar de manera indefinida a ese espacio que es entendido como un repositorio de memoria, pues cuando damos por hecho que entendemos ese lugar en el que trabajamos, cuando creemos suponer cuáles son sus metas y objetivos, cuando taxativamente nos reconocemos como espacios “históricos”, “artísticos”, “científicos”, etc., es allí cuando iniciamos el peligroso camino de la exclusión en esa rotulación y categorización. Por lo tanto, y a diferencia del mensaje de Pei, el museo debe dejar de ser un lugar cómodo, y con esa incomodidad poder apelar a sus visitantes de manera directa y honesta, sin ejercicios lúdicos (odiosa palabra) como los de los mimos que a veces nos abordan en las calles bogotanas.

El visitante, ¿un animal de costumbres?

Por último, y luego de haber evidenciado que el museo como caligrama puede romper vínculos, proceder por disociación, establecer desigualdades que inciten al cuestionamiento, gracias en estos casos, vaya paradoja, no a las oficinas de educación, que se han dedicado con enorme ahínco a reclutar insidiosamente a “voluntarios” en ejercicios forzados de formalización académica, en un tiempo en el que la ruptura con los metarelatos y los grandes discursos se han quebrado como el piso de la Tate de Londres; y sí lo han logrado instituciones u oficinas dentro de los museos no compartimentadas y que se han dejado minar a partir de la producción artística inteligente y crítica.

Sin embargo queda por abordar al público, al que le debemos todos nuestros esfuerzos, y con el que creemos contar, pero al que nos cuesta trabajo entender, porque lo seguimos viendo como la masa uniforme y sin relieve; como una imagen y un texto que no se niega ni se contradice en su enunciado, como la pipa de Magritte, sino por el contrario se ve como “éste es un visitante”, y así como él, todos iguales.

Según uno de los más lúcidos e inquietos investigadores de las posibilidades comunicativas e interpretativas de la educación museal en América Latina, el mexicano

Lauro Zavala¹⁸, existen variadas tendencias en la investigación contemporánea sobre la comunicación museográfica. Entre ellas, habría que mencionar, por su utilidad heurística, –según la investigación de Zavala– el trabajo etnográfico coordinado por Eliseo Verón y Martin Levasseur en Francia, complementado por la aproximación de Jean Sebeok, en el que se observaron las rutinas más frecuentes en los recorridos que hacen los visitantes en los espacios museográficos en particular en una muestra en el Centro Georges Pompidou titulada *Vacances en France* en el año de 1983. En esta experiencia de observación se determinó la existencia de al menos cuatro categorías de visitantes que han sido a su vez analizadas y descritas por Lauro Zavala: “el visitante “pez” camina por el centro de sala, observando lo expuesto desde una distancia invariable; el visitante “hormiga”, en cambio, recorre la exposición siempre próximo a las paredes, atento a no perder la secuencia espacial; el visitante “mariposa” se detiene en ciertos puntos que atraen su atención, a los que dedica mayor tiempo que al resto, y el visitante “chapulín” o saltamontes salta de un lugar a otro, sin una lógica predeterminada y al parecer sin un criterio que determine sus decisiones, dejándose llevar por el impulso súbito que despierta su interés.

Al articular esta tipología de visitantes con las dimensiones paradigmáticas de la experiencia museográfica en general, podría señalarse que el visitante “hormiga” espera agotar las propuestas de la museografía, enfatizando así la dimensión ritual de su visita; por su parte, el visitante “mariposa” presupone que la secuencia debe ser una experiencia de aprendizaje, y dedica de manera selectiva su atención a los objetos que considera más relevantes para este fin. Entre tanto, el visitante “chapulín” o saltamontes presupone que la exposición puede ser lúdica, y disfruta creando un recorrido espontáneo y marcadamente personalizado.

Entre estos extremos, el visitante “pez” mantiene una distancia equilibrada ante todas estas opciones de recorrido, y es más un observador de los otros visitantes que un observador de lo expuesto, y con frecuencia es ambas cosas de manera simultánea. De hecho, este último tipo de visitante suele ser el estudioso de los procesos de comunicación, atento a las estrategias de interpretación propuestas por la exposición, así como a las estrategias de interpretación de los visitantes, y a los otros elementos que definen a la exposición como algo irreplicable, como algo articulado en lo que podría ser llamado el “discurso museográfico” de la exposición.

Es necesario actualizar esta ya clásica caracterización con otra que ha desarrollado Omar Calabrese en el año 2001, como un instrumento de gestión de un complejo museístico en Siena, Italia¹⁹.

En ella se han detectado la mayor cantidad de actitudes de los visitantes, para que con ellas se diseñen “recorridos” susceptibles de satisfacer sus intereses potenciales.

18. Zavala, Lauro; Silva, María de la Paz; Villaseñor, Francisco (1983). *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

19. Calabrese, Omar. “En busca de un público mixto”, ponencia presentada en el seminario “El laberinto de la mirada. Semiótica y Museo”, publicada en *La metamorfosis de la mirada* (2003). Madrid: Frónesis, Cátedra.

La primera de las taxonomías se organiza a partir de la combinación jerarquizada de las modalidades del saber, el deber y el querer y se declina en los siguientes tipos:

Curioso: no sabe y quiere saber; Aprendiziz: no sabe y debe saber más; Competente: ya sabe y quiere saber más; Erudito: ya sabe y debe saber más.

Sin embargo el investigador determina que estas “modalizaciones” deben ser puestas en relación con otras actitudes con las cuales los visitantes se acercan al espacio museístico. Aquí se reconocen entonces al:

Indiferente: sin tensión; Distráido: tensión genérica; Alertado: atención; Concentrado: tensión orientada.

De estas articulaciones, se derivan entonces, como si fueran textos e imágenes de Magritte, alternativas muy variadas y complejas, que según el investigador debería determinar qué “tipo” de espacio museístico se quiere privilegiar y por ende cuáles serían las estrategias más adecuadas para ello.

De aquí deducimos que las aborregadas visitas guiadas están mandadas a recoger, aunque haya todavía modelos educativos obstinados, que todavía escolarizados a la vieja usanza, las sigan privilegiando como la única alternativa de entregar esos “alumnos” a aquellos “no iluminados” el saber asimilado en largos años de estudio “voluntario”.

Esta tipología se puede combinar igualmente con los estudios realizados en su momento por el Museo Albert y Victoria de Londres donde otros cuatro grandes tipos de visitantes fueron definidos y analizados, o las propuestas de *Aprendizaje significativo* desarrolladas por David Kolb, en las que no hay tiempo para detenerse ahora, pero que no pueden ser descuidadas a la hora de caracterizar a nuestros visitantes en el momento de desarrollar propuestas museográficas.

Estas propuestas –otras de las dimensiones que le pueden dotar de nuevos o reiterados y poco críticos sentidos al museo– deben tener en cuenta que lo que todos sabemos es producido a través de nuestra interpretación de la experiencia individual pero también por medio de la prueba y del “refinamiento” en términos de reelaboración de la interpretación dentro de comunidades significativas o grupos sociales pares o desiguales por identificación o diferencia, respectivamente.

Este punto de vista comunicativo no concierne con la transmisión de mensajes a través del espacio para efectos de poder y control; la comunicación debe ser entendida entonces como un proceso cultural integral que conecta a gente entre sí dentro de marcos particulares de experiencia y como parte de un procedimiento ritual específico. Concierne con una producción negociada, más que a una imposición de significados. Significados entendidos como plurales, antes que singulares, abiertos a la negociación, diversos antes que unificados y vistos como algo legítimamente subjetivo.

Al colocar las teorías de aprendizaje con las de la comunicación en un solo nivel, y considerando baches históricos, podemos comenzar a ver tentativamente que durante

doscientos años o más, una epistemología positivista, una teoría de aprendizaje didáctica y la transmisión, mas no el compartir la comunicación, han prevalecido insistentemente. Los aprendices, o receptores del conocimiento transmitido, han sido considerados igualmente pasivos cognitivamente y han sido catalogados como una masa no diferenciada. Pero sabemos que este panorama se ha modificado sustancialmente en el último siglo y en especial durante sus últimas décadas.

El reconocimiento de una diversidad cultural, que para efectos del arte, tiene como resultado cada vez más complejos pero ricos campos de representación del mundo que nos rodea, así como el hecho de admitir que los públicos no son sólo “uno” sino muchos, cada uno con un comportamiento particular, sea pez, saltamontes, mariposa o ratón-hormiga, reta a los museos, a los educadores y a sus prácticas a encontrar vías diversas e igualmente ricas en posibilidades para establecer esa comunicación y diálogo entre lo representado en sus espacios y la interpretación-especulación que surge de ese mismo intercambio. Gradualmente durante el último medio siglo, y reduciendo el rango a los últimos veinte años, podemos identificar un movimiento en las teorías de educación y la comunicación hacia un reconocimiento cada vez mayor de los individuos como entes activos y quienes le otorgan sentido a sus entornos sociales, por medio de un igual reconocimiento tanto de puntos de vista plurales como a una legitimación de ellos mismos a través del diálogo y el intercambio. Esta comprensión del individuo se lleva a cabo no desde la proyección del mismo en entidades simbólicas y arquetípicas sean ellas artísticas, históricas o científicas, sino desde una aproximación enmarcada en los postulados del pensamiento y la práctica constructivista.

Estos parámetros y componentes no representan estándares pero sí aspectos graduales que pueden ser incorporados en una práctica en la cual la experiencia de comunicación y “goce” reconozca que es a partir de estos intercambios de subjetividad que podemos dotar al museo de nuevos sentidos.

Salida

Dos citas finales en la reflexión de Foucault sobre la similitud y la semejanza. Esta última (la semejanza) da a conocer lo que es bien visible; la similitud da a ver los objetos reconocibles; las siluetas familiares, ocultan, impiden ver, hacen invisible.

Dice Fernando Savater que

El destino de cada ser humano no es la cultura, ni siquiera estrictamente la sociedad en cuanto a institución, sino los semejantes. Y precisamente la lección fundamental de la educación no puede venir más que a corroborar ese punto básico y debe partir de él para transmitir los saberes humanamente relevantes. Por decirlo de una vez: el hecho de enseñar a nuestros semejantes y de aprender de nuestros semejantes es más importante para el establecimiento de nuestra humanidad que cualquiera de los conocimientos concretos que así se perpetúan o transmiten. De las cosas podemos aprender efectos o modos de funcionamiento, pero del comercio intersubjetivo con los semejantes aprendemos significados. (...) Y por significado no hay que entender

una cualidad misteriosa de las cosas en sí mismas, sino la forma mental que les damos los humanos para relacionarnos unos con otros por medio de ellas²⁰.

Y Andreas Huyssen nos recuerda que

El museo tiene que seguir trabajando con ese cambio, refinar sus estrategias de acción y ofrecer sus espacios como lugares de contestación y negociación cultural. Es posible, sin embargo, que precisamente ese deseo de llevarlo más allá de la modernidad que escondía sus ambiciones nacionalistas e imperiales tras el velo del universalismo cultural revele, al final, al museo como aquello que también pudo ser siempre, pero nunca fue en el ambiente de una modernidad restrictiva: una institución genuinamente moderna, un espacio donde las culturas de este mundo se choquen y desplieguen su heterogeneidad, ser irreconciliables incluso, donde se entrecrucen, hibridicen y convivan en la mirada y la memoria del espectador.

En síntesis, como un caligrama que se recomponga innumerables veces y que pueda tener el valor de negarse a sí mismo para poder reconstruirse, el museo está ahí, y debemos sacar de él su provecho máximo, pero más que ello debemos aprender a desconfiar de él, para no caer en la trampa de creer que lo entendemos y que con ello el sentido que le otorgamos es uno e indivisible. Como la pipa suspendida en un espacio sin tiempo, el museo en el que estamos debe dejar de serlo, a fuerza de su (no)minación, pues debemos recordar que antes que museo fue cárcel, y que para llegar a ser lo que es ahora tuvo que haber recobrado primero su libertad²¹.

20. Savater, Fernando (1997). *El valor de educar*. Bogotá: Editorial Ariel S.A.

21. Se hace referencia aquí al lugar en el que se llevó a cabo el Coloquio. El Museo Nacional de Colombia está albergado en el edificio de la antigua penitenciaría del Estado de Cundinamarca, construido durante las últimas décadas del siglo XIX y convertido en museo en 1948.

LA MUSEOLOGÍA DIGITAL.**LAS HERRAMIENTAS MUSEOLÓGICAS DIGITALES**

Rodrigo Witker Barra MÉXICO

*Profesor Investigador del Instituto de Ciencias Sociales
y Humanidades de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla***Introducción**

La intención que ha guiado a este trabajo es la de adentrarnos en el estudio de la relación entre *lo museológico* y *lo digital*, para conocer, dentro de ésta, cómo es que nos hemos apropiado de las “nuevas tecnologías” para construir herramientas digitales que permitan al museo contemporáneo desarrollar de manera más eficiente las funciones que le son propias.

La manera que proponemos para acercarnos a conocer este panorama es por medio del análisis de lo que hemos definido como las *herramientas museológicas digitales*, las *HMD*. Es a través de ellas que queremos identificar los procesos que, aprovechando precisamente las posibilidades del cómputo y la multimedia, han permitido construir productos de cómputo que buscan ayudar a solucionar problemas del entorno museológico de los museos.

Esta revisión se hizo sobre una muestra de dieciocho *herramientas* producidas en el ámbito de los museos mexicanos desde 1992 hasta la fecha, periodo que comprende precisamente dieciocho años de convivencia entre lo museológico y lo digital.

Cabe aclarar que lo que presentamos aquí es parte de este estudio, mismo que se encuentra actualmente en fase de publicación. Con él queremos enfatizar ciertos aspectos que encontramos relevantes y que se desprenden precisamente de este análisis, ya que creemos más apropiado y propositivo para esta ocasión hablar de estos aspectos que el hecho de profundizar sobre la situación particular que acontece en los museos mexicanos, cuestión que haremos muy someramente.

Y ¿qué son las herramientas muscológicas digitales (HMD)?

A estas *herramientas*¹ las podríamos definir como un *constructo*, como todo proceso que aprovechando las posibilidades del cómputo y la multimedia, busca construir productos computacionales que ayuden a solucionar problemas que se presentan al momento de realizar las diversas funciones que son propias de los museos.

Para este caso, una *herramienta* es entendida además como un conjunto de cualidades que son únicas y, al mismo tiempo, distintivas y características del ser humano. Esto porque, hasta donde conocemos, somos la única especie caracterizada por construir y operar tanto con diversas herramientas como con diversos lenguajes. Construimos herramientas que, aparte de cubrir nuestras necesidades básicas, nos permiten producir otras herramientas, y construimos lenguajes para referirnos a otros lenguajes. Operamos, por tanto, con metaherramientas así como con metalenguajes. Es más, sin estos no podemos convivir en el mundo social.

También hay que decir que a estas *herramientas* las concebimos en el contexto de la *cibercultura*². Desarrollamos *cibercultura*, dice González (2002), cuando reorganizamos y renovamos nuestras propias formas de entender y relacionarnos con el conocimiento, con la información y la comunicación.

La cibercultura propone entonces una *Cultura de información*, entendida ésta como las habilidades y destrezas que las personas tenemos que desarrollar para volver visible nuestro mundo y para poder contar con la información cultural que necesitamos para recontar nuestro pasado, definir el presente y generar un futuro. Una *Cultura de investigación*, ya que como pueblo y como sociedad hemos sido estudiados, leídos y narrados desde fuera. Ante esto necesitamos formar nuestra propia cultura de investigación iniciando con la participación de todos los sectores de la sociedad que tienen que ver con el problema. Y una *Cultura de comunicación*, que implica primordialmente aprender a compartir los resultados obtenidos de los procesos de investigación.

Estas *herramientas* nos permitirán desde rediseñar las formas y las relaciones que tenemos con el contexto social, hasta el tener un mejor desempeño en el uso de competencias digitales y uso de computadoras como manera de resolver nuestros problemas prácticos.

Por su parte, *lo museológico*, bajo el tenor de la construcción de estas herramientas, hace referencia a toda actividad que permita al museo generar nuevos conocimientos para llevar a cabo las funciones de preservación³ y divulgación de sus acervos. Más

1. Definición utilizada en el Taller “Construcción de objetos de estudio”, impartido por los doctores Jorge González, José Amozurrutia y Margarita Maass en la Universidad Iberoamericana, México, 2000.

2. Para profundizar más en el tema: González, Jorge et. al. (2007). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. México: Intersecciones, CNCA.

3. Por *preservación* entiéndase a todas aquellas funciones que tienen que ver con la integridad total del bien cultural, incorpora tanto a la Conservación como a la Restauración.

allá de discutir si es una ciencia y/o una disciplina⁴, o si la museología debe ser participativa, comunitaria o colectiva⁵, de lo que estamos convencidos es que ésta debe servir para conocer más a fondo al museo para estar en condiciones de potenciarlo y proyectarlo. Saber cómo opera, cuáles son sus procedimientos, su misión, cómo lleva a cabo el papel social que le corresponde desempeñar para corregirlos y hacerlos más eficientes. Lo *museológico* entonces tendrá que ver, no solamente con lo que vive en torno o alrededor del museo sino también con lo que ocurre en su interior: ¿Cómo se realizan los procesos de conservación y restauración?, ¿Cómo se da la relación con sus públicos?, ¿Cuáles son sus colecciones y cómo se le ha documentado?, ¿Qué funciones cumple y cómo se evalúa el desempeño del personal?, son cuestionamientos que provoca lo *museológico*.

En cuanto a *lo digital*, con ello nos referimos indistintamente a todo aquello que está vinculado a las “Nuevas tecnologías” y a la cultura de la información. “Nuevas tecnologías” llama Gándara (1999) a la combinación entre las computadoras con capacidades multimediales (reproducción no solamente de textos sino de imágenes fijas y en movimiento, así como de sonidos) y las telecomunicaciones. *Lo digital* se refiere al cómputo, la informática, Internet, redes, en fin, a todo sistema cuya característica determinante sea el uso del lenguaje digital. Toda información que no es digital, por definición es analógica. Escribir, oír un disco de acetato, un cassette de música, una fotografía impresa, todo aquello forma parte del lenguaje analógico. *Lo digital* también hace referencia obligada a soportes de memoria “portátiles” como el CD ROM o el DVD ROM, sistemas mediante los cuales es posible “guardar”, almacenar y acceder a la información digital.

El resultado entonces de la relación entre lo museológico y lo digital cuando se busca resolver aspectos propios del museo será una *Herramienta Museológico Digital*.

Un ejemplo claro de esto, que expresa ampliamente a lo que nos referimos, lo representa Domus⁶ en España. Sin duda, uno de los mejores ejercicios aplicados en el que especialistas de museos (museólogos y conservadores) e informáticos reunieron esfuerzos para lograr un contundente sistema de documentación. *Domus* es, esencialmente, un sistema integrado de documentación y gestión museográfica informatizado, que fue desarrollado por el Ministerio de Cultura, la Subdirección General de Museos Estatales y por la Subdirección General de Tratamiento de la Información, en colaboración con la empresa Transiciel⁷.

El proyecto que comenzó en 1993, para mediados de 2000 ya disponía de una versión piloto del sistema que fue instalada de forma experimental en el Museo Nacional de

4. Discusión que propone Deloche, Bernard (2007). *El museo virtual*. Guijón: Ed. Trea.

5. Fernández, Luis Alonso (2002). *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial, Arte y Música.

6. *Do* de documentación y *Mus* de museológica fue el nombre con el que Andrés Carretero y un equipo de conservadores bautizaron este programa.

7. Carretero Pérez, Andrés (2001). “El Proyecto de Normalización Documental de Museos: reflexiones y perspectivas” en *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*. Andalucía, 166-176.

Antropología de Madrid; un año después, una versión corregida era instalada en seis museos de Madrid, y para 2002 en otros diez museos. Para 2004 más del 60% de los acervos de los museos dependientes de la Subdirección General de Museos Estatales estaban digitalizados y registrados utilizando los recursos de *Domus*⁸.

Algunos aportes de la museología mexicana

En estricto orden cronológico, el primer momento de la relación entre *lo museológico* y *lo digital*, que comienza a principios de los noventa, está determinado por lo que podemos llamar “Apostar por el futuro”. Esta apuesta significó, desde buscar las mejores plataformas informáticas, la mejor tecnología, los mejores recursos y encontrar coincidencias entre los diversos lenguajes técnicos, hasta definir los mejores procedimientos para llevarla a cabo. Al mismo tiempo, esta relación estuvo siempre marcada por una mezcla de sensaciones y reacciones en las que estaban involucradas, por ejemplo, la fascinación, el asombro, la decepción y la cautela.

Apostar por el futuro representó siempre una seria preocupación, tanto para el sector gubernamental como para los ámbitos privado y académico. Implicaba asumir un papel fundamental en torno al desarrollo de políticas para la cuestión computacional y su relación con la cultura y más particularmente con la cuestión museológica.

Este panorama, caracterizado por esta apuesta por un futuro tecnológico para las actividades museológicas en el cual se experimentaron algunos éxitos, pero desgraciadamente muchos fracasos, generó, obviamente, una terrible sensación de desencanto. Resultado de ello es que las cosas debieron tomarse con mucha más cautela. Un segundo momento de la relación entre *lo museológico* y *lo digital*, lo situamos a partir de 1998 y vemos que se extiende hasta nuestros días. Lo llamamos futuro esperanzador porque esa es la sensación que nos genera la revisión de todos los ejemplos encontrados. El diseño de las *herramientas museológicas digitales*, por ejemplo, comienza a tener intención, estructura y propósitos definidos. Al mismo tiempo se comienza a fijar la atención en abordar alguna de las otras funciones de la museología que no fuera únicamente la documentación patrimonial.

Es así que en 1998 encontramos uno de los mejores ejemplos de construcción de una HDM con recursos propios y que surgía de una realidad muy acotada y reflexionada. El Museo Nacional del Virreinato (MNV) del INAH se da a la tarea de hacer un cambio profundo en sus esquemas y criterios de gestión, así como en sus estrategias administrativas y laborales, para lo cual diseña el Sistema de Información y Gestión llamando SIM⁹. Se trataba de un conjunto interactivo de programas cuya finalidad

8. Datos obtenidos de: Alquézar Yáñez, Eva M^a (2005). “Domus. Un sistema de documentación informatizado” en: <http://www.mcu.es/museos/docs/MC/MES/Revo/domusRevo.pdf>

9. Una aportación de IBM permitió dotar de equipos de cómputo para realizar el programa. Fernández, Miguel (2002). *Sistema de Información y Gestión para el Museo Nacional del Virreinato*. México: INAH-CNDI.

radicaba en reunir, calificar y compartir la información proveniente de las áreas del museo, de los proyectos que desarrollaba y del público a fin de apoyar tanto la gestión como la operación del MNV.

Dice Gándara (2003) que este sistema fue paradigmático en la historia de las relaciones entre lo museológico y lo digital. Se trató del primer programa que identificando las necesidades museológicas y haciendo uso de las posibilidades tecnológicas, propuso, para un museo en operación, opciones de manejo tanto para cuestiones operativas (la gestión museológica) como para relacionarse y considerar las opiniones de sus públicos, siendo esta última quizá la más importante de ellas.

El SIM se proyectó como una herramienta de trabajo clave para el funcionamiento del museo ya que contribuiría en la planeación, evaluación y control de los proyectos: administraría la información sustantiva que generan tanto sus áreas de trabajo como los visitantes –físicamente o mediante Internet– y la compartirían en dos instancias: la intranet, una red de comunicación interna que relaciona las diversas áreas, y la página web del MNV, que constituye un vínculo fundamental con su público.

La gestión museológica para el SIM suponía organizar toda la información en una estructura en la cual los proyectos tenían un peso sustancial. Eran estos quienes podían redefinir las responsabilidades y funciones de cada área del museo, lo que permitía construir esquemas de trabajo interdisciplinar en los cuales se replanteaban las responsabilidades y funciones entre todas las partes (organigrama). Los proyectos eran considerados, en sí, como planes específicos que organizan y sistematizan los trabajos que tienden a lograr un objetivo. Cada proyecto era un ciclo que iniciaba con la planeación y culminaba con la evaluación; presentaba un objetivo general que requería de actividades específicas para alcanzarlo. Asimismo, cada actividad tenía un objetivo mensurable que fungía como indicador de gestión.

El sistema permitía actualizar los catálogos de información, definir los proyectos y las actividades, asignar responsables, recursos e indicadores de evaluación, asignar tiempos, reportar avances, verificar la información, elaborar reportes de resultados y documentar las colecciones.

La interacción con el público estaba dada a partir de dos módulos: *Tu opinión*, espacio que registraba y transmitía a las diferentes áreas del museo sugerencias, dudas y comentarios de los visitantes; así como *Queremos conocerte*, registros de información estadística que permitirían generar estudios de público vía cuestionarios variables. Ambos módulos eran definidos de vital importancia, ya que permitían al museo acercarse a sus visitantes y usuarios de la página web, para brindarles servicios adecuados a sus necesidades específicas. La opinión vertida por el público a través de estos módulos era clasificada y dirigida a las áreas del museo quienes eran responsables de solucionar dudas o poner en marcha las ideas propuestas.

A pesar de las largas e intensas jornadas de trabajo que implicó la gestación del SIM, desgraciadamente no pudo transformarse en lo que en un inicio aspiraba a ser. Ni siquiera el INAH lo ha tomado como una plataforma susceptible de ser transformada como una alternativa de operación para su infraestructura museológica de alrededor de

114 museos. A decir del personal del MNV¹⁰, era un sistema complejo y su operación requería de mucho tiempo, lo cual lo convertía en poco amigable. No generaba la idea de ser un sistema que administrara de mejor manera las funciones. Actualmente es utilizado pero a un nivel muy por debajo de sus potencialidades.

Un segundo ejemplo fue el realizado en 2007, esta vez como un sistema de gestión integral de colecciones. Lleva por nombre *TSEO. Digital Art Project*, y es una propuesta de investigadoras-curadoras de la Universidad Autónoma de Puebla. TSEO surge, según sus creadoras¹¹, como respuesta a la necesidad real de poder disponer de un sistema que apoye en el registro y la gestión adecuada de las diferentes colecciones de carácter patrimonial que custodian diversas instituciones culturales que requieren de una herramienta como ésta, como primer paso para contribuir en la salvaguarda, conservación y difusión de sus acervos.

El sistema pretende satisfacer los estándares en los ámbitos de catalogación, procesos administrativos (ingresos, préstamos y movimientos internos) y todo lo relacionado con los procedimientos de diseño y gestión de exposiciones. Se intenta que refleje efectivamente y facilite los procesos que realizan curadores, coordinadores de exposiciones, museógrafos, conservadores y restauradores.

La interfaz permite al usuario registrar un nuevo proyecto expositivo o bien trabajar con proyectos ya existentes y, en ambos casos, realizar diversos procesos, dependiendo de la etapa en la que se encuentre el desarrollo de la exposición –Fichas de Curaduría, Listas de obra, Hojas de préstamo, Condiciones de embalaje y transporte, Estados de conservación– así como imprimir reportes varios o realizar el registro de obra. Permite dar seguimiento a las exposiciones y catalogar las diferentes piezas consideradas para exposición. Seleccionar obras y realizar varias versiones previas, así como definir listas de obra y toda la documentación que es requerida para los trámites de préstamo y los cálculos para determinar los seguros. Permite tener un conocimiento oportuno de los diferentes movimientos de la obra y los responsables de los mismos en cada etapa, así como el registro de las inauguraciones, el fin de la exposición y documentación asociada a la misma.

La opción de *Estado de conservación* de los bienes culturales permite que los conservadores-restauradores realicen los reportes de estados de condición de las piezas antes de un préstamo, el registro de la obra o el tipo de intervención sobre la pieza durante el tiempo de vigencia de la exposición, el retorno de piezas o bien su itinerancia a otras sedes. Para ello utiliza sistemas estandarizados de marcaje, avalados por el Centro de Intervenciones del Instituto Andaluz del Patrimonio.

Por último, ofrece la opción de modificar el estado de la exposición –en preparación, en proceso o terminada– y mantiene un registro completo de todas las exposiciones que ha

10. Entrevistas realizadas directamente a miembros del MNV que son usuarios del SIM en 2008.

11. Concepción Pérez de Célis y G. Cossio Aguilar de la Facultad de Computación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla son las autoras de proyecto. El proyecto se puede visitar en: <http://teseo.cs.buap.mx/>

realizado la institución, lo que permite tener una memoria de la que se puede recuperar esta información a través del módulo de opciones de búsqueda.

Actualmente el sistema cuenta con un prototipo operativo el cual está en etapa de prueba en diversos museos de arte que colaboran como usuarios. En el trabajo futuro se considera la posibilidad de integrar un módulo de tratamiento de imágenes que permita aplicar diferentes filtros que apoyen los diagnósticos de los restauradores, así como un módulo de restauración virtual, trabajo que se realiza en colaboración con el Departamento de Electrónica e Telecomunicaciones de la Università degli Studi di Firenze.

Sin duda se trata de la primera herramienta que, producida en México, propone el uso de *lo digital* para atender aspectos referidos a la gestión y la documentación de arte, sobre todo de arte contemporáneo, tema por demás muy complejo.

De todas las funciones museológicas, la documentación de los bienes culturales, a pesar de ser una actividad sustantiva para los museos, es la que mayor atraso presenta en nuestro país, aunque no olvidemos que es una tarea titánica. A más de sesenta y nueve años de fundado el INAH y sesenta y dos el INBA, de los cuales dependen la quinta parte de los 1139 museos que existen en el país¹², desgraciadamente no se dispone de un registro de los bienes que custodian estos recintos, menos aún de forma digitalizada. Y qué decir entonces de otros patrimonios como el arte sacro, o el de coleccionistas particulares, por ejemplo. Se han hecho una gran cantidad de prototipos que no han logrado su objetivo y han fracasado por diversos factores.

Tratando de revertir esta situación es que encontramos una tercera herramienta digital, producida en 2008, esta vez bajo la responsabilidad del INAH quien, a través del Museo Nacional de las Culturas (MNC) está desarrollando, por medio de la Subdirección de Inventarios, un *Programa integral de información* sobre el acervo del museo, conformado por aproximadamente 14.000 objetos. Entre sus objetivos se encuentra el de mantener un estricto control de los movimientos de las piezas, sobre su estado actual de conservación, así como el de disponer de datos catalográficos básicos que permitan al MNC la toma de decisiones. El desarrollo de este programa se presenta de manera un tanto coyuntural ya que se está aprovechando que el museo se encuentra en fase de reestructuración museográfica, que espera concluir en 2010, para documentar sus colecciones. La tarea no es sencilla ya que debe enfrentarse, entre otros, ante un absoluto mar de confusiones que representaron los antiguos sistemas de clasificación y de documentación. En sí, el programa permite concentrar todos los números que en algún momento le fueran asignados a cada pieza: Número de inventario, Número de catálogo, Número de registro y algún Otro número; contiene una ficha técnica con los principales dato de las piezas y, además, un reporte del estado de conservación de cada objeto, en el que se detalla la Clave del deterioro, Porcentaje de faltante, Causa de los daños, Dictamen del estado de conservación y Condiciones de exhibición. Permite identificar Lugar, Porcentaje y Tipo de deterioro, Intervenciones anteriores realizadas a la pieza y definir el Proceso de restauración que será aplicado. De igual manera permite

12. Según el SIC, Sistema de Información Cultural del CNCA, México, 2008, <http://sic.conaculta.gob.mx/>

estimar los tiempos, costos y materiales para la restauración así como generar y revisar el expediente de cada obra.

Hasta hoy la utilización del programa presenta un avance del 80% en su aplicación y deberá comprobar su eficacia una vez que inicie el proceso de reestructuración museográfica, así como cuando el museo opere en condiciones normales.

En el mismo ámbito de la documentación museológica pero poniendo énfasis en otro tipo de documento y a una escala mucho menor encontramos en 2004 una propuesta llamada *Memoria Museológica Mexicana. Sistema de Documentación de Proyectos Museológicos*¹³. Otra vez, desde la óptica de la sistematización de documentos de trabajo, se propuso el diseño de un prototipo de programa que, por medio de diferentes formas y niveles de consulta permitiera concentrar y, paralelamente, identificar, en las fuentes originales, cómo han sido construidos en cuanto a estrategias y recursos los museos en México, con particular énfasis en los últimos veinte años.

El programa permite concentrar información de los diversos procesos de planeación y producción que se han utilizados para crear nuevos museos. Dispone de una ficha técnica de cada museo incluido con los siguientes datos: Nombre del museo, Tipo de colección, Tipo de inmueble, Origen de los recursos, Fecha de realización, Ubicación y Realizadores. Ofrece tres tipos de búsqueda: (i) *Por proyectos*, en la cual el usuario puede acceder a alguno de los museos dados de alta y revisar los documentos ordenados por fases de trabajo, Antecedentes, Proyecto museológico (guiones, cedularios, colecciones, etc.) Proyecto museográfico y Opinión; (ii) *Búsqueda alfabética*, en la cual el usuario puede acceder a toda mención que exista en el programa sobre el tópico seleccionado, haciendo referencia a la fuente a la que pertenece; y (iii) *Búsqueda especializada*, para ingresar a ver ejemplos de la aplicación práctica de la museografía: Cedularios (contenidos escritos), Formatos (Guiones, Estado de conservación y documentación de las colecciones, Presupuestos), Recursos museográficos (Gráfica, iluminación, mobiliario) y Objeto museográfico.

Este prototipo fue premiado por el INAH¹⁴ y se encuentra en fase experimental.

Los estudios de públicos de museos también han sido motivo para construir *herramientas*. Desde 2005, el INAH, a través de la Subdirección de Museología de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, produce una serie de programas digitales que tienen como objetivo referir los estudios que realiza desde hace algunos años a los *públicos de museos*, particularmente a los que visitan las exposiciones temporales. Para esto creó el Programa Nacional de Estudios de Público (PNEP) que a lo largo de más de una década de trabajo ha logrado sistematizar algunos procedimientos para generar información que sea útil para guiar los trabajos de museología y museografía, así como para adecuar los servicios y el diseño de estrategias de difusión de futuras exposiciones.

13. Véase: Witker, Rodrigo (2006). "El orden de la memoria" en *Revista Illapa del Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

14. La tesis *Memoria Museológica Mexicana: el proyecto del Museo Arocena, Torreón, Coah. 2003*, fue merecedora del Premio Miguel Covarrubias a la Mejor Tesis de Investigación en Museos en el año 2005.

La serie lleva el título de *Públicos y Museos*¹⁵. A través de entrevistas de entrada y salida, encuestas post-visita, mapas de recorrido y de la obtención de datos con diversas técnicas de información, se investigan temas como el contexto personal del visitante (edad, procedencia, escolaridad y conocimientos previos); las condiciones de la visita (número y tipo de acompañante, día, hora y motivo de la visita); la experiencia de la visita (recorrido, valoración de la colección, interpretación de los contenidos, eficacia de la museografía) y el impacto social del museo (contribución al reforzamiento de la identidad, el museo como instrumento educativo, la efectividad comunicativa del museo). La información se presenta como un análisis de los resultados obtenidos en cada exposición. Permite la posibilidad de consultar las bases de datos y realizar cruces de información, acceder a información gráfica y contiene la posibilidad de imprimir cualquiera de estos materiales. Todo el contenido se presenta en español y en inglés. Para sus realizadores¹⁶, esta *herramienta* digital busca que el uso de las *nuevas tecnologías* les permita, entre otros, diversificar los puntos de difusión, ofrecer información más abundante y llegar a un mayor número de personas interesadas en el tema.

El Programa Nacional de Estudios de Público del INAH se ha consolidado a lo largo de estos años y a futuro contempla hacer estudios no solamente de públicos en exposiciones sino también en museos.

A manera de conclusión

Como resultado de esta sintetizada revisión tenemos entonces que la gestión y la documentación de bienes culturales, independientemente de sus resultados, son los temas que predominan en las intenciones de diseño de estas *herramientas museológicas digitales*.

Es interesante ver que dentro del tema de la gestión, ésta ha sido abordada más que como tareas para obtener financiamientos, como *manejo* (ligado más al concepto anglosajón “management”) de los procesos museológicos, como la planeación estratégica del museo, que implica también la administración de recursos para la realización de sus funciones básicas.

Al mismo tiempo vemos que surgen otras necesidades que por su trascendencia comienzan a ser consideradas por las HMD, tal es el caso de la curaduría, por ejemplo, aspecto muy vinculado a la documentación, a la investigación, pero también, otra vez, a la gestión que en torno a ella realizan los museos. Los estudios de públicos son otro ejemplo interesante de desarrollo de *herramientas digitales*, la medición estadística y el análisis de datos para permitir ofrecer mejores servicios y elevar los grados de satisfacción del público.

15. Para 2005 la serie contaba de los siguientes títulos: *África. Colección de los museos de Bellas Artes de San Francisco; Magna Grecia y Sicilia. Los griegos en Italia; El canto a la patria 1854/2004. 150 aniversario del Himno Nacional Mexicano; Los etruscos. El misterio revelado.*

16. Alejandro Cortés Cervantes, Emilio Montemayor e Isabel Stivalet de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones del INAH.

Otra necesidad muy recurrente es la referida a concebir las *herramientas digitales* como recurso museográfico, como elemento narrativo que desempeña un papel fundamental en la construcción de los discursos museográficos, en el que se aprovechan todas las opciones multimedia que lo componen, como es el caso de las cédulas virtuales o los multimedios o los kioscos interactivos. En este sentido es importante aclarar que en este estudio hemos dejado fuera, intencionalmente, el análisis de estas herramientas así como de aquellas denominadas páginas web por considerar que al ser las que más se han producido y por lo tanto evolucionado y multiplicado, requieren de una revisión más detallada y exhaustiva de sus características potenciales. El universo de análisis, además es amplio. Recordemos simplemente que en cuestión de páginas web, por ejemplo, más de la mitad de los 10 mil museos que existen en los países de Iberoamérica disponen al menos de una. En el ámbito de los multimedios interactivos ocurre una situación similar, un solo museo, y más ahora con los de ciencia y tecnología, puede llegar a presentar más de veinte equipos en sus exposiciones.

Nos damos cuenta entonces que a lo *digital* que, paulatinamente, con el paso de los años, se le ha atribuido funciones museísticas como dice Deloche de *Archivo* en relación a la Conservación, de *Presentación* en cuanto a Mostrar y *Estudio* para Analizar, con la revisión de la experiencia mexicana vemos que es posible agregar otras funciones más que se desprenden de su uso y confrontación cotidiana en la realidad nacional: Gestión (como la organización, operación y proyección institucional); Interpretación (para concebir y estructurar discursos); Medición (a partir de la estadística, lo cuantitativo pero también lo cualitativo) y Narración (para construir y enriquecer los discursos).

Esto nos permite decir que *lo museológico* consistentemente comienza a considerar de manera mucho más decidida la convivencia con *lo digital*, a fin de contar con una museología y con museos mucho más eficientes.

Bibliografía

- Carretero Pérez, Andrés (2001). "El Proyecto de Normalización Documental de Museos: reflexiones y perspectivas" en *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*. Andalucía, 166-176.
- Fernández, Luis Alonso (2002). *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial, Arte y Música.
- Gándara, Manuel (2004). "Gestión, público y nuevas tecnologías en un museo mexicano" en *Revista M Museos de México y del Mundo*. México: Primavera, CNCA.
- (1999). "Multimedios y Nuevas Tecnologías" en Turrent, A. (coord.) *Uso de nuevas tecnologías y su aplicación en la educación a distancia*, Módulos IV,V y VI. México: Universidad La Salle.
- González, Jorge, et. Al. (2007). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. México: Intersecciones, CNCA.

Fernández, Miguel (2002). *Sistema de Información y Gestión para el Museo Nacional del Virreinato*. México: INAH-CNDI.

Witker, Rodrigo (2004). *Memoria Museológica Mexicana: el proyecto del Museo Arocena, Torreón, Coahuila, 2003*. Tesis de Maestría en Museos, Universidad Iberoamericana, México.

(2006). “El orden de la memoria” en *Revista Illapa del Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas*. Lima: Universidad Ricardo Palma.

EL EXPERIMENTO DEL QUAI BRANLY

Anne Christine Taylor FRANCIA

Curadora especialista en las culturas indígenas de la Amazonia y Directora del Departamento de Investigación y Enseñanza del Museo del Quai Branly, París

Ante todo quiero agradecer a los organizadores de este evento, por brindarme la oportunidad de intercambiar ideas con ustedes sobre lo que es, lo que debería ser el Museo del Quai Branly y los museos en general.

Esta ponencia podría llamarse también: Qué hacer hoy en día con colecciones etnográficas.

Para entender la política cultural que el Museo del Quai Branly trata de implementar, es preciso recordar brevemente el contexto en el cual se creó este museo. Es bastante claro que todos los museos europeos o de estilo europeo con grandes colecciones etnográficas, vienen experimentando desde hace unos quince o veinte años una profunda crisis de identidad. De hecho, no hay ni un museo importante de antropología que no haya efectuado o esté todavía involucrado en un cambio radical del estilo de su museografía. Las causas de esta crisis son múltiples, pero entre los factores implicados, quiero subrayar los siguientes:

Primero a nivel muy general, la paulatina desvalorización del saber y la pérdida de autoridad del conocimiento científico en particular, en la medida en que todos estos grandes museos etnográficos que surgieron en el siglo XIX o a inicios del siglo XX, debían reflejar o ilustrar un orden del mundo apoyado sobre las ciencias. Es claro que la pérdida de crédito acordado a este tipo de saber ha erosionado fuertemente el interés del público en el estilo de la museografía muy autoritario y didáctico, típico de estas instituciones.

Otros factores son las divergencias crecientes entre la imagen muy esquematizada de las culturas no europeas u occidentales presentadas por los museos etnográficos, y la experiencia o el saber que posee ahora un público habituado al turismo de masa y saturado de imágenes de mundos exóticos por el desarrollo de los medios de comunicación modernos. También se puede notar una divergencia creciente entre la evolución y la orientación de la antropología en tanto disciplina científica, y la presentación museográfica típica de estos museos: la idea misma de cultura como algo sustantivo, como una cosa esencial que podría ser adecuadamente ilustrada por algunos

objetos etnográficos ha perdido, como sabemos todos, mucha de su credibilidad.

Otro factor muy importante, obviamente, es el surgimiento de un discurso crítico sobre la legitimidad de los grandes museos occidentales de representar otras culturas, una crítica ligada o vinculada al desarrollo de movimientos políticos en poblaciones que antes eran solamente objeto de representación y que ahora reivindican un “a droite regarde”, por decirlo así, un cierto grado de control, como mínimo, sobre la manera en que son presentados en los museos. Ahora bien, los museos han acompañado todos esos cambios o han reaccionado a ellos adoptando básicamente tres tipos de estrategias a veces de manera exclusiva, a veces combinándolas en varios grados. La mayoría de los grandes museos etnográficos ha abandonado ahora la presentación naturalista de culturas heredadas del siglo XIX y han reordenado su museografía en función de la alternativa siguiente: se ha adoptado un actitud reflexiva, conservando parte o la totalidad de la museografía antigua, pero para transformar ésta en un museo de un aspecto u otro de las ciencias occidentales. Un ejemplo clásico de este giro reflexivo o de puesta del museo mismo es el Museo Pitt Rivers en Inglaterra, en donde se ha privilegiado una presentación parcial y temática de la diversidad cultural. Aquí también veamos dos opciones claramente marcadas, una es la estética, opción que considera ciertos objetos de colecciones etnográficas como obras de arte, al recalificarlas y presentarlas solamente en el cuadro de la museografía pública. La otra opción desemboca en lo que se llama ahora museos de civilización, es un estilo de museografía etnográfica muy típico de países escandinavos por ejemplo, pero también de Canadá, museos que pretenden ilustrar fundamentalmente la modernidad, los aspectos de vida de poblaciones no europeas, especialmente las relaciones interculturales. Al mismo tiempo la idea de cultura como expresión o manifestación de una especie de esencia identitaria ha migrado hacia instituciones que pretenden resolver el problema de la legitimidad de representación, optando por la auto-referencialidad, en otras palabras, grupos que asumen ellos mismos la patrimonialización y la exposición de su cultura. El ejemplo más significativo de este tipo de museos es obviamente el nuevo National Museum of the American Indian de Washington, pero también me refiero a la proliferación de museos de tipo comunitario o museos de comunidad que han surgido a través del mundo, especialmente en América Latina.

Ahora bien, todo eso constituye el telón de fondo o el marco en el cual surgió la idea del Museo del Quai Branly, sin embargo para completar la historia habría que añadir algunas particularidades (por no decir peculiaridades) francesas. En primer lugar, la existencia de dos grandes colecciones etnográficas antaño muy prestigiosas, ambas marcadas por una ideología universalista, muy típicamente gálica. Me refiero en primer lugar a la colección del Museo del Hombre, que ilustra un cierto tipo de universalismo en su vertiente científica, y por otra parte a las colecciones del MAAO-Museo de Sur África y de Oceanía de la Porte Dorée, que ilustra otro tipo de universalismo sobre la vertiente artística. Cabe recordar que este museo fue creado por André Malraux en los años sesenta y constituye de hecho el primer intento en Francia de hacer un museo de todas las artes del mundo, ésta es una idea que vamos a ver resurgir otra vez de cierto modo en el Museo del Quai Branly. Ambas instituciones, el Museo del Hombre y el MAAO, por diversas razones, habían perdido su público en los años ochenta, especialmente el Museo del Hombre. Su vinculación, su lazo con las fuerzas vivas del pensamiento científico y artístico se había deshecho y ambos museos necesitaban urgentemente renovación. A

eso hay que añadir obviamente la tradición francesa de implicación fuerte del Estado en asuntos culturales, tradición que se refleja entre otras cosas en la costumbre bastante monárquica seguida por presidentes franceses desde por lo menos Georges Pompidou, de marcar su reino por la creación de un gran monumento cultural. En este caso se trataba de un presidente, Jacques Chirac, quien tenía una verdadera afición por el arte primitivo o lo que se podía llamar así, y quien como jefe de Estado tenía el poder de cambiar la asignación o la afectación institucional de todas o parte de las colecciones incluidas en el patrimonio nacional. Chirac decidió sacar las colecciones etnográficas del MAAO y del Museo del Hombre y reunir las en un nuevo museo. Hubo en realidad varios proyectos al inicio, antes que se decidiera construir el Quai Branly. La primera idea era sencillamente renovar y extender el Museo del Hombre. Por varias razones este proyecto no funcionó. La Marina Nacional se oponía fuertemente a la idea de mudarse, porque la idea de Chirac era anexar el Museo de la Marina y extender el Museo del Hombre en ese espacio, pero no hubo cómo. La segunda opción fue abrir una nueva ala del Museo del Louvre para acoger obras maestras del arte primitivo, y ahí vemos el resurgimiento de la vieja idea de André Malraux, él también había pensado abrir el Louvre al arte primitivo y nunca logró hacerlo. Es interesante anotar que Chirac tampoco lo logró.

El Museo del Louvre, por razones buenas y malas, se oponía fuertemente a la idea de extenderse o de abrirse para acoger una gran colección de arte extraeuropeo, no solamente por razones de conservatismo artístico o ideológico, sino también porque ya estaba en planes de expansión y quería recuperar estos espacios para ampliar su propia programación cultural y darse más espacio para exposiciones temporales. Sin embargo Jacques Chirac logró imponer la idea de que una pequeña parte del Louvre (más pequeña de lo que se pensaba), la parte llamada Pavillon des Sessions¹, fuera abierta a colecciones extraeuropeas, pero como una extensión temporal del Museo del Quai Branly, y no una extensión del Louvre.

Vale la pena subrayar esto porque en realidad el Museo del Quai Branly es un caso bastante extraño de un museo con una doble localización y además una localización que implica una museografía marcadamente distinta: en el caso del Pavillon des Sessions, el estilo de la museografía es sumamente depurado, muy sobrio y no hay ni un rasgo de contextualización de las obras. Por su parte, la contextualización y la presentación museográfica en el Museo del Quai Branly propiamente dicho (voy a volver sobre este punto) es bastante distinta. Lo cierto es que aquí tenemos ya un aspecto o una manifestación de una de las dimensiones importantes de la institución Quai Branly, que es su carácter polifónico, por así llamarlo.

Ahora, ¿qué tipo de institución quisieron crear los fundadores del Quai Branly? La primera cosa que hay que apuntar es que estos fundadores no eran científicos, eran sobre todo altos funcionarios con experiencia en lo que se llama en Francia *de Senac*.

1. Nota del editor. Hace alusión al Pabellón de Arte de África, Asia, Oceanía y las Américas abierto desde abril de 2000, en donde se presentan piezas que hacen parte de la colección del Museo del Quai Branly.

Esta clase o categoría de altos funcionarios, todos formados en una escuela especial, la Escuela Nacional de Administración, son los cuadros altos de la administración del Estado francés, eran funcionarios con experiencia de gestión de instituciones culturales la mayoría. En particular, muchos de ellos venían del Centre Beaubourg, en el Centre Georges Pompidou, una institución que tiene un papel importante como modelo para la institución del Quai Branly. De hecho la idea se impulsó muy temprano en el desarrollo del proyecto de Branly: no se trataba de hacer solamente un museo, sino más bien de hacer un sitio cultural, una institución cultural total en el molde del Georges Pompidou. Se esperaba que tuviera eventualmente el mismo peso en la vida cultural del país que había tenido el Centre Pompidou en los años ochenta e inicios de los años noventa, pues el proyecto corresponde a una meta política de crear un lugar en donde forjar una manera específicamente francesa, laica, republicana, de gestionar y debatir todos los problemas del país vinculados al tema de la diversidad cultural. De acuerdo con esta ambición, se quiso crear una institución relativamente polivalente en la cual se podría desarrollar un largo abanico de eventos y actividades. El museo propiamente dicho representa solamente una tercera parte, más o menos, de los espacios de la institución: casi el mismo número de metros cuadrados es reservado para exposiciones temporales, bibliotecas, aulas, una sala de teatro de cine, etc.

Además, el presidente de la institución, Stéphane Martin, era y sigue siendo muy apegado a la idea de que ninguna museografía, ninguna exposición puede pretender ofrecer una visión acabada de ningún fenómeno cultural, pero sobre todo no puede desarrollar un discurso de autoridad sobre ello. Entonces es un director de museo que ha integrado la dimensión crítica constitutiva de la modernidad o de la postmodernidad, y por lo tanto utiliza la variedad de espacios para variar constantemente la perspectiva inscrita en una museografía, y ahí volvemos precisamente a la idea de la doble implementación. Por ejemplo, la museografía del Pavillon des Sessions tiene una museografía que es totalmente orientada hacia la idea de que todo lo que se ve en él es arte; éste es fundamentalmente el *statement* del Pavillon des Sessions. En cambio, los espacios en el Museo del Quai Branly pueden tener una museografía de tipo muy primitivista, pero en el piso de arriba puede haber al mismo tiempo una exposición temporal que hace precisamente una crítica a ese tipo de museografía; ésta es más o menos la idea sobre la cual está creado el museo.

A pesar de ser un centro cultural, el Quai Branly –no un museo etnográfico propiamente dicho en el sentido clásico del término– como institución tiene una dimensión científica importante reflejada en la estructura de su organización: el museo está apoyado en dos grandes departamentos, el de patrimonio y colecciones, y el de investigación y enseñanza.

La voluntad del museo de preservar un lazo fuerte con la comunidad científica y la práctica de la ciencia se explica por varias razones. Primero, es obvio que la institución heredaba grandes colecciones científicas y no podía repudiar esta herencia de un día para otro. De manera más decisiva la dirección del museo veía en las ciencias un cierto nivel de trascendencia, una especie de arena que debía permitir negociar, por un lado, el abandono por parte de los representados de un derecho exclusivo sobre la manera de presentarse a sí mismos o a su cultura. Por otra parte, esta postura le permitía tal vez escapar, por lo menos hasta cierto punto, de acusaciones de exotismo o colonialismo

intelectual. En suma, desde el punto de vista del Museo, aún si la ciencia ha perdido su autoridad exclusiva, es decir, su pretensión de anunciar la única verdad sobre el orden del mundo, sigue siendo un posible territorio para negociar y justificar estilos de museografía.

En cuanto a las grandes opciones museográficas que he mencionado al comienzo de esta conferencia, el Museo del Quai Branly se posiciona más o menos de la manera siguiente: el Museo rompe con la tradición enciclopédica de los museos antropológicos o clásicos; esa idea de que la museografía refleja un orden científico del mundo ya no se justifica a nivel epistemológico. Además, la verdad es que a pesar de su apariencia de sistematicidad, las colecciones heredadas por el Museo son muy incompletas, presentan muchos vacíos, y son representativas más bien de un proceso aleatorio de acumulación y en fin, no son representativas más que de sí mismas, son en otras palabras un pedazo materializado de historia contingente y no pueden servir para hacer un panorama objetivo.

Hay que educar al museo para ser más abierto y tolerante a lo ajeno: no hay que olvidar que en este museo estamos con altos funcionarios muy imbuidos de la ideología republicana, laica de homogeneidad republicana, por así decirlo, y para ellos esta idea de utilizar el museo como un medio de formación de la nación sigue siendo algo importante.

Al mismo tiempo la idea es, o era, enfatizar la historia de las colecciones, sobre todo la idea de que las colecciones etnográficas son soportes o condensaciones de una historia compartida con países o poblaciones no europeas y no de una historia exclusiva, éste es un punto muy importante dado sobre todo por el crecimiento de la repatriación, a nombre precisamente de la historia. Éste es uno de los argumentos fuertes –y no hay tantos– para tratar de negociar la idea de que sí es legítimo todavía que museos europeos u occidentales conserven colecciones no europeas.

En cuanto a la manera de hacer pasar estos mensajes por la museografía, el Quai Branly ha optado por un estilo deliberadamente antdidáctico. La idea –por lo menos en la parte permanente del Museo– es dejar al público establecer él mismo su relación con los objetos, y de hecho es algo por lo que el Museo ha sido muy criticado por parte de su público: a primera vista hay poca contextualización, pocos carteles con información sobre objetos. De hecho los hay, pero es necesario buscarlos y no son obvios a primera vista, eso es deliberado y la idea de todo el estilo de la museografía –especialmente en el Quai Branly mismo– es dejar al público muy cerca de los objetos, dejar al público establecer el tipo de relación que él quiere y después, si está interesado, puede ir a buscar información. En ese caso sí hay varios niveles de información, algunos muy sencillos bajo formas de cartel, otros más elaborados en forma de programas multimedia y aún más elaborados en programas de larga duración que pueden ir a ver en un lugar reservado.

Debo decir, para terminar, que en cuanto a la utilización de la estética como medio para jugar con la idea de la diversidad cultural, me parece que en el Museo tiene todavía cierto éxito. En cambio, en lo que se refiere a la historia de las colecciones, debo decir que por el momento el Museo no ha logrado realmente dar al público suficiente información

sobre este aspecto histórico de sus colecciones y debería clarificar aún más sus opciones museográficas.

A manera de conclusión, ¿qué retos o desafíos principales hay para este museo abierto hace dos años?

El Museo del Quai Branly había sido creado para recibir un promedio de entre ochocientos mil a un millón de visitantes al año, esto en la visión optimista. Hemos acogido durante el primer año más de un millón setecientos mil visitantes y casi estamos en el mismo número este año, hubo una pequeña baja, pero muy poca. Este éxito nos plantea problemas: primero, porque el museo no está hecho para tantos visitantes. También se están presentando problemas porque el Estado nos da un presupuesto importante pero las recetas del Museo son variables frente a lo que el Museo mismo consume como presupuesto. Este Estado es muy *performance oriented*, y ahora ha visto que el Museo puede atraer un público grande y nos obliga a tener un nivel de asistencia altísimo, lo que nos lleva a inventar todo el tiempo nuevas formas de atraer al público y de obligarlo a volver. Pero tal vez el problema más complicado para el Museo del Quai Branly es llegar a combinar de manera satisfactoria el ideal republicano, laico, etc., que ha inspirado a sus creadores, con el reconocimiento de particularismos culturales inherentes a la sociedad francesa y compatibles con la necesidad de acoger un público que él mismo se define de manera creciente por criterios culturales, por no decir étnicos. Éste es un ejercicio de equilibrio que obviamente va a ser muy difícil para el Museo; probablemente éste sea el reto más difícil que va a enfrentar durante los próximos años.

Debate mesa I

Ángela Santamaría: Para comenzar este debate, quiero retomar tres temas que quedan muy frescos después de haber escuchado las intervenciones de esta mañana. Sobre ellos, me gustaría que cada uno de nuestros invitados ampliara o pudiera profundizar un poco más tomando como referencia su propia experiencia. El primero de los temas que me interesa mencionar es lo evidente que se hace el papel del museo contemporáneo como un espacio público y múltiple, la necesidad que existe desde donde estamos cada uno de nosotros, en nuestras oficinas, en nuestros museos, en nuestras casas de cultura, pensando el adentro, el cómo planteamos la información, cómo comunicamos nuestros contenidos y cómo esa información es recibida por los visitantes, pero con una clara necesidad de plantearnos la tarea en términos múltiples y no unidireccionales. Ese sería el primer punto que me gustaría que ampliara cada uno de los ponentes, cómo esa multiplicidad, esa necesidad de un discurso que tenga distintas lecturas es trabajado a partir de su experiencia.

En segunda instancia, me gustaría retomar el título de esta sesión, *Experiencias: lo educativo y lo lúdico*. A través de las distintas ponencias fue más evidente en unos casos que en otros, pero creo que también queda claro que como museos más que entidades destinadas a dar respuestas finales, somos unos dispositivos de preguntas. ¿Cómo hacemos esas preguntas a nuestro público, cómo trasladamos esa información y cómo esas inquietudes que se generan en nuestros visitantes a través de los montajes, a través de los discursos, a través de las distintas actividades, de las actividades culturales, de las conferencias, de todo lo que sucede alrededor de un museo, no solamente la exhibición, retroalimenta la tarea de nuestros espacios? ¿Cómo esas inquietudes que podemos suscitar por un lado nos son comunicadas, –por estudios de públicos, por encuestas, por algún mecanismo que nos permita saber qué están opinando– llegan hasta nosotros, y cómo esas inquietudes hacen que reevaluemos o tengamos en cuenta esos comentarios a futuro cuando estamos diseñando nuestras siguientes actividades?

El último punto es cómo se evidencia que los museos son, además de lugares para las múltiples narrativas, espacios para el cambio. La necesidad de movimiento y cambio es un tema recurrente. Cuando hablo de movimiento y cambio, no estoy pensando únicamente en distintos dispositivos museográficos sino en distintos discursos. No nos podemos quedar con un solo modelo, una sola visita, ni con un solo taller sino que todo el tiempo debemos buscar otras alternativas.

Antes de salir estaba hablando con Anne Christine y me comentaba cómo es más importante pensar en la calidad de la información que se le está dando al público que nos visita, que en la cantidad de los visitantes. Y es fundamental pensar en que esa primera visita, por curiosidad, porque no sabes lo que vas a encontrar, porque es espectacular lo que están proponiendo, abra la posibilidad a que el visitante retorne. No sólo es una visita de primera ocasión, ¿cuáles son las actividades o cuáles son las estrategias que han podido implementar y que sirven para que esa primera “seducción” del público produzca que vuelva a haber curiosidad y necesidad de retornar a estos espacios que, como decía, no tienen un único discurso sino una multiplicidad de lecturas? Pensando

en esas tres líneas, me gustaría que cada uno de nuestros ponentes de una manera corta y abreviada, quizás con un ejemplo específico dentro de su trayectoria, nos cuenten cómo han trabajado esos riesgos –porque creo que además todos hemos estado hablando de riesgos, de distintas formas de atraer a nuestros públicos– cómo han sido recibidos, si han tenido algún tipo de contestación. Cuando jugamos con esto de los riesgos estamos en prueba, en acierto y en error. Dentro de este espacio donde muchos de nosotros hemos tenido oportunidad de trabajar con público, de presentar exposiciones, de tener distintos proyectos, esos aciertos pueden convertirse en una posibilidad que sea replicada dentro del espacio en el que cada uno de nosotros está trabajando.

Les pido, a partir de estos tres ejes, ser muy precisos y jugando, sobretodo, con sus propias experiencias, que nos cuenten cómo son esos riesgos, cómo son esas múltiples posibilidades de lectura, cómo se incorpora esa opinión del público ante el riesgo asumido desde el discurso y desde la museografía y cómo pensar en que a futuro esa primera seducción se revierta en nuevas visitas, porque el museo depende de su público, tiene sus colecciones, tiene sus espacios, pero debemos trabajar todo el tiempo pensando en a quiénes estamos llegando. Le cedo la palabra a Daniel.

Daniel Castro: Hay algunos aspectos con lo que Ángela plantea que creo que ya de alguna forma estuvieron referidos en la presentación que he realizado. Con respecto al primer punto, digamos que lo hacemos ya de una manera, digamos, particular. Lo decía ahora en la pausa, excluí deliberadamente las experiencias propias de nuestros dos museos porque justamente quería ser consecuente con lo que estaba compartiendo con ustedes, no quería ser autorreferencial y por eso busqué otros tres ejemplos que podrían ilustrar esa posibilidad de romper y de ampliar el registro del museo. Pero sí creo que hay un detalle que en este caso puede marcar la diferencia. Anne Christine hablaba de los dirigentes o de las cabezas o de los cerebros del Museo del Quai Branly les definía un perfil. Yo estoy absolutamente convencido, y en este caso sí hablo en nombre propio, que el cambio y la transformación comienza a hacerse más evidente, mucho más contundente, cuando a la Dirección del museo no llega un “especialista”, un “científico”, un “gestor cultural” sino, muy posiblemente, una persona con una formación múltiple. Y el efecto puede ser aún mayor si de pronto la proveniencia pueda ser justamente desde el trabajo con la educación y la comunicación en un museo. Aquí estamos viendo de verdad un filón y una posibilidad enorme, porque se entiende de esa manera que la educación no hace parte del último eslabón de una cadena de decisiones sino que está inserta en el corazón mismo de un museo, en su proyección, en sus lineamientos y realmente en su esencia. Entonces, aquí personalmente veo una posibilidad y es como les digo, parte de la experiencia que hemos logrado. Y no es particular, tenemos un ejemplo también muy cercano de nuestros colegas en Brasil: una muy querida amiga, directora del Museo de la República –Magaly Cabral, que ha hecho un trabajo pionero en términos de la reflexión educativa en América Latina– es hoy directora de ese museo, y escuchábamos la semana anterior cómo la percepción de los diferentes públicos comienza a cambiar vertiginosamente cuando una persona con sensibilidad de educación y de comunicación está al frente de la institución. Entonces, eso lo veo como una referencia importante.

Con respecto a lo educativo y a lo lúdico, digo que lo lúdico es una palabra un poco antipática y peligrosa también. Tiene ciertos riesgos porque no podemos volvernos

payasos y mimos frente al público que solamente busque una experiencia de deleite superficial. Ya lo dije, tenemos que tener un cuidado muy grande del “uso” que le damos al visitante porque muchas veces lo exprimimos para generar nuestros procesos de trabajo a partir de su información y luego lo desechamos y lo olvidamos. Creo que al público tenemos que seguirlo, no sería correcto decirlo, capturando, sino seguirle ofreciendo esas posibilidades en las cuales –y aquí también vale la pena la invitación a la referencia particular– los invitemos, para el caso de los dos museos históricos que dirijo, a que puedan compartir su propia historia en un espacio que es histórico, es decir, a activar su perfil individual y con eso entrar en diálogo, también, y en comunicación. Y de esa misma manera saber que dentro del cambio y la transformación, como lo hice evidente en la presentación, hay un enorme potencial en aprovechar aún más la reflexión transdisciplinaria, una reflexión que es un producto, creería yo, latinoamericano, es una manera de poder transgredir los discursos mismos del museo con otras disciplinas y en la medida en que seamos valientes –y por eso presenté algunos ejemplos en los cuales un museo de arte pueda ser minado con unas reflexiones históricas pero viceversa, un museo histórico sea minado con reflexiones artísticas, para citar solo dos ejemplos– eso nos va a dar unas grandes posibilidades de saber que a lo que estamos haciendo referencia no es a lo disciplinar sino a algo mucho más esencial y tan sencillo como la vida misma que fue capturada en el espacio de los museos y allí quedó congelada.

Por eso, el lugar común de devolverle la vida a estos espacios a partir de esas dinámicas de intercambio, de reconocimiento y de experiencias dialógicas. Y para terminar, creo que el componente clave, lo he presentado en otras oportunidades y en otros escenarios, aquí vuelve a ser un punto interesante y una sugerencia, es aquel verbo que tenemos que activar independientemente del museo en el cual estemos inscritos, ojalá un museo con un caligrama totalmente deshecho, ojalá un museo eclosionado que le permita al público, justamente, diferentes abordajes, el verbo que debemos activar es *reconocer*. Porque, para el caso del español, el término reconocer es leído en dos direcciones, es una palabra palíndromo, es una capicúa, cuando ustedes lo escriban el término se lee en las dos direcciones. Si eso funciona de esa manera creo que tenemos un gran terreno ganado, si eso no funciona seguiremos apostándole a pensar que el visitante es una persona iletrada, un alumno –como nos lo compartía en nuestra mesa local del Comité de acción educativa y cultural de museos de Bogotá hace algunos meses un experto pedagogo– no debemos considerarlo como un alumno, como un alumno, recordando que la raíz etimológica del alumno era un no iluminado, un sin luz, un *alumini*. Tenemos que romper ese esquema y saber que esa persona que llega al museo consigo nos trae también su propia iluminación, y de esa forma al establecer el diálogo enriquecernos de una manera compartida, de una manera que va a enriquecer no sólo a los individuos que son la razón de ser de los museos sino ya en sus efectos al espacio que lo contiene y a los objetos que hacen parte de él.

Rodrigo Witker: Quisiera retomar cuatro elementos a lo que ya se ha comentado aquí y que de alguna manera ayudarían a regenerar y fomentar este diálogo. Número uno, yo diría que, en cuanto a la comunicación, quizás cometemos el error, generalmente, de entender la comunicación únicamente en una dirección. Quizás el gran acierto que debemos tratar de incorporar a nuestras políticas de trabajo tiene que ver precisamente con entender la comunicación, pero no como lo hacemos y que predomina actualmente que es concebir la comunicación desde el museo hacia el público sino que tiene que

ser, como se ha dicho aquí, del público hacia el museo. Pero el elemento que más me interesa resaltar es la comunicación que se da al interior del propio museo. Si nosotros no entendemos la comunicación, la relación y los elementos que generan precisamente esta vinculación entre los mismos miembros que son responsables de esta tarea simplemente estaríamos cayendo en una especie de confusión. A veces ocurre (digamos de alguna manera un poquito fácil) suponer y definir estos conceptos pero a veces llevarlo a la práctica es un poco más complejo. Existen por ahí estos términos de comunicación organizacional, hay algunos elementos que podrían funcionar, pero el museo debería darse a la tarea de definir muy bien cómo entender este concepto de comunicación hacia el interior para estar en condiciones de poder reflejarlo y de sacarle provecho hacia el exterior.

Número dos: yo diría, ahondando más en este término de la comunicación, no solamente es hacia el interior sino que también, como lo comentaba el colega, la interdisciplina es otro elemento para poder entender esta comunicación. No sólo tenemos que saber comunicarnos al interior a partir de establecer nexos con curadores externos, con curadores internos, o sea formar, fortalecer esta relación para lograr mejorar resultados. Un segundo elemento tiene que ver, y lo traigo a colación básicamente como resultado de lo que ocurre en muchos de nuestros museos en México, con una falta de claridad con respecto a la misión del museo. Tenemos un serio problema en el sentido de que asumimos por herencia, por tradición, por lo que ustedes quieran, las tradicionales definiciones de ICOM y lo que queramos entender, pero no necesariamente nos hemos avocado a definir y a entender y a trabajar en el sentido que la misión que el museo tiene sea lo más claro, lo más transparente, y que sea una filosofía de trabajo que permea a todo el equipo de trabajo. Creo que cuando no tenemos claridad en esta misión, en este punto de llegada, simplemente la confusión en la comunicación va a ser terrible.

Un tercer elemento es lo que siempre planteo cuando me toca impartir clases, a propósito de estos cambios y de cómo integrar al público: en la construcción de algún discurso no sólo tenemos que darnos cuenta de que la construcción es una construcción colectiva en el sentido de que no debe imperar el criterio ni del museo ni del curador, sino darnos cuenta y entender cuáles son todos los escenarios donde se desarrolla y cuáles son los escenarios que están presentes dentro de la toma de decisión y el diseño de las exposiciones que vamos a hacer o de la manera de comunicarnos con nuestro público. Entender que el museo no tiene un nivel por encima de lo que el público quiera recibir o que quiera ver, o por lo que el curador quiera o desee expresar. Esto es una construcción colectiva, es difícil, es realmente difícil encontrar el equilibrio, pero en lo que insisto mucho es en tratar de establecer una identificación de los escenarios, cuáles son los escenarios que están presentes para la toma de decisión en la construcción del discurso y en la vida y en la operación cotidiana de estos espacios.

Y un cuarto elemento tiene que ver con lo lúdico. Cuando hablamos de lo lúdico, también comparto esta idea de que de repente no deberíamos ser como payasos, no va por ahí la definición, pero lo lúdico está teniendo, al menos en México, un auge impresionante. Es increíble la cantidad de espacios que se están creando y la cantidad de público que está atrayendo esta “nueva” manera de presentar. Es cierto, el juego es una gran manera de poder utilizar los museos como una estrategia de enseñanza, enseñanza-aprendizaje, pero también nos hace falta, y en ese sentido también deberíamos incluirlo,

estrategias para analizar por qué el éxito de estos juegos, por qué el éxito de lo lúdico y por qué estos nuevos museos que se están creando, estos museos interactivos de ciencia y tecnología, toda esta gama de museos (que algunos expresan que precisamente estos no son museos) están teniendo éxito en cuanto a la afluencia de público, que es un fenómeno que hay que terminar de investigar, de indagar, porque creo que cuando nosotros identificamos los escenarios a lo mejor estamos dejando fuera un elemento clave que es precisamente la maravilla de lo lúdico como un elemento de integración para lograr esta interacción con los públicos.

Anne Christine Taylor: No me siento muy comfortable con estas preguntas sobre el público. En primer lugar, porque realmente trabajo en el Quai Branly desde hace tres años, pero no soy museógrafo profesional ni curadora y no tengo mucha experiencia. Y por otra parte, como comentamos antes, el Museo del Quai Branly ha tenido un éxito inesperado los dos primeros años de su existencia pero no sabemos realmente por qué. Como siempre, el público es muy explícito cuando se trata de criticar. En cambio es mucho menos explícito y preciso cuando se trata de decir por qué un lugar le atrae y por qué, eventualmente, vuelve, sigue yendo, etc. Creo que uno de los factores importantes es la creación de un sentimiento para el público en general de que una institución como el Quai Branly es un lugar de oportunidades variadas, a veces interesante, a veces no. Un lugar que ofrece, que tiene un abanico de ofertas, para decirlo así, amplio, con las cuales varios tipos de públicos pueden tratar de establecer una relación, ¿cuál tipo de relación? Todavía es demasiado temprano, realmente, para verla de manera precisa. Creo que por el momento el elemento importante en la relación del Quai Branly con el público es éste, que es un lugar que permite inventar una multiplicidad de formas de interacción con elementos del patrimonio, con documentación, etc. sin que haya un discurso demasiado didáctico, y al mismo tiempo una oferta muy rica de documentación posible de objetos.

Ángela Santamaría: Creo que también querías ahondar un poco en el tema de cultura y etnicidad, estábamos discutiéndolo ligeramente. Si pudieras hacer un comentario corto...

Anne Christine Taylor: Es difícil de hacer corto porque es uno de los temas más complejos...

Ángela Santamaría: Quizás con un ejemplo o una experiencia que hayan tenido, afortunada o desafortunada, porque creo que es uno de los ejes importantes. Y es esa posibilidad de lo múltiple, de la inclusión, de la diferencia y cómo el Quai Branly ha buscado facilitar esos procesos de lectura...

Anne Christine Taylor: Una cosa que me viene a la mente es que una posible explicación es el hecho de que tenemos entre el público que viene a Branly un porcentaje más alto que en los demás museos de gente joven y un porcentaje también mucho más alto de gente que no va habitualmente a los museos. Ahora, es posible que una razón de la atracción de Branly para ese tipo de público es que Branly es, de cierto modo, el contrapí exacto de lo que hace el sistema educativo en Francia, que niega cualquier diferencia. El sistema educativo francés tiene, a pesar de lo que dice explícitamente, una actitud sumamente excluyente de particularismos, de recursos culturales no estándares,

digamos. Y entonces, a pesar de un discurso de que sí hay que respetar la diversidad cultural, en realidad, las instituciones y especialmente el sistema educativo francés hace exactamente lo contrario y de manera muy dura, lo que explica, en parte, el clima muy violento que se está instalando poco a poco en las escuelas francesas. En cambio en Branly, aparentemente hay un modo de gestionar este asunto de la diversidad cultural muy distinta que todavía, tal vez, este público no entiende, está sospechoso pero está curioso. Hasta qué punto eso se va a desarrollar en una relación realmente fecunda o va a parar no sabemos realmente, por el momento.

Ángela Santamaría: ¿Cómo lograr que todos los públicos, conocedores y no conocedores, tradicionales y nuevos, se sientan cómodos en un museo?

Daniel Castro: Yo pienso que la comodidad se logra si les damos libertad. Si no hay libertad porque el museo está atado a prácticas, a discursos, a maneras de creer que debe entregar una información de una u otra forma, ahí no va a haber comodidad. Y el problema, muchas veces, es que creemos que dándoles absolutamente todas las herramientas les estamos dando esa posibilidad de comodidad. E insisto en la opción de ciertos grados, ojalá muy altos, de “permisividad”, de libertad y de que ese visitante, ojalá todos los tipos de peces y cardúmenes posibles, ojalá todos los tipos de chapulines y saltamontes de cualquier lugar, lleguen al museo con su necesidad y que el museo pueda responderles también con una posible y flexible opción y margen de libertad.

Rodrigo Witker: Es complejo el término de comodidad, ¿no? En el sentido de saber por dónde leerlo, por dónde entenderlo. Yo diría, siendo desde el punto de vista muy pragmático, que a lo mejor la comodidad tiene que ver con una satisfacción física de uso de las instalaciones, pero, por otro lado, es una satisfacción intelectual del uso de las instalaciones. Entonces creo que tiene que ver con estos dos elementos. Pero creo que el elemento más interesante, para poder resolverlo, es precisamente esto que a veces desde la teoría comentamos pero no siempre logramos aterrizar, que tiene que ver con el cómo conocemos a nuestro público. A veces suponemos cómo es pero no sabemos establecer las estrategias para conocerlo a fondo. Porque comodidad significa saber niveles de lectura a los que el museo debe recurrir para que sean entendidos sus discursos o deben ser niveles de iluminación para que eso sea efectivo. Entonces hay cosas objetivas y hay cosas subjetivas que deberían intentar medirse, controlarse, para poder ofrecer un discurso, porque a veces tienen toda la razón cuando nos preguntan. A veces ocurre que el mejor discurso, la mejor construcción discursiva no sabemos por qué no fue aceptada y a lo mejor tiene que ver con este grado de insatisfacción o de incomodidad pero referida a una cuestión física o de ánimo. Entonces de repente la pregunta es interesante, me parece muy interesante, pero habría a lo mejor que clarificar en qué sentido se está haciendo. Da para muchas respuestas.

Hay una pregunta dirigida a Daniel, de hecho, sobre lo educativo y lo lúdico: ¿De qué manera educación y lúdico proyectan en el museo espacios de comunicación y goce? Yo estoy de acuerdo con Daniel sobre este asunto. Me parece que partimos de mal pie, para decirlo así, si suponemos que hay dos campos distintos, el educativo y el lúdico, y que el lúdico es una forma aminorada de educación y el contrario. La cosa debe ser interesante, punto, basta. Y no hay que pensar que hay que hacer cosas lúdicas, que hay que vulgarizar un contenido supuestamente educativo haciéndolo lúdico sino encontrar

cualquier buena forma de pedagogía que sea lúdica y, si no lo es no es verdaderamente pedagógico, me parece. Y claro, ahí tomando en cuenta la variedad de los públicos y en particular, que hay niños que van a museos. Hay que inventar formas de comunicación que interesen a los niños pero no hay que imaginar que hay que inventar formas de juego que sean una versión infantil de un saber que se va a transmitir de otros modos a los padres. Me parece, no sé si Daniel quiere agregar algo sobre esto.

Anne Christine Taylor: En el contexto de la República francesa, ¿de qué manera se aborda el concepto de historia compartida cuando desde la periferia se observa como historia de la expropiación? Esa es la pregunta central y complicadísima, obviamente. Hay que negociar versiones de la historia que pueden ser compartidas y eso no es nada fácil. Yo creo que hay varios modos de hacerlo, un experimento que vamos a hacer dentro de poco en el Quai Branly es una exposición con dos comisarios sobre una categoría de objetos de África del Oeste; uno de los comisarios es un historiador de arte francés y el otro es un antropólogo africano, camerunés. Y entonces ahí jugamos sistemáticamente sobre la yuxtaposición de informaciones, de aproximaciones sobre los mismos objetos. Es una manera de hacer evidente para el público la distinción de miradas. Otra manera es, precisamente, tratar de salir de la idea que hay por un lado una historia de la expropiación, que lo hay es cierto, y por otro lado una historia nacional, etc. sino que es la misma historia, con aspectos variados pero que al fin y al cabo es una historia compartida. Y esa puede ser la base de un frágil ejercicio de diplomacia con los objetos pero no es nada fácil y obviamente, sabemos todos que los museos son campos permanentes de negociación, todo el tiempo, todos los campos.

“Antididactismo...” Ya, cuando utilicé este término de antididáctico era un poco una exageración. No sé si muchos de ustedes han conocido museos como el Museo del Louvre como lo era hace quince años o veinte años, o museos como el Museo de Etnografía de Berlín de antaño, en donde había un tipo de contextualización muy aburrida en la medida en que al fin y al cabo no decía nada interesante sobre los objetos pero al mismo tiempo era tan autoritario que se presentaba como si fuera la palabra definitiva sobre esos objetos. Entonces, esto es algo que el museo desde el inicio decidió de manera muy clara tratar de evitar a toda costa, y entonces decidió –y también la influencia del arquitecto en esto fue fuerte y algunos hasta dicen que fue demasiado fuerte, demasiado intrusiva, digamos, la presencia del arquitecto, Jean Nouvel– que la información debía estar ahí pero no debía ser un filtro preliminar de aproximación al objeto sino un instrumento de mediación a posteriori. Y además, a varios niveles desde el más sencillo y corto hasta el más abierto, e inclusive, toda la existencia misma de este departamento de investigación va también hacia esto desde el desarrollo de investigaciones científicas para documentar, seguir documentando, de manera siempre más completa, compleja, etc. todas las piezas de las colecciones.

Daniel Castro: Bueno aquí hay un grupo grande de preguntas, voy a intentar ser lo más breve posible. ¿Cómo cree usted que se pueden vincular elementos propios de tecnología, ciencia e innovación para generar cambios significativos en los procesos educativos y de apropiación de la información en los espacios que usted lidera? Voy a expandirla no solamente a los espacios que yo lidero sino en un sentido más general. Primero, no debemos pensar que esos elementos propios de tecnología son el fin sino un medio más, y de esa manera entender que el museo sí puede articular unas

diversas formas de generar esos diálogos y esos contactos donde, de todas maneras, la mediación con otro ser humano, creo yo, no debe descuidarse. Siempre he insistido, y lo he repetido muchas veces, a mi juicio, el primer botón interactivo por excelencia no es un computador o un recurso tecnológico sino una pregunta bien formulada, ese es realmente el punto que nos suscita el diálogo. Entonces, ahí es donde podemos aprovechar esa posibilidad naturalmente sumada a esos otros recursos.

Hay otra que pregunta sobre investigaciones en Colombia sobre lo que decían los públicos de los museos. Es interesante saber que, y tengo que en este caso sí referirme a un punto muy particular de este museo que nos acoge, el Museo Nacional de Colombia, y es que las investigaciones de los públicos tienen, digamos, un efecto y un espacio en un lugar como éste no sólo a partir de lo que se ha denominado el Observatorio de públicos, que no solamente debía ver a esos visitantes ahí sí como animales de laboratorio y ver solamente cómo reaccionan, sino aprovechar esa información que nos entregan para trabajar y construir todas nuestras propuestas museográficas. Lo tengo que decir con profunda honestidad, siento que lo que ha hecho, tal vez las dos curadurías, la de arte e historia y la de arqueología y etnografía, tal vez ha ido más allá que las mismas propuestas de la misma División Educativa y Cultural. ¿Y por qué razón? Porque han echado a andar las propuestas que ya en otras latitudes son, de alguna forma, pan de todos los días, que son estos procesos de front-end-evaluation, donde el público realmente participa desde el primer momento del diseño, e incluso concepción, de una exposición. Cuando eso sucede, ahí la construcción discursiva no va a fallar porque es el momento en que hemos tenido en cuenta a los públicos. Entonces hay una tarea práctica, pero por otro lado también de dinámicas en las cuales los públicos se hacen importantes.

Otra de nación-subversión: preguntan si vemos que en espacios nacionales como éste estemos, de alguna forma, controvirtiendo el ideal nacionalista de los museos cuando hablamos de rupturas. Creo yo, si pensamos en el visitante –y esa es otra idea interesante que no mencioné pero que gracias al diálogo con nuestros colegas en Brasil estamos profundizando– si apelamos al visitante no como un individuo, ni como una masa, sino como un ciudadano, ahí tenemos enormes posibilidades de desarrollar interesantes procesos, como un ciudadano de sociedades democráticas de siglo XXI que llega al museo con sentido crítico, con interrogantes y no de manera pasiva a recibir información. Entonces, la subversión tendría que ser apelar a ese visitante como un ciudadano activo.

Otras pregunta: ¿Qué tipo de relaciones debe potenciarse en los públicos en el contexto de un museo que ya no es un museo y cómo hacerlo? Vuelvo a mi punto, el ejercicio del no museo es metafórico pero también es de entenderlo de una manera, y entonces creo que la relación que se debe potenciar es ésta que mencionaba con anterioridad. Cuando entendemos que el visitante no es visitante, no es usuario, no es solamente consumidor sino un ciudadano activo, ahí la relación definitivamente nos presentan también unas grandes cantidades de posibilidades. Y por último, “Vaciar totalmente un museo para repensarlo, ¿no significa abandonar la memoria, la experiencia, las sorpresas y las sonrisas logradas?”. Justamente creo que vaciándolo es como vamos a lograr eso, porque una sorpresa, ¿cómo se da? Es cuando estamos en un espacio que volvemos a ver, casi que con unos primeros ojos; cuando la memoria no es una memoria construida

y obligada y emanada de un único discurso, ahí hay sorpresas, ahí hay posibilidades de relecturas y ahí hay posibilidades de reencuentro. Entonces, justamente, el negar ese museo tradicional es darnos las posibilidades nuevamente de, como lo decía antes, que lo que se haga presente sea no activaciones, herramientas, estrategias y operativización sino la vida misma. Eso, creo yo, que es lo que podríamos lograr.

Rodrigo Witker: La pregunta dice: ¿Cuál es el elemento fundamental para aprender, disfrutar y regresar a los recorridos expositivos de los museos virtuales? Yo de partida tengo que comentar que no soy muy afecto a los museos virtuales, creo que nada va a suplir la experiencia de enfrentarse al objeto original y a la construcción original de la experiencia que desde la curaduría se está planteando para el espectador, para el usuario. Pienso que los museos virtuales son una excelente herramienta siempre y cuando se les ubique en la justa dimensión que tienen, desde mi perspectiva, que es básicamente la de difusión, la promoción, el acercar a los públicos a que conozcan el objeto original, creo que incluso a prepararlo para que previamente lleguen con una conducta, con una posición respecto a lo que se van a encontrar en la apuesta tridimensional. Creo que ese es el mayor valor que puede tener el museo virtual, que incluso combino con la siguiente pregunta que dice: ¿Cómo se relaciona lo lúdico y lo digital pensando en que la tecnología no únicamente nos permite informar y recolectar opiniones sino que permite la interacción? Yo diría que no tiene que entenderse directa y necesariamente que lo lúdico es sinónimo de lo digital o que lo digital es sinónimo de lo lúdico. Lo lúdico, como se acaba de comentar aquí, es un plus, es una manera, es una opción extra que se tiene para poder hacer más completa la experiencia de visita a un museo. Si entendemos lo digital como esta posibilidad, en su justa dimensión, de que no únicamente es concentrar información sino que puede ayudar a generar esta experiencia completa, tendríamos que leerlo por ahí. En México, por ejemplo, lo que se está haciendo, desde hace algún tiempo, es integrar un recurso al que han llamado equipamiento. El equipamiento es un sustituto de una colección que lo que hace es precisamente generar una acción, una respuesta a un tema específico sobre el cual un objeto no podría nunca suplir lo que a nivel de comunicación estoy esperando. Básicamente tiene que ver por ahí, yo insisto mucho, y lo trataba de dejar claro en mi exposición, yo no trato de suplir con páginas web ni con museos virtuales, creo que tienen un papel muy importante pero en la construcción de estas herramientas hay una diferencia muy marcada.

Daniel Castro: Me quedó solamente un pequeño elemento con respecto a la pregunta de la ruptura y la posibilidad de ser subversivos en museos de carácter nacional y estoy totalmente de acuerdo con ella en que tenemos que negociar las versiones compartidas pero también las versiones no compartidas de la historia. Ahí de pronto podremos lograr algo y eso es también lo que estamos echando a andar en un museo que pretendemos que sea el Museo de la Independencia, en el contexto del Bicentenario, donde además de una historia de doscientos años atrás, muy seguramente vamos a tener que insertar en un discurso museográfico una historia mucho más reciente que fue precisamente la de la toma del Palacio de Justicia y la de ese espacio como un escenario alternativo de esa página bastante compleja y bastante trágica de nuestra historia reciente. En el resto, es el riesgo y en eso estamos.

Mesa 2

Museos como agentes de cambio social y desarrollo

Bajo el lema del Año Iberoamericano de los Museos, Museos como agentes de cambio social y desarrollo, se pretende llamar la atención sobre el papel fundamental de estas entidades como instancias de mediación, transformación e inclusión.

INTRODUCCIÓN**Edmon Castell** ESPAÑA*Asesor para Museos y Patrimonio, Vicerrectoría de la sede de Bogotá,
Universidad Nacional de Colombia*

Para hacer una pequeña introducción a los distintos ponentes que nos acompañarán esta tarde, voy a hacer una muy breve presentación y les pediría hacer un ejercicio, un pequeño viaje en el tiempo, les pediría que nos desplazáramos solamente diez años atrás y recordáramos algunas de las sentencias que los antropólogos citaban en relación a los museos. Algunos antropólogos famosos reconocidos, por ejemplo, no dudaban en calificar a los museos hace diez años como “símbolos de elitismo e inmovilidad formal”, en palabras de James Clifford. Creo que aunque obviamente James Clifford exageraba no dejaba de tener un algo, una pequeña razón. En cualquier caso, diez años después sus palabras posiblemente no tienen tanto sentido, no tienen el mismo sentido que cuando fueron dictadas por él.

¿Son así los museos en la actualidad?, es la pregunta que nos deberíamos hacer. ¿Son símbolos de elitismo e inmovilismo formal? Muy posiblemente no, no es la concepción que tenemos las personas, los operadores que trabajamos en museos, pero tampoco es la percepción que tiene la mayoría de visitantes, públicos, audiencias, las personas que se relacionan con los museos. Si bien la esencia del museo como clasificador de objetos y depositario de una autoridad fue redefiniéndose y se ha ido redefiniendo durante los últimos años, a mi parecer lo que se está percibiendo (y en ese sentido las palabras de ese antropólogo eran visionarias) es que los museos del futuro se constituirán más bien como zonas de contacto que tratarán de articular flujos, procesos y experiencias de gente que estaría conectada. En ese sentido, las palabras de Clifford se anticipaban a algo que estamos viendo, pues estamos insertos en estos momentos en cualquier país del mundo que se relacione con lo que denominamos la sociedad de la información, fruto no solamente de la implementación de las tecnologías de la información sino de una serie de procesos de globalización dominantes.

En el contexto de esos procesos de globalización, en contra de lo que podíamos imaginar hace diez años frente a una serie de reticencias, miedos, frente a esos flujos globales que considerábamos que nos iban a dominar, lo que estamos percibiendo, de lo que estamos cada vez siendo más conscientes desde el campo de los museos, es que las singularidades y las identidades locales han adquirido cada vez más importancia,

hay lo que se podría denominar un renacimiento del sentido del lugar, que –y ahora recurrimos también a la cita, en este caso no de un antropólogo, sino de un sociólogo también con cierto reconocimiento, me refiero a Manuel Castells– Castells refiere a la situación en la que se insertan los museos del presente. Esa cita dice: “Cuando el mundo se hace demasiado grande para ser controlado los actores sociales pretenden reducirlo de nuevo a su tamaño y su alcance, cuando las redes disuelven el tiempo y el espacio, la gente se ancla en sus lugares y recuerda su memoria histórica”. De alguna, en mi opinión éste es el contexto en el que domina, o en el que se encuentran los museos como los decía de cualquier parte del mundo, no solamente los de Colombia, sino también los de Europa, los de Estados Unidos, los de África, Asia, Oceanía, de todos los continentes del mundo. Allí hay un sentido de una nueva cultura museal que trata de afrontar esta situación, que trata de dar respuestas en estos momentos a la sociedad del presente. En ese sentido, los museos se han convertido en lo que de alguna forma se anotaba por parte de esos antropólogos críticos con los museos, con la concepción clásica de los museos, como considerándolos como zonas de contacto y sus operadores como traductores, traductores y mediadores de alguna forma no solamente de los conflictos de lo que tiene que ver con el patrimonio cultural, sino también como mediadores culturales, mediadores entre patrimonio cultural que conecta el pasado, el presente y el futuro.

En este orden de ideas, pienso que las tres ponencias que se van a presentar a continuación son tres respuestas, tres formas distintas de abordar este contexto en el que se ubican los museos, este contexto que venimos denominando la sociedad informacional. Son tres respuestas distintas con tres enfoques distintos.

Nos acompañan en esta mesa Marcio Ferreira Rangel, museólogo del Instituto del Patrimonio Histórico de Brasil; Teresa Morales Lersh, investigadora del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México, y Sheila Watson, que es y ha sido directora del programa de maestría en aprendizaje y estudios de visitantes de museos de la Universidad de Leicester, Inglaterra.

POLÍTICA NACIONAL DE MUSEUS: MUSEUS COMO AGENTES**DE MUDANÇA SOCIAL E DESENVOLVIMENTO****Marcio Ferreira Rangel** BRASIL*Museólogo do Departamento de Museus e Centros Culturais/IPHAN/MInC.
Doutor em História da Ciência***Uma breve historia dos museus no Brasil**

Ao buscarmos as raízes da primeira experiência museológica no Brasil, nos reportamos ao século XVII, período da ocupação holandesa em Pernambuco¹. A expedição comandada por Maurício de Nassau²(1604-1679) era composta de 350 soldados, cientistas, artistas, arquitetos e engenheiros, entre os quais o latinista e poeta Franciscus Plante, o médico e naturalista Willem Piso, o astrônomo e naturalista Georg Marcgrave, o médico Willem van Milaenen, e os pintores Frans Post e Albert Eckhout. Nassau manda construir o Palácio de Vrijburg, também conhecido como o Palácio das Torres, local de instalação de uma das primeiras experiências museológicas no Brasil. Neste Palácio foi instalado um museu com amostras de fauna e flora da região, além de diversas pinturas de Post e Eckhout. Ao seu redor foram construídos viveiros de peixes, um jardim botânico e um zoológico. Mais adiante, já na segunda metade do século XVIII, no Rio de Janeiro, surgiria a Casa de Xavier dos Pássaros, um Gabinete de História Natural, responsável pela coleta e preparação dos pássaros, quadrúpedes, insetos e peixes que eram enviados para os museus portugueses. De acordo com Maria Margaret Lopes (1997: 38), durante seus quase trinta anos de funcionamento, este local adequou-se perfeitamente a função de entreposto colonial para envio de produtos à Metrópole, integrando como parte essencial o conjunto de museus do Império luso-brasileiro.

Ainda que estas duas experiências museológicas não tenham se perpetuado, ambas ca-

1. Pernambuco é um estado brasileiro localizado na região nordeste do país.

2. João Maurício de Nassau-Siegen nasceu em 17 de junho de 1604, no Castelo de Dillemburg, cidade do condado de Nassau, na Alemanha. A convite da Companhia das Índias Ocidentais, chegou ao Recife em 23 de janeiro de 1637, para assumir o governo político e militar da ocupação holandesa no Brasil.

racterizam-se como evidências de práticas preservacionistas levadas a efeito durante o período colonial.

Mas é no século XIX que iremos encontrar a institucionalização dos museus no Brasil. Dentro de um contexto de colonização, na relação metrópole-colônia, que já vigorava por trezentos anos, subitamente, o Brasil rompe o pacto do exclusivo colonial em 1808. A crise e o fim do regime colonial no Brasil do século XIX deve-se a um evento surpreendente e único: a chegada da corte portuguesa. Este acontecimento solidifica o país e o prepara como novo ator geopolítico de força regional. É neste contexto que é criado o Museu Real do Rio de Janeiro³, primeiro museu brasileiro.

Ao longo do século XIX, além do Museu Nacional, podemos destacar outras duas grandes instituições museológicas que contribuíram para a institucionalização das ciências naturais no Brasil: Museu Paraense Emílio Goeldi e Museu Paulista⁴. Como instituições científicas estes museus se inscreveram no panorama internacional, mediante intercâmbios científicos, não só com os museus europeus e norte-americanos, mas também com os latinos-americanos.

Já no século XX, mais especificamente, em 1922, durante as comemorações do Centenário da Independência foi criado, no Rio de Janeiro, o Museu Histórico Nacional. Esse gesto emblemático de criação de um museu de história, na então capital do país, vinha atender a uma nova conjuntura política e social. Segundo Mario Chagas (2003: 100), “a demanda por museus históricos de caráter nacional partia de vários setores da intelectualidade e tanto mais se aproximava o esperado Centenário da Independência mais ela se fortalecia com a retórica da urgência de se constituir um local que celebrasse a memória da nação”. Vinculado ao Museu podemos destacar duas iniciativas: a criação do Curso de Museus em 1932 e a criação da Inspeção de Monumentos Nacionais em 1934. O primeiro foi responsável pela institucionalização da museologia no Brasil e o segundo, um dos principais antecedentes do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), criado em 1937. Deve-se ainda ressaltar, que a Inspeção realizou um trabalho pioneiro de inventário, identificação, conservação e restauração de bens tangíveis na cidade de Ouro Preto, elevada, por decreto, em 1933, à categoria de Monumento Nacional. A intenção explícita desse reconhecimento é destacar que o primeiro organismo federal institucionalizado de proteção do patrimônio monumental brasileiro foi criado, coordenado e colocado em movimento a partir de um museu.

Esta breve análise do campo museológico brasileiro, nos permite compreender que, mesmo antes do surgimento das universidades e dos institutos públicos de preservação

3. Criado por decreto em 6 de junho de 1818. Durante sua trajetória recebeu as seguintes designações: Museu Real, Museu Imperial e hoje Museu Nacional. Além deste, outros museus de menor impacto foram criados durante o século XIX: Museu do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (1838); Museu do Exército (1864); Museu da Marinha (1868); Museu Paranaense 1876.

4. Museu Paraense Emílio Goeldi foi oficialmente criado em 1871 e o Museu Paulista foi criado em 1894.

5. Atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), vinculado ao Ministério da Cultura do Brasil.

do patrimônio cultural, os museus já exerciam as funções de pesquisa, preservação, comunicação, formação e capacitação profissional.

Podemos afirmar, que no Brasil, o século dos museus é o século XX. Novos e diversificados museus privados, públicos e mistos foram criados a partir dos anos 30, na esteira da modernização e do fortalecimento do Estado, que passou, então, a interferir diretamente na vida social, nas relações de trabalho e nos campos de educação, de saúde e de cultura⁶. A notável proliferação de museus iniciada nesta década prolongou-se e ampliou-se nos anos 40 e 50, atravessou a Segunda Guerra Mundial e a denominada Era Vargas⁷, atingindo, com vigor, os chamados anos dourados. É importante registrar que essa proliferação não se traduziu apenas em termos de quantidade, ela trouxe uma nova forma de compreensão dos museus e um maior esforço para a profissionalização do campo⁸.

Ao acompanharmos a trajetória dos museus no Brasil, podemos verificar que as ações de comunicação, pesquisa e preservação do patrimônio cultural estão presentes desde de sua origem. Podemos ainda perceber as transformações sociais e políticas, ocorridas no campo dos museus. De acordo com Chagas (2003),

Os museus conquistaram notável centralidade no panorama político e cultural do mundo contemporâneo. Deixaram de ser compreendidos por setores da política e da intelectualidade brasileira apenas como casas onde se guardam relíquias de um certo passado ou, na melhor das hipóteses, como lugares de interesse secundário do ponto de vista sociocultural.

Segundo Francis Taylor (1938)⁹, cada geração se vê forçada a interpretar este termo impreciso, museu, de acordo com as exigências sociais de cada época. Ele não se apresentou no tempo e espaço sempre da mesma maneira. Atualmente o museu não se limita mais a subtrair objetos insubstituíveis à caótica fuga do tempo, o que explica o interesse relativamente recente pelos objetos de uso, como os instrumentos agrícolas, utensílios de cozinha e pelos testemunhos da história das técnicas. Segundo Andreas Huyssen (1997: 234), em nosso mundo o argumento de qualidade desabou a partir do momento em que a documentação do cotidiano e da cultura regional, de brinquedos, de roupas e assim por diante se tornou mais do que nunca um projeto museológico legítimo. Para Chagas (2003), os museus passaram a ser percebidos como práticas sociais complexas, que se desenvolvem no presente, envolvidos com criação, comunicação, produção de conhecimentos e preservação de bens e manifestações culturais. Por tudo isso, o interesse político nesse território simbólico está em franca expansão.

6. Iniciamos o século XX com aproximadamente 10 museus. No fim deste mesmo século o Brasil possuía mais de 2200 museus. Atualmente, século XXI chegamos a 2605 museus. Informações obtidas no Cadastro Nacional de Museus (CNM).

7. A Era Vargas é o nome que se dá ao período em que Getúlio Vargas governou o Brasil por 15 anos, ininterruptos, de 1930 a 1945.

8. *Relatório da Política Nacional de Museus – 2003/2006*. Departamento de Museus e Centros Culturais, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura do Brasil.

9. Artigo publicado em Londres, no *The Museum Journal*.

Política Nacional de Museus-PNM

O lançamento da Política Nacional de Museus¹⁰, em 16 de maio de 2003 ocorreu em meio às comemorações do Dia Internacional de Museu, no Museu Histórico Nacional, no Rio de Janeiro. Sua criação e implementação tiveram por objetivo, “promover a valorização, a preservação e a fruição do patrimônio cultural brasileiro, considerado como um dos dispositivos estratégicos de inclusão social e cidadania, por meio do desenvolvimento e aprimoramento das instituições museológicas existentes e pelo fomento à criação de novos processos de produção e institucionalização de memórias constitutivas da diversidade étnica e cultural do país”¹¹. Os princípios adotados na orientação da PNM foram os seguintes:

1. Estabelecimento e consolidação de políticas públicas para os campos do patrimônio cultural, da memória social e dos museus, visando à democratização das instituições e do acesso aos bens culturais.
2. Valorização do patrimônio cultural sob a guarda dos museus, compreendendo-os como unidades de valor estratégico nos diferentes processos identitários, sejam eles de caráter nacional, regional ou local.
3. Desenvolvimento de práticas e políticas educacionais orientadas para o respeito à diferença e à diversidade cultural do povo brasileiro.
4. Reconhecimento e garantia dos direitos das comunidades organizadas de participar, com técnicos e gestores culturais, dos processos de registro e proteção legal e dos procedimentos técnicos e políticos de definição do patrimônio a ser musealizado.
5. Estímulo e apoio à participação de museus comunitários, ecomuseus, museus locais, museus escolares e outros na Política Nacional de Museus e nas ações de preservação e gerenciamento do patrimônio cultural.
6. Incentivo a programas e ações que viabilizem a conservação, a preservação e a sustentabilidade do patrimônio cultural submetido a processo de musealização.
7. Respeito ao patrimônio cultural das comunidades indígenas e afro-descendentes, de acordo com suas especificidades e diversidades¹².

10. Atualmente a Política Nacional de Museu e gerida pelo Departamento de Museu e Centros Culturais.

11. *Relatório da Política Nacional de Museus – 2003/2006*. Departamento de Museus e Centros Culturais, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura do Brasil.

12. *Relatório da Política Nacional de Museus – 2003/2006*. Departamento de Museus e Centros Culturais, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura do Brasil.

Após o estabelecimento do objetivo e dos princípios norteadores da Política Nacional de Museus, foram identificados sete Eixos Programáticos que fossem capazes de aglutinar, orientar e estimular a realização de projetos e ações museológicas:

1. Gestão e Configuração do Campo Museológico, com a implementação do Sistema Brasileiro de Museus, o incentivo a criação de sistemas estaduais e municipais de museus, a criação do Cadastro Nacional de Museus, o aperfeiçoamento de legislação concernente ao setor¹³, a integração de diferentes instâncias governamentais envolvidas com gestão de patrimônios culturais musealizados, a criação de pólos museológicos regionalizados, a participação de comunidades indígenas e afro-descendentes no gerenciamento e na promoção de seus patrimônios culturais e o estabelecimento de planos de carreira, seguidos de concursos públicos específicos para atender às diferentes necessidades das profissões museológicas.
2. Democratização e Acesso aos Bens Culturais, que comportava principalmente as ações de criação de redes de informação entre os museus brasileiros e seus profissionais, o estímulo e apoio ao desenvolvimento de processos e metodologias de gestão participativa nos museus, a criação de programas destinados a uma maior inserção do patrimônio cultural musealizado na vida sócia contemporânea, além do apoio à realização de eventos multi-institucionais, à circulação de exposições museológicas, à publicação da produção intelectual específica dos museus e da museologia e às ações de democratização do acesso aos museus.
3. Formação e Capacitação de Recursos Humanos, que tratava fundamentalmente: das ações de criação e implementação de um programa de formação e capacitação em museus e em museologia; da ampliação da oferta de cursos de graduação e pós-graduação¹⁴, além de cursos técnicos e oficinas de extensão; da inclusão de conteúdos e disciplinas referentes ao uso educacional dos museus e dos patrimônios culturais nos currículos dos ensinos fundamental e médio; da criação de pólos de capacitação e de equipes volantes capazes de atuar em âmbito nacional; e do desenvolvimento de programas de estágio em museus brasileiros e estrangeiros.

13. Está em tramitação no Senado Brasileiro o Estatuto de Museus, primeira lei federal que regulamenta o campo dos museus no Brasil.

14. Inicialmente existiam apenas duas graduações em museologia: Escola de Museologia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (antigo curso do Museu Histórico Nacional-1932) e a Escola de Museologia da Universidade Federal da Bahia (1970). Como resultado da PNM, de 2003 até os dias atuais mais seis cursos foram criados: Universidade Federal de Pelotas (UFPEL); Fundação Educacional Barriga Verde (FEBAVE); Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB); Universidade Federal de Sergipe (UFS); Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Encontram-se em fase de implantação cursos em seis outras instituições: Universidade de Brasília (UnB); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade Federal do Pará (UFPA); Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

4. Informatização de Museus, destacando-se a criação de políticas de apoio aos processos de desenvolvimento de sistemas informatizados de documentação e gestão de acervos, ao estímulo de projetos para disponibilização de informações sobre museus em mídias eletrônicas e ao apoio aos projetos institucionais de transferência de tecnologias para outras instituições de memória.

5. Modernização de Infra-Estruturas Museológicas, abrangendo a realização de obras de manutenção. Adaptação, climatização e segurança de imóveis que abrigam acervos musealizados, bem como projetos de modernização das instalações de reservas técnicas e de laboratórios de restauração e conservação. Também estavam previstos o estímulo à modernização e à produção de exposições, o incentivo a projetos de pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias de conservação, documentação e comunicação.

6. Financiamento e Fomento para Museus, enfatizando a constituição de políticas de fomento e difusão da produção cultural e científica dos museus nacionais, estaduais e municipais; o estabelecimento de parcerias entre as diversas esferas do poder público e a iniciativa privada, de modo a promover a valorização e a sustentabilidade do patrimônio cultural musealizado; a criação de um Fundo de Amparo para o patrimônio cultural e os museus brasileiros; o desenvolvimento de programas de qualificação de museus junto as agências governamentais de fomento e o aperfeiçoamento da legislação de incentivo fiscal, visando à democratização e à distribuição mais harmônica dos recursos aplicados ao patrimônio cultural musealizado.

7. Aquisição e Gerenciamento de Acervos Culturais, voltados para a criação de um programa de políticas integradas de permuta, aquisição, documentação, pesquisa, preservação, conservação, restauração e difusão de acervos de comunidades indígenas, afro-descendentes e das diversas etnias constitutivas da sociedade brasileira, além do estabelecimento de critérios de apoio e financiamento às ações de conservação e restauração de bens culturais e do apoio às instâncias nacionais e internacionais de fiscalização e controle de tráfico ilícito de bens culturais, assim como às ações e dispositivos legais de reconhecimento, salvaguarda e proteção dos bens culturais vinculados à história e à memória social de interesse local, regional ou nacional ¹⁵.

Neste momento, estamos completando cinco anos de Política Nacional de Museus e já é possível verificar todos os avanços do campo museológico brasileiro neste período. Os museus foram inseridos na agenda política do governo e foram definitivamente compreendidos como instrumentos sociais, como espaços de crítica e reflexão de nossa realidade. Deve-se ainda destacar, que todos estes avanços e transformações, possibilitaram o desenvolvimento e a consolidação de experiências museológicas voltadas exclusivamente para processos de memória marginalizados, não contemplados pelos modelos de museus tradicionalmente estabelecidos.

15. *Relatório da Política Nacional de Museus – 2003/2006*. Departamento de Museus e Centros Culturais, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura do Brasil.

Museus como agentes de mudança social e desenvolvimento

Os museus têm muito a contribuir com os movimentos sociais, as comunidades populares. Mas, para isso, é importante que eles sejam democratizados. O museu é uma ferramenta de trabalho¹⁶.

Mario de Souza Chagas

Na contemporaneidade podemos observar um novo fenômeno de ressignificação e apropriação cultural do museu. Não estamos mais discutindo a democratização do acesso aos bens culturais presentes nas coleções museológicas ou direito de acessar o capital cultural acumulado nestas instituições, mas sim a democratização do próprio museu, que passa a partir de agora a ser compreendido como uma ferramenta ou instrumento de trabalho que pode e deve ser utilizado por diferentes segmentos sociais.

Ao adotarmos esta perspectiva, estamos afirmando que todo indivíduo e que toda comunidade tem direito a memória, ou seja, a preservação, a transmissão e a continuidade do significado de todas as coisas consideradas relevantes para estes grupos. A memória identifica o grupo, conferindo sentido ao seu passado e definindo as suas aspirações para o futuro.

A volta das tradições locais, o desejo de preservar como um meio de se emprestar uma aura histórica a objetos condenados ao descarte ou que se tornaram obsoletos, podem ser interpretados como uma reação à altíssima velocidade da modernização, como uma tentativa de se libertar do espaço vazio do cotidiano e reivindicar um sentido de tempo e memória. Segundo Henri Bergson (1990, 46), “consciência significa primeiramente memória. À memória pode faltar amplitude, ela pode abarcar apenas uma parte ínfima do passado, ela pode reter apenas o que acaba de acontecer, mas a memória existe, ou então não existiria consciência”. Uma consciência que não conservasse nada de seu passado, que se esquecesse sem cessar de si própria, pereceria e renasceria a cada instante. Toda consciência é, pois, memória, conservação e acumulação do passado no presente.

È nesta perspectiva de consciência de sua realidade, de assumir a construção de sua memória, que verificamos o surgimento de museus como Casa Museu de Chico Mendes, Museu da Maré, Ecomuseu de Santa Cruz, Museu do Pavão-Pavãozinho¹⁷ entre outros.

Sendo coerentes com os princípios adotados na PNM, o Departamento de Museu e Centros Culturais estabeleceu como uma de suas prioridades o desenvolvimento e a consolidação de processos museológicos desenvolvidos em comunidades marginalizadas. Ao iniciarmos o mapeamento destes processos, através da criação da “Rede

16. Capturado da internet em 24 de novembro de 2008. On-line. Disponível no <http://www.overmundo.com.br/overblog/museu-e-como-um-lapis>

17. Este museu encontra-se em fase de implantação. A comunidade procurou o Departamento e solicitou a realização das seguintes oficinas de capacitação: Museus, Memória e Cidadania, Plano Museológico e Educação em Museus. Após o término das oficinas retornamos a comunidade para discutir o projeto elaborado por eles.

Museus, Memória e Movimentos Sociais”, identificamos que existiam outras iniciativas em diversas localidades na cidade do Rio de Janeiro, bem como em outros estados do Brasil. Como forma de atender a esta “nova” realidade que se apresentava, passamos a incentivar as iniciativas comunitárias, disponibilizando oficinas e orientando membros das comunidades envolvidos nas ações de memória. Nosso objetivo era oferecer um conjunto de conhecimentos específicos sobre métodos e técnicas aplicáveis as atividades relacionadas ao funcionamento de um museu, criando condições para que os próprios moradores das comunidades levassem adiante suas propostas de construir um museu comunitário e conseqüentemente valorizar a sua identidade cultural e territorial.

Através de uma parceria com o Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania-Pronasci, desenvolvido pelo Ministério da Justiça, o Departamento de Museus e Centros Culturais, pretende desenvolver um projeto denominado “Pontos de Memória”, aqui compreendidos como museus comunitários. A implantação deste projeto esta dividida em três fases:

1. *Fase de Iniciação para Implantação do Projeto:* Levantamento de informações sobre as comunidades envolvidas no Projeto. Após esta etapa iremos realizar um trabalho de aproximação junto às comunidades para iniciarmos a ação de mobilização e sensibilização sobre a importância do papel do *Ponto de Memória* e do esforço que deve ser empregado para sua constituição e manutenção. Para esta fase, destacam-se os seguintes instrumentos de trabalho: o questionário para identificação de organizações públicas e comunitárias que trabalham com memória social; o material didático que deverá contemplar noções/orientações sobre a instalação do *Ponto de Memória* e a identificação de um grupo nuclear (integrantes da comunidade) que terá a responsabilidade de construir o *Ponto de Memória* e de mantê-lo em funcionamento.

2. *Fase de Apoio ao Desenvolvimento de Projetos:* Reúne um conjunto de atividades relacionadas à qualificação da comunidade, especialmente do grupo nuclear responsável pela construção e manutenção dos *Pontos de Memória* (agentes de memória e coordenadores de museus). Esta qualificação pretende capacitar o grupo nuclear no desenvolvimento de projetos relativos às áreas de infra-estrutura museológica, museográfica e de gestão do museu. Neste momento, as ações de capacitação e orientação assumem importância relevante para a elaboração de projetos.

3. *Fase de Encerramento do Projeto:* Monitoramento, controle, avaliação e acompanhamento técnico do nível de execução dos projetos. Além da publicação das experiências em planejamento e implantação, também serão publicados um relatórios de avaliação parcial e final do Projeto, bem como um manual relativo à metodologia de implantação dos Pontos de Memória.

Todo este processo de desenvolvimento, implantação e consolidação dos “Pontos de Memória” terá a duração de 3 anos, sendo iniciado em janeiro de 2009 e concluído em junho de 2011. Ao todo 12 capitais brasileiras serão beneficiadas: Rio de Janeiro, Recife, Porto Alegre, São Paulo, Belo Horizonte, Vitória, Salvador, Maceió, Fortaleza, Brasília, Belém e Curitiba. A implementação do Projeto será de responsabilidade do Departamento de Museu, cujas ações de execução e avaliação serão desenvolvidas em conjunto com a Organização dos Estados Ibero-americanos. Destaque-se que as avaliações de

progresso –monitoramento– bem como as possíveis revisões do projeto original contarão com a participação da Agência Brasileira de Cooperação do Ministério das Relações Exteriores do Brasil.

Este projeto que conta com a participação do Ministério da Cultura, Ministério da Justiça e Ministério das Relações Exteriores, nos permite perceber o grau de inserção da “idéia museu” no atual governo. Apesar das conquistas, temos a consciência de que ainda temos muito a caminhar, mas já podemos afirmar que nos dias atuais o papel do museu como agente de mudança social e desenvolvimento é inquestionável.

Acreditamos que o aspecto dominante da missão do museu é caracterizar e discutir os embates em prol da defesa das múltiplas identidades dos povos levando em consideração as transformações que ocorreram na sua formação histórica, étnica e cultural.

Bibliografia

Bergson, Henri (1990). *Matéria e memória –ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes.

Chagas, Mário de Souza (2003). *Imaginação Museal: museu, Memória e Poder em Gustavo Barroso, Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro*. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais (PPCIS) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

DEMU – Departamento de Museus e Centros Culturais, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Ministério da Cultura. *Relatório de Gestão. Política Nacional de Museus, 2003/2006*.

Huyssen, Andreas (1997). *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ.

Lopes, Maria Margareth (1997). *O Brasil descobre a pesquisa científica: os museus e as ciências naturais no século XIX*. São Paulo: Ed. Hucitec.

COMMUNITIES AND HISTORY IN TWENTY FIRST CENTURY MUSEUMS**IN THE UNITED KINGDOM: MUSEUMS AS A MEANS OF SOCIAL CHANGE**

Dr. Sheila Watson UK

*Department of Museum Studies, University of Leicester***Introduction**

What is the purpose of museums? For the late Stephen Weil, museums were influential organisations with the capacity to make contributions towards ‘the task of building a just, stable, abundant, harmonious and humane society’ (Weil, 1996: 95, cited Sandell, 2007: 173). While the use of museums to support social and political agendas is not new (Hooper-Greenhill, 1992; Bennett, 1995) the way in which museums can act as agents of social change has received a great deal of attention over the past ten years in the United Kingdom. Public sector museums are required to deliver evidence of policy effectiveness with regard to social, education and economic agendas. They are expected to foster inclusivity, address social problems, confront past and present wrongs, encourage positive role models and values, support self esteem and pride amongst the marginalised in society, and encourage community identity and cohesion and, more recently, foster British nationalism. This direction has been encouraged by a variety of factors, including the impact of New Labour upon the museum sector, resulting in more emphasis on social, educational and economic outputs. Of course not all initiatives have come from the government. Museum leaders such as David Fleming in Liverpool and Mark O’Neill in Glasgow have developed new ways of working in a socially inclusive manner. They are inspired not so much by an external agenda but by a passionate commitment to social inclusion and a just and equitable society. Their work, admired by many throughout the sector, is imitated and emulated. In addition there has been a great deal of research in universities, investigating the social role, impact and potential of museums in society (for example, Sandell, 2007; Hooper-Greenhill et al, 2004) and this has influenced a new generation of museum studies students. In addition museums and other agencies have been encouraged to work together in regeneration schemes to support deprived communities and improve economically underdeveloped areas. The twin agendas of social inclusion and economic development

have led museums to adopt a range of strategies to support communities¹ which include outreach sessions, educational schemes, and public history sessions that complement and support the work done by museums to attract tourists.

For Weil instrumentalism required many changes within museums, including an acknowledgement that the communities museums served should be involved in deciding the role the museum played in society. For him communities paid for museums and thus, for this reason alone, ‘the community is legitimately entitled to have some choice –not the only choice, but some choice– in determining how that instrument [the museum] is to be used’ (Weil, 2002: 49). Hooper-Greenhill’s vision of the post-museum echoes this concept when she argues that the post-museum, evolving out of the modernist museum, will become more responsive to communities, moving beyond the museum walls into ‘the spaces, the concerns, and the ambitions of communities’ (Hooper-Greenhill, 2007: 82). There is, thus, an inherent tension between this idealism and the role of the state. Instrumentalism, such as that witnessed recently in the United Kingdom, assumes that the state knows best while museums are also expected to engage with communities and to facilitate their aspirations.

While all types of exhibitions and programmes within the publicly funded museum are required to support government policies, history has a special place in delivering official messages about the sort of society in which the state wishes us to live. In a liberal democracy devoted to social justice, equal opportunities and inclusion, few would argue that such instrumental use of history is a bad thing. However, this approach has a tendency to position the community as beneficiaries and recipients of histories and programmes related to historical messages the state wishes the community to accept and absorb. Where does Weil’s idea of choice –some choice– fit into this model? This in turn leads us to many other questions. How can museums move beyond the museum walls to engage with the concerns and ambitions of the community and, in the spirit of democracy, work in equal partnership with the community while at the same time they are required to deliver certain types of messages? How do museums deal with issues of conflicted histories, contested histories, and forgotten histories? What sort of histories does the museum promote and how do these impact upon the public? Questions about the type of history a museum creates and curates are rarely considered by those who wish to interrogate the instrumental function of the museum, and so it is to this I now turn my attention.

History in museums

History in museums is one of the ways in which communities explain to themselves and others how they came to be and who they are today. History in this context can support community identity and self esteem. At their simplest museums legitimise certain versions of history and confer authority upon the stories they tell (Sandell, 2007: 84).

1. The concept of community is a complex one. Here it is taken to mean a sense of belonging amongst those who share a range of interpretive practices (Watson, 2007a).

Schools are places where newcomers into a community –national, regional or local– can literally see and also experience some of the group’s memories (Zerubavel, 2004: 3) and this function is also performed by museums. They are places of assimilation and the reconfiguring of the past to create new histories and accommodate incomers. The existing majority population may use the museum to present newcomers’ history, practices and customs to itself. This presentation becomes a way of acknowledging the existence of alternative memories and patterns of behaviour as part of the existing community’s repertoire of practices. However, this method of identifying separate community groups (such as those based on ethnicity or religion), within a larger community such as a nation, can have the opposite effect to that intended. Newcomers may appear to threaten deeply held beliefs and customs and encourage an essentialising of the nation’s character and history by those who feel anxious about the newcomers’ practices and beliefs. In a similar way, different readings of history by some communities wishing to include their version of events into a mainstream story may challenge deeply held views of others. Museum history can also alienate people and perpetuate a sense of grievance and injustice. Museums can therefore become places where debates take place about what it is to belong to certain communities, the values communities hold dear, and what is expected of those who belong. Such debates are often expressed by fraught and contested interpretations of events, historical individuals and their significance.

Thus museums of history are powerful institutions. They present, however, a different sort of history from that obtained from reading a text. They engage with a public whose understanding of history is often far from that of the academic who writes or reads such texts. History in museums often appears to adopt an approach that was common in the nineteenth century. The visitor is disconnected from what is represented, allowing an intellectual attitude that facilitated the ordering of the material world into a supposed rational schemata (Mitchell, 1988 cited Beier-de Haan, 2006: 192; Macdonald, 2002: 3-4). Hooper-Greenhill (2008) has suggested that the idea of learning through looking, which we can call disembodied learning, was a dominant pedagogy of the modernist period. This approach was typical of the nineteenth century historian who celebrated reason and evidence and, from these tools, created a view of the past that was professional and supposedly impartial. Within the museum this view of the past held sway. Its role was, like that of the historian (Carr, 2008: 133), to deconstruct the collective memories of the past, which were often dismissed as myths and legends, and to incorporate dispassionate facts into a rigorously researched and impartial historical narrative.

Some historians in the twenty first century, despite postmodern critiques of historiography, continue to maintain, at least as far as the general public is concerned, that history deals with facts, that it searches for truth and that it aims to reconstruct and represent the past, understand it and interpret it (Evans, 2006: 3-4). However, museums are biased. The very act of collecting material culture, displaying it and representing certain narratives to the visiting public requires selection and this means choices have to be made. The question therefore arises –whose bias and whose choice does and should the museum present?

For many historians working within the museum field there is a general view that ‘those equipped with extensive knowledge of context and specialized skill in evaluating available evidence and linking it to other knowledge are best suited to interpret the past

for those who come with curiosity and enthusiasm but little else' (Kyvig, 2007: 4). In other words the curator knows best. Interestingly the only alternative offered to this is to provide objects without interpretation (ibid). However, a quick glance at the way in which museums operate throughout the Western World demonstrates that there are some places where museum histories are provided by the communities themselves. Many of these are temporary displays –exhibition spaces 'loaned' to the community or a section of the community for a short space of time. Examples include the community access gallery called *The Forum* in the Migration Museum Adelaide, Australia, where each community group representing a different strand of immigration into Australia, chooses not only what it wishes to show but also the story the community wishes to tell (Szekeres, 2002). Such examples are, however, the exception and are frequently associated with temporary exhibitions. Professionals tend to retain control over their history collections and the stories they tell.

Let us now turn to public history. What sort of history does the public understand and experience? For the majority of people their history 'is far more pervasive than the professionals' (Lowenthal, 2002: 211). It is part of their everyday lives, manifest through their practices and their beliefs, through the way they react to events and the assumptions they make about them. When people visit a museum only a few of them will bring to the experience a dispassionate and professional critique. Instead, as research into learning suggests, people bring with them a view of the world and they relate what they see, hear and experience to what they already know and remember (Hein, 1998).

History exhibitions depend on memory and require visitors to understand not only conventions such as the text panel, but many also expect them to possess knowledge of certain interpretations of historical events and characters. However, individuals will bring with them not only their own personal understanding of history but the perspectives of the communities to which they belong. For Lowenthal this public knowing is 'historical knowledge' –that understanding that we all have of the past and it is not history (Lowenthal, 2002: 212). This 'historical knowledge' has many names. Some, such as Jordanova, argue that it is history but a non academic, often barely articulated sense of other times, a 'history' shaped by emotions, fashion, style, personal experience and popular memories' (Jordanova, 2000: 245).

However whether it is called 'historical knowledge' or 'historical sense' (Rüsen, 2008), heritage² or history or something, else, those who seek to understand this sense of the past acknowledge that cultural practices and various phenomena contribute to it (Rüsen, 2008), not just the formal study of history managed and directed by professional historians.

2. Heritage is a word often used to describe the practice of history in museums or other 'heritage' sites. For many the use of history within the present is what distinguishes it from history in an academic sphere and it is the former that is heritage. In other words heritage is when history is used for some present purpose. (Schofield, 2008: 18). This idea is one adopted by Smith who describes heritage as 'a cultural and social process, which engages with acts of remembering that work to create ways to understand and engage with the present' (Smith, 2006: 2).

Each individual possesses not only their own personal memories but memories of events or people, but those they share with others—public historical knowledge. This historical knowledge is formed in a variety of ways. It may be the result of government initiatives. National leaders may dictate what sort of history is taught and acknowledged publicly. They may encourage certain types of interpretations of past lives and events through public ceremonies, the creation of memorials, the funding of museums and the encouragement of certain historical traditions and the neglect of others. However, historical knowledge is also very personal. It is formed by families, by individuals with whom we come into contact, by friends, interests and hobbies. Each one of us takes what we want from the information that comes our way and weaves it into our own individual understanding of the past. This understanding changes as we grow and experience new things and as we reshape our memories to help us deal with events and life changes we experience.

Other types of public historical knowledge are formed by communities, whether these are communities of geographical location, ethnicity, class, interests, sexual orientation, lifestyle preferences, or religious affiliation. Indeed it is public historical knowledge that, in part, binds these communities together and supports their identities. Some communities may develop historical knowledge that is deliberately oppositional to that espoused by official versions as made explicit in formal commemorations or museum narratives.

It has long been evident that historical knowledge is rooted in a range of emotions that have little to do with dispassionate historical ‘evidence’. Indeed memory and feeling are very closely linked. We tend to remember more vividly something that happens to us if we also experience a strong emotion at the same time. Communities develop and nurture memories linked to such feelings, particularly if these memories are linked to some sense of grievance or injustice, or to a perceived threat to community identity. As Zerubavel points out: ‘This fusion of personal history ‘with that of communities to which one belongs also helps explain the tradition of pain and suffering carried by American descendants of African slaves’... (2003: 3). If individuals feel strongly that their community group has been badly treated by other communities in the past, then any museum exhibition that attempts to present a dispassionate view with various perspectives of the circumstances of that treatment, is likely to be rejected. Similarly certain types of historical knowledge are dependent on positive emotional reactions. Wartime victories, for example, become embedded in national and local community memories as they are associated with strong feelings—for example relief, pride, euphoria, excitement as well as sadness at the loss of loved ones and the sacrifices that war entails. However, any exhibition that challenges the expected emotional response, for example by eliciting shame instead of pride, is likely to be rejected (1997: 48).

Historical knowledge as Lowenthal points out ‘is by its nature consensual’ (Lowenthal, 2002: 214). What is remembered by communities is a collective memory that tends to resist historical re-interpretation (Crane, 1997). Inevitably there is a great deal of forgetting in the process of community memory building and, once any community has adopted a view of the past, that community may prove very resistant to attempts to resurrect different, forgotten versions. Indeed, they may find it difficult to accept that there are other perspectives, but retain their preferred understanding of the matter

even in the face of historical evidence to the contrary. What one community accepts as history another may challenge as propaganda or myth. Perhaps the work of Bodnar (1994) on culture and the past, Connerton (2008) on remembering and forgetting, and Jordanova (2000) on guilt and history can help us understand these complex issues further.

Bodnar, working in America, draws a distinction between ‘official culture’ and ‘vernacular culture’ He argues that

Public memory is a body of beliefs and ideas about the past that help a public or society understand both its past, present, and by implication, its future. It is fashioned ideally in a public sphere in which various parts of the social structure exchange views. The major focus of this communicative and cognitive process is not the past, however, but serious matters in the present such as the nature of power and the question of loyalty to both official and vernacular cultures (Bodnar, 1994: 15; cited Rowe, Wertsch, and Kosyaeva, 2002: 99).

Thus we can understand public memory, as ‘a site of contestation between competing voices’ rather than ‘a body of information that is somehow encoded, stored and retrieved’ (Brockmeier, 2002 cited Rowe, Wertsch, and Kosyaeva, 2002: 99). Bodnar argues that there is an inherent conflict between official and unofficial vernacular culture in which the former represents the aspirations of the leaders in society whether they are national or cultural or political leaders in local communities. Here they share an interest in social unity, the continuity of existing institutions, and loyalty to the status quo. However, vernacular culture depends on many specialised interests and represents smaller communities keen to assert the validity of their views rather than those of the nation (Bodnar, 1994; cited Rowe, Wertsch, and Kosyaeva, 2002: 100). The vernacular can also support the national as some groups will wish to complement and reinforce official versions of the past by stressing their attachment or their contribution to it (ibid).

Connerton (2008) has examined the role of memory and forgetting in public life. He questions the assumption commonly held that remembrance is often seen to be a virtue whereas forgetting is a failing. He points out that while some types of forgetting may be repressive, others provide opportunities for the formation of a new identity (2008: 62). For example, in the 1950s the search for active Nazis in various previously occupied countries in Europe was abandoned in an attempt to build coherent civil societies and to establish legitimate post totalitarian states (Judt, 1992 cited Connerton, 2008: 62). However, forgetting may well result in those whose grievances and injustices are forgotten becoming alienated from the national life that is thus being created by such an absence of memory.

Within the field of anthropology there has been an increased understanding that ‘otherness’ is implicit in the academic subject and has resulted in self doubt and guilt about the ways in which certain peoples have been portrayed. In history this sense of otherness is recognised but has not permeated the discipline as much as it has perhaps, in anthropology (Jordanova, 2000). For Jordanova this anxiety about otherness within anthropology is derived, in part, by the ways in which certain communities have been

oppressed. Their marginalisation has been seen as in part a result of the othering that has, in some instances, denied them their humanity and has resulted in guilt. Guilt also exists within history but this is not something that is so readily acknowledged in the same way as it is in anthropology. Instead it manifests itself in public history in ways in which groups of people, communities, are represented in the past or chose to represent themselves. Museums in the UK sometimes see their role as one of presenting revisionist versions of past events, acknowledging past wrongs, thus supporting new ways of public understanding of the past.

Thus it appears that there will always be a danger of tension between official memory as made explicit in formal institutions such as museums and some community memories. At the same time official and vernacular culture are inherently oppositional particularly when they involve elements of guilt and forgetting. The example of the Bicentenary of the abolition of the Slave Trade illustrates these theories.

The bicentenary of the 1807 abolition of the Slave Trade in the UK in 2007

Recently the Labour government in Britain has become interested in the ways in which British values, rooted in the nation's history, can be promoted by cultural institutions such as museums. This is partly because of increased anxiety, since the terrorist attacks of July 7 2005 on the London underground, that multiculturalism has contributed, in some cases, to the alienation of small sections of the national community from the majority. However, as my example will illustrate, this aspiration needs to be placed within the context of the nature of history, public historical knowledge and the way it is used by different community groups to support their identities. The example I wish to use is the museum involvement in the commemoration of the bicentenary of the abolition of the Slave Trade in 1807 which was commemorated in the United Kingdom with a range of different exhibitions and events, funded partly by the government through various agencies and through the Heritage Lottery Fund. This bicentenary remembered an Act of Parliament in 1807 that abolished the British *slave trade*, though an Act to make *slavery* illegal in the British Empire was not passed until 1833.

In 2006 the Government launched a campaign to encourage the commemoration of this bicentenary. A bicentenary advisory group was brought together to coordinate efforts and public funding was made available through various agencies to enable these activities to take place in a variety of ways. The bicentenary was seen as an opportunity to bring different communities together. As Dr. Fiona Speers, the Regional Director of the Heritage Lottery Fund, one of the main sources of funding for projects relating to this topic commented

HLF has been working with many groups across the region to encourage projects which reflect on this anniversary and which demonstrate partnership working between the community and the heritage partners. 2007 projects are not those to be done 'to' or 'for' the community but 'with' the community' (Speers, 2007).

While the victims were to be remembered the commemoration was to be placed with-

in a historical narrative of British democracy, equal opportunities and anti-racism initiatives³. However, the story of British involvement in the slave trade is complex, contentious and difficult. While historians agree that the Transatlantic Slave Trade was inhumane, unjust and resulted in immediate and long term suffering to slaves and their descendants there is disagreement over the extent to which African and Arab slavers contributed to it and were responsible for it, and the long term economic benefits to Britain's economy. Nor was it entirely clear during the planning stages of the bicentenary how consultation with interested community groups was to be managed. Indeed, some groups indicated that they did not want the slavery issue to be commemorated at all (Foggett, 2008).

At a conference held in York on 18 and 19 September 2008 academics, museum staff and members of community groups involved in government sponsored projects to commemorate the abolition of the Slave Trade met to discuss the preliminary findings of research into public reactions to museum activities as part of a government funded evaluation of the bicentenary⁴.

Project evaluation is ongoing. However, preliminary findings and the responses of representatives of community groups invited to the conference suggest that there were deep divisions between the way different groups regarded the exhibitions and the whole idea of commemoration. For a few delegates the whole idea of commemorating abolition was abhorrent because it emphasised the redemptive act of abolition and not the act of enslavement and the responsibility of the participating nations. For some representatives of Afro-Caribbean groups, such as Toyin Agbetu, founder of Ligali⁵, the commemorative process ignored the views of the descendants of slaves and led to anger and a sense of disenfranchisement. In his contribution to the conference he argued that, for many people of black African origin, 2007 represented the year Britain rewrote and 'institutionalised through its museums, libraries, galleries, media and education system, a new narrow romantic abolition mythology about the nation's historic involvement in the Maafa'⁶ (Agbetu, 2008). He viewed the focus on the abolition of the slave trade and slavery itself, in museums and in other public media, as an attempt to rehabilitate Britain on a world stage that ignored the views of some black British citizens who had not wanted this bicentenary commemorated in any way. For them, he argued, 1807 meant nothing –it was one event in a long history of suffering and oppression. Roshi Naidoo⁷ argued that there was in museums, besides an attempt to

3. http://www.culture.gov.uk/reference_library/media_releases/2464.aspx (accessed 25 September 2008).

4. See <http://www.history.ac.uk/1807commemorated/> for information about this research. (Accessed 28 November 2008).

5. Ligali is a Pan African Human Rights Organisation that challenges the representation of African people and culture in the British media. The website states that 'Our remit is to actively campaign for cultural, economic, political and social justice on behalf of the African community'. (<http://www.ligali.org/> accessed 25 November 2008).

6. Maafa is the term given to the enslavement of Africans and its impact upon them to the present day. The Maafa <http://www.africawithin.com/maafa/slavery.htm> accessed 28 November 2008.

7. A consultant who works on issues of race and ethnicity.

redress previous misrepresentations of slavery, resistance to challenging British values by which British history is seen through a lens of unproblematic progressive tolerance and freedom.

There is some evidence that other groups not present at the conference saw some museum efforts in equally critical but different ways. For example, the new National Museums Liverpool of the International Slavery Museum, part funded by Heritage Lottery Fund to commemorate 1807, offended its Friends organisation. In a letter to the director, David Fleming, the Chairman said:

Members of the committee feared that political correctness might result in a brushing aside of the African contribution to the trade, while Liverpool's role in the abolition campaign might be downplayed. The committee had decided they would provide no support towards the International Slavery Museum (Steel, 2008: 5).

The national story in Britain is a complex one that embraces a range of diverse and sometimes oppositional perspectives. While we have to be careful not to accept the voices of vocal minorities as necessarily representative of the majority view we need to respect them. Discussions at the conference suggested that, for some representatives of the Afro-Caribbean community in Britain, the history of the African slave trade was deeply felt and experienced. Historical knowledge was not dispassionate and based on historical research. Their experiences of racism and the disadvantages they had to overcome in their lives were partly attributed by them to the historical effects of slavery. Their memories, both personal and communal, were very different from those of the white communities who visited the exhibitions. In contrast some white communities, for example, the Friends of National Museums Liverpool, interpreted the stories in the new galleries according to their preconceived understandings of the slave trade as just one of the many past injustices in a nation's history. Within this narrative the emphasis on abolition provided evidence of a forward thinking, tolerant and freedom loving nation. As Rowe, Wertsch and Kosyaeva (2002: 104) and Crane (1995) have pointed official meanings are not always accepted when they contradict existing knowledge. Thus some British Afro-Caribbeans rejected official museum meanings despite efforts by the museum to provide a perspective that presented the sufferings and injustice of slavery. Some Friends of the Museum positioned themselves as authorities who bore witness to the traditional national story and confirmed it, choosing to prioritise one memory over another in order to support community versions of historical events (Connerton, 2008). They preferred the traditional reading of the role of the city in the abolition of the slave trade and rejected new interpretations, promoted by the authorities that involved foregrounding the city's involvement in the slave trade itself.

Thus, use of the historical exhibitions to promote certain narratives, whether they are derived from the government or museum, will never be wholly effective (and indeed maybe counter productive), without recognition that history and the public's understanding of it is very different from that of the professional historian. Here different historical events within a national narrative can be seen to represent values such as freedom and tolerance on the one hand and oppression and injustice on the other. Both interpretations are fundamental to the way different communities understand the past and conceptualise their identities within the nation.

Local history and the community

Research into communities and their involvement in museum displays in seaside holiday resort of Great Yarmouth, in Norfolk, also suggests that local communities provide themselves with preferred readings of history and these are integrated into their sense of identity⁸ (Watson, 2007a). This case study provides evidence of how museums, if they avoid an instrumentalist approach and adopt an open, empowering attitude to their communities, can develop museums that support self esteem and community cohesion. Between 1995 and 2003 a Heritage Partnership in the town (consisting of local and national heritage organisations), worked with local communities to redisplay all the museums in an area of severe economic and social deprivation and, in the process, enabled the local people to tell the stories they wanted to tell in their museums.

At the beginning of the project few local people visited the partners' sites. Indeed two museums run by English Heritage, Row 111 House and the Old Merchant's House, were boarded up because of vandalism. Local people had broken many of the windows. Children had, on occasion, stoned the custodians and English Heritage was thinking about closing the sites to the public altogether (Watson, 2000a: 35).

These museums, along with those of all the partners, were located in an area of severe economic and social deprivation. Local people suffered from low levels of employment, much of it seasonal and dependent on the holiday trade, relatively high levels of drug and alcohol abuse, many had poor educational attainment, and a corresponding sense of poor self esteem. There was a general feeling in the area that it was shameful to live there. Indeed one person in a consultation exercise confessed he always lied about where he lived when he was outside the area as he knew that the place had a poor reputation with outsiders (Watson, 2000a: 36). The partners received government funding within the SRB (Single Regeneration Budget Challenge Fund) scheme to provide improved heritage attractions to help support tourism and, at the same time, to encourage local self esteem and pride.

The partners agreed a strategy that, from the beginning they would consult and involve local people in all decision making about the redisplay of their museums. During the process of consultation people indicated that the existing Maritime Museum did not provide them with any sense of enthusiasm for their maritime past and they wanted a new museum on a different site, a fish factory called the Tower Curing Works, which would tell the story of their town over two thousand years. Indeed local people indicated that they cared very much about their town's history and felt that it had been lost and neglected. They could not understand museum displays which focussed more

8. This case study has been described in more detail in the following publications: Watson, S. (2007). 'History museums, community identities and a sense of place: rewriting histories' in S. Knell, S. MacLeod and S. Watson (eds.) *Museum Revolutions: How museums change and are changed*, London, Routledge, 160-172 and Watson, S. (2004). 'Museums and social inclusion: Managing consultation with specific target groups: a British case study' in M. Dreyer and R. Wiese (eds.) *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg Erkennen, Ansprechen und Binden*, Freilichtmuseums am Kiekeberg, Rosengarten-Ehestorf, 85-98.

on collections than human stories. As they believed that people throughout the area from outside the town looked down on them they thought museums could have a role in demonstrating to outsiders as well as to the local people themselves that they had a proud and interesting history (Watson, 1999, 2000a).

Between 1996 and 2002 regular focus groups with three different constituencies were held, local people living within the deprived areas, the wealthier local people living in more affluent areas of the town and seaside holiday makers, in an attempt to work out what sort of new local history museum in the Tower Curing Works would serve them all and what sort of stories it would tell. Representatives from hard to reach groups such as those who were unemployed or who had never visited a museum were recruited by an outside agency and these individuals were paid to attend the sessions (Fisher, 1996; Watson, 1997, 1998, 2000a, 2000b, 2001). In addition other types of consultation⁹ exercises were held. The new museum was eventually opened in 2004 with the name of *Time and Tide*, having been developed over seven years, during which time local communities were encouraged to work with museum professionals to determine all the themes and display techniques it used.

When they came into contact with local people museum staff soon abandoned their preconceptions that they were not interested in the past and their own history. When the professionals asked open questions focus group attendees became very engaged in the whole concept of what history meant to them and how it should be made explicit in the museum space. The questions museum staff asked people included: What was the point of this new museum? What would it mean to you? Would you visit it and why or if not did you want it? What were the key stories it should tell? Should it be themed, run in a timeline, focus on topics such as Yarmouth and Norfolk, the environment? How important is archaeology? What sort of experiences would you like to have? How shall we develop these in the displays? These questions were supported by stimulus boards that had visual images of some of the key ideas being debated along with words and phrases.

Some things became very clear early on. For everyone, particularly those in the deprived area, this museum was about who they were in the world. It was to tell a story of a place and a people over time to show others that Yarmouth had a long history and its people were proud to be part of that. Everyone thought that it was important for the museum to show visitors this, but they also wanted this story for their children and grandchildren. Some people indicated that they did not want to come to a museum themselves but they thought it was important to have one because it indicated that the town was a place with pride in itself and the museum would tell tourists that it was more than just a seaside holiday place (Watson, 1999).

The consultation findings were fed back to designers, who then developed designs and museum staff took these back to more focus groups. Feedback from the groups was

9. These included participation in a Town Hall open day when over 2,000 people looked at the Partners' ideas for the museum and commented on them, and visits to local groups and societies over a period of time, along with consultation with a range of interested parties.

incorporated into the displays, indeed dictated the stories and the methods of interpretation. The methodology adopted allowed museum staff to build on each consultation exercise. Once a set of groups had given their views on the museum, the next set would be shown, not the original stimulus boards, but new ones which illustrated the main areas and topics the previous groups had wanted to see exhibited. Each group was also encouraged to add in new ideas. Thus museum staff began to build up a picture of what was considered, by a range of groups from all classes and many occupations and interests, to be key historical topics for their new museum. Several important issues were identified very early on. The Fishing Industry (which had declined and disappeared in the 1960s) and the Rows (old alleys that had been bombed and then mostly lost in post war developments) were key topics that needed a great deal of museum space and an experiential method of display (Watson, 2007b). The groups agreed very early on in the consultation process that their history should not be a sanitised version of what had happened. They were interested in 'gritty realism'. The fishing industry was not to be glamoured. It was a filthy, hard and dangerous trade and many who worked in it suffered poverty and destitution. However, fishing was a key to the way in which local people saw the development and history of their town and this industry above all was to be promoted as 'Yarmouth's soul'; although subsequent research suggests that the economic and social importance of the fishing industry to the town over time was greatly exaggerated by people, for whom it became symbolic of all they had lost (Watson, 2007b).

Perhaps, more surprisingly, the prehistoric background to the town and its rise on a sandbank some time before 1000 AD, along with Yarmouth's medieval past, were important topics for many of the community groups. Museum staff assumed that for most people the most interesting element of Yarmouth's past was that within living memory. Merriman (2000) has shown that many people access history via a personal past. However, origins were important to a people who felt they were despised by others. History and archaeology were valued because they gave them a sense of pride in their past. Yarmouth people lived not just in a place that was poor and looked down on by outsiders, but somewhere with a long and interesting history. They wanted large numbers of objects to show how important Yarmouth had been in the Medieval past when it had been one of the wealthiest towns in the country. Within the new museum the Early Years Gallery was given more space than originally planned to accommodate this aspiration. All those consulted were keen to ensure that the displays are underpinned with scholarly research and contained detailed text panels outlining key aspects of history for which no material culture remained. Evaluation showed that this was one of the most popular areas of the museum, after the reconstruction of the Row and the Fishing section (Watson, 2005). It also suggests that the museum has provided local people with a view of the past that reflects back to them their own perspectives of their community histories and re-enforces their sense of place and gives them pride in town in which they live.

Conclusion

The impact of history in museums on individuals and communities should never be underestimated. There is still a great deal of research to be done on the ways in which certain messages in exhibitions are accepted by visitors or rejected by them. However, the example of efforts to commemorate the Act to Abolish the Slave Trade illustrates that attempts to present versions of events, without an understanding of the way in which people experience, understand and practice history, is likely to result in rejection by some of the narrative and the perspective offered by the museum. This is, perhaps, inevitable. Museums, as Crooke reminds us, can help create an environment in which people put painful memories to different uses (Crooke, 2001). While consultation, similar to that carried out in Great Yarmouth, can help museums understand the histories that communities create for themselves and the uses to which they put them, these meanings and uses may not be those that museum professionals or the government wish to promote within the public sphere. There is therefore a tension between the aspirations of those who want to use museums to promote certain historical stories and those who would rather empower communities to tell the stories they want to tell. The idea of an overarching narrative that will allow individuals to link their life stories to the grand story and thus feel a common bond with others is one that is the aim of many of those who wish to develop and sustain loyalty to the nation state's 'imagined community' (Rowe, Wertsch and Kosyaeva, 2002: 97; Anderson, 1982). However, the example of the attempts to commemorate the abolition of the Slave Trade shows that the grand narrative is difficult to sustain in the face of conflicting ideas of national history and national values. Tensions between instrumental use of history and the democratisation of museums have yet to be resolved and present one of the greatest challenges facing history museums in the twenty first century.

Acknowledgements

I would like to express my thanks to the 1807 Commemorated Conference committee for inviting me to participate in the sessions in York in September 2008 from which several ideas for this paper derived. I am very grateful to the organisers of the 11 International Conference Museums of Mexico and the World who invited me to give this paper in Bogota, and whose warmth and hospitality made my stay such a pleasant one, and to all the participants for their comments and enthusiasm. I also owe a debt to Sarah Hayes whose dissertation on the International Slavery Museum gave me added insights into the historical narrative of the exhibition space and who kindly commented on my paper.

References

Agbetu, T. (2008). 'Restoring the Pan African Perspective: Reversing the institutionalisation of Maafa denial' abstract of paper at the 1807 Commemorated Conference, 18-19 September 2008, Kings Manor, York.

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities, reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Beier-de Haan, R. (2006). 'Re-staging histories and identities' in S. Macdonald (ed) *A Companion to Museum Studies*. Oxford: Blackwell, 186-197.
- Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: history, theory, politics*. London and New York: Routledge.
- Bodnar, J. (1994). *Remaking America: public memory, commemoration, and patriotism in the twentieth century*. Princeton, N.J. Chichester: Princeton University Press.
- Brockmeier, J. (2002). 'Remembering and forgetting: narrative as cultural memory'. *Culture and Psychology*, 8(1) 15-43.
- Carr, D. (2008). 'The reality of history' in J. Rüsen, (ed.) *Meaning and Representation in History*. Oxford and New York: Berghahn Books, 123-136.
- Connerton, P. (2008). 'Seven types of forgetting' in *Memory Studies*; 1: 59-71.
- Crane, S. (1997). 'Memory, distortion and history in the museum'. *History and Theory*, 36, 4: 44-63.
- Crooke, E. (2001). 'Confronting a troubled history: which past in Northern Ireland's museums?' *International Journal of Heritage Studies*, 7: 2, 119-136.
- Evans, R. (2006) 'What is history?' in H. Swain (ed.) *Big Questions in History*. London: Vintage, 3-7.
- Fisher, S. *A Heritage Trail for Great Yarmouth*, October 1996, job no. 687, Great Yarmouth Museums.
- Foggett, M. (2008). 'Audience-led Consultation: partnership Working with London's African- Caribbean community' Unpublished paper delivered by the New Audience Advocate of the Science Museum, at the conference 'Out of the Comfort Zone: Exploring sensitive issues' organised by the Visitor Studies Group, 1 February 2008 at the British Museum.
- Hein, G. (1998). *Learning in the Museum*. London and New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1995). *Museums and the Shaping of Knowledge*. London and New York: Routledge.
- (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. London and New York: Routledge.
- (2007). 'Interpretive communities, strategies and repertoires' in S. Watson, (ed.) *Museums and their Communities*. London and New York: Routledge, 76-94.
- (2008). Teaching notes for Learning and Visitor Studies in Museums and Galleries, Distance Learning MA in the Department of Museum Studies, University of Leicester.
- Hooper-Greenhill, E.; Dodd, J.; Philips, M.; Jones, C.; Woodward, J. and O'Riain, H. (2004). *Inspiration, Identity, Learning: The Value of Museums*. Leicester: RCMG.

- Jordanova, L. (2000). 'History, "otherness" and display' in E. Hallam and B. Street (eds.) *Cultural Encounters: representing 'otherness'*. London and New York: Routledge, 245– 259.
- Judt, T. (1992). 'The past is another country: myth and memory in postwar Europe'. *Daedalus* 121: 83-118.
- Kyvig, D. E 'Foreword' in A.K. Levin (ed.) *Defining Memory: Local Museums and the Construction of History in America's Changing Communities*. Plymouth: Altamira Press, 1-5.
- Lowenthal, D. (2002). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Macdonald, S. (2002). *Behind the Scenes at the Science Museum*. Oxford and New York: Berg.
- Merriman, N. (2000). *Beyond the Glass Case: The Past, the Heritage and the Public*. London UCL: Institute of Archaeology.
- Mitchell, T. (1988). *Colonizing Egypt*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rowe, M.; Wertsch, J. V. and Kosyaeva, T. Y. (2002). 'Linking little narratives to big ones: narrative and public memory in history museums'. *Cultural Psychology*, 8: 96-112.
- Rüsen, J. (2008). 'Preface to the series' in J. Rüsen (ed.) *Meaning and Representation in History*. Oxford and New York: Berghahn Books, ix– ix.
- Sandell, R. (2007). *Museums, Prejudice and the Reframing of Difference*. London and New York: Routledge.
- Schofield, J. (2008). 'Heritage management, theory and practice,' in G. Fairclough, R. Harrison, John H. Jameson and J. Schofield (eds.) *The Heritage Reader*. London and New York: Routledge, 15-30.
- Smith, L-J. (2006). *Uses of Heritage*. London and New York: Routledge.
- Speers, F. (2007). *Connecting with the Bicentenary of the Abolition of the Transatlantic Slave Trade, A toolkit for developing projects*. London: HLF. <http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/68EA062B-96A7-4A08-B98C-A38FE6F39092/4679/Connectingwiththebicentenary1.pdf> accessed 28 November 2008.
- Steel P. (2008). 'Liverpool parts with its friends'. *Museums Journal*, 108/6, 5.
- Szekeres, V. 'Representing diversity and challenging racism: The Migration Museum' in R. Sandell (ed.) *Museums, Society, Inequality*. London: Routledge, 142-152.
- Watson, S. (1997). *Follow up Focus Group Work Report*. Great Yarmouth Museums Archives.
- (1998). *Focus Group Report*. Great Yarmouth Museums Archives.
- (1999). 'Using focus groups: The Great Yarmouth experience'. *Social History Curators' Group News*, 44: 6-9.
- (2000a). 'The Great Yarmouth Experience'. *Significant Others*. Society of Museum Archaeologists, special issues of *The Museum Archaeologist*, 25: 35-8.
- (2000b). *Tower Curing Works Display Themes Report*. Great Yarmouth Museums Archives.

- (2001). *Tower Curing Works Display Themes Report*. Great Yarmouth Museums Archives.
- (2004). 'Museums and social inclusion: Managing consultation with specific target groups: a British case study' in M. Dreyer and R. Wiese (eds.) *Zielgruppen von Museen: Mit Erfolg Erkennen, Ansprechen und Binden*. Freilichtmuseums am Kiekeberg: Rosengarten-Ehestorf, 85-98.
- (2005). *Museums and communities: Time and Tide, a case history*. Unpublished paper.
- (2007a). 'Museums and their communities' in S. Watson (ed) *Museums and their Communities*. London and New York: Routledge, 1-31.
- (2007b). 'History museums, community identities and a sense of place: rewriting histories' in S. Knell, S. MacLeod and S. Watson (eds.) *Museum Revolutions: How museums change and are changed*. London and New York: Routledge, 160-172.
- Weil, S. (1996). 'The distinctive numerator' in S. Weil (2002). *Making Museums Matter*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- (2002). *Making Museums Matter*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Zerubavel, E. (2004). *Time Maps: Collective Memory and the Shape of the Past*. London: University of Chicago Press.

EL MUSEO COMUNITARIO: UN ESPACIO**PARA EL EJERCICIO DEL PODER COMUNAL**

Cuauhtémoc Camarena Ocampo

Teresa Morales Lersch MÉXICO

Instituto Nacional de Antropología e Historia, Centro Oaxaca, México

Esta ponencia comprende dos elementos fundamentales; un resumen del concepto del museo comunitario por un lado, y por otro, una propuesta de cómo dicho concepto se desarrolla en la práctica, especialmente al inicio del proceso de creación del museo, cuando se sientan las bases para su desarrollo posterior. Señalaremos cómo el museo comunitario combina e integra procesos complejos de fortalecimiento del sujeto colectivo de la comunidad, de afirmación identitaria, de mejoramiento de la calidad de vida y de construcción de alianzas entre comunidades. En las consideraciones metodológicas, discutiremos la manera como el nacimiento del museo responde a aspiraciones para fortalecer la identidad y la integridad comunitarias, el vínculo que se establece con instancias de decisión, los papeles de diversos actores internos y externos a la comunidad, y algunas condiciones que favorecen u obstaculizan la apropiación comunitaria. Para concluir, señalaremos la importancia del desarrollo de redes de museos comunitarios, como una estrategia para generar un campo de acción más amplio y de mayor autonomía, extendiendo la apropiación comunitaria a proyectos de alcances regionales y hasta internacionales.

Para iniciar nuestra reflexión acerca del concepto del museo comunitario, presentamos un contraste con la idea de “museo de historia viviente”, que se ha difundido en algunos medios como una propuesta similar al museo comunitario. Este punto de partida nos permitirá evitar confusiones y resaltar la especificidad de la propuesta.

Una primera consideración es que el museo nunca es una expresión directa de la vida, como un pedazo de vida arrancada de la realidad y expuesta en un recinto. El museo es siempre una interpretación de la vida, una selección específica y significativa de la realidad. Cuando no colocamos esta apreciación en primer término, existe el peligro de ocultar la interpretación y el autor de la interpretación. Es necesario preguntar, ¿El museo es la historia vivida por quién?, ¿De acuerdo a quién?

La palabra “viviente” nos refiere, por un lado, a lo auténtico, a lo que constituye parte de la experiencia viva de culturas y sociedades diversas. Pero debemos recordar, como lo afirmó Tony Bennett, que “el visitante a un museo nunca está en una relación de contacto directo, sin mediaciones, con la ‘realidad del artefacto’, y por tanto, con la realidad del pasado. De hecho, esta ilusión, este fetichismo del pasado, es en sí misma un efecto del discurso. Porque la concreción aparente del artefacto de museo es consecuencia de la familiaridad que resulta de su colocación en un contexto interpretativo que se conforma a una tradición, y que tiene resonancia con representaciones del pasado que tienen una amplia circulación social”.

De tal forma, las representaciones históricas nos pueden parecer “vivas” o auténticas, sencillamente porque dan concreción a interpretaciones que hemos visto repetidamente, y que han cobrado una legitimidad por su asociación con imágenes ampliamente difundidas acerca de una comunidad o una cultura.

Actualmente, el aspecto de ser “viviente” puede referirse a otro aspecto de las representaciones culturales, es decir, el grado al cual captan movimiento y animación, y son capaces de involucrar a todos los sentidos en una experiencia de gran impacto y espectacularidad. Puede considerarse como “historia viviente” una simulación de la vida en épocas anteriores, que utilice todos los recursos de la tecnología moderna para recrear sonidos, olores y movimiento.

Pine y Gilmore proponen que los cambios propiciados por los procesos de globalización han permitido la creación de una nueva forma de la economía, la “economía de la experiencia”. En esta nueva economía, casi todas las grandes empresas de entretenimiento transnacionales han iniciado proyectos para desarrollar “destinos de entretenimiento urbano”, fundados en guiones temáticos, un mercadeo agresivo, la operación durante las veinticuatro horas, el aislamiento de los habitantes del lugar, y la dependencia sobre la espectacularidad. Por ejemplo, en Japón, hay una multitud de parques temáticos tales como “La aldea de cultura turca”, “Aldea Yamaguchi de Nueva Zelanda” y “Mundo canadiense”. Dice Hannigan, “en estos enclaves de etnicidad simulada, se obtiene un riesgo sin riesgos: los parques eliminan las molestias de viajar tales como el papeleo, los vuelos sobrevendidos, los idiomas extranjeros y sobre todo, el crimen”.

Para nosotros es importante aclarar: el museo comunitario no es un museo de “historia viviente” entendido como un enclave de etnicidad simulada, un escenario que recrea la historia, el mito y el folclor en un espacio antiséptico y seguro para los visitantes, un espacio que trivializa los significados profundos, que descontextualiza la cultura de la realidad de pobreza y exclusión que viven los pueblos. Pero sobre todo no es un espacio donde la animación de la presentación oculte la voz de quienes hablan, y el derecho que tienen los pueblos para hablar sobre sí mismos, por sí mismos. No se busca que el objeto cobre vida en el museo, sino que los sujetos sociales, las comunidades y pueblos, proyecten su vida como interpretadores y autores de su historia.

Paolo Freire señala que el hombre es sujeto porque es un ser de relaciones, capaz de reflexionar, de hacer crítica, de ser consciente de su historicidad, de optar, de crear y transformar la realidad. Ser sujeto es la vocación ontológica del hombre, a la cual no puede renunciar sin convertirse en un mero espectador de los hechos, un receptor de

recetas ajenas, un objeto. Para nosotros, el museo comunitario es una herramienta para la construcción de sujetos colectivos, en cuanto las comunidades se apropian de él para enriquecer las relaciones a su interior, desarrollar la conciencia de la historia propia, propiciar la reflexión y la crítica, y organizarse para la acción colectiva transformadora.

Ser sujeto implica autoconocimiento, y el museo comunitario es una herramienta para que la comunidad construya un autoconocimiento colectivo. Cada persona que participa seleccionando los temas a estudiar, capacitándose, realizando una entrevista o siendo entrevistado, reuniendo objetos, tomando fotografías, haciendo dibujos, está conociéndose más a sí misma, y a la vez está conociendo la comunidad a la que pertenece. Está elaborando una interpretación colectiva de su realidad y de su historia.

Ser sujeto igualmente implica creatividad, y el museo comunitario propicia la creación colectiva toda vez que ofrece una oportunidad a las personas que participen en procesos colectivos para expresar sus historias de su propia manera. La persona creativa no acepta soluciones dadas, busca inventar nuevas formas de abordar su realidad, y el museo comunitario es un espacio de organización para impulsar nuevas propuestas y proyectos comunitarios.

Así, el museo comunitario es una opción distinta al “mainstream museum” o museo tradicional. La institución del museo surgió con base en una historia de concentración de poder y riqueza, que se reflejaba en la capacidad de concentrar tesoros y trofeos arrancados a otros pueblos. Por ejemplo, para Napoleón, París era el lugar donde las obras de arte tenían “su verdadero lugar, para honor y progreso de las artes, bajo el cuidado en la mano de los hombres libres”, y alimentó el Louvre de trofeos de guerra de los lugares que caían bajo su imperio. El museo comunitario tiene una genealogía diferente: sus colecciones no provienen de despojos sino de un acto de voluntad. El museo comunitario nace de la iniciativa de un colectivo, no para exhibir la realidad del otro sino para defender lo propio. Es una instancia en donde los miembros de la comunidad libremente donan objetos patrimoniales y crean un espacio de memoria.

En el museo comunitario el objeto no es el valor predominante, sino la memoria que se fortalece al recrear y reinterpretar las historias significativas. Ansaldi nos señala, “nadie puede vivir con una brutal amputación de la memoria”, es decir, no podemos acordarnos de quiénes somos, no podemos ser sujetos, sin recrear y elaborar nuestra memoria. Así, los miembros de la comunidad utilizan el museo comunitario para recrear cómo eran las cosas antes, para revivir eventos y prácticas que los marcaron. Pero el museo también es un instrumento para analizar la memoria, para re-interpretar el pasado y discernir los aprendizajes de experiencias anteriores.

En el museo comunitario las personas inventan una forma de contar sus historias, y de esta manera participan definiendo su propia identidad en vez de consumir identidades impuestas. Crean nuevo conocimiento en vez de conformarse a una visión central, a la interpretación dominante de la historia nacional, que siempre los excluye y borra del registro. Luchan contra una larga historia de desvalorización, al valorar sus historias y los hechos cotidianos de la vida comunitaria. Así, se apropian de una institución creada para la elite para afirmarse y legitimar sus propios valores.

El museo comunitario se convierte en una herramienta para manejar el patrimonio bajo las formas del poder comunal. Por un lado, sirve para mantener o recuperar la posesión de su patrimonio cultural material, y por otro, permite lograr una re-apropiación simbólica de lo que es suyo, al elaborar lo que significa en sus propios términos. A través del museo, la comunidad busca ejercer poder sobre lo que es suyo, y lucha contra la expropiación. Esta lucha la desarrolla por medio de sus propias formas de organización, la asamblea comunal, u otras, donde las personas de la comunidad toman decisiones sobre qué mostrar en el museo, cómo dirigirlo, y qué prioridades tiene.

Así, el museo comunitario no responde a decisiones de autoridades centrales, ni en su contenido ni en su operación. Se vincula a las instancias de gobierno local que representan más directamente a la comunidad, pero no depende de instituciones estatales o federales. El grupo que dirige el museo es una instancia organizada de la comunidad, ya sea vinculada al gobierno local o constituido como organización no-gubernamental. A través del tiempo permite generar habilidades, experiencia y recursos sociales que fortalecen la capacidad para la autonomía. La forma en la que construye fuerzas es en relaciones horizontales, al interior de la comunidad y también hacia fuera de ella.

Al ser un instrumento para generar conciencia, el museo comunitario es necesariamente un instrumento para convocar a la acción. Es un espacio de organización donde la reflexión sobre la historia desemboca en iniciativas para intervenir en esa historia y transformarla. Surgen proyectos para fortalecer la cultura tradicional, para desarrollar nuevas formas de expresión, para impulsar la valorización del arte popular, para generar turismo controlado por la comunidad. Hay múltiples iniciativas de capacitación para abordar las necesidades sentidas por los diferentes sectores de la población. Desarrolla intercambios con una gran variedad de otras comunidades, descubriendo intereses comunes y forjando alianzas que permiten realizar proyectos conjuntos.

Waldo Ansaldi nos recuerda las palabras de George Orwell: “Quien controla el pasado, controla el futuro; quien controla el presente, controla el pasado”, y señala que “Los hombres quieren ser dueños del futuro sólo para poder cambiar el pasado. Luchan por entrar al laboratorio en el que se retocan las fotografías y se reescriben las biografías y la historia”. El museo comunitario es una opción que contribuye a controlar el futuro de las comunidades por medio del control de su pasado. Es un instrumento para que las instancias de decisión comunitaria ejerzan poder sobre la memoria que alimenta sus aspiraciones de futuro.

El museo comunitario es un proceso, más que un producto. Combina e integra procesos complejos de constitución del sujeto colectivo de la comunidad a través de la reflexión, el autoconocimiento y la creatividad; procesos de fortalecimiento de la identidad, a través de legitimar las historias y valores propios; procesos de mejoramiento de la calidad de vida, al desarrollar múltiples proyectos a futuro; y procesos de construcción de fuerzas a través de la creación de redes con comunidades afines. Es un proceso colectivo que toma vida al interior de la comunidad, por lo que podemos afirmar que es un museo “de” la comunidad, no elaborado desde su exterior “para” la comunidad. El museo comunitario es una herramienta para avanzar en la autodeterminación, fortaleciendo las comunidades como sujetos colectivos que crean, re-crean y deciden sobre su realidad.

Por otro lado, los métodos de trabajo puestos en práctica para la creación y desarrollo de museos comunitarios reflejan sus elementos definitorios, toda vez que los procesos que estimulan y fortalecen son más relevantes que el producto mismo de sus exposiciones.

En el desarrollo de un museo comunitario existen tres etapas fundamentales: una primera etapa en la que surge la iniciativa inicial y se establecen los primeros consensos para fundar el museo; una segunda etapa en la que diversos actores comunitarios realizan las actividades sustantivas para crear el museo; y una tercera etapa en la que el museo lleva a cabo sus actividades cotidianas. En esta presentación discutiremos únicamente la primera etapa, porque consideramos que en ella se desarrollan procesos que permiten imprimir un carácter comunitario al museo. En esta etapa es posible observar la manera como el nacimiento del museo responde a necesidades comunitarias, el vínculo que se establece con instancias de decisión, los papeles de diversos actores internos y externos a la comunidad, y algunas condiciones que favorecerán o obstaculizarán la apropiación comunitaria.

El proyecto para crear un museo se alimenta de intereses y preocupaciones comunitarias profundas, que están relacionadas a su posición de desventaja ante procesos globales y la necesidad de legitimar sus valores y experiencias. Estas preocupaciones se gestan durante mucho tiempo, van creciendo como una corriente subterránea, y se llegan a manifestar en momentos críticos, o cuando hay ciertos factores que catalizan o propician su manifestación.

Podemos señalar ejemplos muy diversos de este fenómeno, especialmente de los museos comunitarios del Estado de Oaxaca, que conocemos más cercanamente. En ellos, hallazgos arqueológicos fortuitos y excavaciones arqueológicas formales despertaron el interés en la creación de museos comunitarios en Santa Ana del Valle, San José el Mogote, Santiago Suchilquitongo, San Martín Huamelulpan y Cerro Marín. El presidente municipal de Santa Ana del Valle en 1986 lo expresó de la siguiente manera:

Cuando se hizo la remodelación de la plaza cívica, fue cuando salieron esas piezas arqueológicas. Cuando vi esas piezas dije, éstas sí, éstas no se van a ir. Estas piezas no se van a otro lado, aquí se quedan. Dije yo, por qué no fundamos un museo aquí y aquí mismo se exhiben estas obras, para que también Santa Ana tenga lo de sus antepasados que fueron artesanos totalmente también¹.

En este testimonio podemos destacar dos elementos: el suceso catalizador del descubrimiento fortuito de objetos patrimoniales, y la preocupación profunda despertada de evitar la pérdida del patrimonio cultural, de afirmar la posesión de objetos ancestrales resguardándolos en la misma comunidad. Muchos de los museos comunitarios tienen historias similares. Los eventos detonadores incluyen hallazgos y excavaciones arqueológicas, la pérdida de documentos relativos a la tenencia de la tierra (San Miguel del Progreso), el robo de joyas de un santo de la Iglesia (San Juan Mixtepec), en ocasiones la conservación de un objeto extraordinario (el código de San Miguel Tequixtepec), o la

1. Entrevista a Othón Martínez, Santa Ana del Valle, Tlacolula, Oaxaca, junio 2000.

integración paulatina de colecciones arqueológicas (San Pedro y San Pablo Tequixtepec, San Pedro Tututepec, Santa María Cuquila, San José Chichihualtepec).

En el caso de San Miguel Tequixtepec, una autoridad municipal explicó por qué la población se decidió a difundir su extraordinario códice en un edificio histórico donado para el museo:

Nuestros vecinos han participado porque esto ha sido, más que nada, un deseo no de apenas sino de varios años, y el pueblo, de alguna manera, quería darle el lugar que se merece².

Así, los eventos detonadores surten efecto cuando existe un deseo generalizado, una conciencia que comienza a movilizarse, del valor de objetos y también prácticas que son una herencia común de un pasado ancestral.

Para el pueblo, (el museo) es un recuerdo de nuestros antepasados. Un recuerdo, como una herencia. Como cosas de mi mamá, mis abuelos, bisabuelos, lo conservamos, nunca queremos venderlo. Son cosas que sirvieron para nuestros abuelos, bisabuelos³.

Así, una de las necesidades sentidas a las que responde el museo es el deseo de reafirmar el vínculo con sus ancestros, rendirles tributo, darles el lugar que se merecen. A la vez, la posesión de su patrimonio cultural material reafirma su capacidad de perpetuarse en el futuro, porque es percibido como una herencia que fundamenta su capacidad de mantenerse como comunidad. Así como se heredan los derechos colectivos sobre la tierra, sobre el agua, sobre las obras comunitarias, también a través del patrimonio cultural se recibe un legado, “un tesoro”, de las generaciones anteriores, que debe ser defendido como una base de la integridad y la autoridad del pueblo. El museo es una forma de proteger este legado y entregarlo a los niños y los jóvenes de la comunidad.

En este sentido, en la percepción comunitaria, no hay una separación entre el patrimonio tangible y el intangible, porque la herencia de bienes materiales y la transmisión de costumbres forman parte de un mismo legado ancestral. Los pobladores aspiran tanto a la conservación de “las cosas de mis abuelos” como de los recuerdos de los abuelos; buscan resguardar tanto al objeto como a la memoria.

El museo lo necesitábamos para recuperar nuestra historia, trabajar nuestra propia identidad. Cómo hacer para fortalecer la identidad cultural, que con el problema de la emigración se va deteriorando. Hay gente que dice, –yo no soy zapoteco. Yo no soy indígena–. La identidad cultural es un elemento que no debemos descuidar⁴.

Es importante señalar que estas necesidades son articuladas desde el interior de la comunidad, por actores sociales que forman parte de la comunidad. Son las personas

2. Entrevista a Alberto López Córdoba, San Miguel Tequixtepec, Coixtlahuaca, Oaxaca, diciembre 1996.

3. Mateo. Santa Ana del Valle, Tlacolula, junio 2000.

4. Entrevista a Narciso Aquino Juan, por Teresa Morales Lersch, 7 de noviembre, 2007.

del mismo pueblo que dan voz a las necesidades que muchos han sentido, e inician un proceso que involucra a muchos miembros comunitarios, colectivizando la propuesta inicial. La respuesta de otros miembros comunitarios afirma que las necesidades que articulan son intereses comunes. En este proceso, tanto los actores iniciales como las personas que se van sumando toman responsabilidad por el desarrollo del proyecto. La vinculación con necesidades propias, su origen en la misma comunidad, y la colectivización del proyecto son algunos de los procesos principales que imprimen al museo un carácter comunitario.

Los actores que toman la iniciativa son líderes comunitarios, tales como autoridades locales, maestros o jóvenes identificados con la promoción cultural. También hemos observado muchos casos en los que una artesana, un agricultor o un emigrado que retorna a su pueblo se convierten en líderes a través de su labor apasionada para celebrar su cultura y su historia. Las acciones que desarrollan para arrancar la iniciativa son extremadamente variadas, y en ocasiones paulatinamente generan más interés en el proyecto a través de pláticas, pequeñas exposiciones, acciones para revitalizar expresiones culturales tradicionales y talleres de todo tipo.

Sin embargo, si estos actores iniciales permanecen como los únicos que dirigen y deciden sobre la iniciativa, el museo no tendrá un carácter comunitario, sino que quedará como proyecto privado de un grupo particular. Es indispensable que dichos actores lleven la propuesta de creación del museo a la discusión y aprobación de una instancia más amplia, que involucre varios sectores y que represente a la comunidad.

¿Cuál es la instancia de representación que permite generar consensos en la comunidad? La respuesta es diferente de acuerdo a la historia, la cultura y los mecanismos de toma de decisiones de cada localidad. En muchas poblaciones indígenas de las Américas, existen órganos comunales con una amplia participación de base que tienen la función de debatir y acordar los proyectos comunitarios. Es el caso de muchas poblaciones de Oaxaca, en donde la asamblea general del pueblo es la máxima instancia de decisión. La asamblea general agrupa a todos los adultos de la población, y tiene la función de nombrar autoridades, discutir y aprobar proyectos comunitarios y resolver conflictos. Sucede algo similar en la Comarca Kuna en Panamá, donde los pueblos kunas resuelven sobre todos los asuntos colectivos de la población en las asambleas comunitarias o congresos. En poblaciones de carácter indígena encontramos diversas y complejas tradiciones que resuelven conflictos cotidianos y practican formas colectivas para organizar iniciativas.

Otra manera de construir el consenso es a través de la consulta a una amplia gama de asociaciones, grupos organizados y sectores de la población. Un ejemplo ilustrativo es Santiago Matatlán, en Oaxaca. Aquí el grupo impulsor se coordinó con las autoridades municipales para convocar a una reunión de varios sectores: los comuneros, los ejidatarios, grupos coordinados por el comité de agua potable y asociaciones de padres de familia de las escuelas. La asamblea de sectores reunió a ciento ochenta y cuatro ciudadanos, quienes aprobaron la creación del museo. Otro ejemplo significativo es la población de Rabinal en Guatemala. El grupo impulsor del museo comunitario fue la Asociación para el Desarrollo Integral de las Víctimas de las Verapaces Maya-Achi de Rabinal (ADIVIMA). Ésta a su vez convocó a una serie de organizaciones

no-gubernamentales, incluyendo la Escuela Maya Jun Tok, la Academia de la Lengua Maya, la Defensoría de la Mujer y de Asesoría Legal de Derechos Humanos. A través de la realización de exposiciones temporales, estos representantes se vincularon con las autoridades municipales de la Alcaldía y las escuelas primarias y secundarias de la población. Actualmente dirige el museo una junta directiva de representantes de varias organizaciones, realizando diversos proyectos con adultos y jóvenes de la población en un local otorgado por la Alcaldía.

En esta ponencia no es posible analizar más a fondo las condiciones que hacen posible llegar a acuerdos en cada caso, pero mencionamos estos dos ejemplos para constatar que es posible construir consensos en diversos escenarios. En este proceso, los grupos impulsores no quedan como los únicos actores involucrados, sino que integran una red a través de la cual es posible vincularse con voces y actores diversos. En una intensa labor de vinculación con múltiples grupos, los iniciadores del proyecto del museo deben plantear las decisiones fundamentales: ¿Es importante crear un museo comunitario o no? ¿Qué temáticas debería abordar? ¿Quiénes deben integrar el comité del museo? La red de organizaciones comunitarias se integra al proceso de emprender una iniciativa ante su patrimonio cultural.

En la toma de decisiones inicial que otorga rumbo y sentido al proceso, es muy importante que se integre un grupo de representantes comunitarios, al que se le delega la responsabilidad de coordinar el esfuerzo comunitario de crear y desarrollar el museo. Así, la apropiación comunitaria se fortalece tanto por procesos amplios de consulta y toma de decisiones como por la integración de instancias operativas propias que llevan a cabo los proyectos aprobados. La coordinación del proceso queda en manos de representantes comunitarios, que pueden recibir asesoría de todo tipo de especialistas e instituciones, pero no ser sustituidos por ellos en sus funciones de dirección y administración. Estos representantes comunitarios, que llamaremos el comité del museo, tendrán la ventaja de gozar de poder de convocatoria en su comunidad, puesto que fueron nombrados para organizar tareas de interés general según los mismos acuerdos internos. El comité tiene la responsabilidad de planear, gestionar, nuevamente involucrar grupos comunitarios, y periódicamente consultar e informar a la población acerca del desarrollo del museo.

Tanto los mecanismos tradicionales de toma de decisiones y organización comunal como los mecanismos nuevos de construcción de consensos a través de redes de organizaciones dentro de la comunidad, nos pueden llevar a la creación de un espacio colectivo de expresión cultural y fortalecimiento de la memoria. Los cimientos de tales espacios son la construcción de una base social a través de consensos, pero las formas concretas de generar los consensos son múltiples y variadas. En los contextos donde no operan mecanismos establecidos de participación en la toma de decisiones para proyectos de esta naturaleza, el proyecto del museo (como muchos otros) puede contribuir a inventar nuevas relaciones y enlaces que fortalecen o re-crean el sentido mismo de comunidad.

Al construir los primeros consensos para iniciar el proyecto del museo, es importante también incluir una consulta acerca de los temas que se deberán investigar y representar en sus exposiciones. Este paso es fundamental para que el museo se constituya en un

espacio de auto-reflexión y desarrollo de una visión propia de la comunidad. Así, los integrantes de la población exploran su experiencia histórica, su vivencia cotidiana y su forma de vivir. Los temas que escogen no se entienden como una manifestación folclórica o exótica de lo “otro”, ni se convierten en temas etnográficos, que pretenden representar al otro a través de objetos curiosos, productos de lo primitivo y atrasado, susceptibles de ser convertidos en bienes de consumo por la cultura occidental. Aquí los miembros de la comunidad intentan presentar el significado de manifestaciones culturales desde su interior, haciendo escuchar la voz y la interpretación de ellos que son portadores, reproductores y creadores de su cultura, que tienen una presencia dinámica en la sociedad actual.

Muchas veces los impulsores iniciales del museo o los mismos comités elegidos solicitan apoyo y asesoría de especialistas e instituciones. En este momento, consideramos que los que participamos como especialistas en el proceso tenemos la responsabilidad de reflexionar sobre los rumbos, límites y condiciones de nuestro papel. En primer lugar, nuestra acción debe responder a los intereses comunitarios manifestados en vez de proponer su integración a planes institucionales, orientando e impulsando los actores comunitarios que articularon la iniciativa. Pueden confluir intereses comunitarios con los intereses de diversas instituciones, pero cuando se subordinan a ellos el proyecto pierde su carácter comunitario. Nuestro papel debe consistir en escuchar detenidamente los intereses planteados y asesorar a los grupos comunitarios en función de ellos, sin encasillarlos en programas rígidos ya establecidos.

Por otro lado, la orientación que ofrecemos debe tener como uno de sus objetivos centrales la colectivización de la propuesta. Con los actores iniciales, trabajamos para elaborar un plan para involucrar a una amplia gama de sectores y organizaciones comunitarias en el desarrollo del museo. De descuidar este enfoque, los iniciadores pueden quedar como las únicas personas efectivamente involucradas, y el museo se convertirá en su proyecto particular.

La colectivización de la propuesta es un proceso complejo, en el que no es suficiente la participación comunitaria en algunas acciones específicas. Como ya mencionamos, atraviesa por la generación de consenso al interior de la comunidad, involucrando las instancias de decisión y la estructura de poder existentes. El especialista externo no puede asesorar a los iniciadores del proyecto en este proceso sin conocer la cultura y las condiciones actuales de la comunidad. Además de conocerlos, debe respetar las normas comunitarias y su cultura particular, que se expresan en tradiciones de organización propias.

El asesor externo también debe colectivizar su propio conocimiento. Su conocimiento especializado se pone a disposición de la comunidad, para que sus miembros puedan adquirir las herramientas necesarias para que ellos mismos planeen, investiguen, manejen colecciones y diseñen su museo.

En la relación del poder que necesariamente se establece, el poder del asesor esta basado en mayor conocimiento del campo y vínculos con fuentes de apoyo. El poder de la comunidad está basado en su capacidad de acción colectiva, la capacidad de defender lo que considera suyo. Representantes comunitarios y asesores externos pueden colaborar

a través del respeto mutuo y el interés común en realizar un proyecto concreto. En esta relación de colaboración, el asesor no se aferra a su poder sino que comparte sus conocimientos y emprende un proceso para transferir a la comunidad las habilidades y relaciones que tiene, en la perspectiva de fortalecer sus capacidades internas. No se busca realizar esta transferencia de capacidades a un solo sector de la comunidad, sino ampliamente a sus diversos integrantes, contribuyendo a procesos de democratización y al fortalecimiento o creación de dinámicas de participación amplia en los procesos de organización. Asimismo, la transferencia de habilidades se realiza a partir de una posición de compromiso del asesor, quien se solidariza con la comunidad, su esfuerzo de enfrentar las condiciones de explotación y subordinación, y sus aspiraciones para una mejor calidad de vida bajo sus propios valores.

La creación del consenso comunitario establece la base social del museo comunitario. Permite fundar una nueva iniciativa con la aprobación explícita del proyecto, con la integración de instancias comunitarias para dirigir el proyecto, con una consulta y decisión colectiva acerca de los temas a abordar en el museo e inclusive con una determinación sobre dónde ubicar el museo. La toma de decisiones implica una toma de poder. Es en estas decisiones concretas que el museo se convierte en un espacio de expresión del poder comunal. Aprobar la creación del museo implica que la comunidad reconoció la importancia de actuar ante su patrimonio y su memoria. Escoger temas implica un proceso de reflexión sobre la diversidad de sus historias y cuáles los identifican más. Nombrar un comité significa la creación de las condiciones de organización para mantener vigente el control comunitario del museo. Al tomar estas decisiones la comunidad actúa como un sujeto colectivo que expresa su capacidad de autodeterminación. Así, el museo se constituye como una plataforma para movilizar la capacidad de la comunidad para actuar ante su propia memoria colectiva y patrimonio material.

Para concluir esta reflexión sobre los métodos de creación de museos comunitarios quisiéramos comentar la labor de establecer redes de museos. Así como el vínculo del museo con una red de grupos y organizaciones al interior de la comunidad le permite mantener su raíz en la base comunitaria, la posibilidad de crear redes entre diferentes comunidades a través de sus museos abre una perspectiva de gran importancia para fortalecer proyectos tanto particulares como colectivos. En 1991 fue fundada la Unión de Museos Comunitarios de Oaxaca, que actualmente agrupa catorce comunidades. Esta organización participó en la creación de la Unión Nacional de Museos Comunitarios y Ecomuseos en 1994, y en el año 2000 impulsó la formación de la Red de Museos Comunitarios de América, que actualmente reúne representantes de base de comunidades y organizaciones de Brasil, Bolivia, Chile, Perú, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y México.

La creación de estas redes de museos comunitarios ha fortalecido a cada comunidad integrante. Al reunirse periódicamente, los representantes comunitarios han podido compartir experiencias, analizar las situaciones particulares y generales y lograr una mayor claridad en cuanto a sus objetivos y su propia visión. Cada participante aprende de los demás, se inspira con los mejores ejemplos y desarrolla lazos de apoyo mutuo y solidaridad. La red permite expandir las relaciones, estableciendo colaboraciones y alianzas con otras organizaciones e instituciones, de carácter regional, nacional e inclusive internacional. La gestión se desarrolla en términos más favorables, y es posible

transitar de la petición por apoyos al planteamiento de proyectos propios cada vez más sofisticados y sostenibles. Estos proyectos permiten responder a necesidades sentidas por todas las comunidades en su conjunto, las cuales desarrollan una capacidad para abordar estas necesidades desde sus propios recursos como organización. Generan un campo de acción más amplio y mayor autonomía.

En conclusión, la red permite romper relaciones de subordinación y percepciones de inferioridad que subsisten en comunidades no-hegemónicas. Permite transformar estallidos de descontento en procesos de organización que avanzan con propuestas propias. Proyecta la capacidad de autogobierno comunitario a niveles superiores, expandiendo los alcances de la acción organizada. En este sentido, es una herramienta que las comunidades locales pueden apropiarse para enfrentar el futuro.

Debate mesa 2

Edmon Castell: Después de escuchar a los tres ponentes y sus tres experiencias, de tres países muy distintos, Brasil, México y Reino Unido, he tratado de tomar un hilo conductor para plantear algunas preguntas que nos permitan generar puntos de discusión, puntos congregantes para poder intuir cuál es el futuro, el horizonte museológico de los museos, no solamente los de Reino Unido, los de México, los de Brasil, los de Colombia, sino en general los museos del mundo.

De forma general me atrevería a hacer algún tipo de reflexión, posiblemente parcial o sesgada, pero creo que contribuiré de alguna manera a orientar las preguntas que posiblemente se derivan de las tres intervenciones.

Si tuviera que resumir de alguna forma, creo que las tres experiencias que se han presentado en el transcurso de esta tarde son un ejemplo de la nueva cultura museal que comentaba al inicio de la presentación de la mesa de esta tarde, fruto de la nueva sociedad en la que nos encontramos, una nueva sociedad denominada sociedad informacional, que es fruto de una serie de procesos de globalización e implementación de todas estas tecnologías y otros factores que también intervienen.

En ese sentido, una de mis conclusiones a nivel personal sería que en el presente, en lugar de pensar que estamos consumidos dentro de lo que se denomina la globalización, esos nuevos espacios de interacción social que han conformado las tecnologías de la información y otros procesos lo que están generando son nuevas formas de interacción y de organización social, de las cuales los museos no son un caso aislado: de alguna manera estos nuevos espacios sociales están contribuyendo, en el caso de los museos, a generar una nueva cultura, una nueva cultura de gestión de los mismos museos que se define por ser una cultura a mi modo de ver compleja, heterogénea y multicultural, que nos conduce a la conclusión de que ese riesgo de homogeneización cultural que podría esperarse de una homogeneización económica no es cierto, no se da ese proceso de homogeneización para los museos en todo el planeta. En ese sentido como puntos comunes de las tres ponencias que han presentado esta tarde queda que, en ese nuevo contexto, en esta nueva cultura museal, la memoria ocupa un papel relevante, Marcio Rangel habla explícitamente del papel de la memoria. Para Sheila Watson, el papel de la historia es muy importante como elemento congregante, al igual que la historia oral para los museos comunitarios de México. Esos serían apuntes de espacios comunes que ayudan a congregar, a aglutinar.

Pero al mismo tiempo, también percibo en sus intervenciones una serie de riesgos más o menos implícitos en sus participaciones, que si bien la homogeneización y los procesos de globalización existen, ésta no se está dando a nivel general que afecte a los museos, precisamente se corre el riesgo contrario, lo que podríamos denominar el riesgo de dispersión, de singularización por esa valorización de espacio, de la historia local, de la memoria; ese sería un riesgo que de alguna forma conduciría al aislamiento y a la incomunicación, por eso surgen una serie de retos, de la percepción más o menos implícita de estos procesos, una serie de retos a los cuales pediría a los ponentes que nos

trataran de dar algún tipo de respuesta. Uno de ellos sería cómo tenemos que articular lo global con lo local, Sheila Watson nos hablaba de la importancia que tiene la historia, pero no cualquier historia sino la historia local para las comunidades, eso es lo que al parecer interesa, lo que tiene mayor receptividad por parte de los visitantes de las comunidades locales, ese sería uno de los retos. ¿Cómo afrontan, cómo afrontarán los museos del presente y del futuro esa articulación entre historias locales con historias globales? Y de alguna forma, se deriva otra pregunta, ¿Cómo generamos narrativas en los museos?, ya que somos conscientes en esta mesa de que ya los museos en el mundo no se limitan a tener un solo discurso identitario sea nacional, político, religioso, incluso local pues tiene que atender a esa nueva cultura que es como decíamos compleja, heterogénea y multicultural. Pues bien, ¿cómo se implementan estrategias para impulsar nuevas narrativas que sean congregantes, para sociedades que son multiculturales? La pregunta sirve para las tres ponencias que se han presentado y no solamente sociedades que son multiculturales, sino también, como Marcio enfatizaba, son sociedades que se encuentran en movimiento, están en transformación. Eso me parece que sería el otro aspecto a tratar de desarrollar, cómo los museos de alguna forma impulsan narrativas que por un lado articulan historias de lo local con lo global, para que lo que pasa en Brasil tenga sentido, tenga sentido en México, tenga sentido para una persona que viva en el Reino Unido y a la inversa, y cómo la articulación de los museos en redes contribuye en narrativas congregantes ampliando el campo de acción de la propuesta que nos explicó Teresa Morales. Dejaría el tema planteado para que los ponentes nos den algunas de las respuestas a estos retos, a estos riesgos y estos lugares comunes que afrontan los museos del presente.

Marcio Rangel: Podemos identificar que la verdad es que los museos son el reflejo de la sociedad, si hoy el museo tiene tantos problemas es porque la sociedad también cambió. Hay situaciones, pienso que debemos comunicar todo lo que hablamos y hay que reconocer esas vallas y utilizar el museo como un instrumento para las distintas realidades. Hay el riesgo del que usted habla, la homogeneización, pero cuando trabajamos con museos comunitarios sentimos que pasamos en realidad por todo un proceso de implementación, creación y concepción del museo dentro de las comunidades, propuestas que tienen reflejos muy propios de un determinado grupo. Uno de los puntos que podemos identificar en este fin del siglo XX y principios del siglo XXI relacionados con la globalización fue la enorme proliferación de museos y museos comunitarios que reforzaban identidades locales, para que ellas pudieran en cierta forma interactuar con lo que se conoce como globalización que también es un concepto muy complejo. Podríamos hacer un seminario sólo sobre globalización, por ejemplo en ciertas comunidades que están globalizadas, que nunca tuvieron una red eléctrica, ni un computador, una nivelación partiendo del principio de que la globalización es una cosa generalizada, identificamos un aumento en esta tipología de museo, y se producen unas ubicaciones de larga duración, permanente, en diálogo directo con la sociedad, unas funciones desnaturalizadas, siempre como una opción metodológica conceptual y no como una verdad absoluta.

En los estudios de público que hacemos en otros lugares es mucho más fácil percibir que realmente el visitante del museo tiene una postura más sencilla en cuanto a la información, en el sentido de que el museo trabaja con la verdad, con una verdad comprobada, una cultura material representada en los objetos. Hay poco análisis crítico,

lo que coloca una responsabilidad muy fuerte en todos los que trabajan en los museos y en el desarrollo de las narrativas, y debemos ponerlo siempre como una posibilidad múltiple.

Teresa Morales: Nada más para tocar un aspecto de lo que se acaba de plantear, sí creo que en muchas ocasiones se menciona como un riesgo de los museos comunitarios una posible tendencia al chovinismo, al exaltar lo local, lo específico de una comunidad como superior a todo lo demás, entonces esto conduce a otro tipo de procesos que no son positivos. Y creo que en un primer momento, cuando en una comunidad apenas se están logrando articular algunos de sus valores, proyectarlos, creo que no es un riesgo tan de inicio, pero lo que nos ha ayudado al menos en el trabajo que hemos hecho en Oaxaca, y lo que se ha extendido en las redes, es justamente juntar y reunir a diferentes comunidades para que se entienda que su situación no es única. Y bueno, el trabajo que se realiza tiene un fin común, y realmente no encontramos mucha resistencia a esta idea, al revés: las comunidades cuando se reúnen están muy fortalecidas al saber que hay otros que luchan con las mismas situaciones, que encuentran los mismos problemas y encuentran algunas formas de salida que tal vez algunos no han visto, y la posibilidad de compartir esa experiencia y formular proyectos conjuntos ayuda a romper este aislamiento y a darles una visión mayor del contexto en el que están, y no solamente la visión sino una forma de enfrentar relaciones de cierta desigualdad, para negociar recursos, para poder acceder a ciertos niveles de gestión.

Al estar reunidas, las comunidades tienen mayores posibilidades y esa experiencia también ayuda a dar cierto tipo de aprendizaje de dinámicas sociales más amplias en la sociedad, tanto a nivel nacional e inclusive más allá de lo nacional. Y creo que nada más unos ejemplos de proyectos concretos pueden ilustrar esto, ¿no? En las reuniones en Oaxaca llegó un momento donde se propuso hacer una exposición internacional, ¿por qué? Porque tanta gente de Oaxaca había emigrado, y entonces era importante llevar una exposición a donde sus paisanos habían emigrado, en parte para mantener ese contacto con su gente, con sus paisanos emigrados, pero también para ir a ese lugar que en ese momento era el sur de California y mostrar que los de Oaxaca no eran ladrones, no eran delincuentes, sino gente con una cultura, una historia, y mostrarlos en un contexto digno, entonces realmente esa exposición –que tardó un buen rato en poderse realizar– finalmente sí se logró llevar, en ella se representó de hecho el arte popular de las comunidades que estaban en la red y se llevó al Centro Cultural de la Raza en San Diego, y a la Plaza de la Raza en los Ángeles, y fue una experiencia muy interesante porque los oaxaqueños emigrados llegaron realmente celebrando que tenían esa oportunidad de ver su cultura representada de esa forma, estaba el Consulado de México y esto, bueno, le daba como otro carácter a su estancia en Estado Unidos. Yo siento que se logró ese objetivo, que era realmente enfrentar estas situaciones que trae la globalización y estas comunidades que realmente ya son transnacionales, usar el museo para presentar esa problemática.

Otro proyecto que estamos trabajando ha salido de otra reflexión en una de las reuniones de intercambio que era éste: que el museo no debe hablar solamente del pasado, sino de que está pasando ahorita y del futuro, qué es lo que trae y qué es lo que se va a conservar porque es importante conservar algunas cosas y otras hay que transformarlas, y de esta reflexión salió la idea de hacer una exposición que se llama *Nuestra visión del cambio*,

hicimos una reflexión de las diez cosas, de las formas de organización, de las prácticas que habían cambiando más, qué cambios habían marcado más a las comunidades y se identificaron diez cosas, desde cambios en el proceso productivo, la misma migración, y varias otras, y se fue haciendo un taller de reflexión sobre cada tema, para después hacer una exposición y otra vez llevarla a platicar con la gente emigrada en otros lugares. Para que esto sirva como un punto de reflexión, ¿Cuál es el futuro de toda la gente que va a tener que reflexionar este punto? Muchos ya no viven en la comunidad e influyen mucho los emigrantes en lo que se va a hacer en esos pueblos, regresan autoridades, financian proyectos, entonces su visión del futuro de sus pueblos tiene mucho que ver con lo que va a pasar. Y creo que éstas son algunas dinámicas que muestran que un museo comunitario no pretende limitarse a la comunidad, ni significa que la aísla, o que reduce la perspectiva, sino que es una base para poder relacionarlo con cosas más amplias.

Sheila Watson: Gracias, voy a dirigirme a la siguiente pregunta, ¿Cómo pueden los museos tratar el hecho o manejar el hecho de que existen diferentes versiones? Podemos crear una narrativa que tiene varios significados, y una de las cosas en las que tenemos que pensar en los museos es que tenemos que ser muy honestos en cuanto al hecho de que tenemos que ser independientes con relación a los eventos históricos. Hay varias opiniones, y por consiguiente, muchas veces tenemos que ofrecer algunas de estas diferentes opiniones; quisiera darles un ejemplo de alguien que logró hacerlo, y éste es un caso del Reino Unido.

Éste es un museo en Irlanda del Norte. Como ustedes saben, Irlanda del Norte ha sido un lugar de muchos conflictos, afortunadamente en este momento parece ser que la situación está más tranquila, pero ha sido difícil. Hace treinta años hubo treinta años de conflicto entre protestantes y católicos, algunas de las personas querían quedarse allí y otras irse. En las fronteras, en un lugar donde ha habido ejemplos terribles de violencia, hay muchas comunidades que prácticamente hacen unas cercas o muros entre unas y otras, éstas están totalmente divididas y allí es donde hay un museo que se llama el [Museo Free Derry]. Cuando uno entra a este museo hay dos puertas, hay una entrada a la sección católica y otra a la sección protestante, y uno se da cuenta de que cuando entra a una historia entra también a la otra. Al comienzo uno elige uno de los caminos pero finalmente termina viendo la visión de los otros, y ésta es una forma clara de cómo los museos pueden mostrarle a la gente formas de pensar, que desde un lado podemos ver lo que ocurre en el otro, pero que al mismo tiempo siempre existe más de una visión. Y el museo es un medio muy importante porque tiene los espacios físicos para que la gente pueda experimentar las diferentes perspectivas.

Edmon Castell: Dentro de las intervenciones que han realizado los ponentes, una de las preguntas que me atrevería a plantear es, dentro de esos procesos que afectan a los museos, ¿Cómo se reorganiza nuevamente la relación entre las comunidades y los operadores de los museos? De alguna forma, aunque son propuestas muy distintas entre sí, he notado que los operadores de museos (conservadores, museólogos) están ocupando un rol ausente, en los próximos años. ¿No deberían adoptar un papel más activo, los museólogos, las persona a cargo de la gestión de los museos? Esa sería una inquietud personal que me planteo a raíz de las tres intervenciones.

Marcio Rangel: Pensamos como profesionales que hay más posibilidad de intervención en los museos comunitarios, nuestra función es mediadora entre las relaciones. Yo bromeo con algunos colegas museólogos que prefieren trabajar en un museo clásico, mientras que yo tengo un poder de decisión final mucho mayor en los museos comunitarios, donde apenas estamos mediando en procesos que surgen de la misma comunidad, son proyectos hechos por la misma comunidad, para la comunidad y por la comunidad. Y simplemente nosotros somos consultores, por eso quedamos fuera del proceso, y enfrentamos un nuevo desafío profesional, porque como profesional del museo es imposible que tengamos todos los conocimientos, la verdad es un proceso que nos estrecha la relación con la comunidades, aprendemos nuevos valores, nuevos conceptos, nuevas iniciativas, y puedo decirles que los museos comunitarios son instrumentos donde la comunidad expresa su poder, eso es evidente al trabajar con museos comunitarios: vemos que la gran mayoría de las comunidades tiene los modelos clásicos de museos, que son instituciones relacionadas con el poder de la memoria, con la valorización de la identidad, del patrimonio y también en este proceso expectante.

Teresa Morales: Creo que es una pregunta muy buena. Personalmente siento que es un reto muy grande porque al estar interviniendo y siguiendo muy involucrado en los procesos, a veces quieres decidir, y lo que es difícil de trabajar en un proceso comunitario es que realmente uno tiene que tomar distancia con respecto a su propia opinión y más bien enfocarse en el proceso y ayudar a que se encamine, lograr que se genere la discusión más amplia, que se involucren más personas que puedan expresarse mejor, detallar qué quieren decir con una propuesta, si es muy general cómo precizarla, en vez de decir “Bueno, yo creo que aquí realmente lo que ustedes quieren hacer es estudiar este tema”, o “El mejor enfoque para la investigación es éste”, sino realmente hacer la pregunta abierta, esa es una práctica que es muy difícil de tratar de tener en cuenta siempre al trabajar con la comunidad, no hacer un engaño pues realmente sólo estamos entregando partes muy específicas del proceso, pero no estamos entregando las decisiones que importan. Claro, a veces tenemos que cerciorarnos de si esas decisiones tienen riesgos técnicos, si dicen “Voy a poner un papel ahí en el sol”, entonces hay que poner toda una serie de conocimientos, hacerlos disponibles, para hacer ver que eso puede destruir el objeto. Pero realmente al brindar ese tipo de información nunca hemos encontrado que la gente lo rechace, más bien es difícil para nosotros saber como especialistas no decir que esto es lo que se tiene hacer. Somos realmente gente con un recurso enfocado en el proceso, podemos buscar a los expertos que son necesarios para resolver cuestiones muy específicas. Por ejemplo, si hay que saber cómo se tiene que acondicionar un edificio pues el techo está goteando, hay conocimientos específicos para arreglar esos problemas, pero escoger el edificio ya no es la función del especialista cuando es un museo de este tipo. Y bueno, es un equilibrio difícil, pero siento que más y más gente está dispuesta a colaborar en estos proyectos, como hace rato lo reconocía aquí muchos colegas han colaborado, siempre que hemos buscado a gente dentro del campo de la arqueología, los historiadores, los mismos museógrafos, normalmente tienen mucha voluntad de colaborar con una comunidad y no siento que eso sea algo difícil, porque hay mucha gente en el campo de los museos que sí está buscando una nueva forma de realizar su trabajo.

Sheila Watson: Pienso que es muy importante el papel de la administración, los curadores, los conservadores y cómo participan en todo este proceso de trabajo

comunitario. Voy a darles simplemente un ejemplo de una forma como pueden involucrarse o participar en este proceso. El verano último un museo me pidió que fuera a darles algunos consejos sobre el tema comunitario; yo les sugerí que podían hacer una variedad de cosas incluyendo grupos focales, consulta con la comunidad. Luego encontré que realmente ellos querían que únicamente dos o tres miembros del personal hiciera todo el trabajo, querían que algunas personas lideraran los grupos, y les dije “Esto no va a funcionar, porque ustedes tienen que hacer que todos participen, así que todos tienen que participar, involucrarse y escuchar qué es lo que dicen las comunidades, los curadores, la administración, todo el mundo”. Al comienzo estaban un poquito reticentes, pero cuando el director oyó mi opinión estuvo de acuerdo, y esto es un punto muy importante, porque así logramos hacer que el director entendiera y así todos pudieron entender. Trabajé durante cuatro meses en esta asesoría, dando apoyo y consejo, y fue muy interesante ver la reacción del personal: al comienzo algunos de ellos estaban un poquito a la defensiva acerca de todo este proceso pero gradualmente se fueron interesando cada vez más, y al final, cuando ya elaboramos el reporte sobre la opinión de la comunidad, hubo una apropiación general, porque ellos se sintieron también involucrados, y el punto final es que de hecho creamos un grupo de consulta, y ellos pudieron hablar de lo que querían y sus opiniones también fueron tenidas en cuenta.

Edmon Castell: Sintetizaré tres preguntas. La primera está dirigida a Teresa Morales y tiene que ver con lo que hablamos al principio: ante lo que podríamos denominar el renacimiento del sentido del lugar, la importancia de la localidad, de la identidad local, ¿Cómo son las identidades en movimiento desde la perspectiva de los museos? Teresa Morales, ¿nos puede hablar de algún tipo de experiencia de recuperación de memoria de una comunidad desplazada? Esta pregunta tendría que ver con cómo se generan, cómo se visibilizan, cómo se representan las identidades en movimiento. La siguiente pregunta dirigida a los tres ponentes es con relación a la sostenibilidad, cómo se logra la sostenibilidad de los museos locales y de los museos comunitarios. La pregunta concreta es, más allá de la inversión inicial para el montaje de los museos comunitarios, ¿qué esquemas de financiación se tienen previstos para la sostenibilidad anual de los museos? La pregunta aplica tanto para los museos comunitarios de la experiencia de México como para los museos locales en Brasil. El tercer bloque de preguntas tiene que ver con la relación que existe entre conocimiento científico y conocimiento popular, creo que es una pregunta que aunque se dirige a Teresa Morales, también aplica para Sheila, ¿Cuál es la relación entre conocimiento científico y conocimiento popular, entre lo que podríamos denominar historia e identidad local, e historia científica, historia académica? La pregunta concreta es ¿Cómo se han manejado las creencias populares, de las comunidades, frente a las explicaciones científicas respecto al patrimonio arqueológico?

Marcio Rangel: Hemos logrado unificar mucho el proceso, para este ofrecimiento en algunos casos tenemos cierta facilidad de capacidad de recursos, lo difícil ha sido mantener el día a día, saber que tengamos la nómina mínima para una buena compensación. Hemos logrado unos mecanismos en cuanto a sostenibilidad de los museos, es decir, son etapas de financiación donde se presentan los proyectos de los museos y los recursos, por eso para los proyectos que presenté, en la inversión de dos museos en comunidades, se ofrece asesoría jurídica para que la asociación de habitantes

o asociaciones no gubernamentales tengan un carácter jurídico para poder capitalizar costos públicos, porque si no se institucionalizan oficialmente, si no tienen un perfil jurídico, o si el Ministerio de Cultura no tiene cómo justificar el gasto, hay que trabajar para desarrollar legalmente esos espacios y darle una base a los recursos. Hay que tener en cuenta adecuadamente todas las necesidades, tenemos que trabajar por encontrar un mecanismo que permita una existencia más tranquila para esas instituciones museológicas.

Teresa Morales: Realmente no he tenido experiencia trabajando con una comunidad de desplazados, o un proceso de esa naturaleza, pero creo que esta idea que enciende cómo trabajar y reflexionar sobre identidades y movimiento, la experiencia que comenté de la temática que se trabaja en la red de Oaxaca de nuestra visión de cambio está un poco relacionada con esto. La vivencia, la problemática, como algo que está en movimiento, en proceso de cambio, no es algo fijo. Me imagino que al trabajar con una comunidad de gente desplazada, la cuestión sería encontrar la pregunta que a ellos les interesa responder, ¿Qué preguntas sobre ellos mismos se pueden plantear para realmente abrir un diálogo colectivo que tenga sentido para ellos?

Donde sí hemos visto un proceso muy interesante es por ejemplo en Guatemala, en un municipio de 25,000 personas, donde 5,000 personas fueron masacradas en los ochentas, muy afectada por la guerra. Fue un proceso de platicar las experiencias, con muchas limitaciones y muchos temores. Finalmente decidieron hacer dos salas, una habla de la identidad tradicional, recuperando una dignidad que viene de las danzas, de algunos objetos arqueológicos, de cosas muy tradicionales, y otra sala que habla de la masacre. En esta sala lo único que está expuesto son las fotografías del archivo municipal, donde están como tipo credencial fotografías, retratos que pudieron reunir de la gente que fue masacrada, es lo único que hay, y algunos objetos que se recogieron en uno de los lugares de las masacres; eso fue lo que decidieron poner ahí. Creo que hablar esos temas, a veces sencillamente el hecho de hablarlos, ya es un proceso muy fuerte de reintegración, de composición del tejido social, aunque sea solo un paso en ese sentido.

Para hablar muy rápidamente de la cuestión de la sustentabilidad, creo que eso también es muy variable de acuerdo a cada contexto. En Oaxaca, como la gente de hecho está aportando su servicio comunitario sin ningún pago y ellos son los que abren el museo y lo cuidan, entonces se podría decir que casi funciona con un presupuesto muy limitado, en temas de efectivo no, los municipios normalmente aportan algunos fondos mínimos para la conservación de las colecciones, del edificio. La gente que da su servicio comunitario es la que lo abre, lo limpia, lo cuida y lo gestiona. Este mismo comité del museo es el que gestiona fondos para hacer proyectos más amplios de acuerdo a sus posibilidades y sus intereses. Claro, esto es algo que también se impulsa desde la red, que puedan gestionar en diferentes lugares algunos apoyos estatales o federales, fondos muy pequeños que existen, pero sí existen algunos para este tipo de proyectos, y esa es la forma en que en ese caso se logra una sustentabilidad. Y creo que en otros contextos es diferente, algunos sí tienen experiencia, por ejemplo el Museo de Rabinal sí tiene experiencia de la gestión con agencias internacionales, bastante exitosa, pero una cosa que creo que es importante es que siempre (bueno, en todos los que conozco y creo funcionan así como museo comunitario) hay un grupo de la comunidad que representa

a una amplia gama de sectores que no cobra, si no éste en todo caso es el que tiene esa función de representar y legitimar, si acaso logran un fondo para pagar a un cierto personal, que es normalmente muy pequeño.

Con relación al conocimiento científico y el conocimiento popular, realmente en las exposiciones arqueológicas lo que hemos hechos es incluir los dos, ahí aparecen las tradiciones orales acerca del sitio arqueológico, los cuentos que se cuentan, los gentiles como llegaron e hicieron tal cosa, bueno, creencias que hay en torno a las zonas y se invita también a los arqueólogos a documentar las partes de la cronología, las fechas, lo que se conoce de las características de esos restos arqueológicos, entonces existen los dos ahí. De hecho la gente, la comunidad, quiere saber esa información y pide que los arqueólogos vayan, más bien el problema ha sido conseguir que los arqueólogos vayan, porque como se decía son muy pocos arqueólogos en México en relación al trabajo que hay, no es fácil, y la gente realmente está es muy interesada en obtener esa información, pero no se excluye la otra parte.

Sheila Watson: En el Reino Unido el tema de la sostenibilidad está en la agenda de todo el mundo y todos los museos, buscan todo tipo de financiación del gobierno y otro, y tienen que demostrar en el plan comercial al gobierno que será sostenible. Esto es muy difícil para muchos museos comunitarios pequeños, lo que usualmente ocurre en estos casos es que se afilian a museos profesionales, que están dispuestos a tomarlos, a incorporarlos. Una vez que estos han sido incorporados tiene ayudas anuales y eso los hace sostenibles.

Quisiera hablar también de un tema muy interesante acerca de qué hacer cuando se tiene una creencia comunitaria contraria a la ciencia. Creo que es muy importante reconocerlos a ambos dentro del museo, y en varias ocasiones me he encontrado con varios ejemplos. Uno de ellos es de un museo donde la comunidad quería tener mucha información sobre la industria de la pesca, y nos dijeron individualmente muchas veces, una y otra vez, que cuando ellos eran niños, había tantos botes en el río que uno podía caminar de un bote, de un barco a otro, de una lancha a otra, en un domingo por ejemplo, cuando estaban todo allí. Nosotros solicitamos fotografías y no hubo ni una sola foto que nos mostrara esto, buscamos registros y tampoco los encontramos. Fuimos entonces a la autoridad portuaria que administra el río, buscaron los registros durante muchos años y dijeron que esto no podía haber ocurrido, que siempre había un paso, un puente. Entonces organizamos una sección del museo sobre este tema, había un audio que le hablaba a la gente acerca de esta situación de los botes los domingos, y había otra sección que le presentaba a los visitantes y a la comunidad local el hecho de que no habíamos encontrado fotografías y que no habíamos encontrado ninguna evidencia. Cuando abrió el museo ya esperábamos las quejas por parte de la comunidad, pero éstas no llegaron, tampoco obtuvimos fotografías, así que nunca tuvimos pruebas pero el museo contaba lo que quería la comunidad que contáramos, aunque no supimos si esto era cierto porque tampoco encontramos ninguna evidencia.

Mesa 3

Teorías museológicas

Reflexiones contemporáneas en torno al papel cambiante que los museos desempeñan en los diferentes procesos culturales que resultan de la globalización y transnacionalización del capitalismo en el mundo actual, haciendo énfasis en el tema de la virtualidad.

INTRODUCCIÓN

Luis Gerardo Morales MÉXICO

Investigador, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca

En esta mesa tendremos tres ponencias en las cuales vamos a procurar que se ajusten en lo posible a los tiempos que tienen definidos porque, como ustedes ven, en la mesa tenemos a dos de nuestros conferencistas, pero el tercero va a transmitir una videoconferencia desde Francia y eso, como ustedes comprenderán, requiere una logística y un ajuste de tiempos muy preciso.

Bien, vamos a dar inicio y quiero señalar y recordarles brevemente lo que ocurrió en la jornada de ayer. Sólo quiero plantear algunos temas que quedaron en la mesa y que, sin duda, durante la jornada de hoy seguirán teniendo una discusión amplia y más exhaustiva. Un primer problema que nos quedó de la jornada de ayer fue la pregunta de si es posible desescolarizar el museo. Un segundo elemento fue el hecho de que el museo efectivamente juega un papel crucial como transmisor no sólo de información, sino también de valores, y la importancia que tiene la interpretación. Un tercer problema fue la imposibilidad de que el museo satisfaga a todas las comunidades interpretativas y, por lo tanto, los límites que plantea la democratización cultural en el mundo occidental. Un cuarto tema fue la cuestión de la permanente negociación que hay entre representaciones museográficas, intereses sociales e ideologías de la visibilidad; y también, finalmente, cómo replantear el papel de la museología, más allá de su acepción puramente curatorial, hacia el campo más vasto de sus usos digitales. En todo caso, el interrogante se centra en cuáles son otras modalidades de comunicación. Estos temas surgieron de la mesa número uno, centrada en las experiencias de lo educativo y lo lúdico.

Respecto a la mesa dos, sobre los museos como agentes de cambio social y desarrollo, observamos que tanto en los casos de Brasil y Reino Unido, como en los de México, el espacio del museo ha permitido observar que, a final de cuentas, los agentes del cambio son las propias comunidades que son las que debaten cuáles son sus mejores opciones de desarrollo, dado que esto no puede ser impuesto por una política cultural al margen de las comunidades. Un segundo tema, que surge del anterior, es la lucha entre lo erudito y las opiniones no ilustradas del hombre común y corriente, y por lo tanto, la especie de relación de juego dialéctico que hay entre las visibilidades fijas de las representaciones museográficas y las prácticas cambiantes de las comunidades.

Otro tema muy importante que, por cierto, ha sido soslayado de alguna forma en las definiciones oficiales o institucionales que existen sobre los museos, que generalmente se refieren al entorno urbano del museo, pero el día de ayer observamos que en América Latina el medio rural juega un papel muy importante, crucial, en la construcción de nuevas prácticas, de nuevas hechuras de los museos, por lo que eso replantea también este papel de los museos circunscrito a las ciudades. Finalmente, se señaló también la permanente negociación entre la historia pública desde arriba y la historia pública desde abajo.

¿Qué continuidades quedan como temas que vamos a abordar en el transcurso del día de hoy? Bueno, sin duda volverá otra vez a tratarse el tema de la museología digital, en el campo más amplio de la contextualización interpretativa y la virtualidad; habrá también una mayor problematización sobre el rol de la mediación del museo entre representaciones y comunidades; y sin duda, también, un mayor esfuerzo de análisis en la comprensión sobre los procesos de aprendizaje que intervienen en esta función, ya tan tradicional, que se le ha otorgado al museo en la educación. Por último, tendremos igualmente el tema de la responsabilidad ética de los curadores en el uso y manejo de estas representaciones.

Bien, quiero presentarles entonces a ustedes a nuestro primer ponente, el doctor Ivan Karp, quien actualmente se desempeña como director del Centro para el Estudio de Becas Públicas de la Universidad de Emory en Atlanta. El profesor Karp es no sólo un reconocido especialista, antropólogo, sobre África, particularmente sobre Kenya, sino también es un autor muy conocido desde comienzos de la década de 1990 por sus libros, sus antologías, sus compilaciones, en los que justamente ha abordado varios de los temas que aquí también estamos discutiendo, en relación a las poéticas y la política del museo, y la relación de los museos con las comunidades. Finalmente también es coautor de un libro muy importante, *Museum Frictions: Public Cultures/Global Transformations*, publicado en el año 2007, donde se abordan los temas de la transnacionalización y la globalización. Ivan Karp es un autor muy importante para la museología contemporánea. Doctor Karp, tiene usted la palabra.

REAL OBJECTS – SIMULATED CONTEXTS¹

Ivan Karp EE UU

*National Endowment for the Humanities Professor. Center for the Study of Public Scholarship.
Emory University*

I would like to thank to organizers of the Colloquium, specially the Colombian Network of Museums and the Mexican Museum Professionals Association, for inviting me and for the warmth, generosity and hospitality that I have been afforded during this visit.

I am going to talk today about the subject of curatorial claims to knowledge and responsibility by examining two older exhibits: they are exhibits about the so called subject “primitivism” in modern art and rather famous, one held in New York and the other in Paris. But this subject seems to me as appropriate because we need to recognize that museums are among the first global institutions spread by colonialism and capitalism throughout the world. But at the same time they’ve been global, and they are intensely global. If you think of natural history museums, one has to realize that many collections were made through trade from many parts of the world; they went to the world’s capitals of the nineteenth century. So, they are very few natural history museums, at least in major centers, that do not represent the globe in its collection. But at the same time that they are global, they are intensely local as well, adapting to, acting as an instrument in, and working through the local environment and communities. So they therefore seem to me extremely appropriate to recognize that, respect to the point of globalization, it is not a new subject in museums, but in fact it is one of the oldest

1. Nota del editor: La ponencia leída por Ivan Karp en este evento reprodujo gran parte de su ensayo “Real Objects, Simulated Experiences and Cultural Differences: Paradox and Tensions in the Making of Exhibits”, el cual fue preparado originalmente para el Seminario Avanzado “Material Culture: Habitats and Values”, organizado en 1996 por la Escuela de Investigación Avanzada en Santa Fe, Nuevo México. Según Lorain Wang, “a través de los años, este ensayo fue presentado también en varias universidades en los Estados Unidos, en Italia, en Bogotá, Colombia, y finalmente en el programa de Museum Studies de la Universidad de Michigan, en marzo de 2010. Las diferentes versiones tienen introducciones ligeramente distintas antes de retornar más o menos al mismo texto”. Wang, Lorain. “Guide to the Ivan Karp papers, circa 1945-2011, bulk 1969-2012”, documento digital publicado por el Smithsonian National Museum of Natural History, octubre de 2014, 47-48. En: <http://www.anthropology.si.edu/naa/fa/karp.pdf>

subjects that museums have had to grapple with.

Museums insist that their visitors interpret physical settings as spaces designed for visiting, reflecting and remembering, especially for remembering experiences the visitors may never have had. These settings contain collections or collected exhibits, materials, displays and documents. All of these are devised to invoke a moment in time, perceived from a point of view, and often organized into a visual narrative about a sequence of points in time. Consider, for example, Jane Jacobs' evocative description of a Canadian Museum in the interior of Canada:

On the high prairie in the Canadian province of Alberta is a museum called Smashed-in-the-Head Buffalo Jump. A visitor stands at the foot of a natural rock ledge running through the building, and confronts, above his head, a cluster of huge beasts, frozen at the instant they are about to plunge over the brink. Terrifying. Frantic, doomed, magnificent, pitiful. Other exhibits stir awe for the Indian buffalo hunters, so cunning, so courageous. They would mark out lanes on the plateau behind the ledge, as if with dotted lines, using clumps of buffalo dung, stones and brush. When the moment to start the death drive arrived, boys wearing coyote pelts howled at the fringes of dispersed groups of grazing buffalo, impelling the groups to draw closer together so the 'coyotes' could herd them into a lane. In the meantime other boys wearing buffalo-calf pelts bleated near the 'jump' end of the lane. That impelled the deluded mass of animals to rush forward to protect them. With the prairie-wolf howls at their rear and flanks and calf bleats to their fore, the herd stampeded to its doom.

"Coyote and calf skins are skimpy. Buffalo don't have that good eyesight, but even so, these were masquerades for boys, not grown men. This particular jump, "Smashed-in-the-head", memorializes a boy in calf dress who was caught in the onrush and swept over".

"Which did you identify with?", asked Kate curiously, "The buffalo or the hunters?"

"At the time, alternately both. But in retrospect, to be honest I suppose I identify with the museum's designers and with the descendants of those hunters who staff the museum".²

This report of a visit to and conversation about Smashed-in-the-Head Buffalo Jump Museum describes in almost ideal typical form a museum that celebrates a memory and exhibits a point in time. But the dialogue illustrates the tragic flaw of all museums, that the memories they exhibit are often remote from the experiences of the visitors, that the visitors may identify more with the staff of the museum than the subject matter, that the memories exist in some other time, not our time, and may not escape the effects of time. "To be honest", the visitor remarks, "I suppose I identify with the museum's designers and with the descendants of those hunters who staff the museum".

2. Jacobs, Jane (1992). *Systems of Survival: A Dialog on the Moral Foundations of Commerce and Politics*. New York: Vintage Books, 74.

Crucial elements of what has come to be called the “museum experience” are displayed within this little text. Here is an exhibit that was designed to represent in the most realistic manner possible an activity and experience available only in memory. The content of the exhibit is derived from the memory traces of hunters and from stories told to their children. This exhibit, effective and emotionally appealing as it is, operates at a temporal and cultural distance from its audience. We have no other choices; experience has to be mediated by exhibit makers and story tellers. The experiences the audiences have are necessarily second hand, stories told or seen but not uniquely experienced, yet none the less embodied in visual and textual forms that are intended to evoke, not distance, but nearness, proximity and authenticity. We only conclude at this point that exhibits are extraordinarily paradoxical forms for experiencing. They construct sense worlds whose primary points of reference exist outside the immediate context and physical setting of the exhibit, but do so in a way that attempts to be experience near rather than experience far.

We may say the museums –specially museums of art, ethnography and other sciences– portrait kind of initial experience, a virtual experience in an actual space. And, within that actual space, translation, specification of context, mediation and representation occur in two locations within the museums, and this is something that I have argued in a number of papers. The first is the exhibit itself and the second is the total constellation of space that is the museum as a whole. As you see a little further on I discuss the tension between these two kinds of spaces. This paper focuses primarily on two temporary exhibitions which are global in their claims and local in their arguments, and argues that the juxtaposition of objects taken from different cultural contexts inevitably draws exhibit makers into the domain of what I have chosen to call anthropological discourse, but which I do not mean the discourse of anthropologists but rather the set of ideas, attitudes and images that constitute any society’s sense of plurality and otherness. As I will try to suggest below, the overall arrangement of museums, especially the large Art, Culture and Natural History Museums, are often not perceived as intentionally made by museum professionals. They are not. In fact, museums are extraordinarily, as a whole, random spaces in terms of meaning. The Metropolitan Museum of Art once paid a hundred thousand dollars to an architect for him to tell them what pattern there was to the space in their exhibits. And he answered: nothing. But they are interpreted as significant pattern and meaningful by the visitors who go there. The very ways that museums sort themselves into different genres –such as art, or history, or natural history– and the ways in which they draw on their cultural authority lead audiences to expect that the narratives of exhibit halls should be extended to the museum as a whole and vice versa.

In the United States at least, major museums, such as the Metropolitan Museum of Art, use elaborate installations, expend enormous sums on architecture in order to indicate to their audiences that as they move through the museum, they move across times and spaces. As one of the first books of the so called museologists said, they are time machines. They set up sequences of time and space which may seem haphazard to them and the audience, but they are sequential none the less. Take, for example, the Pitt Rivers Museum at Oxford, which had ranges, objects in terms of a sequence that, is supposedly, move through time, that is an evolutionary sequence. Although if you actually go to the Pitt Rivers, the displays that seem timeless never changed so much,

the evolution widely disappears.

Even when museum professionals protest that the sequence of exhibits is not designed to communicate messages and ideologies, members of the audience will find meanings in their experience of the museum. When I worked at the Smithsonian's National Museum of Natural History, the entrance at one end of the Hall of African Cultures was at the end of the Ice Age Hall. The last display in the Ice Age Hall showed a Neanderthal man standing in a cave, perhaps in a ritual posture. Even I thought he looked a bit apprehensive. His field of vision took in the doorway and he gazed directly into a diorama in the African Culture Hall, the interior of a circa 1950's dwelling among the Himba People of Namibia. The Himba in the house were dressed in customary dress, which his women's clothing derived from late nineteenth century missionary dress, while the Neanderthal man was dressed in skins.

Neither the curator of the Ice Age Hall or the Curator of the Hall of African Cultures (myself) conspired with the one another to make this transition. The halls were installed fifteen years apart and twenty five years after that no audience member is recorded as having remarked that in the Museum the Ice Age ended at a point where African culture, around 1955, seemed to begin. In the early 1990s, however, this remarkable sequence began to attract notice. The audience response, that was reported to the museum through the letters from scholars and the public, describe their dismay at finding Africa put one step above Neanderthal man in a scale of cultural evolution. One woman wrote of seeing a group of primary school students in which the black students were teased about their primitive status by the white students in their group. The staff of the museum protested that this was not their intention, that Africa didn't have an Ice Age, Africa had rainy ages, pluvius ages, and the halls in the museum had no logical or narrative sequence, the halls in fact had been installed at different times with different intentions by different curators.

But these protests ignore a fundamental feature of museums, that they provide ready-made narratives for interpreting the objects and displays in them, no matter what the intentions of the museums staff are. No matter how pluralistic and relativising the curators of the Natural History Museum in Washington might be, they work in a display and research environment that is dedicated to illustrating the theory of evolution and nature. It is a small step for its audience to extend the theory of evolution from natural species to human cultures, which in a natural history museum setting are easily redefined as natural species. Eventually the Hall of African Cultures was shut down. The new Hall still has an entrance in the same place, but Neanderthal man no longer gazes into his African future. Still I am not convinced that the narrative of the museum will not determine the audience's interpretation. I once suggested that signs be put at the entrances of each of the major culture halls of the museum stating: "You are leaving the National Museum of Natural History and entering an evolution free space". But it would not have worked.

As I've just argued, the difficulties of representation entailed by showing and telling stories about sequences of events over time or space are no less daunting than those entailed in the task of capturing a moment in time. Problems of representation and mediation confront all museums and all exhibits and are even may more extreme by the

norms of showing and telling that museums set up for themselves, especially the norm that specifies that story telling must be a visual experience in museums.

Even the most immediate responses evoked by objects are culturally and historically mediated. But what happens when the objects themselves are taken from different cultures and different times? Are the problems of representation and mediation entailed by the crossing of cultural boundaries even more severe than those experienced within a single cultural space or historical trajectory?

The debate over the Metropolitan Museum of Art's famous and notorious exhibition on *Primitivism, the Affinity of the Primitive and the Modern* provides a useful case of study and a very influential exhibit. *Primitivism* is probably the best known example of a museum based art historical solution to problems of translation. The primitivism show demonstrated a large range of relationships between works made by so called native artists in Africa, Oceania and the Americas and with the origin of the modern avant-garde movement in painting and sculpture. These relationships ranged from what the curators call "influence" to what they call "affinity". Objects that were used by Picasso and Braque, for example, were exhibited and discussed with the works that took off from them, that they used as models. A virulent debate resulted, in which William Rubin, the chief curator and his colleagues were accused of appropriating the primitive, of ignoring the intentionality of the non-western artists displayed in the exhibits, and of constituting these non-western artists as uncritical and unthinking producers of works that could only really be appreciated by western observers. The debate was continued in exhibit form, through exhibits which were critical of *Primitivism*, but specially *Magiciens de la Terre*. Some years later, we had the anti-exhibit, the Pompidou Center's *Magiciens de la Terre*, which asserted that, in some fundamental sense, all artists exist outside of the cultures and historical periods in which they live, that they all have a shared identity as "magiciens", agents capable of perceptions actions that cut through the veils of culture and history and uncover realities only dimly perceived by the rest of us³.

If *Primitivism* told us that there were only two kinds of cultures, the Western self critical same and the unselfconscious other, *Magiciens* also asserted that there were two races who walk the earth, artists and others (I'm an *other*, myself). The displays at *Magiciens* illustrated this theme. Unlike *Primitivism*, there was no search for historical connections, no concern for influences, no attempt to put an African mask next to the Picasso painting that utilized its formal devices or drew on what it thought were its cultural meanings and uses. Instead objects were juxtaposed that were presumed to exhibit the same artistic intentionality. Thus a Richard Long painting that showed his concern with basic elements such as the earth itself and fire was set in front of an

3. See *Primitivism in Twentieth Century Art: Affinity of the Tribal and the Modern*. New York, Museum of Modern Art (1984); and *Magiciens de la Terre*. Paris, Centre Georges Pompidou (c. 1989). See also the criticism of the Primitivism exhibition by Clifford, Kramer and McEvilly cited in: James Clifford, "On Collecting Art and Culture". In James Clifford, ed. (1988), *The Predicament of Culture*. Cambridge: Harvard University Press, 215-251. Hilton Kramer, "The 'Primitivism Conundrum'. *The New Criterion* 1984 (December): 1-7.

Australian Earth Painting by the Ndugu people, to show how both objects were made by artists in touch with natural elements in a way that the rest of us were not⁴.

One could and should say that the florid romanticism of the *Magiciens* was as profoundly problematic in its lack of respect for culture and history as *Primitivism*, but for me the issue is that both exhibitions were based on curatorial claims to knowledge an insight not available to the audience. That is what I want to focus on: the epistemology and, to some lesser degree, the ethics. The evidentiary claims could hardly be different. The Ndugu earth drawing is not designed to be in touch with nature, but to demonstrate the dominance of culture over nature, it is part of one's call the dreaming, where mythical figures in travel mark the landscape, so the landscape in the Australian people's way of view is in fact a human shape landscape, and it has very little, in terms of artistic intentionality, in common with the work of artists like Richard Long.

In the catalog for *Primitivism* William Rubin, the chief curator, remarks that he selected only great works of African art for his exhibit. How did he know them? He tells us: thirty years of viewing. Rubin's eye and Rubin's experience provide the means for discovering the affinities that organize the exhibit.

When I first read this, I was furious. But over the years, I found myself asking what else might curators have to rely on but their training and experience? At the very least Rubin takes responsibility for his curatorial choices. If you disagree with his eye, you can begin to make your own decisions. Nor does he claim that choices are their own evidence, as unadulterated connoisseurship does. Rubin's methodology is interesting. He does not use the concept of affinity loosely, as some critics of the exhibition have claimed. While he does not invoke Max Weber and the German sociological tradition⁵, he clearly has in mind a kind of cultural and causal relationship that Weber calls an "elective affinity"⁶.

The concept of an "elective affinity" was used in nineteenth century chemistry to describe how elements in different compounds were thought to be so attracted to one another, that they could wrench themselves out of one form and join another⁷. Rubin and his fellow curators see the modern moment in the history of Western art as exhibiting just that sort of reaction when it comes into contact with African and Oceanian objects that had been taken out of their own contexts and carried to another space (the act of appropriation is the elective part of the affinity), where they could provide the impetus for the rupture out of which modern art emerged. This was the influence part of *Primitivism*.

4. But note that Kirk Varnedou used a Richard Long from the same series in his essay on contemporary artists in the *Primitivism* catalogue (p. xx).

5. In his essay on "Modernist Primitivism", William Rubin defines his two key concepts, "influence" and "affinity" in the middle of a discussion of the German painter Max Weber (In *Primitivism in 20th century art*, vol. 1 edited by W. Rubin (1987). New York: The Museum of Modern Art, 1-85.

6. Herbert Howe, Richard (1978). "Max Weber's Elective Affinities. Sociology within the Bounds of Pure Reason". *American Journal of Sociology*, 84(2):366-385.

7. Ref. as for note 5.

The rest of the exhibition was devoted to demonstrating the underlying universal “affinities” that made influences possible. In terms of the Weberian concepts I am using here, we might say that what Rubin calls an “influence” is actually an elective affinity, while what he calls “affinities” are actually what Rodney Needham might term “proclivities” that are universally available, but only emerge in specified contexts. Rubin wanted to show that there was a stock of formal solutions that were drawn on by primitive artist and modern artist alike, the first self-conscious and the second automatic. I don’t think it accidental that the anthropologist most cited by Rubin is Lévi-Strauss. Rubin’s distinction between what he calls “influences” and “affinities” is profoundly structuralist.

How does this framework differ from the category of the “magicien” constructed by the Pompidou exhibition? This is a difficult question to answer. The world view of the curators of the *Magiciens* show is so different from that of Rubin and co-curators, I will argue, that it is virtually impossible to specify any shared concept of evidence. As far as I can discern the curatorial staff of *Magiciens* relied on intuition and sensibility to make their decisions, as did the staff of *Primitivism*. But the two exhibitions have little more in common. *Magiciens* established a relationship among objects that was stronger than the elective affinities and proclivities proposed in *Primitivism*. In the *Primitivism* show objects could only influence artistic practice if they had been known and used by the artist. Rubin’s influences had to conform to constraints laid down by the limits of time and space. Picasso had to have bought, handled or seen the physical primitive object before Rubin would establish an elective affinity, an influence, between it and Picasso’s artistic work.

In contrast *Magiciens* told the story of a world that obeyed a rather different set of physical laws. Instead of seeing artistic change as emerging out of artistic practice which tears itself out of one way of making art and merges with another, objects from any number of discrete and unconnected cultural and historical sites were shown to be examples of one single form and set of practices, not compounded and joined, but all variants of a single form, variations on a single theme, the art of the “Magiciens de la terre”. Richard Long had no more need to see and know about Australian sand paintings than Australian aboriginal artists needed to know about Richard Long. The world in which “Magiciens de la Terre” conduct their work is Platonic rather than Newtonian. The objects they make are far more shadowy examples of an ideal than objects that can have an influence on artistic practices.

In contrast to the highly contestable histories exhibited in *Primitivism*, I find it difficult to see how the objects and artists displayed in *Magiciens* can be said to have a history. They are merely material examples of what is unchanging and universal, available and present during all times and in all cultural spaces, but knowable only through its material manifestations. But if they have no history, are they subject to critical evaluation? Probably not. The curators of *Magiciens* made no claims based on connoisseurship and training. The catalog of *Magiciens* did not contain the elaborate and often illuminating examinations of specific objects that judged them to be more or less successful as did the catalog of *Primitivism*. This kind of discourse was especially prominent in Rubin’s major contribution to the catalog, the chapter on “Modernist Primitivism”, which abounded with judgements about exotic objects that deemed them

to be artistically successful or not, based on how they resolved formal problems. There was no such examination of form evident in the *Magiciens* exhibition and catalog. The curators did not see themselves as cultural arbiters; they were not at all concerned with providing for their audience a basis for making aesthetic judgements. Instead, their form of advocacy reminded me some of the extreme forms of the environmental movement. For *Magiciens* artists and their works are like endangered species; they risk disappearing in a world that no longer values what they do and obliterates the spaces in which they can thrive. Capitalism is the enemy, and *Primitivism* and the *Magiciens* artists are the heroes.

Where Rubin and the curators of *Magiciens* converged was in Rubin's assertions about the nature of contemporary tribal arts, that by and large they are "dead", devoid of creativity and the vitality that comes from connections to a living, vital tradition. This he attributes to the success of colonialism in destroying tribal life. He says, in fact, that the greatness of the South African art can no longer be made because of African contact with West. My assertion that Rubin's judgements about the vitality of tribal arts shares something in common with the makers of *Magiciens* is surely odd. *Primitivism's* refusal to acknowledge that art could still be made beyond the boundaries of the Western imperium is the single most important thing that *Magiciens* was concerned to challenge. The refusal to see artistic and ethnographic validity in the ethnographic present is the sort of assertion that could never be derived from the sensibility of the curators of *Magiciens*. For them the dead culture is Western industrial society, which does not value artistry, does not know and cannot connect to the qualities of nature and does not seek to conserve anything derived from the preindustrial world.

Yet Rubin's judgements and the Romantic reaction of *Magiciens* share a significant assumption, that art must be more than formally successful; it must draw its sources of inspiration from a living tradition for it to qualify as great. In terms that are more popular today, we might say that all great art should have "spirituality" in these two exhibits. The difference for them is not in the assumption of vitality or spirituality; it is in where they situate it spatially and temporally in their curatorial practices.

I have kept my focus here on the phenomenology of museums and exhibits, focusing on how the paradoxical nature of the museum experience shapes the problems of interpretation and mediation with which museums and exhibits grapple. Museums are specific sites with distinct claims to special experience. But they do not exist on another planet. They compete with other institutions that provide leisure, they are ludic and they are only one form of what the American sociologist C. Wright Mills calls "the cultural apparatus", the set of institutions that provide ready-made models of culture and personhood. In addition, museums and exhibits themselves are topics of cultural elaboration, and the anthropological discourses they spin are adopted and used in other media. This was brought home to me by an article in the fashion and culture magazine *Vanity Fair* that appeared about two years after the *Magiciens de la Terre*⁸. *Vanity Fair* published a photo essay of wedding gowns that were modeled by the model and actress

8. "Visions of Ndebeie", *Vanity Fair*, 146(5140):63-74. There is no author listed. It was produced by Robert Downes Clark and Kristi M. Crawford.

from Somalia, Iman. The setting was South Africa where Iman was photographed among the Ndebele people and their decorated homes. Many ethnographic and third world arts and artists were popularized by *Magiciens*: Cheri Samba, coffin makers from Ghana, and specially the abstract Ndebele household painters acquired international reputation as a result of the Paris show, yet another product of globalization. The *Vanity Fair* essay explicitly referred the exhibition, and cited the Ndebele artists by name, in effect using the counter-hegemonic symbols of *Magiciens*, which protested against the cult of the anonymous tribal artists. Iman was shown modelling gowns and then being approached by a native Ndebele artist, who states: “I want to paint you”. “You want to paint me?”, Iman replies. “No, I want to paint You”, was the response. The next set of images shows Iman unclothed, with her body being painted by the Ndebele artist.

The *Vanity Fair* article managed, in short compass, to combine the anthropological discourses in *Primitivism* and *Magiciens*. In *Primitivism* objects were derived from one kind of setting cross-cultural boundaries to merge with the affines in another vastly different cultural setting. In *Magiciens de la Terre* objects move from the settings in which they were first made and appreciated to form a new category and setting. *Vanity Fair* uses the conventions of *Magiciens* to construct a set of representations more like *Primitivism*. The article tells us a great deal about Ndebele art, how it derives its imagery from urban experience, how it is “fragile” and endangered in the contemporary world. The primary vehicle for portraying relationships among cultures in the photo essay is a fake report of Iman’s interior dialogue, in which she is called “excited” to meet the famous Ndebele artists whom she had heard of when she was a child in Somalia. The essay’s narrative structure shows a progressive merging of Iman and the Ndebele. In the last scene she is taken away by her Ndebele friends. This ingenious set of representations manages to present all the forms of anthropological discourse I have been describing and more besides. Iman and the Ndebele artists merge into a tribal and artistic whole; Ndebele art is presented as ecologically endangered; the artists are instinctively rather than self consciously makers of art. In addition the essay reproduces in an inverted form the structure of *Primitivism*. Instead of Ndebele art travelling to the west, an object situated in the West, Iman’s body, travels to the Ndebele, clothed in Western ceremonial dress, wedding costume. But Iman’s body moves out of its costume in order to be assimilated to the primitive. It becomes a canvas for Ndebele painting. Of course, Iman’s body is only ambiguously Western. She is presented to her audiences as having been discovered by the American adventurer Peter Beard while herding cattle in Kenya. Hence the underlying act of election constituting an affinity also signals the return of an object, Iman’s body, to the site where it originated. But, but, the anthropologist in me wants to complain, Iman is not South African; Iman is Somali, and urban Somali at that. However, *Vanity Fair*, like many museums, deals in large categories, such as the West and the Rest.

MUSEOS, GLOBALIZACIÓN Y VIRTUALIDAD:

REFLEXIONES ANTE LOS CAMBIOS CULTURALES

María Luisa Bellido Gant ESPAÑA

Universidad de Granada¹

En las últimas décadas las sociedades más desarrolladas se han regido por conceptos como ocio, cultura, patrimonio y conservación. Estos han ido configurando una nueva imagen social marcada en parte por el respeto al pasado como forma de conocimiento y como vehículo de desarrollo. Reciente es la aparición e incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito patrimonial. Dos aspectos que, aunque en sus inicios se consideraban como dos realidades muy dispares, hoy vemos que su relación y mutua influencia es imprescindible para ambas. Y decimos para ambas porque el patrimonio se ha beneficiado de estos nuevos lenguajes a la hora de la difusión y de mostrar sus potencialidades didácticas y educativas, mientras que los aspectos tecnológicos se han “humanizado” gracias al aporte de los aspectos patrimoniales.

Términos como hipertexto, realidad virtual o hipermedia han entrado a formar parte de nuestro vocabulario cotidiano y son cada vez más los que utilizan estos lenguajes, sobre todo en aspectos relacionados con el patrimonio.

1. Introducción de Luis Gerardo Morales: Nuestra siguiente ponente es la profesora María Luisa Bellido Gant, quien viene de la Universidad de Granada, España, y quien ha desarrollado una trayectoria muy importante desde el punto de vista de la historia del arte en relación con la museología. Aquí pasamos justamente del enfoque sociológico-antropológico al enfoque de la historia del arte. La profesora Bellido es una persona muy joven con una muy importante trayectoria universitaria en las distintas materias de la museología y también con una importante producción editorial, en la que destacaremos principalmente entre sus libros uno de ellos titulado *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto del ocio*; otro libro que fue producto de su tesis doctoral, *Arte, museos y nuevas tecnologías*, y uno de los últimos libros, que es una compilación de ensayos, creo que tiene mucha relevancia para los estudiosos latinoamericanos de los museos, que se titula *Aprendiendo de Latinoamérica: el museo como protagonista*, creo que es una de las publicaciones que está llamada a convertirse en un texto clásico de consulta, sobre todo para los estudiosos y especialistas en el tema de los museos.

La famosa y tan debatida idea de la globalización, adquiere, en este sentido, un valor crucial. No debemos permitir que esa globalización se entienda como la homogeneización de la cultura, y por tanto de los aspectos patrimoniales, sino que debemos optar por un sistema mixto que por un lado sea integrador y democratizador pero también apoye y beneficie la diversidad. Las tecnologías deben convertirse en instrumento de este fenómeno integrador.

Hemos señalado la difusión como uno de los aportes claves de las nuevas tecnologías. Ésta no debe entenderse como una trivialización del patrimonio, ni como una actividad menor: debe entenderse como el conjunto de acciones encaminadas a dar a conocerlo y poner los medios y los instrumentos precisos para que sea apreciado, valorado y disfrutado por el mayor número de personas. Las posibilidades que la aplicación de estas tecnologías ofrece dentro de la difusión posibilitan la democratización del acceso a la información que redundan en un acercamiento “inmediato” al bien patrimonial. De esta forma se suprimen las desigualdades geográficas entre entornos urbanos y rurales, y solamente con poseer un ordenador y una conexión a Internet podemos acceder a la información que necesitamos, en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo.

En cuanto a las posibilidades didácticas que aportan las nuevas tecnologías, se consigue la estructuración de la información, adecuándola al usuario al que va dirigida, creando filtros de acceso dependiendo del grado de interés del visitante y organizando los contenidos según las disponibilidades docentes o divulgativas. Un aspecto realmente importante es la utilización de diversos soportes –audio, video, texto, música– que facilitan una mejor aproximación al mundo patrimonial. También, gracias a Internet, se hace posible la actualización continua de la información, al poder mantener unos datos fijos relacionados con el bien a la vez que modificar, ampliar o agregar datos y conclusiones que convierten esa información en un elemento vivo y nunca caduco. Y por si ello fuera poco, se ofrece una disponibilidad constante del bien que permite un mayor acercamiento: ya no dependemos de entradas, horarios, colas, problemas de transporte o cupos diarios. Desde nuestras casas podemos acceder en cualquier momento del día o de la noche al bien seleccionado para visitarlo virtualmente, conseguir información del mismo o relacionarlo con bienes afines.

Sin embargo, aunque mucho se ha recorrido no debemos engañarnos, sólo estaremos auténticamente desarrollados cuando no seamos meros consumidores de la información patrimonial que aparece en los distintos medios tecnológicos, sino que seamos capaces de convertirnos en creadores de la misma. Para ello es imprescindible que las distintas instituciones relacionadas con el patrimonio apoyen programas de investigación tendientes al diseño de corpus informativos, y no sólo a la gestión. Teniendo en cuenta el enorme potencial patrimonial que existe, debemos ser nosotros los que generemos la información sobre ese patrimonio y ser capaces de incorporarnos activamente a la sociedad de la información.

El medio digital

Como han señalado varios autores, las posibilidades que el medio digital ofrece deben considerarse como la gran revolución tecnológica del siglo XXI, aunque existe cierta confusión a la hora de delimitar las características y potencialidades de este medio.

Para Xavier Berenguer las tres grandes virtudes del medio digital son la espacialización, la ingravidez y la interactividad. La espacialización se ha conseguido a través de las imágenes sintéticas en movimiento, imágenes generadas por ordenador en varios elementos pequeños y sencillos para obtener otros más complejos, teniendo más relevancia aquellas que por su contenido llegan a parecer moleculares en su diseño y la conquista infográfica, que trata de la generación de imágenes sintéticas por ordenador. No sólo se puede modelar y codificar números, texto, imágenes, etc., sino que además el ordenador permite la simulación en cuatro dimensiones.

La ingravidez o intangibilidad, es decir esa condición etérea de la información digitalizada, se corresponde con el paradigma moderno según el cual todo es y no es a la vez. La desmaterialización del medio audiovisual conlleva una gran ventaja: el traslado multimediático de un lado a otro del planeta gracias a las telecomunicaciones. De esta forma los autores tienen la posibilidad de difundir su obra sin intermediarios. En el futuro se plantea que cualquiera podrá constituirse como emisor, hecho que necesariamente agitará el mercado del arte.

La tercera virtud del medio digital es la interactividad. Gracias a esta capacidad, el espectador modifica la recepción de la obra según sean sus interacciones y supone la participación del espectador en la misma.

Para Antonio Rodríguez de las Heras el mundo digital se encuentra delimitado por la superficie de la pantalla electrónica, donde la imagen digital que aparece no ofrece una superficie sino una interficie activa a través de la cual se establece una triple relación con el mundo real. En un primer nivel el espectador puede interactuar con el mundo digital a través de su mano, utilizando el ratón o cualquier dispositivo similar; el espectador puede intervenir, de una manera superficial, en este nuevo entorno. En un segundo nivel, el espectador puede entrar en ese mundo produciéndose una sensación de inmersión total. El último nivel, y más sugerente, consistiría en poder introducirse en ese mundo digital a través de la vida artificial. Este autor delimita las once propiedades que el soporte digital presenta y que condicionan las creaciones artísticas que lo utilizan. De esta manera señala la densidad, accesibilidad, resonancia, disolución, interacción, actualización, ubicuidad, deslocalización, amorfía, asincronía y plegado. Esta certera caracterización se debate con la pervivencia de una terminología que, pese a ser superada por nuevas nomenclaturas, sigue vigente creando una gran confusión en el lector.

El medio digital como hacedor de nuevos museos

Internet no solo difunde los museos y las colecciones ya existentes, sino que también ha propiciado la aparición de nuevos tipos de museos. En este sentido podemos destacar la aparición de los museos virtuales y digitales. Un museo virtual se entiende como una réplica digital de los museos tradicionales: “Los museos virtuales reciben fundamentalmente esta denominación porque suelen copiar los contenidos de algún otro museo real, siguen la obra de algún artista o tratan un tema especial. Aunque los museos virtuales no reemplazarán nunca las visitas físicas para ver los originales, cuando la distancia o las posibilidades económicas no permiten ir, siempre pueden ser una opción muy válida para un primer acercamiento, de una forma más próxima (virtual) a lo que sería la verdadera visita”.

Para Arturo Colorado, “Museo virtual es el medio que ofrece al visitante un fácil acceso a las piezas y a la información que desea encontrar en diferentes temas artísticos y en distintos museos. De hecho, el museo virtual sería el nexo entre muchas colecciones digitalizadas y puede ser utilizado como un recurso para organizar exposiciones individuales, a la medida de las expectativas e intereses del usuario”.

Nos parece una definición muy acertada de cómo debemos plantearnos el futuro de los museos como instituciones acordes con los cambios tecnológicos que estamos viviendo. Estas tecnologías son capaces de aprovechar estos avances para crear unos sistemas que permiten la interconexión entre comunicaciones electrónicas en red, sistemas de búsqueda y gestión de la información, procesos de digitalización, organización de bases de datos, hipertexto, interactividad, multimedia y realidad virtual al servicio del goce estético y del conocimiento de las manifestaciones artísticas.

No nos cabe duda de la existencia de ventajas importantes en los museos virtuales frente a los museos tradicionales: facilidad de acceso para el visitante, múltiples interpretaciones de la colecciones, mejora en la organización y unificación de las colecciones, acceso al museo más cómodo y atractivo, facilidad a la hora de presentar obras contemporáneas que combinan materiales y técnicas.

Junto a estos también debemos destacar los museos digitales que incorporan las potencialidades de este medio y que están formados por obras realizadas exclusivamente con dicho soporte. Estos museos nos introducen en nuevas manifestaciones artísticas, el arte digital, que utiliza las tecnologías de la información y la comunicación para realizar obras de gran fuerza visual e intelectual y que además con frecuencia favorecen la participación del espectador. Estas manifestaciones se caracterizan por la pérdida de materialidad de la obra plástica: se trata de imágenes que se crean sobre el soporte magnético, con el auxilio de los códigos binarios que soportan el lenguaje digital, sin recurrir a materiales y técnicas convencionales.

Las nuevas tecnologías permiten que el usuario interactúe con la obra de arte, lo que establece una nueva definición de obra acabada/inacabada, de artista y de público, y se redefinen los papeles de cada uno. Junto a estas potencialidades, debemos destacar las enormes posibilidades de difusión. El incremento de ordenadores personales como

consecuencia de las expectativas que ha despertado Internet, convierten al medio digital en un espacio privilegiado de comunicación artística.

No nos cabe duda que Internet y los nuevos soportes han propiciado un cambio radical en el funcionamiento, pero sobre todo en la propia naturaleza del museo. En estos momentos ninguna institución que se precie rechaza las potencialidades que la red puede ofrecer. De todas formas no debemos dejarnos impresionar por los avances técnicos, pues siempre serán necesarios las ideas, las argumentaciones y los discursos históricos como base fundamental del museo.

Pero no todo deben ser parabienes para estas tecnologías. En un trabajo sobre los usos y abusos de Internet por parte de los museos, Cunliffe enumera los tres problemas principales de los sitios de museos:

1. Desarrollo sin una clara noción del objetivo del sitio.
2. Falta de evaluación para saber si satisfacen las necesidades y deseos de los usuarios.
3. Material en el sitio que duplica aquel del espacio físico del museo, sin aprovechar las posibilidades que brinda el nuevo medio.

Un análisis no exhaustivo por las páginas web de los museos pone de manifiesto que estos males están presentes en algunos de los sitios. Algunas instituciones se han sumado a la moda de “Internitis”. Esto puede ser muy costoso para los museos, dado que está demostrado que las instituciones pierden 40% de sus visitantes virtuales tras una experiencia negativa con el sitio. Cunliffe indica que lo fundamental es la evaluación de los usuarios, lo cual permite al museo desarrollar una página web que sea atractiva y útil para los visitantes.

Vemos pues como los museos salen fuera de sus muros y se hacen visibles y reconocibles por una cantidad ingente de visitantes, reales o virtuales, que se acercan a sus colecciones y disfrutan de sus actividades. Lo único que nos queda esperar es que esta visibilidad y globalización no acabe con el misterio y la emoción que debe rodear a estas instituciones.

LE MUSÉE EST-IL UN LIEU DE DÉLECTATION

OU UN LIEU DE TRANSMISSION?

Bernard Deloche FRANCE

*Université Jean Moulin Lyon 3*¹

Pour un philosophe, la question essentielle que pose le musée est celle de sa finalité, c'est-à-dire de la mission qu'il doit remplir. Cette mission peut-elle se réduire à procurer de la jouissance *ou bien* le musée doit-il communiquer quelque chose au public ? Pour tenter de répondre, je vais commenter l'évolution de la définition du musée par l'ICOM (Conseil International des Musées).

La conception la plus ancienne et la plus classique du musée tentait de maintenir simultanément les deux termes de l'alternative. Peu de temps après sa fondation en 1946,

1. Introducción de Luis Gerardo Morales a la intervención de Bernard Deloche: Muchas gracias profesora Bellido. Vamos a darle ahora la palabra al profesor Deloche quien, a través de videoconferencia, va a hacer su intervención desde la Universidad de Lyon. Hemos pasado ahora del campo de la sociología y la antropología con el profesor Karp, al campo de la historia del arte y la virtualidad con la profesora Bellido, y ahora con el profesor Bernard Deloche vamos a entrar al campo en el que él se ha especializado, que es el campo de las letras y la filosofía en diálogo con la museología. Deloche es un autor también muy prolífico y quisiera destacar fundamentalmente dos de sus libros que creo son relevantes por ser textos clásicos dentro del campo de la museología contemporánea; uno de ellos es un texto que se publicó a finales de la década de 1980, titulado *Museológica: contradicciones y lógica del museo*, un libro donde el profesor Deloche aborda los temas de la sacralización del arte en manos de los curadores, un tema que ha aflorado ya el día de hoy, y otro libro también muy importante y relativamente reciente, titulado *El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes*. Este texto ha sido traducido al español, circula en el mundo hispanoamericano, y está llamado a ser también un texto polémico, muy importante desde su enfoque muy original respecto a lo que él concibe como el tema de la virtualidad, un tema que está ya también sobre la mesa de nuestro Coloquio.

l'ICOM faisait figurer la délectation dans les deux premières définitions données en 1951 et en 1961. Plus tard, le 14 juin 1974 à Copenhague, l'ICOM adoptait la définition suivante : « Le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'étude, d'éducation et de délectation ». Définition confirmée à La Haye le 5 septembre 1989, puis à Barcelone le 6 juillet 2001. Donc, pendant plus d'un demi-siècle, l'ICOM a mentionné dans sa définition du musée le terme de *délectation*, qui évoque une jouissance particulière, à la fois gratuite et raffinée ; il l'a maintenu aux côtés de l'étude et de l'éducation, qui relèvent davantage de la communication et dont la mission est de contribuer à la formation intellectuelle et morale de l'homme.

Au fil des années le plaisir, même raffiné, est apparu comme un objectif trop frivole. Aussi en 2005, lors de la déclaration de Calgary, le mot *délectation* a-t-il disparu de la définition du musée élaborée par le Comité international de l'ICOM pour la muséologie (ICOFOM). Voici cette nouvelle définition plutôt puritaine : « Le musée est une institution au service de la société, qui a pour mission d'explorer et de comprendre le monde par la recherche, la préservation et la communication, notamment par l'interprétation et par l'exposition, des témoins matériels et immatériels qui constituent le patrimoine de l'humanité. C'est une institution sans but lucratif ». Cette modification, qui élimine le rapprochement paradoxal du plaisir et de l'éducation, témoigne d'une évolution considérable dans la compréhension de l'institution et semble indiquer une nouvelle orientation qui permet de poser enfin de façon très claire la question de la finalité du musée.

Une fois évacuée la fonction équivoque de pourvoyeur de plaisir, la mission du musée, enfin clarifiée, semble tout naturellement s'inscrire dans le cadre d'une réflexion sur les modalités de la communication. Faut-il considérer le musée comme un simple lieu d'échanges, un forum de discussion, bref un outil de *communication*, ou bien comme un moyen d'assurer la pérennité des connaissances et des valeurs au sein de la société, un outil de *transmission* analogue à l'Église ou à l'École ?

En réalité, le problème est beaucoup plus complexe, car, sans qu'on y ait pris garde, l'élimination de la délectation a entraîné avec elle une double éviction que l'on ne percevait pas toujours clairement :

– D'abord, en éliminant la délectation, on n'a pas vu qu'on éliminait aussi *l'outil de détermination des valeurs de référence de la culture*, à savoir le principe qui permet de dire ce qui est beau, ce qu'il faut admirer, ce qui est digne d'être conservé, etc. ;

– Ensuite, on n'a pas compris non plus que, du même coup, on supprimait également *le sensible*, car la délectation était la seule référence au sensible dans la définition, alors que l'expérience sensible constitue un aspect irréductible de la spécificité du musée.

En effet, à la différence de la bibliothèque, le musée est le lieu par excellence de l'expérience sensible parce qu'il montre des choses concrètes, c'est-à-dire « en chair et en os », *sans la médiation du texte*. Mais si l'on confond cette appréhension sensible des

choses avec le plaisir esthétique, comme on l'a fait depuis deux siècles, on s'interdit du même coup de comprendre la vraie mission du musée qui est de fonctionner comme *un outil non intellectuel de transmission*. L'ancienne définition de l'ICOM n'était donc que la formulation, par un *oxymore* – à savoir l'affirmation simultanée de deux propositions mutuellement contradictoires –, de cette histoire du détournement de l'expérience sensible au profit du plaisir esthétique.

Mon propos se déroulera en trois temps :

- 1) Je me demanderai d'abord comment le musée a pu être considéré comme un lieu de plaisir ;
- 2) J'examinerai ensuite le rôle du musée comme lieu où l'on fait des expériences sensibles ;
- 3) Enfin, j'expliquerai pourquoi la spécificité profonde du musée est la transmission du sensible.



Commençons par le musée comme lieu d'une expérience hédoniste et examinons ce qui vient d'être rejeté par la récente définition donnée par l'ICOFOM en 2005, à savoir le *plaisir*, la *jouissance* ou la *délectation*.

Bref, il s'agit à la fois

- 1) De comprendre pourquoi on a accordé une place aussi importante à la jouissance ;
- 2) De savoir pourquoi et comment le musée est devenu un lieu de délectation ;
- 3) Mais aussi d'apprécier le rôle qu'a pu jouer la délectation dans le processus de la culture.

– On oublie trop souvent que l'importance accordée à la délectation est le fruit d'une réflexion philosophique sur l'originalité du plaisir esthétique, plaisir que l'on ne saurait confondre avec un plaisir vulgaire comme le plaisir de manger (alimentaire) ou celui de se reproduire (sexuel). Il n'est pas indifférent de noter que musée est né, sous sa forme institutionnelle, avec la Révolution française, c'est-à-dire au moment précis où Kant pensait avoir enfin réglé la question de la spécificité du plaisir esthétique : en effet, la *Critique de la faculté de juger*, qui traite notamment de cette question, date de 1790, alors que la fondation des quatre premiers musées français comme propriétés publiques remonte à 1793-1794.

Jusqu'à Kant s'opposaient deux conceptions du jugement esthétique :

- 1) L'une, normative et empruntée à l'Antiquité classique, qui reposait sur la référence à des canons idéaux était représentée par l'Allemand Winckelmann,
- 2) L'autre, subjective et héritée notamment de Pascal, se fondait sur l'accord entre ma sensibilité individuelle et la chose jugée.

On sait que Kant, loin de rejeter l'un ou l'autre de ces deux points de vue, les a posés au contraire comme indissociables. Pour lui, le jugement esthétique est un *sentiment*, qui se traduit certes par un plaisir, mais un plaisir très particulier car il est paradoxalement *désintéressé*. Le plaisir, ordinairement signe d'une tendance en train de se satisfaire, comme manger ou se reproduire, est ici détaché des besoins et des fins naturelles. Il s'apparente à la contemplation et, à ce titre, il est proprement humain et ne se rencontre pas chez l'animal. Voilà qui convenait parfaitement à la description de l'expérience qu'offre le musée, car le plaisir qu'on y éprouve ne peut en aucun cas se confondre avec la gastronomie ou l'érotisme.

La délectation dont parlaient les définitions de l'ICOM jusqu'en 2005 est précisément l'expérience d'un plaisir raffiné, désintéressé et comme sublimé, bref d'un plaisir détaché de sa gangue charnelle.

– Certains visiteurs de musées ont alors commencé à contempler les tableaux et les sculptures comme on admire avec respect une très belle femme sans oser la toucher. C'est le XIX^e siècle, époque des esthètes et des dandys, des œuvrés mais raffinés, qui a favorisé la jouissance esthétique et fait du musée un lieu de délectation. L'esthète est alors à l'écoute de ses seules sensations, de la résonance que provoquent en lui les objets qu'il perçoit. Quelques grands romanciers ont exploité cette veine. Le Belge Joris-Karl Huysmans, en 1884 dans *À rebours*, a immortalisé à travers le personnage de des Esseintes le modèle du dandy désabusé, capable de se pâmer, je cite, « après une visite au Musée de Cluny [] devant un merveilleux astrolabe, en ivoire ciselé, dont l'allure cabalistique l'avait ravi ». Un peu plus tard, Marcel Proust présentera le dandy sous les traits de Swann, ce collectionneur de tableaux et de femmes, qui cherchait « des analogies entre les êtres vivants et les portraits des musées ». Le trait commun à ces personnages est la dimension narcissique de leur recherche du plaisir. Dans ce contexte, le musée devient alors une sorte de stimulant, qui procure un plaisir raffiné, réputé réservé exclusivement à quelques heureux élus dont la sensibilité est si subtilement aiguisée qu'elle peut se satisfaire d'objets symboliques, comme le sont toutes les figures du fétichisme et de la pornographie.

– Mais le musée, en proposant l'expérience d'un plaisir partagé, a révélé le principe de la détermination des valeurs. Son rôle ne saurait se limiter à la fonction d'adjuvant dans la quête individuelle du plaisir. Car le modèle kantien fournit aussi et surtout un principe d'*universalité* dans la mesure où « le beau est ce qui plaît universellement et sans concept ». Le musée se révèle alors comme le corrélat du marché de l'art où la valeur vénale est directement assise sur un goût partagé, véritable *consensus* culturel que Kant a nommé le « sens commun esthétique ». Une œuvre considérée comme belle – les *Iris* de Van Gogh, par exemple – est une œuvre dans laquelle chacun de nous peut se projeter et se reconnaître (c'est sa part d'universalité), et le musée est le lieu où il est possible de rencontrer de telles œuvres, dont il constitue le réservoir ou le conser-

vatoire. Il devient ainsi la grande caution de référence pour décider de ce qui est digne d'être transmis aux générations futures. Ce qu'on nomme dans les pays francophones la « réappropriation patrimoniale ».

Le goût décide aussi bien de la valeur vénale que de la valeur symbolique des œuvres et, lorsque la valeur symbolique atteint un niveau supérieur, la valeur vénale s'efface totalement derrière elle. Voilà pourquoi les œuvres d'art entrées au musée sont comme démonétisées, réduites à leur seule valeur symbolique, donc inéchangeables et inaliénables. Elles échappent définitivement à la possession privée. Ainsi, bien loin de ne constituer qu'un aspect annexe ou secondaire, comme on le croit trop souvent, le plaisir esthétique comme principe de sélection des œuvres entre au contraire comme une composante essentielle dans la fonction culturelle du musée.

Cependant, l'histoire a montré que les choses étaient beaucoup moins simples, comme l'illustre la complexe histoire des salons de peinture aux XVIII^e et XIX^e siècles et le difficile accord sur un consensus dont témoigne notamment la critique d'art depuis Diderot jusqu'à Baudelaire et les frères Goncourt. On sait quelles tensions ont opposé, d'une part, l'académisme entretenu notamment par l'appréciation d'un jury et, d'autre part, le libre jugement du public. Le consensus émerge difficilement de débats et de conflits souvent houleux, comme ce fut le cas en 1863 avec le fameux « Salon des refusés », qui révéla de façon spectaculaire que plusieurs goûts différents pouvaient coexister. C'est l'empereur Napoléon III qui, voulant laisser le public juge de ce qu'on lui présentait, autorisa la tenue du Salon des refusés en réaction contre le conservatisme et la sévérité excessive du jury. Il devenait alors évident que le plaisir esthétique ne pouvait plus être l'unique critère de la valeur en art.

– On voit ainsi que la jouissance que propose le musée déborde très largement le plaisir de l'esthète et qu'elle joue même un rôle culturel essentiel. Mais on mesure également les limites de ce schéma élaboré au cours du XIX^e siècle dans le sillage de la pensée kantienne, schéma qui reste encore d'actualité pour un bon nombre de musées dans le monde :

1) Non seulement *ce schéma restreint la compétence du musée au seul domaine de l'art*, excluant du même coup les collections scientifiques et techniques, voire anthropologiques, de plus il n'est applicable qu'à des œuvres d'art traditionnelles, qui ne constituent qu'une part très limitée de la culture d'aujourd'hui, et il s'avère être complètement inopérant pour la plupart des productions de l'art contemporain. D'ailleurs un certain nombre de penseurs n'ont pas hésité à mettre en doute le critère hédoniste de la détermination des valeurs esthétiques, on sait par exemple que déjà Nietzsche puis, plus tard, le peintre Kandinsky, McLuhan ou encore Umberto Eco, feront l'éloge de la dissonance, considérant que l'art véritable est celui qui sait rompre avec l'inertie psychologique. Propos confirmé plus récemment par les travaux de Pierre Bourdieu, pour qui le goût est un produit social, donc toujours partiel et relatif.

2) De plus, ce mode de détermination des valeurs – élaboré à l'image de la civilisation occidentale dans le sillage du christianisme et centré sur le primat de la personne humaine comprise comme une valeur absolue – est très lourdement *entaché d'ethnocentrisme*. On est en droit, certes, d'adhérer à cette conception humaniste du monde, mais

il est inconcevable de vouloir l'imposer à d'autres civilisations car les valeurs communes à l'humanité ne peuvent être que le produit d'une construction longue et difficile. Voilà qui explique, par exemple, aujourd'hui la grande incompréhension mutuelle des pays occidentaux avec la Chine.

3) Enfin, dans le contexte du musée, *le domaine sensible ne se réduit absolument pas à la délectation ou à la jouissance*, car la relation intuitive avec les objets exposés, bien que moins directement visible, occupe probablement la place la plus déterminante.

On doit donc se demander si l'expérience du plaisir partagé peut encore légitimement constituer une des missions essentielles du musée actuel et si c'est bien là que réside l'objectif principal de la présentation des collections.



Le musée est avant tout un lieu d'expériences sensibles. Une fois abandonnée la délectation comme critère de sélection des objets, que reste-t-il de cette part non hédonique de l'expérience sensible qui forme la spécificité du musée ?

– En éliminant le mot délectation de sa définition du musée en 2005, l'ICOFOM a du même coup cru rompre avec l'esthétisme hérité du XIX^e siècle et voulu tirer le musée du côté d'activités intellectuelles réputées sérieuses, dans la mesure où prévalent désormais des termes tels que « explorer », « comprendre » ou « interpréter ». On a enfin compris que le culturel n'appartient pas aux loisirs mais qu'il forme le bagage commun essentiel qui fait de nous des hommes. Mais cette suppression du mot *délectation* est à l'origine d'une double difficulté :

1) D'abord elle témoigne d'un *oubli total du rôle que jouait la délectation dans la détermination des valeurs*, oubli regrettable même si ce mode de détermination des valeurs nous paraît aujourd'hui assez contestable. Il est en effet difficile de remplacer efficacement une chose qu'on a supprimée sans voir qu'on la supprimait. La sociologue Raymonde Moulin a décrit en 1986 les mécanismes nouveaux qui créent une « incertitude sur les valeurs esthétiques contemporaines » : internationalisation, asymétrie de l'information, intervention de l'État, etc. Désormais, les responsables de musées, comme les gérants des galeries d'art, non seulement agissent sur le marché mais, je cite, « contribuent à la définition des valeurs esthétiques et à l'élaboration d'un palmarès des créateurs ». Dans ce nouveau contexte, les valeurs ne relèvent plus d'un consensus du goût mais de la subtile et complexe interaction entre les différents acteurs. En effet, tout a changé : les valeurs reconnues par le musée (celles d'humanisme occidental), les supports sélectionnés pour les véhiculer (principalement les œuvres d'art), mais aussi le procédé qui leur servait de caution (le plaisir partagé). Pour combler cette lacune, il aurait donc fallu chercher quel autre mécanisme de production des valeurs remplace aujourd'hui la délectation et faire l'inventaire des nouvelles valeurs ainsi promues. L'ICOFOM ne l'a pas fait.

2) Mais il y a plus grave, car, si les mots « *exposer* » et « *exposition* » subsistent dans la définition de Calgary, rien ne vient souligner leur dimension sensible. Il est donc essentiel de rappeler que *exposer revient à montrer ce qu'on ne parvient pas à dire*, sans quoi on passe à côté de la principale fonction du musée. Attention, il ne s'agit pas du mystère « *ineffable* » de l'œuvre d'art que critiquait Pierre Bourdieu en 1992 dans son livre *Les règles de l'art*, mais seulement du sensible compris comme expérience intuitive : ce qui se donne à nous dans cette expérience est d'abord senti et ne peut pas être traduit intégralement par le discours. Avec la suppression du mot *délectation*, il est à craindre que le sensible dans son entier n'ait été gommé, comme si toute l'expérience sensible se réduisait au seul plaisir éprouvé.

– La *délectation* a donc occulté le sensible, car il ne faut pas confondre sensible et sensibilité : en effet, la *sensibilité* couvre le champ des sentiments, c'est-à-dire de ce qui est éprouvé consciemment par le sujet, de ce qu'il ressent, et c'est à ce champ qu'appartient le plaisir esthétique ; en contrepartie, le *sensible* désigne globalement notre rapport concret et intuitif avec la réalité, il est constitué par tout ce qui vient frapper nos cinq sens : les formes et les couleurs pour la vue, les bruits et les sons pour l'ouïe, les parfums et les odeurs pour l'odorat, les saveurs pour le goût, les consistances, les grains et les textures pour le toucher. Mais, depuis l'Antiquité, si l'on s'est intéressé à la sensibilité et aux sentiments, on a toujours ignoré, et très souvent condamné, le sensible que l'on jugeait méprisable et trompeur, comme en témoignent les grandes philosophies occidentales de Platon à Descartes et à Kant. Bref, on a ramené toute l'expérience sensible au seul plaisir esthétique, ce qui revenait finalement à évincer le sensible.

Le musée a repris à son compte cette condamnation du sensible tout en valorisant le plaisir désintéressé. Voilà sans doute pourquoi on interdit de toucher les objets, voilà aussi pourquoi certains conférenciers qui guident aujourd'hui les visites de touristes s'appliquent encore à détourner le public de cette expérience sensible pour lui apprendre à projeter des connaissances sur les œuvres exposées. On donne alors aux visiteurs des informations biographiques ou techniques, parfois iconographiques, principalement intellectuelles, mais on ne le laisse surtout pas sentir vraiment ce qui est là en face de lui, comme si l'expérience sensible était dangereuse et indigne. On oublie ainsi délibérément qu'un tableau ou une sculpture sont d'abord faits pour être regardés dans leur plasticité en dehors de toute signification, car il convient de « *se rappeler qu'un tableau, avant d'être un cheval de bataille, une femme nue ou une quelconque anecdote, est essentiellement une surface plane recouverte de couleurs en un certain ordre assemblées* », comme l'écrivait le peintre Maurice Denis en 1890.

L'entendement, disait le philosophe allemand Baumgarten, nous donne les choses dans leur généralité (par exemple, la maison en général comme concept), alors que le sensible nous les fait connaître dans leur particularité (cette maison-ci dans sa dimension intuitive, avec son toit à deux pentes et ses volets verts, etc.). C'est ainsi que l'on pourra peut-être écrire des centaines de pages pour me décrire un tableau ou une personne, disait Bernard Berenson, mais cela ne remplacera jamais l'expérience visuelle que je pourrai avoir de ce tableau ou de cette personne en particulier.

– Mieux, non seulement le sensible nous fait connaître le réel intuitivement, mais *il exerce aussi une influence sur notre comportement*, sur notre manière d'agir et de penser.

Platon, qui s'en méfiait, avait déjà découvert le pouvoir sensible de la musique, il avait parfaitement compris que certains rythmes, comme le « Dorien » ou le « Phrygien », sont plus virils que d'autres, tels que le « Lydien » qui est plaintif, et conviennent donc mieux à l'éducation des gardiens de la cité.

Il en va de même des formes et des couleurs, comme le montrera Kandinsky à la suite de Goethe : le bleu est reposant, alors que le jaune est agressif, la verticale est dynamique, alors que l'horizontale est reposante. Bref, formes et couleurs incarnent des forces et des tensions, dont aucun commentaire verbal ne pourra vraiment rendre compte bien que leur impact sur nous soit déterminant. L'Allemand Wolfgang Iser ne disait-il pas que « l'art agit toujours sur nous » ? Cette expérience, qui n'a rien à voir avec le plaisir esthétique, passe généralement inaperçue.

On découvre alors que le musée est un lieu où l'on vient faire des expériences sensibles, alors que les bibliothèques nous proposent des expériences intellectuelles par les livres. D'où l'importance majeure de la *scénographie*, qui repose sur ce constat simple que tout objet dispose d'un potentiel intuitif lié à sa plasticité, peu importe d'ailleurs qu'il soit une œuvre d'art reconnue (un tableau ou une sculpture) ou un simple objet technique (un soc de charrue) voire un produit de la nature (une fleur, une souche d'arbre, un rocher). Ainsi l'emplacement de *la Victoire de Samothrace*, au sommet de l'escalier égyptien du Louvre, n'est pas indifférent, car tout autre site eût atténué le dynamisme qui rayonne de cette sculpture, tandis que la vision en contre-plongée l'amplifie et le magnifie.



La *Victoire de Samothrace* au sommet
de l'escalier égyptien du Louvre

C'est pour mettre en évidence ce rayonnement que l'on a décidé au XX^e siècle de présenter les objets sur un fond neutre, le plus souvent blanc ; et c'est pour la même raison que l'on évite aujourd'hui les accumulations d'objets qui se nuisent et se détruisent mutuellement.

Le musée doit donc se réformer au plus vite pour mieux remplir cette fonction essentielle d'appréhension sensible des choses.



Dans cette perspective, la vraie spécificité du musée est la transmission du sensible. Mais comment intégrer concrètement cette dimension d'expérience sensible dans la mission qui est assignée au musée ? Une fois la délectation écartée au profit du sensible, se pose naturellement la question de la nature de la communication opérée par le musée, car il est bien évident que l'on ne communique pas de la même manière selon les contenus présentés.

– Il faut d'abord rappeler le privilège de la *transmission* sur la communication. Certes, on a très souvent critiqué le musée en soulignant son incapacité à pratiquer *l'interactivité*, c'est-à-dire une communication faite d'échanges entre deux émetteurs-récepteurs conformément aux modèles fournis aujourd'hui par Internet, où chaque récepteur est également un émetteur. Après avoir introduit dans l'école les pédagogies interactives on a découvert que le musée ne pratiquait qu'une communication unilatérale, le public récepteur n'étant que rarement sollicité pour répondre aux messages émis par l'institution. Le plus souvent, le seul moyen offert au public pour communiquer avec les responsables du musée est le livre d'or. D'où l'idée de faire du musée un lieu d'échanges, une sorte de « *forum* » selon le terme du Canadien Duncan Cameron, forum lointainement inspiré de ces anciennes académies où chacun devisait librement.

À cette perspective s'oppose l'idée selon laquelle la communication unilatérale, loin d'être une communication incomplète ou viciée, peut au contraire constituer une relation spécifique et originale entre des personnes ou des groupes de personnes, et cette relation se nomme *transmission*. Alors que la communication s'exerce dans l'espace, explique Régis Debray, la transmission s'opère au contraire dans le temps, c'est elle qui permet à l'humanité de conserver ses acquis en les faisant passer de générations en générations. La transmission est donc un aspect irréductible de la culture comprise comme le bagage que se transmet l'espèce humaine par la voie des artefacts qu'elle produit, pour faire de chaque individu génétiquement humain un être humain au plein sens du terme.

L'exercice de la communication favorise sans doute l'aptitude à acquérir, mais ne remplace pas le processus d'acquisition, qui relève avant tout de la transmission. L'échec des expériences scolaires des années 1960, qui survalorisaient l'interactivité, l'a bien montré : pour s'émanciper progressivement et devenir capable d'une réelle interactivité, l'enfant a d'abord besoin de s'appuyer sur des références stables, même s'il doit plus tard les remettre en question et les contester.

D'ailleurs le public ne confond nullement le musée avec un parc de loisirs, en dépit du caractère parfois démagogique de certaines expériences qui multiplient à l'excès les relations ludiques avec le visiteur comme, par exemple, celles de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette à Paris –, car il vient chercher dans le musée d'aujourd'hui ce qu'il ne trouve plus vraiment dans les autres institutions de transmission qu'étaient aussi bien l'Église que l'École. Le processus et les contenus de la transmission lui paraissent désormais plus acceptables que ceux que portaient l'acculturation contrainte et les divers mécanismes d'apprentissage forcé en usage dans le passé.

– Mais attention, il faut distinguer transmission par le sensible et transmission *du* sensible. Car, à première vue, le sensible n'est qu'un simple moyen au service de la transmission. Les livres scolaires, au moins dans les petites classes, sont généralement illustrés par des dessins ou des photographies, car on estime que l'image, en permettant de se figurer un événement ou un objet, aidera l'enfant à mieux l'assimiler. Bref, le sensible n'est compris que comme une sorte d'aide à l'apprentissage pour les jeunes esprits encore inaptes à conceptualiser mais très réceptifs aux illustrations. Le sensible n'est alors reconnu que « *par défaut* » comme un simple moyen purement complémentaire : c'est la transmission *par* le sensible.

Mais on ne peut pas se satisfaire de cette conception du sensible, qui ne retient que le principe de la mise en images d'idées en vue de favoriser leur transmission. On sait, par exemple, que la mauvaise littérature – comme la littérature de propagande – consiste à illustrer des idées par des images, alors que dans la vraie littérature l'image est toujours première, comme le montre la poésie de Baudelaire dans laquelle le sensible précède toujours le sens. Vous connaissez peut-être ce vers fameux : « Quand le ciel bas et lourd pèse comme un couvercle » ; ces quelques mots nous font immédiatement partager une expérience sensible, tout y concourt, images et sonorités, au point que l'impression d'écrasement précède et engendre la signification d'angoisse ou de *spleen*.

Ce qui est vrai en poésie se vérifie également pour les objets de musées : une sculpture ou un tableau, avant de représenter un athlète ou une nativité, une femme nue ou un cheval de bataille, sont d'abord des objets pastiques donnés à percevoir pour eux-mêmes *en dehors de toute signification*. Je me sens lancer le disque avec le *Discobole* de Myron de la même manière que je donne un coup de pied dans un ballon imaginaire lorsque je regarde un match de football à la télévision. Le musée exploite ainsi la force perceptive propre à l'objet pour la communiquer, ce qui peut être fait indépendamment du contenu intellectuel ou thématique, comme en témoignent les trois exemples suivants :

1) La célèbre *Brioche* de Chardin au Louvre est un tableau fait de milliers de petites taches colorées, à tel point que, si nous nous approchons un peu trop près, nous ne voyons plus qu'elles et nous ne voyons plus la brioche : « Approchez-vous, commente Diderot dans le Salon de 1763, tout se brouille, s'aplatit et disparaît ; éloignez-vous, tout se recrée et se reproduit ».



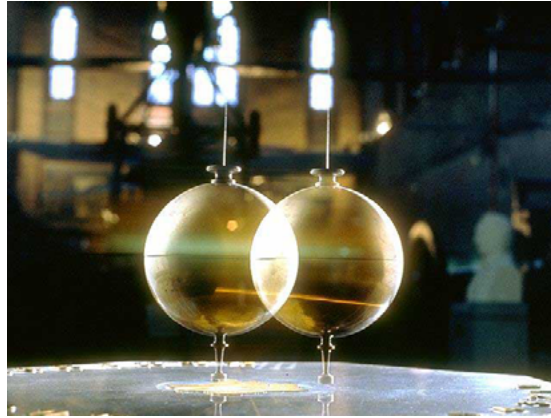
J. B. S. Chardin, *La brioche*
Musée du Louvre, Paris

2) De même, n'ai-je pas besoin d'identifier la *Bataille de San Romano* du Musée des Offices à Florence pour être sous l'emprise sensible de la fameuse ruade de Paolo Uccello et me sentir perdre pieds face à ce spectacle.



La fameuse ruade d'Uccello, *Bataille de San Romano*.
Musée des Offices, Florence

3) Également, lorsque j'aurai vu le pendule de Foucault à Paris, soit au Musée des arts et métiers soit au Panthéon, je n'aurai peut-être rien appris sur la rotation de la terre, mais j'aurai fait l'expérience sensible de l'oscillation lente et régulière d'une sphère, d'un mouvement chiffant un espace et rythmant le temps avec une régularité angoissante. C'est cette expérience vécue que le musée a pour mission première de montrer et de faire partager.



Le pendule de Foucault.
Musée des arts et métiers, Paris

– Mais le sensible se révèle être aussi *le support inductif des pratiques culturelles*, car ces expériences, étrangères à toute jouissance, sont premières et radicales, c'est-à-dire antérieures à l'élaboration des concepts, mais ce sont elles qui la commandent secrètement dans la mesure où elles portent avec elles les *schèmes opératoires* qui contrôlent aussi bien l'acquisition des connaissances que les comportements sociaux, comme l'a expliqué Pierre Bourdieu à propos du livre de Panofsky *Architecture gothique et pensée scolastique*. Le musée transmet donc ce qu'il y a de plus précieux dans la civilisation, des principes ou des germes, des gestes et des savoir-faire, et non des idées ou des connaissances. C'est pourquoi un enfant, même petit, peut tirer un réel profit d'une visite de musée : il y trouvera de quoi alimenter son activité naissante d'élaboration des concepts.

– Toutefois bien d'autres médias, en dehors du musée, peuvent également proposer au spectateur de faire des expériences sensibles tout aussi efficaces : cela est vrai du théâtre, du cinéma, du concert, mais aussi des médias technologiques comme la radio, la télévision ou Internet. Cependant le musée fait davantage, car il *s'interroge attentivement sur ce qui doit être transmis*, pour décider de ce qui mérite d'être véhiculé d'une génération à une autre, ce que ne font généralement pas les autres grands médias. Il le fait autant parce qu'il est seul à privilégier les contenus sensibles, que parce qu'il est le premier média qui se soit doté d'un outil d'évaluation des contenus transmis avec le fameux consensus du plaisir esthétique. Comme, pour la première fois de son histoire, la sélection ne lui est plus dictée par la référence aux valeurs de l'humanisme, il doit s'interroger sur la validité des critères retenus, ce qui fait de lui une sorte d'observatoire critique de la vie sociale. Voilà pourquoi certains musées ont substitué les questions aux réponses, associant ainsi le public à la réflexion sur le choix de ce qui doit être transmis. Ce qu'ont fait notamment les musées de société, qui, cessant de privilégier les collections, tentent de susciter la réflexion autour des grands problèmes actuels, comme l'eau, les OGM, l'épidémie de sida, l'euthanasie, l'ethnocentrisme, mais aussi la pornographie

qui a donné lieu à une exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel en 2003, etc. Et même les musées d'art n'hésitent plus à présenter des expositions thématiques en référence à un problème social, comme par exemple l'alimentation et la table à travers la peinture occidentale.

Reste à savoir cependant si cette attitude n'est pas en contradiction avec la présentation du sensible pour lui-même, dans la mesure où, une nouvelle fois, c'est le message qui tend à primer. Le risque est donc grand, même pour ces musées d'un nouveau genre, de retomber dans une sorte d'illustration imagée des problèmes, ce dont le public et les conservateurs se contentent encore trop souvent. Car le maniement des expériences sensibles provocatrices de comportements n'est jamais simple, il réclame, comme l'avait fort bien compris Marshall McLuhan, une maîtrise délicate aussi bien des pratiques interactives que des processus non linéaires. Au mieux, le musée se comportera comme un observatoire ou un laboratoire chargé d'évaluer l'impact sur le public de ce qui est montré par les médias. Ce qui n'est assurément pas une mince mission.



En conclusion, et pour répondre enfin de façon simple aux questions initiales, je dirai que :

- 1) Le musée ne s'intéresse pas à la jouissance, mais au sensible ; même si l'un et l'autre ont un rapport avec la sensibilité, il est impensable de les confondre ;
- 2) Il ne communique pas, il n'est pas un lieu d'échanges, mais il transmet des acquisitions dont l'espèce humaine veut faire bénéficier les générations futures ;
- 3) Ce qu'il transmet est bien de l'ordre de l'expérience, à condition que cette expérience soit comprise comme l'assimilation de schèmes moteurs qui conditionnent la pensée et le comportement.

Les trois termes qui faisaient le titre de ce séminaire, « Expérience, Communication et Jouissance », sont bien présents, mais leurs liens réciproques se sont sans doute déplacés : l'expérience n'est plus celle de la jouissance mais celle de la perception sensible, la communication s'est muée en transmission, et la jouissance raffinée, qui servait de principe de sélection des objets conservés par le musée, s'est effacée au profit d'une interrogation partagée sur ce qui mérite ou non d'être transmis.

Bibliographie

- Baudelaire (Charles), *Les fleurs du mal*, Paris, Garnier-Flammarion, 1964.
 Bourdieu (Pierre), *Les règles de l'art*, Paris, Le Seuil, 1992.

Bourdieu (Pierre), Postface de la traduction française du livre d'Erwin Panofsky, *Architecture gothique et pensée scolastique*, Paris, Minuit, 1967.

Cameron (Duncan F.), « Le musée : temple ou forum » (1971), dans A. Desvallées, *Vagues I*, Mâcon, W/MNES, 1992.

Debray (Régis), *Introduction à la médiologie*, Paris, PUF, 2000.

Denis (Maurice), *Nouvelles théories sur l'art moderne et sur l'art sacré 1914-1921*, Paris, Rouart et Watelin, 1922.

Diderot (Denis), *Œuvres esthétiques*, Paris, Garnier, s. d.

Huysmans (Joris Karl), *À rebours*, 1884.

Iser (Wolfgang), *L'acte de lecture. Théorie de l'effet esthétique*, traduction française, Bruxelles, Mardaga, 1997.

Kant, *Critique de la faculté de juger*, 1790.

McLuhan (Marshall), Parker (Harley), Barzun (Jacques), *Exploration of the ways, means, and values of museum communication with the viewing public*, New York, Museum of the City of New York, 1969 ; traduction française sous le titre *Le musée non linéaire*, par B. Deloche et F. Mairesse, avec la collaboration de S. Nash, Lyon, Aléas, 2008.

Moulin (Raymonde), *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1997.

Platon, *La République*.

Proust (Marcel), *Du côté de chez Swann*, Paris, Gallimard, s. d.

Debate mesa 3

Luis Gerardo Morales: (Dirigiéndose a Bellido) Me interesa que usted profundice un poco más sobre cuáles son estos límites de esta virtualidad cibernética de los museos, aceptando que, de cualquier manera, hay una virtualidad ya en la recreación misma que hace la exposición presencial, cuando tenemos al observador en la sala, cuáles serían entonces estas interrelaciones entre los efectos de presencia y los efectos de la virtualidad puestos en juego en este nuevo campo de la cibermuseología, si usted nos pudiera ampliar esto un poco más, para entender en todo caso los límites de esta supuesta mayor democratización del museo a través de las nuevas tecnologías de la mirada.

María Luisa Bellido: Yo pienso que el gran aporte que ha supuesto la virtualidad a los museos y a las exposiciones, tanto las temporales como las permanentes, ha sido el de poder difundir. Hemos hablado antes de comunicación, también de difusión, pero pienso que la difusión se convierte en uno de los instrumentos fundamentales en la sociedad contemporánea. Tenemos que pensar que el 90% de los museos que existen en el mundo no son los grandes museos nacionales que todos conocemos y tenemos en mente. Por supuesto, una forma de darse a conocer va a ser a través de la virtualidad. Evidentemente existe virtualidad o ha existido virtualidad en las exposiciones que tradicionalmente se han hecho, pero yo creo que en este momento la virtualidad lo que ha hecho es abrir esos límites físicos del museo. La famosa idea de André Malraux del museo afuera del museo se está llevando a la práctica con toda la potencialidad que el medio digital le está dando a la virtualidad. Y pongo un caso concreto, que muchas veces nos puede causar cierto problema: ¿Qué hacemos con el patrimonio inmaterial? ¿Cómo lo exponemos? Quizás no tiene sentido que esté en un espacio físico cerrado porque, por su propia definición, no es un objeto. Yo pienso que las recreaciones virtuales, hasta cierta medida, se pueden poner al servicio de esos patrimonios inmateriales que hoy en día se convierten en uno de los grandes retos que tienen los museólogos. Durante el descanso contaba yo el caso que tenemos en mi ciudad, Granada, donde se va a inaugurar dentro de tres meses un museo físico, real, que se va a llamar el Museo de la Memoria de Andalucía, donde intencionalmente no hay piezas, no hay colección, porque lo que se intenta es crear un espacio virtual, en este caso dentro del espacio físico del edificio real, para que sean otras sensaciones las que transmitan la idea, absolutamente sutil, de lo que es la memoria. Es decir, yo creo que la virtualidad y lo tecnológico se ponen al servicio no sólo de los discursos más o menos tradicionales, sino que se ponen al servicio de esos otros discursos o de esos otros patrimonios que muchas veces tienen fricciones entre una exposición más o menos convencional, en una sala física, y lo que pueden ser las potencialidades que el medio digital les ofrece, a la hora de la interactividad, de la interacción con el espectador, de poder mezclar lenguajes, de poder crear un discurso de ida y vuelta, que muchas veces en las salas físicas de un museo pueden tener un cierto problema en el momento de su desarrollo. Hemos hablado en estos días de la cantidad de discursos en el museo, de la propia naturaleza que tiene el museo como una institución tan cambiante y tan isomórfica, y yo pienso que la virtualidad se pone al servicio de esos muchos museos que pueden existir dentro de un mismo museo, o incluso, de la idea del no-museo, que también sería otra de las variantes que la virtualidad puede ofrecer.

Luis Gerardo Morales: Gracias, profesora Bellido. Ahora vamos a establecer un diálogo con el profesor Deloche, con la intención de que los tres ponentes puedan también tener puntos de enlace y que se abra un diálogo más rico entre ellos. Profesor Deloche, usted nos ha dicho de una forma muy clara, contundente y polémica –que creo que es una de sus características, pues usted siempre nos pone a pensar y nos mete en problemas, esa es una cualidad maravillosa–, usted nos dice que el museo no cumple el papel de transmisor de conocimiento, que ese es el papel de la escuela y de la biblioteca, sino de los experimentos perceptivos que son tan esenciales como el conocimiento porque llevan consigo los diseños operativos requeridos en la evolución de las culturas. Qué pasa entonces con los museos de historia y de ciencia, con relación a esta discusión que usted nos plantea, básicamente desde una recuperación de la importancia de la experiencia estética y de qué manera podemos entonces conciliar esta problemática específica de aquellos museos que no son museos de arte, para ver de qué manera podemos problematizar esta tesis suya y tenerla más clara para nosotros. Y, de otra parte, esto permite un segundo elemento con relación a lo que nos ha planteado el doctor Karp, que se refiere a esta recuperación que tenemos que hacer, ya no sólo de ejercicios exclusivamente hermenéuticos sino también fenomenológicos, y me parece que estamos entrando ya a una recuperación de un campo fenomenológico muy importante, y si esto nos plantea a final de cuentas, para concluir esta pregunta, si estamos entonces ya saliendo de la fuerte influencia de este giro lingüístico estructuralista, de la influencia de Saussure a Greimas, y estamos entrando a una nueva sustancialidad del lenguaje, que implica recuperar texturas, esencias, y que nos colocaría probablemente en una posición teórica distinta. Profesor Deloche, aclárenos un poco más estas cuestiones, y ojalá podamos establecer un diálogo entre los otros ponentes y usted.

Bernard Deloche: Si entendí bien, la pregunta que ustedes me han planteado se orienta a esclarecer si mi teoría de la transmisión sensible se aplica igualmente a un museo científico o a un museo histórico. Yo pongo el ejemplo de un museo científico, me parece que cuando se tienen conocimientos científicos, por ejemplo, en un museo de historia natural, que se basa en el dominio de la teoría de la evolución, de las teorías de la genética, etc., se trata de un saber intelectual que no va a reemplazar la presentación del mundo natural y, por ejemplo en la Gran Galería de la Evolución en el Museo Nacional de Historia Natural en París, la presentación de los animales certifica también que el conocimiento científico no es reemplazable. Entonces, si ustedes me permiten ampliar un poco el tema, creo que quizás hay que recordar algo para explicar esta oposición entre la difusión de los saberes y la difusión del contacto intuitivo con las cosas. Hay que recordar entonces un poco la historia de lo social, así como le explico a mis estudiantes en el Máster de Museología que dirijo hace diez años. En mi opinión, la Iglesia católica ha dominado desde comienzos de la Edad Media hasta la Revolución francesa, es decir, hasta finales del siglo XVIII, dominaba totalmente la cultura occidental, y por un conjunto de razones que no voy a analizar aquí, la influencia de la Iglesia ha disminuido, o más bien, se ha interiorizado y tiene dominio sobre algunos temas temporales, pero fue reemplazada por dos instituciones fundamentales que son, de una parte la escuela y, de otra parte, el museo, al menos en Francia, que parece figurar como pionera en este campo desde finales del siglo XVIII. Entonces la escuela empezó a encargarse de llenar una de las funciones, es decir, de la distribución de saberes y de conocimientos, mientras que la Iglesia lo hacía con la universidad, por ejemplo con los monjes carolingios que copiaban los manuscritos. Con el colegio de los jesuitas y

la escuela laica republicana que sustituye a la Iglesia para continuar la difusión de los saberes. Y, paralelamente, el museo recupera la otra función cultural que tenía la Iglesia y que era la función de difusión de las imágenes. Ustedes saben que hoy en día estamos completamente invadidos por las imágenes, pero en el pasado esto no fue así. En ese entonces sólo los príncipes y la Iglesia podían disponer de estas imágenes, se decía que la catedral era también una biblioteca, es decir, que la persona que no podía leer sólo tenía que ir a la catedral y mirar las imágenes para aprender sobre la historia sagrada. Entonces, la Iglesia tenía el monopolio del saber y el monopolio de las imágenes. La escuela retomó entonces el monopolio del saber y el museo tomó el monopolio de las imágenes. El museo distribuye las imágenes y vamos al museo a ver imágenes, porque incluso un elefante naturalizado en un museo se convierte en una imagen porque está allá inmóvil, fijo, como si estuviera en una vitrina, es decir, que no tenemos realmente la posibilidad de tocarlo o de tener un vínculo concreto con él, entonces es sólo una imagen. Pero estas imágenes permiten al mismo tiempo representarnos cosas de una manera diferente a la representación intelectual. Por eso digo que la escuela difunde el saber de una manera intelectual y el museo nos permite representarnos las cosas, nos muestra imágenes para figurarnos cosas, y esto me parece a mí irremplazable.

Ivan Karp: Por dificultades en la transmisión, estamos en desventaja aquí. Pero, si bien entiendo, profesor Deloche, me parece que desde el punto de vista de alguien que trabaja en museos, enfatiza el elemento muy importante de lo que yo llamaría la sinestesia, es decir, el hecho de que la experiencia del visitante al museo es una experiencia multisensorial y eso se hace a través de una variedad de canales de comunicación y no simplemente a través del discurso, sino de elementos que no son característicos del lenguaje como tal, especialmente del lenguaje escrito y de las capacidades históricas del lenguaje escrito, que tiende a dejar cosas por fuera, en formas esquemáticas y lineales, y esto es muy importante en la experiencia del museo y justifica la función de los museos como parte de las formas de comunicación cultural. Hay varios aspectos que surgen de ahí y voy a tratar de responderlos. En primer lugar, me parece que hay una pregunta que se relaciona con la naturaleza de la experiencia que tiene el individuo en cuanto al fenómeno virtual a través de Internet y esas cosas. No sé si se ha hecho investigación al respecto, pero los profesionales de museos, y en particular los profesionales del arte, sobre todo las vertientes más conservadoras, sostienen que la esencia de esta experiencia sinestésica proviene del encuentro con objetos auténticos y genuinos. Esa no es totalmente mi posición, porque yo veo al museo como un mediador de esa experiencia, de la forma como lo deben hacer los profesionales: enmarcar imágenes, objetos y formas de conocimiento en una variedad de modalidades. El segundo punto que el profesor Morales presentó, es si la experiencia característica, privilegiada por el museo de arte, se aplica a otro tipo de museos: el museo de historia por ejemplo, que en mi país suele caracterizarse por profesionales de museos que ponen grandes textos en las paredes, fotografías, etc. Ahora bien, en los museos etnográficos y naturales también se utilizan fotografías en relación con objetos, y entonces uno puede formarse la idea de cómo era el objeto originalmente y en qué contexto se utilizaba. Pero, ¿cómo experimentamos los objetos en los museos? Es algo que con frecuencia puede diferir mucho de la forma como se utilizaban o como se experimentaban en el contexto original, pues los objetos no fueron hechos para museos. La modernidad empieza en el Renacimiento, haciendo objetos pensados para los museos. Susan M. Vogel hizo una exposición excelente sobre arte africano, sobre el arte de Costa de Marfil, en la cual mostró que ese trabajo

extraordinario de arte sólo se ve allí en los rituales, porque generalmente se mantiene guardado en cajas, bajo las camas, y puso en contraste esos pocos momentos de ritual cuando salen las máscaras, que siempre están en movimiento y nunca están contra una superficie blanca de un cubo. Entonces, la experiencia de un museo de arte es universal. Y sobre la tercera pregunta, de cómo las formas de conocimiento que se transmiten por otros tipos de museo encajan dentro del modelo sinestésico, personalmente creo que los museos tienen que utilizar una variedad de formas de transmisión de conocimiento y no es ni mucho menos correcto, ni incorrecto, tener una exposición que sea educativa en el mismo sentido que lo es en la escuela, pero sí es erróneo transmitir el conocimiento en esa misma forma, como ya se ha dicho, porque esencialmente hay un cierto tipo de dominación asociada con la naturaleza enciclopédica del conocimiento escrito que va en contra del diálogo abierto, que es aquel que debe ser característico de la experiencia del museo.

Luis Gerardo Morales: Doctora Bellido, ¿usted quisiera agregar algo a esta discusión, para volver luego con el doctor Deloche?

María Luisa Bellido: Sí, el doctor Deloche menciona que la Iglesia fue sustituida como institución cultural, represiva y demás, por la escuela y el museo; la escuela como difusora del saber de carácter intelectual y el museo como difusor de las imágenes, imágenes que son capaces de representar cosas. Me ha dado la impresión, o por lo menos es lo que yo pienso, que el museo también es capaz de difundir saberes de forma intelectual y que debe ser uno de sus objetivos. Yo no estoy de acuerdo en que dejemos exclusivamente al museo como lugar de experiencias sólo sensoriales. El museo debe formar, considero que debe formar y debe también educar. Podemos debatir filosóficamente, terminológicamente esos conceptos, pero si al museo se le elimina cualquier componente de educación, se están perdiendo parte de las funciones o de los objetivos que yo considero fundamentales. Y le pongo un caso: últimamente nos estamos encontrando que en algunas exposiciones de arte en España no aparece ningún tipo de carteles, ningún tipo de información, ninguna explicación de ninguna clase. Es sólo el goce por el goce, que me parece fantástico, pero también tenemos que pensar que no todo el mundo tiene la misma preparación intelectual y que, junto con el goce exclusivamente estético, también hay que intentar aprovechar la coyuntura para que la gente adquiera una mayor formación. Y que después el público decida si quiere aceptar esa información o simplemente deambular por las salas deleitándose ante las obras de arte, es su decisión, pero que el museo como institución abandone esa parte formativa, considero que eso significa perder algunas de las potencialidades que tiene la misma institución.

Bernard Deloche: Efectivamente, cuando intenté explicar que el museo es un agente de transmisión, insistí sobre su especificidad, y estimo que se trataría de complementar la formación de la escuela con una experiencia sensible. Es esencial mantener esa especificidad de cada una de estas instituciones, que son muy diferentes, la escuela y el museo. Eventualmente quisiera hacer algunas observaciones acerca de la intervención de la profesora Bellido. Quisiera en primer lugar felicitar a los dos conferencistas que me precedieron. Desafortunadamente se perdió parte de la comunicación durante la conferencia del profesor Karp, en particular en el momento en que nosotros hablábamos después de la pausa. Felicito también a la profesora Bellido por su análisis, pero quisiera

señalar algo que me interesa muchísimo sobre el tema de lo virtual, pues quisiera llamar la atención sobre lo que yo considero como un abuso del término. Espero que no tome esto como una crítica negativa sino más bien como un complemento de información que me permito aportarle. Usted menciona, profesora, a la señora Alicia Haber, que dirige el Museo Virtual de Artes de Uruguay, y efectivamente hablé con ella hace dos años y le dije exactamente lo mismo que digo ahora, y es que en este momento en Francia, y en francés, hay un abuso del término virtual, es decir, hay un uso filosófico que se remonta a Aristóteles y el sentido que se utiliza hoy para el museo virtual es un uso periodístico que, en mi opinión, no tiene ninguna relación con el uso filosófico del término, entonces me permito hacer una aclaración en el sentido de que el museo virtual no tiene nada que ver con lo digital ni tampoco con el cibermuseo. Entonces, quisiera aclarar que para mí lo virtual no se opone a lo real, se opone simplemente a lo que no se ha actualizado, lo virtual es lo que está en potencia, es lo que sostenían Aristóteles y otros filósofos. Entonces, para mí, el museo virtual no es un museo en Internet, ni en un CD-ROM, ni en un DVD; el museo virtual, para mí, son todas las otras soluciones posibles a los problemas de conservación y exposición por fuera del museo institucional. Tenemos muchos ejemplos: todos los museos sustitutos, los museos de réplicas son un ejemplo, el Museo Cartaceo de Cassiano dal Pozzo en el siglo XVII sería otro ejemplo, el Museo Imaginario de Malraux también es un ejemplo, estos son sustitutos del museo. Obviamente el museo en Internet, o cibermuseo, es también una ilustración, pero en mi opinión no podemos identificar cibermuseo con museo virtual sin abusar del término. De otra parte, el cibermuseo, para el cual prefiero utilizar el término museo en línea, difunde aproximadamente los mismos contenidos que el museo tradicional e institucional, es decir, nada cambia quizás, salvo el hecho, como usted lo dijo, de facilitar el acceso a la interactividad que no existe propiamente en un museo real. Ese era un primer punto.

Hay un segundo punto que considero muy importante con respecto al diálogo y la difusión por Internet, y es que usted dijo que Internet no reemplazará nunca al museo institucional. Bueno, aquí hay que considerar algunos matices. Es cierto que los conservadores, los curadores o administradores de las colecciones –nosotros decimos conservadores– normalmente temen poner estas colecciones en Internet porque creen que el público ya no va a desplazarse y que quizás el museo pueda llegar a cerrarse incluso, por lo que ellos tienen miedo de generar una competencia desde Internet hacia el museo mismo. Pero realmente la competencia no está allí, la competencia está en otros sitios. De hecho, Internet nos muestra imágenes de todo tipo, ya sea interactivas, o donde el recorrido es libre, o no es lineal, etc., pero al mostrarnos todo esto, también Internet nos proporciona modelos, no voy a analizarlos en detalle, pero sí nos suministra modelos identitarios, mentales y de comportamiento, y estos ejemplos de modelos de comportamiento no sólo los encontramos en Internet sino también en la televisión, como por ejemplo los reality shows. Cuando fui a España recientemente pregunté cuál era el programa de reality que se estaba presentando y me mencionaron el programa que se estaba presentando en ese momento también en Francia. Son nuevos tipos de comportamiento que se proponen y que se exponen de manera masiva, y entonces la población que mira estas emisiones las asimila. Entonces, ya no nos encontramos frente a una cultura tradicional occidental sino frente a otro tipo de cultura y nos está mostrando otro tipo de cosas. Lo que yo quería decir es que lo que ocurre en este momento es que Internet desclasifica el campo cultural, siempre habrá de todas

maneras personas que siguen asistiendo habitualmente a los museos convencionales, pero al lado hay una difusión paralela de cultura por medios tecnológicos nuevos. Esta cultura paralela se está convirtiendo en una cultura tan importante como lo que ha sido la cultura tradicional presentada por instituciones como la Iglesia y los museos. Ésta es una nueva forma de institución, si bien no se ha institucionalizado del todo. Esta cultura nueva, pienso yo, se convertirá quizás en la cultura occidental tradicional, por lo que pienso que el museo de hoy en día debe cuidarse de esto mucho más que de la competencia a corto plazo del Internet. Creo que algún día, en veinte, treinta, cincuenta años, los jóvenes ya no se interesarán en lo que hay dentro del museo sino en los otros procesos de difusión de imágenes. Yo simplemente quería darle estas observaciones, sin dejar de apreciar muchísimo su presentación, profesora Bellido.

Luis Gerardo Morales: Bien, muchas gracias. Vamos ahora a dar entrada a las preguntas del público. Tenemos algunas preguntas de la audiencia que son relevantes para las exposiciones de los conferencistas. Algunas creo que han sido ya respondidas por la discusión que se ha establecido, pero de cualquier manera quisiera destacar algunas otras que me parece que posiblemente nos pueden ayudar a explorar mucho más lo que aquí se ha dicho. Una de ellas tiene que ver justamente con el contenido de la mesa, “Teorías museológicas”, que es el terreno en el que estamos discutiendo. La pregunta, que atañe a los tres conferencistas, quiere indagar sobre cuál es el diálogo entre la museología y la epistemología. Un segundo interrogante, que también atañe al doctor Karp y al doctor Deloche, pregunta si es más importante la poesía, o la poética, que la educación. Y un tercer interrogante, que atañe al doctor Deloche, nos pregunta cómo reconocer los límites entre comunicación y transmisión en la práctica, es decir, propiamente ya en el quehacer del trabajo museístico. Hay también una pregunta para la doctora Bellido: ¿Qué sigue a la Web 2.0? Y una segunda pregunta para ella: ¿Cómo medir el impacto del museo en su público cuando las visitas son virtuales? Doctor Deloche, ¿quiere usted iniciar?

Bernard Deloche: Me permito responder a la primera y la segunda preguntas. En cuanto a la relación entre la museología y la epistemología, en la medida en que la epistemología es una disciplina que en forma global estudia la evolución de las ciencias, pienso que no tiene nada que ver con la museología, puesto que ésta no es una ciencia. Insisto mucho en esto, porque ha habido muchos debates desde hace veinte o treinta años en el ICOM, en particular en el ICOFOM, al cual pertenezco, y estos debates han llevado a concluir que la museología no es una ciencia sino una ética, es decir, la filosofía de los museos, y es la forma como el museo hace elecciones, es la reflexión sobre la misión del museo, pero no es para nada una disciplina científica, entonces no comprendo cómo pueden relacionarse estas dos disciplinas. Ésta es mi respuesta a la primera pregunta. En cuanto a los límites entre comunicación y transmisión, me parece relativamente simple, pues la comunicación supone teóricamente una parte de interactividad, mientras que la transmisión consiste en recibir únicamente: el emisor emite, el receptor recibe, pero no hay un retorno. Se ha deplorado muchas veces este hecho cuando ha existido un interés especial en la interactividad, pero yo pienso sinceramente que si todo el tiempo hay un intercambio entre el creador de una exposición y el público, o entre el curador y el público, pues no vamos a avanzar. Hay definitivamente cosas que el público viene a adquirir al museo y no es éste el responsable de aportarlos. El público hace que el museo sea más vivo, pero hay que decir netamente las cosas, la

comunicación supone interactividad, la transmisión la excluye, la comunicación se hace en un espacio sincrónico, en el presente, mientras la transmisión se hace en el tiempo, es decir, consiste en pasar de una generación a otra algo que no queremos perder. Espero haber respondido, más o menos convenientemente, a estas dos preguntas.

Ivan Karp: Creo que a veces nos confundimos cuando nos referimos a algunas de las preguntas de museos en aspectos técnicos como las relaciones con campos específicos como la epistemología. La epistemología es un campo en sí mismo, sin embargo, cuestiones tales como conocer, en una actitud autocrítica, cómo sabemos y cómo comunicamos unos supuestos a las distintas audiencias, es algo fundamental para quienes organizan exposiciones para diversos públicos. También reconocemos y aceptamos que las audiencias del museo, o los “clientes”, como los llaman ahora, son agentes activos de conocimiento que traen al museo una serie de supuestos que cubren todas estas formas de actividad y permiten las distintas maneras de transmisión que el museo ofrece. Siempre hay una relación entre lo que se presenta en el museo y lo que se aprende en el museo, o lo que se experimenta en el museo. Les daré un ejemplo: cuando fui curador de las culturas africanas en el Museo Nacional de Historia Natural del Smithsonian Institution en Washington, cerramos el pabellón africano que era muy viejo y que ofrecía unas exhibiciones con unos supuestos muy problemáticos sobre las culturas africanas. En el proceso de cierre y re-diseño del pabellón hicimos un recorrido por las viejas exhibiciones con una profesora ya retirada que había fundado un grupo de discusión afrocéntrico en un curso para trabajadores de la comunidad afroamericana residente en Washington D.C. Y recorrimos todo y le fui explicando los supuestos antropológicos que sustentaban esas exhibiciones y obtuve dos resultados: en primer lugar, al final del recorrido me dijo que cada una de las fechas que eran usadas para indicar una influencia, estaban enfocadas desde el exterior hacia el interior de África, por lo cual este pabellón estaba presentando a África como una región sobre la cual se habían ejercido diversas actuaciones, en lugar de presentarla como una región actuante por sí misma. Y en segundo lugar, vimos un pequeño diorama de una herrería en las montañas Mandara en Nigeria, en el cual nos habíamos también fijado durante un recorrido realizado sólo una semana antes con un antropólogo que trabajó en ese lugar de las montañas de Mandara; él se conmovió mucho cuando vio este diorama y me dijo que este instrumento se llamaba así, este otro así, y ésta es tal montaña, con un gran nivel de precisión que surgió del recuerdo de sus propias experiencias y sus propias acciones en las forjas de hierro de ese lugar. Pero en el recorrido con esta profesora, que era la directora de este grupo afroamericano, cuando le estaba explicando cuán importante era este diorama, pues era una representación muy precisa de la forja de hierro de esa región por lo cual habíamos decidido que lo íbamos a mantener en la nueva exhibición del pabellón, ella se volteó hacia mí y me dijo: ¿A usted le gustaría retratar a sus ancestros como personas muertas de hambre, desnudos y paupérrimos? Ella vio algo completamente diferente, me estaba mostrando el contraste entre dos visitantes, ambos muy conocedores de África, con dos cuerpos de conocimiento muy distintos. Esto me parece que muestra hasta cierto nivel un problema epistemológico: ¿Cómo se incorporan hasta cierto nivel en las exhibiciones supuestos muy diversos que trae el público?, ¿Cómo logramos establecer un diálogo entre la exhibición y el público que logre traer a la superficie estos supuestos y generar un debate?, o ¿Cómo yo, en qué universos, como una persona de clase media y como antropólogo, podría saber lo que estaba ocurriendo en los grupos de discusión de la comunidad afroamericana

en Washington D.C.? Me parece que hay problemas de conocimiento, tanto sobre aquello que las personas que organizan las exhibiciones conocen, como sobre la forma en que los públicos apropian y aprenden en una exhibición, pero fundamentalmente, dejando de lado la epistemología, creo que si adoptamos la posición del curador o del organizador de exposiciones o del museo, uno sabe cuándo el público aprende y cuándo puedo tener un producto terminado, pero no necesariamente cuándo este producto logra comunicar en primer lugar aquello que uno quería comunicar.

María Luisa Bellido: Bien, responderé ahora a las preguntas que se me han hecho directamente y también a algunas de las observaciones que anteriormente hizo el profesor Deloche. Yo en ningún momento creo que haya dicho, no sé si así se me ha interpretado, que lo virtual se opone a lo real, pues para que exista lo virtual éste tiene que ser un reflejo de lo real, con lo cual ahí no hay oposición, hay en todo caso mezcla o confrontación. En segundo lugar el profesor Deloche dice que el ciber museo, el museo en línea, publica lo mismo que el museo real, y yo creo que, si es un buen ciber museo, puede aportar muchísimo más que lo que puede aportar un museo real, pues no se limita exclusivamente al mismo discurso. No creo que los responsables de los museos deban entender Internet como una competencia, como un peligro; al contrario, tienen que utilizarlo como un instrumento de apoyo a la difusión de los discursos que se establecen dentro del museo. En cuanto a las preguntas concretas, como creo que ninguno ha contestado a la pregunta de si es más importante la poética o la educación, yo diría que son exactamente igual de importantes, todo depende del discurso que se quiera dar y de la tipología del museo en que nos encontremos. Hay momentos en que será más importante la poética, hay momentos en que será más importante la educación y en otros casos estarán exactamente al mismo nivel. ¿Qué sigue a la Web 2.0? Bueno, esto es hablar de futuribles, posiblemente siga la Web 3.0, pero sinceramente yo en este momento eso no lo puedo contestar, porque eso es lo que me imagino, habrá que esperar un poco. Y sobre la última pregunta, ¿Cómo medir el impacto del museo en el público cuando las visitas son virtuales? Yo pienso que puede medirse a través de encuestas virtuales, que pueden ser igual de fiables o no fiables a las encuestas tradicionales que hacemos en un museo. Siempre que se hace una encuesta en un museo, aunque la hagamos sobre papel, nos queda la duda de si realmente están respondiendo de una forma clara o sincera a lo que estamos preguntando. De hecho existen experiencias en exposiciones temporales virtuales, en las que al final se pide al visitante virtual que llene una encuesta sobre cuál ha sido su grado de aceptación, de conocimiento o disfrute de la exposición virtual que ha recorrido.

Mesa 4

Comunicación

Discusión sobre los procesos de comunicación y mediación cultural en los museos y los aportes de las nuevas tecnologías electrónicas a las museografías, vistos desde perspectivas como la memoria colectiva y la identidad.

MIENTRAS LOS ILUSTRADOS VAN AL MUSEO,

LOS POPULARES VAN A LOS MEDIOS

Omar Rincón COLOMBIA

Profesor asociado, Universidad de los Andes. Director del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Fundación Friedrich Ebert

El museo debe ser una experiencia de producción de la subjetividad y la colectividad; pero se queda siendo un santuario de ilustrados y una oda al individuo. El museo debe conectar a la sociedad con sus memorias, sus culturas y sus artes; pero se queda siendo un lugar de exhibición y celebración de lo llamado culto. Para conectar al museo con su sociedad, para meterle comunidad al museo, para convertir la vida del museo en una experiencia de todos... se requiere y necesita comunicarlo. En este ensayo se intenta contar (i) Qué es lo que hace la comunicación, (ii) Las relaciones museo y comunicación, (iii) Cómo la mediatización de la cultura pervierte las memorias y las artes, para (iv) terminar proponiendo estrategias para conectar al museo con su sociedad.

(i) La comunicación

La comunicación más que medios es modos de conectar a la sociedad, juegos simbólicos y estrategias de significar; es una acción cultural que significa según sus tiempos, sus tradiciones, sus identidades; es un dispositivo estético y narrativo más que contenidos y valores¹. De modo práctico, la actuación pública de la comunicación tiene como características mínimas las siguientes:

- *Los medios de comunicación son vitales para la producción de la esfera pública; tanto que se puede hablar de la medios-política. La medios-política indica que los medios de comunicación son actores fundamentales para las visibilidades (qué y quién es importante para la vida pública) y las representaciones (el cómo aparecen los temas, los sujetos y las realidades políticas). Así, el mandato político es estar en los medios pero, sobre todo, aparecer con*

1. Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

buena imagen y en buena dramaturgia². Entonces, más importante que los museos estén en los medios es cómo se presenta su acción pública y su vinculación a la sociedad.

- *La comunicación es sobre todo producción de imaginarios y de conversación cotidiana.* Como sociedades, somos aquellos relatos mediáticos que de nosotros mismos nos contamos; lo mismo pasa con los cuentos mediáticos que nos contamos sobre la historia y sobre el arte y sobre la cultura. Esto quiere decir que las ideas que nos creamos de nosotros como nación, de la historia y del arte dependen en mucho de lo mediático. Ahora, el impacto no es directo, no es [información mediática = aprendizaje social]. La gente pone muy poco cuidado a las informaciones, así mismo casi nada de lo que las campañas nos dicen nos queda; el asunto no es de información, lo que pasa para la conversación pública son ciertas imágenes, relatos y modos de comprender. Así, la comunicación tiene más que ver es con esas imágenes o afectividades que nos dicen cómo son los otros y cómo somos nosotros que con la información concreta. Hay que comunicar mensajes mediáticos sobre sensaciones, conceptos, *insights* que generen conexión entre los sujetos de las comunidades y el museo y su propuesta de mundo. Entonces, más que las informaciones mediáticas sobre las actividades o sentidos de los museos, lo que queda en la conversación de la gente es una marca, una idea, un sentimiento sobre el museo.
- *La comunicación es producción de la memoria.* Una memoria evanescente, fragmentada y fluida pero memoria que nos produce unas historias de nosotros mismos como colectividad. Obviamente, esta producción de la memoria se hace desde intereses políticos y según las prácticas leves de producción del sentido de los medios de comunicación; una historia de símbolos, versiones, héroes, hechos, fechas de impacto en lo popular-masivo; una memoria hecha de múltiples y diversos presentes y actualidades. Entonces, para los museos es muy importante socializar sus modos de ser memoria pero sobre todo comunicar para hacer de su producción de la memoria un acto colectivo de la sociedad.
- *La comunicación tiene sentido desde la lógica de la identidad.* Vamos a los medios para saber cómo somos, cómo nos contamos, cómo nos vemos. Por eso, el papel fundamental de los medios es, desde las imágenes y relatos que proponen, generar estrategias de identificación y encuentro con los ciudadanos. En este aspecto, la mejor comunicación es la de la telenovela, el fútbol y las músicas; comunicación de identidad en cuanto por ahí pasa lo más común que se tiene como comunidades locales, nacionales y hasta latinoamericanas. Entonces, el museo debe aprender a producir narrativas mediáticas que junten y se encuentren con los intereses, expectativas y sentires de las comunidades; generar identidad y encuentro es la tarea comunicativa del museo.

La comunicación en el museo es una estrategia para producir su política pública y su marca; para crear imágenes sobre la historia, la memoria y el arte; para producir de manera colectiva sus sentidos de museo; para conectarse con su sociedad desde la lógica de la identidad.

2. Rincón, Omar (2008). *Los telepresidentes: cerca del pueblo y lejos de la democracia*. Bogotá: C3/FES.

(ii) Relaciones museo/comunicación

La sociología del lugar común nos dice que los museos lo que comunican es que son un lugar y una institución que no pertenece a la comunidad, que es para unos pocos ilustrados y cultos, y que nada tiene que ver con el ciudadano común; pareciera que mientras los ilustrados/elite van al museo, los sujetos populares van a los medios de comunicación. Y todo bien, a los cultos les encanta el museo y a los sujetos populares les fascinan los medios. ¿Cómo es que los museos, en general, producen su comunicación y construyen su imagen pública?

- *Museo iglesia.* El museo es un sitio/fe del cual sólo pueden participar los fieles que saben el credo del arte y la historia. El museo es un secreto de cultos. Mejor les va a los museos de arte o guerra que algún interés generan que a los de historia o antropología que sólo lucen por su desconocimiento.
- *Museo espectáculo.* Importa el edificio, su arquitectura, sus exposiciones alucinantes más que profundas o coherentes en el estilo de “branding” a lo Guggenheim. El museo se convirtió en el espectáculo que trae buena imagen para la ciudad, que invita al turista a venir, que está para ser paisaje, poco importa lo que contiene. Todo su arte es ser sólo comunicación.
- *Museo light.* Los museos, los artistas, los cultos, los investigadores son lavadores de imagen para los medios de comunicación, las empresas, los gobiernos. Como lo cuenta el artista, columnista y profesor Lucas Ospina, los artistas sí salen en los medios de comunicación pero sólo en las páginas sociales; sirven para acompañar en las fotos a los gerentes y funcionarios gubernamentales; otorgan profundidad a modelos y periodistas³. Así, los museos son objeto de “demostración” de *look* cultural, todos y hasta los medios van a los cocteles de inauguración pero no se ve lo que contiene o propone la exhibición.
- *Museo causa social.* El arte y el museo han adquirido mucha visibilidad mediática como obra social que expresa la compasión pública y sirve para el blanqueamiento de las culpas de mercado de las empresas. Irónicamente, el arte y el museo ahora sólo sirven para causas sociales: los niños pobres, los policías muertos, las comunidades inundadas... No importan sus propuestas sino que ayuda, que hay artistas comprometidos con causas humanitarias y que los que compran las obras o asisten a los actos de museo exhiban su compasión. El museo, por lo tanto, deviene un lugar de asistencia social⁴.
- *Museo farsándula.* La farándula va al museo para parecer culta, pero va sólo si la registran⁵. Los presidentes y políticos se convierten en artistas para llamar la atención sobre su buen tono cultural: Uribe de Colombia pinta con Botero, Chávez de Venezuela enseña a pintar

3. <http://www.elspectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/lucas-ospina/columna-vida-sexual-del-dinero>

4. Ver: [www.esferapublica.org](http://esferapublica.org) http://esferapublica.org/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=404&Itemid=2

5. Rincón, Omar; García, Soledad y Zuluaga, Jimena (2008). *La nación de los medios*. Bogotá: Cuadernos de Nación-Ministerio de Cultura, Universidad de los Andes.

en rojo revolucionario⁶. El arte es referencia pero para las irreverencias editoriales, para jugar al arte/sexy, para escandalizar sin más⁷.

Así la comunicación del museo pasa por fuera de su proyecto de sentido de arte, historia y memoria; no incluye sus modos de producir sentido en la sociedad. El museo encuentra conexión con la sociedad mediática pero sin contarse a sí mismo. Y es tan así que su evaluación es por cuantos espectadores, usuarios o consumidores han pasado por sus salas. Poco se sabe qué hacen y producen los que como ciudadanos asisten, participan y construyen el museo desde su experiencia. Y de otra parte queda claro que al museo no se entra, eso no es para uno, ni siquiera para los periodistas. La comunicación del museo comunica que es una institución que está desconectada de su sociedad; que sólo sirve como escenario o pretexto para otras cosas como mejorar la imagen de un gobierno o una ciudad, hacer ver inteligentes a quien sólo tiene billete, lavar culpas a los héroes del mercado.

(iii) ... más público, más nación, más sentido para comunicar el museo

La comunicación del museo debe romper con su lógica de página social de los ricos, con esa imagen de lavador de imagen de los políticos y empresarios, con ser esa apariencia de ilustración del mundo *light*. La comunicación de los museos tiene sentido si es para conectarse y encontrarse con su sociedad, si se comunican ideas inscritas en el relato de nación, si convierte a la producción de la memoria en un acto colectivo y diverso, si trabaja desde la lógica de la identidad.

Para hacerlo hay que producir al museo como experiencia, entonces vivencia, luego relato. Y aquí es donde las dos propuestas de mi maestro Jesús Martín-Barbero son absolutamente brillantes:

- *Comunicar al museo no es atraer más público sino hacer MÁS PÚBLICO el museo.* Eso significa que no importa qué tanta gente (la estadística de los espectadores) vaya o asista al museo, lo que es imprescindible es hacer del museo una institución, una práctica y una experiencia más pública, más de todos, más de inclusión social. Así, se rompe con esa lógica instrumental de divulgar y mercadear al museo como objetivo comunicativo; también se evita sólo pensar en medios y tecnologías, pues de nada sirve ser interactivos y de última moda si no incluye nación. El asunto es como se “comunica/conecta” el museo con la sociedad, como la incluye, la expresa, la significa. Un museo que sea más público.
- *Entender que la comunicación del museo es más que la EXPOSICIÓN.* El museo piensa que su único modo de comunicación es la exposición. Y la exposición enfatiza en la solemnidad y en lo instrumental: al museo se va a aprender, la exposición es para formar a los públicos,

6. Ver: www.esferapublica.org http://esferapublica.org/portal/index.php?option=com_content&task=category§ionid=1&id=40&Itemid=2

7. Ver: Revista Soho #100. *El arte según Soho*. Bogotá, publicaciones Semana, agosto de 2008, http://www.soho.com.co/wf_InfoSeccion.aspx?IdSec=30

por eso afirma en lo textual y busca que se entienda “lo que el museo quiere decir”; es un acto de transmisión de ideas, conceptos y saberes. Y claro, la exposición produce espectadores y consumidores; poco importa lo que se comprenda, asuma y signifique. Lo cierto es que la comunicación debe producir interlocutores y ciudadanos. Esto significa que el museo no es la exhibición sino las experiencias de identidad, los juegos de sentido, las versiones de memoria y el relato de nación que genere. Entonces, hay que diseñar y generar juego, interactividad y conexión, a través del museo, entre los ciudadanos y su sociedad; más que invitar a la sociedad a aprender lo que el museo sabe, se debe buscar que los ciudadanos se pregunten y creen sus propias versiones de sentido. Hay que jugar, dejar el lugar del espectador para ganar el del creador.

- *Sin EXPERIENCIA no hay relato; sin relato no hay comunicación; sin comunicación no hay museo.* Para hacer posible esa comunicación del museo como más público y más juegos de sentidos, hay que convertirlo en experiencia. Si hay experiencia, hay relato; si hay historia que contar, hay vida; si se conversa la vida, hay museo. Eso significa que hay que meter más país, más subjetividades, más culturas en el museo; hay que buscar esas narrativas culturales y esos modos comunicativos en que toma forma y se dan sentidos las comunidades. Y aquí en el Museo Nacional de Colombia, viendo *la exposición* actual llamada “Velorios y santos vivos. Comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras” se encuentra un texto que nos sirve para ver cómo es que se comunica desde lo cultural: “Hasta hace poco, en el archipiélago, el *circular* utilizaba un caballo para darle vuelta a la isla mientras anunciaba los fallecimientos con un megáfono; en el litoral Pacífico, los *chasques* navegaban los ríos en canoa, y en Palenque, el *chasquero* hacía los recorridos a pie, monte adentro, o en chiva. Ahora todos ellos se valen de motos o carros y emplean teléfonos celulares y cuñas radiales; en tanto, en Guapi, repican las campanas de la catedral”. Sentido preciso de la comunicación del museo: un circular; un circular entre la vida, la comunidad, sus culturas y el museo y de vuelta museo-culturas-comunidad-vida. Un usar la comunicación para el encuentro, llámese caballo, moto o carro; río, campanas, megáfono, medios, Internet o celular. Convertir en experiencia al museo, esa es su comunicación.

(iv) El museo como narrativa

Y el museo será más público, más juego, más conexión, más experiencia, más país siempre que pueda convertirse en relato, en historias para emocionar la conversación diaria; como dice, otra vez, mi maestro Jesús Martín-Barbero, se comunicará cuando “cuente, de cuenta, tome en cuenta a la sociedad y rinda cuentas a sus ciudadanos”.

¿Qué significa narrarse? Pensar que el museo tiene qué contar y tener una dramaturgia:

- Tener una idea o concepto que contar o dar cuenta (qué tiene el museo para decir).
- Conocer a los ciudadanos del museo. Investigar por qué va la gente al museo y desde dónde lo ven; reconocer la experiencia desde la que viene la gente y desde donde comprende y significa. Reconocer los juegos simbólicos, experiencias narrativas y goces culturales que habitamos en la sociedad. Recordar que para vivir el museo no dejamos de ser hinchas del

fútbol, amantes de la telenovela, fanáticos de las músicas pop. Seguimos siendo habitantes de estas culturas populares mediáticas masivas y queremos ser viajeros del museo.

- Diseñar al museo como un relato que incluye géneros y formatos cercanos a las comunidades. Entonces producir un relato con tensiones y desarrollos que no establezca todo sino que busque preguntar y generar expectativa; imaginar una experiencia de goce y emoción; intentar una conversación entre el museo y su viajante. Pasar del visitante-turista al ciudadano-viajero del museo y sus memorias y su arte.
- Producir diversidad en sus modos de contar, en sus formatos narrativos. Los modos de contar del museo recogen la oralidad de nuestras culturas pero imaginan otra sociedad. Usar los modos de narrar que incluyan los modos culturales; la memoria, el arte y las culturas no son sólo contenidos y valores, son también modos de narrar, estéticas de otros gustos. Así, el museo debe usar todos los modos que puedan producir experiencia en los ciudadanos.

Y antes del fin... otra imagen que viene de esta “exposición” que significa el ingreso de lo afro al Museo Nacional de Colombia, esta inclusión en la nación de otras culturas a la ilustrada, a la guerrera, a la artística; este reconocimiento a otros modos de significar la memoria y de imaginar el presente; esa conexión con esos otros modos de ser nación Colombia... Esa imagen dice que “por su asistencia Dios se lo pague”.

EL RÍO MAGDALENA, NAVEGANDO POR UNA NACIÓN-**EL VISITANTE COMO VIAJERO****Margarita Reyes** COLOMBIA*Coordinadora de Patrimonio, Instituto Colombiano de Antropología e Historia***Germán Ferro** COLOMBIA*Antropólogo*

Margarita Reyes: Esta propuesta nace dentro de las políticas del Museo Nacional de Colombia y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) con el ánimo de construir nuevas narrativas que propicien relatos de un país multicultural. Es un reto bastante amplio y complejo que se ha discutido desde hace más de trece años, que nos invita a reflexionar y hacer cambios sustanciales en la forma de narrar, de nombrar, incluir, visibilizar e interactuar.

¡Qué responsabilidad! En este ejercicio que consideramos no acabado (afortunadamente), teníamos el reto de construir una narración que comprometía más de doce mil años de ocupaciones humanas, más de 1,500 km de recorridos desde el nacimiento del río Magdalena en el Macizo colombiano hasta su desembocadura en Bocas de ceniza, en Barranquilla. Toda exposición es una aventura como la que vamos a iniciar hoy por el río Magdalena, y un laboratorio de construcción colectiva, multidisciplinar, en donde se presentan tensiones, negociaciones, sujetos sociales, voces del pasado y del presente, cotidianidades y lo más importante, múltiples experiencias y construcciones de sentido.

Germán Ferro (Curador invitado): Yo estaba en Quito cuando me llamaron con la invitación de coordinar un equipo bajo la dirección del equipo de curaduría del Museo Nacional de Colombia acerca de una temática sobre el río Magdalena. Me llené de emoción y de mucha preocupación por asumir una responsabilidad que significa la inmensidad y magnitud de poder comprender, de generar preguntas, de construir memoria frente a un tema tan vasto y maravilloso como lo es el río Magdalena. Llego a la curaduría de esta exposición como viajero y quiero insistir en eso, ya que es el subtítulo de esta ponencia, en la necesidad de enfatizar y establecer frente al espectador un diálogo de carácter distinto y hacer de la exposición una experiencia de emoción y de rigor realizada a partir del hecho de viajar, del viajero que soy yo, del curador viajero,

del investigador que ha recorrido el río, lo ha navegado, y regreso entonces a Colombia muerto de los nervios pero también con la exigencia que requiere el proceso curatorial. Había que volver a recorrer el río y lo hice, estuve en varias de sus regiones, de sus puertos, de sus aguas y me llené de emoción para construir un relato, una propuesta museográfica, un concepto curatorial que se llenara precisamente de esa emoción que considero que es fundamental en el proceso de conocimiento.

¿De qué manera podíamos construir una evocación, una relación con el río que tuviera la magia y la presencia cultural que allí se ha erigido durante tantos años?

Quiero hacer unas reflexiones a la manera de unas notas de viaje de lo que significó construir una curaduría sobre el río Magdalena, lo importante de compartirlo con todos los colombianos y de trabajar con un muy buen equipo, experiencia maravillosa de trabajo interdisciplinario también con dificultades, pero creo que sobreaguamos y navegamos por el río con mucha emoción.

Quiero decir algunos aspectos que considero son importantes y pertinentes para la mesa en la que estamos invitados. En primer lugar, señalar que el museo es fundamentalmente escenario de privilegio de la mediación cultural al tema que nos asiste, y que está ligado por supuesto al proceso comunicacional, un lugar de privilegio de la mediación cultural por el camino de la construcción de la memoria, de la producción de conocimiento, de creación de identidad y de diferencia. Un lugar de mediación para la apropiación social del patrimonio y también un lugar muy propicio para la reflexión sobre nuestros procesos de construcción de nación, materia de que se ocupa un museo como éste, el Museo Nacional de Colombia. Este concepto curatorial, desde esta perspectiva, entendió que el escenario museográfico que se nos ofrecía para entregar una muestra como ésta era propicio para los siguientes aspectos:

En primer lugar, la necesidad de un escenario museográfico que sea una metonimia, un escenario museográfico propicio para la construcción del relato, que es un relato de comunicación, un relato de la nación, pero que se comunica, que se propone. Un escenario fundamentalmente soportado en la metáfora del viaje, también un escenario de lo pedagógico, un escenario en el encuentro, el contacto y la evocación, un escenario de la polifonía. Estos son los cinco aspectos en la propuesta curatorial que se lanza a navegar por una nación a través del río Magdalena.

Con respecto a la metonimia quiero señalar que es el esfuerzo, la exigencia de contar el todo a partir de la parte y que esa parte tenga la fuerza, la potencia, la capacidad de contener el todo. El río es el eje geográfico y narrativo de conexión de nuestras diversidades temporales y regionales que permitía entonces hacer un ejercicio metonímico, una aventura maravillosa. En segundo lugar, el tema del relato es una relato de comunicación, es un relato pedagógico, la construcción de un hilo narrativo apoyado en la noción de viaje por un recorrido de veinte lugares o veinte paradas, las que asumimos que tuviesen la fuerza expresiva, la capacidad de podernos contar a partir de estas veinte estaciones, dado el límite del espacio, poder contar esa historia maravillosa, compleja, conflictiva, de la construcción siempre inacabada de nuestra nación colombiana.

Un relato de viaje que se realizó desde el nacimiento hasta su desembocadura, y aquí algo muy importante y es que es un relato que es contrario al relato oficial, que siempre se ha organizado desde la desembocadura al nacimiento; es un relato construido desde la conquista, desde que el río aparece en el mundo de lo hispánico, un relato que viaja por la selva, la barbarie y asciende a la civilización, o sea a Bogotá. Contrario a ese relato oficial, nos hemos aventurado a construir un relato en su desarrollo natural desde su nacimiento hasta su desembocadura, para desde allí construir otro modo y otras maneras de construcción de la nación colombiana. Ese relato está acompañado a partir de esa experiencia geográfica de visitar y recorrer veinte lugares, está atravesado por ocho temas compartidos, es por eso que el relato pedagógico en el que la curaduría insistió es una aproximación de carácter integral a los procesos de construcción del país.

Los ocho temas transversales del viaje al cual invitábamos al visitante eran una dimensión histórica bien importante con un componente geográfico y ambiental, con una dimensión económica, con formas productivas, con una historia de la importancia de la navegación y del comercio como elemento preponderante del uso del río, con unas pautas de asentamiento, del desarrollo urbano de los puertos, de los procesos de colonización y los caminos en conexión con las regiones. El ver cómo emergen las ciudades en torno a la dinámica que propone el río de manera pedagógica, una temática de la tecnología en la intervención sobre el río, cómo el hombre se aproxima, lo usa a través de puentes, represas, también desarrollos de transporte como las balsas y los vapores. Y por último la evidencia maravillosa de la construcción de cultura ribereña diversa que se va produciendo a través de diferentes formas de vida y que se expresa de manera plétórica a partir de la música, de la religión, de las creencias, de los oficios, de la gente, de la literatura y el arte.

Un elemento central también protagónico e importante de la propuesta de relato sobre la navegación del río es la música, con sólo decir cómo se sorprende el visitante al ver cómo a partir del río nacen la cumbia, los bambucos y los aires del alto Magdalena y del vallenato, tres grandes elementos, tres grandes relatos de construcción de la nación. Quiero insistir también en el tema del viaje y en el subtítulo de nuestra ponencia: el visitante se construye entonces para la curaduría como un viajero y en esto quiero señalar que la curaduría intenta o explora en el que el visitante no es inmutable ahistórico, sino que el visitante cada vez se construye a partir de un concepto curatorial, se propone una manera de encontrarse frente a lo expuesto, y aquí nos hemos lanzado al proyecto de pensar al visitante como un viajero de las emociones, como un viajero que sale de sí para encontrarse con el otro que es en últimas él mismo. Un viajero de la alteridad, y esa creo que fue una de las experiencias importantes de este recorrido por el río y de la propuesta que insiste en el encuentro, en el contacto, en la evocación. Viajar es apelar a la experiencia de ese otro por la piel, la piel tiene memoria dice Zalamea. Viajar a través de los olores: el viajero visitante podía oler a café, podía oler a tabaco, sentir las emociones del paisaje, las emociones del calor. En algún momento soñamos cazar zancudos y tirarlos en la sala para que la gente sintiera la magia, la atmósfera de las tierras calientes de la cual tenía un lugar bien importante la experiencia de este museo. Considero que a un museo hay que examinarlo en el contexto espacial, en el contexto histórico, político y cultural en el que está inscrito y este Museo Nacional está en Bogotá, en una realidad de país que requiere o exige unas necesidades de reconocimiento y de conversación a través de lo que allí se muestra, sobre una sociedad atrincherada por la guerra, sobre

una sociedad creída por estar a las alturas de los Andes. Un viaje por el río Magdalena fue una experiencia motivante de bajar a las tierras insensibilizadas, a la tierra caliente donde solo tiene lugar el paseo o el veraneo, bajar y mostrar cómo ese mundo del río organizó, determinó, hizo posible a Bogotá, hizo posible nuestra cultura, nuestras grandes referencias de identidad. Muchas veces como guía anfitrión traté de mostrar cómo el vallenato que nace en Barranca, la estuaría de San Agustín, la literatura que nace ahí, es mía, porque la siento mía, es ese encuentro con el otro que soy yo mismo.

En esa perspectiva de los encuentros y de los contactos, de las evocaciones y de las emociones, tienen un lugar bien importante los objetos: nos aventuramos a que los viajeros los pudieran tocar, se pudieran sentar en ellos, que la gente viera cómo esos objetos se convertían en objetos de museo, objetos de valoración. También para tocar los instrumentos musicales, para tocar los instrumentos de la pesca, para sentarse en la canoa y tomarse fotos, para tocar los libros, para leer los libros, pues pusimos una mesa con los libros más importantes sobre investigación sobre el río y en el museo los libros no se pueden tocar, tocó decirle a la gente “Sí, los pueden tocar, los pueden leer, son suyos”. Todo esto conlleva a ese gusto por conocer, elemento neurálgico del proyecto curatorial.

Por último aspecto, y con eso quiero responder a lo que la mesa nos invita, es que la propuesta curatorial quería construir un relato polifónico de múltiples voces que pueden hablar, decirnos acerca de una realidad, por supuesto las voces autorizadas pues con ellas no hay ningún problema, la de los viajeros, la de los científicos, la de los investigadores pero también darle realce, insistir y subrayar en las voces no autorizadas, en las voces silenciadas o tergiversadas, en las voces que hablan desde la marginalidad, los que también construyeron la nación y también son protagonistas de este proceso, mujeres indígenas, obreros y esclavos africanos que también tuvieron presencia en el río. Con todo esto nos aventuramos a un proyecto tecnológico con ayuda de varios profesionales que nos ofrecieron sus trabajos para hacer de esta exposición un lugar del goce, del disfrute.

LOS MUSEOS, LOS PÚBLICOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Y LA COMUNICACIÓN-NUEVAS POSIBILIDADES

Manuel Gándara Vázquez MÉXICO

*Posgrado en Arqueología-Escuela Nacional
de Antropología e Historia/INAH*

El punto de partida

Hay confusiones que resultan caras. Confusiones que se convierten en prejuicios, prejuicios que resultan en errores y errores que producen museos que tienen poco público. Confundir aprendizaje con escuela es una de ellas.

Como muchos tenemos malos recuerdos de la experiencia escolar, asumimos que aprender (o educar) deben ser tan aburridos como ir a la escuela, así que los desterramos del museo. No es raro oír a colegas recomendar que las exposiciones nunca deben intentar “educar”. Con ello, expresan su prejuicio de que la educación es equivalente a la escuela. Este prejuicio resulta en que en muchas ocasiones no se ofrecen elementos suficientes como para que el público entienda con profundidad lo que se exhibe. La experiencia de visita acaba entonces siendo superficial e, irónicamente, aburrida y poco significativa. En el proceso, se sacrifica buena parte del goce que el museo debería estar promoviendo.

Cuando además se confunde la seriedad del discurso con la solemnidad, el resultado suele ser desastroso. Se piensa que la seriedad requiere hablar al público en el lenguaje del especialista, asumiendo, además, que el público tiene más interés en los despliegues de inteligencia, ingenio y cultura general del curador, que en realmente entender de qué se trata lo exhibido. De otra manera no es posible explicar que se redacten textos (cédulas¹ o paneles) introductorios que parecerían estar escritos teniendo en mente a

1. El nombre que se les da a los textos en los museos varía de país a país en Iberoamérica. En México les llamamos “cédulas”; en España y otros países se les llama “paneles” o “carteles”. El término en inglés (“labels”, esto es, etiquetas o “letreros”) no es mucho más claro. Seguiré aquí la tradición mexicana y les llamaré cédulas. Pueden o no

la crítica especializada, a otros museógrafos y curadores o a los expertos en la temática de la exposición. Se trata de textos indudablemente doctos y eruditos, que a veces sacrifican la claridad en aras de una retórica con pretensiones artísticas. El resultado es un discurso opaco, inexpugnable y, en consecuencia, de poco interés para el público, que normalmente no dispone de las claves para descifrar, y sólo entonces disfrutar, tan sabios tratamientos. En aras de la seriedad confundida con la solemnidad, paradójicamente, se acaba por adoptar un tono académico, elitista, reminiscente de la experiencia escolar, distante, inaccesible e indirectamente autoritario. Ni más ni menos que aquello que supuestamente se quería evitar.

No obstante, este prejuicio es un prejuicio común. De otra manera no se explica que muchos museos y otros sitios patrimoniales, como los sitios arqueológicos abiertos al público, ofrezcan una interpretación² deficiente a sus visitantes, ¡cuando ofrecen alguna!. O quizá se asume que el público ya sabe suficiente y por ello no es necesario proveerlo de interpretación. En el mejor de los casos se les presenta *información* –datos– que no es realmente lo que el público requiere, a pesar que de repente eso es lo que deja asentado en los libros de visita. Lo que el público realmente requiere no son datos, sino herramientas para poderle dar sentido a lo que está experimentando, maneras de conectar eso que ve con su experiencia cotidiana y así poder hacerlo suyo.

El contraargumento es que interpretar implica no solamente regresar a la experiencia escolar, sino hacerlo de manera autoritaria: es preferible que el público construya su propia interpretación. Esto es cierto, pero sólo trivialmente cierto: el público va, de todas maneras, a construir su interpretación, ¡gracias! Pero el argumento suele ser que no hay que interferir, mediante la interpretación, con la experiencia de disfrute, sobre todo en los museos de arte. No es éste un campo en el que me sienta muy cómodo como para opinar –lo mío son los museos de arqueología, antropología, historia o ciencias sociales, no tanto los de arte– pero es mi impresión que es precisamente la carencia de elementos que ayuden a la gente a entender lo que tiene enfrente, lo que hace que, toda proporción guardada, los museos de arte, particularmente los de arte contemporáneo, reciban no solamente menos público que museos de otro tipo, sino que el público que reciben esté típicamente restringido a un perfil particular. De nuevo, es solamente una apreciación personal, pero existe evidencia de que éste es precisamente el caso (Haacke, 1972, citado en Alcoba, 2004: 77, 69).

Para que pueda cumplirse el *desideratum* de que los museos sean agentes de cambio social y desarrollo, e incluyo aquí a todos los museos (y sitios patrimoniales abiertos al público), estas confusiones y sus respectivos prejuicios deben ser examinados críticamente. En la medida en que el museo insista en ser un “mausoleo”, un espacio casi sacro en donde la única posibilidad es la contemplación y la reverencia de un patrimonio desligado de la

contener además de texto imágenes o elementos en tercera dimensión. E incluiré en esta categoría las “señales” o cédulas colocadas al aire libre en sitios patrimoniales.

2. Entiendo “interpretación” en el sentido técnico del proceso de traducción del lenguaje del especialista a un lenguaje que el público disfrute y entienda, cuyo propósito es revelar significados, generar relevancia y permitir la apropiación del público de lo que se le está mostrando. Para una definición más amplia, ver Gándara, 2001.

gente, en esa misma medida la gente preferirá otras formas de oferta cultural. El museo habrá perdido entonces su capacidad como agente de transformación.

Por ello, en esta ponencia mi interés central no estará puesto en las nuevas tecnologías por sí mismas, sino en la medida en que sean herramientas para lograr que los museos cumplan su misión transformadora. Es por ello también, que la introducción de tecnologías (nuevas o viejas, digitales o analógicas), por sí mismas no lograrán los cambios requeridos, si no se les engloba en una estrategia en la que dos pilares fundamentales son la orientación hacia el público y la necesidad de comunicarse eficazmente con él. Es en ese sentido en que el enfoque en el que he venido trabajando estos últimos años, la interpretación temática con orientación antropológica, puede ser de utilidad, particularmente al asignarle tareas claras a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Así, en lo que sigue intentaré clarificar estos dos ejes (centrarse en el público e interpretar adecuadamente), para finalmente hacer la conexión a las posibilidades que las TIC nos ofrecen hoy día en ese sentido.

Centrarse en el público

Muchos colegas se ofenden cuando insisto en que hay que centrarnos en el público. Piensan que esto es exactamente lo que hemos venido haciendo desde siempre. Quizá entonces puedo reformular: centrarnos *más* sobre el público. Hacerlo es ponerlo como nuestro centro de interés, aceptando sus capacidades y limitaciones, su heterogeneidad y su necesidad de relevancia y sentido. Y esto no siempre lo hacemos. A veces da la impresión de que nos centramos en la colección, o en la opinión que podrán tener de nuestro trabajo otros museógrafos o curadores, o incluso otros expertos en la temática expuesta. A veces da la impresión de que no es tan importante atender a las necesidades del público (desde la necesidad de orientación cognitiva y valorativa hasta el confort físico), como lograr “transparencia en el espacio” o “limpieza en la museografía”.

Déjeme reducir el campo de mi discurso, so riesgo de ofender a más gente, al área de los sitios patrimoniales, particularmente arqueológicos, en mi país. Si estuviéramos centrados en el público sabríamos, para empezar, quién es o son, los públicos que visitan los ciento ochenta sitios arqueológicos abiertos a la visita. Pero no fue sino hasta hace menos de siete años que se hizo el primer estudio de público en un sitio arqueológico (Jiménez, 2001); y pasaron casi cinco años hasta tener un segundo estudio (Ledema, 2007), y solamente en el último año es que los estudios de público en sitios arqueológicos se empiezan a generalizar como una práctica institucional. Fuera de datos demográficos generales, hasta hace poco no sabíamos a qué vienen los visitantes, qué hacen durante su visita, qué les gusta o les disgusta, o qué aprenden, qué se llevan con ellos cuando se van. He sostenido que el aporte más importante de la visita a sitios arqueológicos en México era, hasta hace poco, la posibilidad de quemar calorías subiendo y bajando pirámides, en lo que he llamado “aeróbicos arqueológicos”.

Pero incluso en museos en los que los estudios de público son práctica cotidiana, no siempre se recorre el camino entero que implica centrarse en los visitantes. En particular, no se logrará mientras no entendamos mejor la manera en que funciona nuestro aparato cognitivo (para no hablar en esta ocasión de las determinantes fisiológicas que determinan la fatiga o inciden sobre la atención, ver McLean, 1993).

Los recientes hallazgos sobre cómo opera nuestro cerebro contradicen los prejuicios que mencionábamos en un inicio y aclaran las respectivas confusiones. Aprendemos todo el tiempo, no sólo en la escuela; y lo hacemos mejor si estamos divertidos o de alguna manera emocionalmente comprometidos. Es decir, la experiencia escolar es solamente una de las maneras en que aprendemos (y quizá no siempre la más eficaz). La evidencia antropológica e histórica muestra sin lugar a dudas que hay más maneras de aprender y enseñar que la escuela –producto histórico que no tiene ni dos siglos en la cultura occidental.

Y la evidencia en psicología cognitiva y neurociencia muestra que aprendemos todo el tiempo, incluso sin realmente proponérselo en muchos casos. La llamada memoria contextual (a diferencia de la que opera por repetición y es lineal, la llamada memoria de fuerza bruta, cfr. Caine and Caine, 1991), está activa de manera permanente, registrando del entorno las partes más relevantes a la experiencia de ese momento. Aprendemos incluso cuando nadie está haciendo un esfuerzo explícito por enseñarnos. Estamos continuamente creando o modificando esquemas mentales –los famosos “schemata” (Stillings et al, 1995)–, para acomodar nuestra experiencia cotidiana. Esta memoria opera siempre, aunque no todo lo que pasa por ella finalmente alcanza la memoria de larga duración.

Hoy día sabemos que dos elementos claves para que algo llegue a esa memoria de larga duración son la relevancia y la participación y, detrás de ellas, la emoción como focalizadora de la atención e intensificadora de la experiencia.

La relevancia tiene que ver con la necesidad adaptativa, reforzada por cuando menos cuatro millones de años de trayectoria evolutiva, de atender aquello que nos afecte de manera más directa (y generalmente, más inmediata). En un principio seguramente operaba en relación a las necesidades más básicas, las que ocupan los escalones inferiores en la famosa escala de Maslow³. Con la evolución del sapiens sapiens se abordan escalones más altos, que requieren, a su vez, de operaciones cognitivas más complejas. El resultado es uno que recupera mucha de la evidencia experimental: ponemos más atención y retenemos mejor aquello que tiene una importancia directa para nuestra vida. Es por ello que, aunque para un especialista en restauración de caballete, los detalles de la composición orgánica de los pigmentos resulten fascinantes (y seguramente los sabe de memoria), o los arqueólogos hablan de la cerámica negro sobre bayo con desgrasante vegetal, cuando este tipo de datos se le presenta al público éste no reaccionará favorablemente a menos de que haya algún elemento que le permita

3. Las necesidades básicas serían: supervivencia, seguridad, pertenencia y estima; las superiores, conocimiento, entendimiento, apreciación estética y auto-realización (en Knudson, Cable y Beck 1995, 63).

relacionarlos a su vida –aunque sea de manera indirecta, generalizada e incluso no muy específicamente. Pero debe existir alguna conexión: de otra manera, la información se perderá casi tan rápido como fue comunicada.

Algunos curadores y museógrafos protestan en ese momento. “No es ese el público al que estamos tratando de llegar”. Les interesa un público que viene automotivado, que tiene una experiencia previa con la temática, que sabe cómo visitar un museo eficazmente, que tiene una sólida formación académica y que dispone de tiempo ilimitado para disfrutar nuestra exposición o sitio patrimonial. El problema es que las limitaciones de la memoria de corta duración (conocidas desde cuando menos hace medio siglo⁴) son generales, universales al ser humano, incluyendo esos visitantes idealizados (o al menos, poco frecuentes). Nadie puede retener más allá de cinco (más o menos dos) elementos en la memoria de corto plazo. ¿Cómo es que superamos entonces esta limitación y somos capaces de aprender discursos complejos? El secreto es la relevancia, la relevancia que da sentido a la información y permite reagruparla en “trozos” o “chunks”, reduciendo así el número de elementos a uno más manejable, y articulando trozos en segmentos significativos de mayor tamaño.

Ésta es la razón detrás de la insistencia, en la interpretación patrimonial, de que la interpretación tenga una tesis, enunciado central (o idea fuerza), que condense la idea central a comunicar; y también la justificación para que la estructura de la interpretación sea clara y evidente para el que la recibe⁵. Es por ello que no toda la interpretación es temática en este sentido: si bien puede tener un tema general, en el sentido de “subject matter”, no necesariamente tiene una tesis. De hecho, es un buen ejercicio el tratar de determinar, para una exposición o sitio patrimonial, cuál era la tesis que estaba siendo comunicada (además de las que el propio público construye). Si lo único que se puede articular es el tema, y no la(s) tesis, entonces la interpretación no fue temática (ver Gándara, 2001: cap. 2).

No obstante, no cualquier tesis es igualmente eficaz, precisamente porque detrás de la relevancia (y la participación, de la que hablaré adelante) está la emoción. La relevancia no es solamente un asunto de la corteza cerebral superior, de los procesos reflexivos y autoconscientes, sino también de procesos más primarios e igualmente importantes. La emoción (que está por supuesto ligada al goce, como afecto positivo, pero que igualmente puede ligarse a afectos negativos, como el aburrimiento o la angustia), es el componente quizá más importante en determinar si la experiencia del visitante logrará alcanzar a convertirse en un aprendizaje duradero.

Aunque no se conocen los detalles con precisión, es claro que la intensidad con la que un elemento es almacenado en la memoria de larga duración está relacionada a la cantidad de emoción que tiñó el evento original. Todos podemos acudir a nuestra propia experiencia para darnos cuenta de que muchos de nuestros recuerdos tempranos están

4. El famoso “número 7 mágico de Miller”, en honor al científico que lo descubrió –ver Ham, 1992: 8 y sig.

5. Ésta es el eje de la propuesta de Ham (1992). Para un tratamiento más reciente de los principios involucrados, ver Beck and Cable (1998).

teñidos de emoción (Caine and Caine, 1991). Y son seguramente los que perdurarán en nuestra vida –y nos acompañarán mucho más tiempo que el importantísimo dato sobre el desgrasante de concha que es característico de la cerámica negro sobre bayo del postclásico temprano.

Hoy día el papel de la emoción está siendo reconocido en campos que típicamente se ocupaban de los procesos cognitivos llamados “superiores”. Es el caso del diseño de interacción humano-computadora (uno de mis campos de interés), en donde un libro que ha marcado un parteaguas es el de Donald Norman, *Emotional Computing* (Norman, 2004). Y que exista incluso un nuevo campo académico relacionado a la diversión (un conjunto particular de emociones): la Funology (Blythe et al, 2003).

No soy en absoluto experto en neurofisiología o en psicología cognitiva. Pero lo poco que he leído confirma mi intuición (que estoy seguro muchos comparten), de que la emoción impacta el aprendizaje. Aprendemos construyendo o modificando esquemas cognitivos (*schemata*), que son un mecanismo para reducir la diversidad del mundo, buscar predictibilidad y facilitar la interpretación de lo que sucede en nuestro entorno. Aquellos esquemas que fueron codificados en contextos emocionalmente cargados sobreviven en la memoria de larga duración y son activados más frecuentemente que otros en que la emoción no jugó parte. El afecto (la particular valoración emocional, positiva o negativa de la experiencia) nos predispone adicionalmente a experiencias similares.

Schmahmann (citado en Levitin, 2006: 175) es uno de los investigadores que ha intentado determinar cómo operan las emociones a nivel neuronal. Es interesante que un centro involucrado con el proceso del tiempo, incluyendo los patrones rítmicos, el cerebelo, parece estar también ligado al proceso de las emociones. El cerebelo, o cerebro reptiliano, ubicado debajo del cerebro, pesa apenas el 10% del total del cerebro, pero contiene 80% del total de las neuronas (Levitin, 2006: 174). Experimentos sobre el goce de la música mostraron cómo el cerebelo se involucra en este proceso, así como en los lóbulos frontal y occipital; posteriores experimentos mostraron que las áreas del cerebro que procesan el sistema de motivación, recompensa y excitación –el striatum ventral, la amígdala y regiones de la corteza frontal actúan de manera coordinada con el cerebelo. Particularmente, el nucleus accumbens, que tiene que ver con la dopamina–están a su vez asociadas con la sensación de placer. Estudios posteriores muestran cómo todas estas estructuras actúan coordinadamente con el cerebelo y el sistema límbico para crear el placer musical e incluso alterar nuestro estado de ánimo a partir de la experiencia musical.

Estas reacciones, aunque espontáneas, tienen que ver con experiencias previas, y con la particular configuración de esquemas cognitivos disponibles. Estos esquemas crean expectativas que, al cumplirse, son capaces de proporcionar un placer adicional –el de haber predicho exitosamente la siguiente experiencia. La expectación crea una tensión que finalmente se resuelve favorable o desfavorablemente. El “modelo de la U” invertida (Levitin, 2006) es un modelo que liga la complejidad de la experiencia (y por lo tanto la dificultad para predecir el resultado) al grado de placer que derivamos de ella. Si la experiencia resulta totalmente predecible nuestro nivel de excitación y placer es reducido; lo mismo sucede si la experiencia es totalmente impredecible o radicalmente diferente a los esquemas previamente almacenados.

Es curioso ver cómo este modelo de U invertida se parece al modelo del “estado de flujo” de Csíkszentmihályi (1990). Este autor, popular durante la década de los noventa, mostró que en el estado de flujo se liberan considerables cantidades de dopamina, que no solamente producen placer al sujeto, sino que hacen que el tiempo parezca haberse suspendido, de forma tal que le permiten estar en un estado de concentración tal, que las horas pueden parecer minutos. Esto les sucede desde a los artistas hasta a los deportistas y a cualquiera que logra un equilibrio parecido al que requiere en modelo de la U invertida: si el reto supera con mucho la capacidad del sujeto, la angustia toma el control y la experiencia no es placentera; pero si el reto es demasiado fácil, entonces la atención se dispersa o gana el aburrimiento –en ambos casos, sacando al sujeto del estado de flujo o impidiendo que entre en él.

Las consecuencias para el trabajo en museos y sitios patrimoniales me parecen bastante obvias, y me permiten ahora unir los hilos de la argumentación desarrollada hasta aquí:

1. Para que los museos puedan ser agentes de cambio social y desarrollo, es necesario que no solamente sean visitados, sino que los visitantes encuentren en ellos los elementos que les permitan motivarse y participar activamente en el cambio.
2. Para ello, es a su vez indispensable que los visitantes logren darle sentido a su experiencia y, preferiblemente, la disfruten. Lo primero, porque si la experiencia resulta demasiado ajena o novedosa, y el visitante no ha recibido la orientación necesaria, no se producirá placer, sino probablemente angustia o aburrimiento. Lo segundo, porque si la experiencia es placentera, entonces el aprendizaje será mucho más permanente y podrá iniciar cambios en los esquemas cognitivos previos del visitante en términos de actitudes, no solamente de adquisición de datos. Si nuestra intención es invitarlo a actuar en un determinado sentido (a favor del cambio), entonces éste es el estado en que más receptivo será a nuestros mensajes (es el estado de “mindfulness” o atención que recupera Moscardo, 1999).
3. Pero, si esto es cierto, entonces la interpretación en museos y sitios patrimoniales no debería ser opcional o equipararse a una función escolar, en donde “educación” es sinónimo de aburrimiento e irrelevancia. Esto es, la interpretación sería la manera de proporcionar elementos para procesar la experiencia y permitir entonces un goce más profundo que el que la mera contemplación puede producir.
4. En la medida en que la interpretación sea capaz de convocar las emociones y los valores universales, en esa medida será capaz de proporcionar experiencias más placenteras y más eficaces. Estas experiencias, a su vez, pueden ser el punto de partida para un compromiso con causas y tareas afuera del museo, como la conservación del patrimonio cultural y natural.

Uno de los fundadores de la interpretación patrimonial, Freeman Tilden, lo dijo de manera sucinta: solamente se conserva lo que se aprecia, y solamente se aprecia lo que se entiende. Los hallazgos recientes en psicología cognitiva apuntan a que el aprendizaje placentero es la mejor manera de lograr ese entendimiento. La interpretación eficaz en museos y sitios patrimoniales puede ayudar a lograr ese objetivo.

¿Y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación?

Como es sabido, con ese nombre se designa la combinación de las telecomunicaciones (y hoy día en particular Internet) con la computadora. En museos y sitios patrimoniales estas TIC han impactado prácticamente en todas las áreas de funcionamiento: desde la administración o gestión en sentido estrecho, la catalogación y control de colecciones, la promoción a través de sitios en Internet, el contacto con los públicos mediante foros, blogs y correo electrónico, hasta su uso como medios interpretativos: programas multimedios interactivos, audio y video digital, hologramas, dispositivos especiales de interacción (incluyendo la robótica y otros dispositivos de control cibernético), las audioguías y, más recientemente, Real Simple Syndication (RSS)⁶ y los Podcasts⁷. Yo me referiré en lo que sigue solamente a los usos interpretativos de las TIC.

Éstas son, sin duda, nuevas tecnologías. He pasado buena parte de mi vida profesional en museos trabajando con ellas, así que creo que las conozco. El asunto es si estas nuevas tecnologías son siempre las tecnologías “relevantes” o “pertinentes”. Por eso he decidido empezar esta ponencia de la manera en que lo he hecho. Si las nuevas tecnologías han de ayudarnos a transformar el museo, entonces su uso debe estar dictado por un enfoque centrado en el público y con una estrategia de comunicación eficaz. De otro modo, será simplemente una manera de hacer más de lo mismo. Y más de lo mismo no ayuda a que los museos sean agentes de cambio.

Lo genial de las nuevas tecnologías es que están permitiendo romper incluso el monopolio de la interpretación que hasta ahora era un espacio sacrosanto del museo. Es decir, permiten que ahora las voces de terceros, y aún del público, sean oídas. Este fenómeno es en parte una reacción a la insatisfacción con la interpretación ofrecida en museos y sitios patrimoniales. Es también una manera de entrar al mercado de la interpretación sin tener que pasar por el museo en cuestión, dado que yo puedo publicar mi interpretación sin tener una autorización oficial del museo (es decir, pudiera no ser un movimiento totalmente ingenuo o desinteresado, aunque muchos podcasts, el formato en el que se ofrece esta interpretación alternativa, son gratuitos).

En cualquier caso, uno de los primeros ejemplos de esta “toma del poder interpretativo” fueron las audioguías de la revista neoyorkina Slate⁸ (seguidas por Artmobs⁹ y luego por una infinidad de esfuerzos similares). En el caso de Slate, Andy Bowers no estaba muy contento con la interpretación ofrecida por museos como el Metropolitano o el de Arte Moderno en Nueva York (lo que sorprende, porque estos museos normalmente ofrecen estupenda interpretación). En cualquier caso, decidió hacer interpretaciones

6. RSS es un sistema que permite incorporar noticias de diferentes fuentes a una página web, mediante un sencillo sistema de suscripción. A la inversa, sirve para difundir información entre suscriptores a los que se quisiera llegar.

7. Los podcasts son archivos que contienen audio (y a veces imágenes fijas o video), destinados a ser tocados en los dispositivos Ipod portátiles de Apple, u otros reproductores de mp3 (cuando la información se reduce al audio). Se distribuyen normalmente a través de la red (www), muchas veces de manera gratuita.

8. <http://www.slate.com/id/2123266/>

9. <http://homepage.mac.com/dave7/ArtMobs/FileSharings2.html>

alternativas de ciertas exposiciones y ofrecerlas como “audioguías no oficiales” de manera gratuita a través del sitio de la revista Slate, los “Slate Audiotours”. Bowers cuenta con las credenciales como para que sus tours sean considerados serios (si bien no dejan de provocar controversia). Lo interesante del asunto es que incorporan un lenguaje y un estilo que muchas personas encuentran más atractivo que el tono contenido, prudente y académico de las audioguías de los museos en cuestión (amén de que no cuestan los 3 a 6 dólares que estos museos cobran por un uso único).

Algo similar sucede con Artmobs. Se trata de un esfuerzo que empezó como proyecto escolar en el Merymount Manhattan College: se produjeron “guías no-oficiales” para exposiciones y áreas del MOMA. La sorpresa (¿?) es que a cierto segmento del público (jóvenes adolescentes y postadolescentes), estas guías, producidas por estudiantes universitarios bajo supervisión de expertos, ¡resultaron mucho más atractivas que las guías oficiales! La interpretación tocaba temas de mayor relevancia para esta población, y lo hacía con un estilo mucho más cercano al de su experiencia cotidiana.

En ambos casos se trata de la tecnología de “Podcasts”, originalmente para los dispositivos iPod de Apple Computer. Pero era en cierto sentido previsible que rápidamente esta idea se generalizara: si el archivo contiene solamente audio (y no imágenes, como sucede en los podcasts), entonces es fácil producir un podcast que ya no requiera a un iPod, sino que pueda ser tocado en cualquier dispositivo mp3, lo que incluye a la mayoría de los teléfonos celulares actuales. En consecuencia, pronto proliferaron las audioguías destinadas a ser usadas de esta manera, muchas veces sin costo y ahora en contextos ya no solamente patrimoniales, sino como apoyo para los turistas¹⁰.

Por supuesto, esta proliferación de recursos no es siempre positiva. En muchos casos, se trata de viajeros bienintencionados que quieren compartir su experiencia de viaje, pero que no necesariamente están entrenados en el campo de la interpretación o de la temática abordada en sus guías. Repiten entonces los pecados de la interpretación “oficial”: que no es interpretación, sino descripción: largas descripciones, detallados datos que el usuario por supuesto olvidará antes de que termine el *tour*. Como todo lo que sucede en Internet, pronto el problema será simplemente determinar la credibilidad de lo que se ofrece. En ese sentido, los museos y sitios patrimoniales conservarán una importante ventaja, que espero sepan aprovechar adecuadamente.

Las TIC como recurso interpretativo eficaz (y por cierto, no exento de problemas)

Quiero en esta última sección ligar lo anteriormente dicho sobre los hallazgos de la psicología cognitiva y la neurofisiología a las TIC como recurso interpretativo. La pregunta a responder sería, ¿Cómo pueden las TIC ayudarnos a producir experiencias más disfrutables y en consecuencia más capaces de producir aprendizajes duraderos? No pretendo una respuesta exhaustiva a la pregunta (ver Gándara 2001, 2002a, 2002b

10. Ver, por ejemplo, los que ofrece OGGtours <http://oggtours.com/oct.2008>.

para un tratamiento más extenso), pero puedo al menos ofrecer algunos elementos para construir dicha respuesta.

- 1) Las TIC permiten y fomentan, por su propia naturaleza, la participación. Su característica central es la interactividad, aunque en los museos se les use en ocasiones de manera no interactiva.
- 2) Las TIC permiten hacer “interpretación bajo pedido”, ya que su característica de hipertextualidad permite presentar la cantidad y profundidad de información que requiera el usuario. De esta manera, se logra abordar el problema de la heterogeneidad en intereses, conocimientos previos, motivación y disponibilidad de tiempo de los visitantes.
- 3) Las TIC permiten crear experiencias lúdicas, de aprendizaje por descubrimiento y aprendizaje mediante la creación –aprender descubriendo, aprender haciendo. Particularmente la simulación es un recurso subempleado, cuyo potencial supera al del software que simplemente se usa para presentar datos.
- 4) Las TIC permiten crear experiencias compartidas: es la esencia de la llamada Web 2.0, o web social, en que los usuarios son los productores del contenido. El uso de blogs, wikis y recursos similares permite al museo estar en contacto directo con su público y construir interpretaciones alternativas.
- 5) Las TIC permiten llevarse de manera eficiente a casa la experiencia de visita (el “museo en casa”); ello puede hacerse a través de Internet o de medios ópticos (DVD, CD-ROM). Esto, a su vez posibilita que el museo alcance a un público más amplio. Al igual que el uso de la fotografía digital, su utilización debe fomentarse en museos y sitios patrimoniales.
- 6) Las TIC ofrecen una interpretación multisensorial, que permite adaptar el contenido a diferentes estilos de aprendizaje. En principio, esta característica permitiría que el usuario seleccione el modo de presentación.
- 7) Las TIC permiten incorporar narrativas ricas, en donde el arco dramático guía la interpretación y logra gran eficacia emocional. Éste es otro aspecto subutilizado normalmente.

Por otro lado, el lado negativo, las TIC siguen siendo caras, difíciles de usar y mantener, se hacen obsoletas casi tan rápido como los matrimonios y, en los museos, tienden a destruir la naturaleza social de la experiencia de visita. Pueden crear problemas de circulación y tráfico, pueden distraer la atención del visitante sobre la colección y “desacralizan”, para utilizar el término de un querido amigo curador. El rango de tecnologías disponibles crece exponencialmente, y sólo para estar al día se requiere más esfuerzo del que muchos estarían dispuestos a invertir –y no se les puede culpar. Definitivamente no son una panacea. Y en países como los nuestros, con severos problemas de equidad, su uso debe siempre ser considerado de manera crítica.

En síntesis...

Lo crucial no son las nuevas tecnologías. Ellas no transformarán un museo aburrido e irrelevante en un agente de cambio social. Tampoco son automáticamente interpretativas: sin el enfoque de comunicación adecuado son tan ineficaces como la peor descripción en medios análogos. Pero bien usadas, no tanto por ser nuevas tecnologías como por ser tecnologías pertinentes, favorecen un aprendizaje significativo y niveles más profundos de goce.

Referencias

- Alcoba, Ernest (2004). "Museos de arte contemporáneo y público", en Calaf y Fontal (coords.) *Comunicación educativa del patrimonio. Referentes, modelos y ejemplos*. Gijón: Trea, 67-80.
- Beck, Larry; Cable, Ted (1988). *Interpretation for the 21th century*. Champaign: Sagamore Publishing.
- Blythe, Mark; Overbeeke, Kees; Monk, Andrew F; Wright, Peter C. (eds.) (2003). *Funology*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Caine, Renate Numella; Caine, Geoffrey (1991). *Teaching and human brain*. Alexandria, Va.: Association for Supervision & Curriculum Development.
- Calaf, Rose; Fontal, Olaia (coords.) (2004). *Comunicación educativa del patrimonio. Referentes, modelos y ejemplos*. Gijón: Trea.
- Csikszentmihályi, Mihaly (1990). *Flow: the psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- Gándara, Manuel (1999). "La interpretación temática y la protección del patrimonio cultural", en Cárdenas, Eyra. *Memoria, 60 años de la ENAH*. México: ENAH, 453-478.
- (2001). *Aspectos sociales de la interfaz con el usuario*. Tesis de Doctorado en Diseño y Nuevas Tecnologías. México: UAM-A.
- (2002a). "Recursos para la interpretación temática". II Mesa redonda de Monte Albán. México, Oaxaca: INAH.
- (2002b). "La interpretación temática: una aproximación antropológica", en *Cuadernos de Patrimonio*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Hernández, Francesca (2004). "Didáctica e interpretación del patrimonio", en Calaf y Fontal (coords.), 35-50.
- Levitin, Daniel (2006). *This is your brain on music. The science of a human obsession*. New York: Plume.
- Knudson, Douglas; Cable, Ted; Beck, Larry (1999). *Interpretation of cultural and natural resources*. State College, Pa.: Venture Publishing.

McLean, Kathleen (1993). *Planning for people in museum exhibitions*. Washington, D.C.: Association of Science-Technology Centers.

Moscardo, G. (1999). *Making visitors mindful: principles for creating sustainable visitor experiences through effective communications*. *Advances in tourism applications series*. Champagne, Illinois: Sagamore Publishing.

Norman, Donald (2004). *Emotional design*. New York: Basic Books.

Stillings, Neil; Wiesler, Steven; Chase, Christopher; Feinstein, Mark; Garfield, Hay; Rissland, Edwina (1995). *Cognitive science*. Cambridge Ma.: MIT Press.

Debate mesa 4

Luis Gerardo Morales: Vamos a reiniciar la parte fundamental de estas exposiciones, que consiste en lo que hemos llamado *el debate*, pero que en realidad es un espacio que trata de establecer un mayor diálogo entre los ponentes, y de los ponentes con el público, porque eso nos ha permitido esclarecer más, puntualizar, y que los ponentes logren redondear algunas de las ideas que por razones de tiempo, obviamente, a veces quedaron sueltas. Nuestro papel como moderadores es tratar de reorientar, volver a contextualizar la mesa, para que nuestros ponentes puedan ser más claros y más didácticos con ustedes. Bien, esta mesa ha sido realmente muy interesante porque nos ha ofrecido puntos de vista que en el transcurso de la mañana habían quedado algunos de ellos oscuros, o en una perspectiva más teórica, y lo que hemos visto aquí son muchos ejemplos que tienen que ver precisamente con las prácticas y con las formas de trabajar en los escenarios museográficos. Hace un momento les comentaba a algunos de los ponentes que mi problema en esta mesa es que no encuentro manera de que tengan discrepancias y se peleen entre ellos. Así que voy a tratar de encontrar algunos hilos por allí, que me parece pueden ayudar a una mayor discusión sobre los temas aquí expuestos. Voy a ir en el orden en que cada uno intervino, para de esa manera respetar la secuencia que tuvieron.

Hay una enorme cantidad de ideas que han vertido los ponentes y es obvio que no podemos abordarlas todas; hay una gran cantidad de información y, como al final nos decía el profesor Gándara, “nuestro cerebro no da más”, pero haremos un esfuerzo. Por eso a ustedes se les proporcionarán unas pequeñas hojitas donde pueden ir escribiendo las preguntas, las dudas o las cosas que les llamaron la atención y que quisieran que los ponentes abordaran, para que también las incorporemos dentro de esta mesa de debate.

La primera exposición la hizo Omar Rincón, a quien además le pedimos que le haga llegar de parte del comité organizador de este Coloquio un saludo a nuestro querido profesor Jesús Martín-Barbero, que ojalá pronto se reponga, porque sabemos muy bien que la obra de Martín-Barbero nos ha formado a muchos: sus libros han sido muy importantes en la formación universitaria de muchos, no solamente comunicólogos, sino también museólogos. Me parece que Omar Rincón hizo una muy inteligente selección de ideas de Martín-Barbero que Omar, de manera muy original e interesante, expuso y supo inclusive persuadirnos de su importancia. Una de ellas, con la que Omar inició su intervención y evidentemente estuvo también en la mañana en la mesa de debate, es aquella insistencia en que la comunicación no debe circunscribirse, ni siquiera entenderse, sólo como divulgación. Él subrayó una frase muy importante que decía que “comunicar no es atraer más público, sino hacer más público el museo”. Ésta es, yo creo, una tesis importantísima en la museología desde el siglo XVIII, pues uno puede encontrar a finales del siglo XVIII los primeros intentos por definir, a fin de cuentas, quiénes son el público, en qué consiste el público. En la inauguración de nuestro Coloquio, Miguel Fernández Félix, presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos, en alguna parte de su discurso nos dijo algo muy parecido: que no se trataba de contar *al* público, en el sentido de sumar las estadísticas de asistencia, sino de contar *con* el público, y creo que aquí hay una simetría muy interesante con lo

que Omar nos ha planteado, además de su distancia crítica respecto a aquellas ilusiones que produce la tecnología, si no están soportadas con la participación de la sociedad. Y eso lo condujo a él, en algún momento de su exposición –y pido disculpas si lo estoy distorsionando o reduciendo demasiado sus ideas, que fueron muchas–, a plantearnos en el marco de esta relación que hay entre la comunicación y los museos, dándole un peso muy particular a los medios, esta problemática de cómo el museo, en su tradición más clásica, a final de cuentas surge dentro un mundo de lectores, el mundo de la textualidad. Pero en algún momento nos sugirió la posibilidad de pensar en prescindir de la textualidad o, en todo caso, cómo la textualidad también se convierte en un obstáculo, en las mediaciones que requiere el museo para comunicarse con su público, poniendo mayor énfasis en el tema de la experiencia y la interactividad. Le pregunto entonces –con mala intención de que esto produzca un debate– si podemos realmente prescindir de la textualidad o si, en realidad, lo que tenemos que hacer es volver a situar esa textualidad en las condiciones en las que actualmente los públicos exigen una mayor participación en los museos.

Por otra parte, cuando hablamos de la experiencia, al menos a mí me quedó un poco la duda de si este paso entre la experiencia y la relación con el público es un paso directo, sobre todo cuando nos ha dicho que es desde la experiencia que surge el relato. Pero, ¿qué pasa entonces con la representación?, le pregunto a Omar. Es decir, la experiencia pasa por un momento que tiene que ver con la comprensión, de ahí llega a la representación, que es la escenificación misma, y a partir de ahí se produce la significación. Entonces, me gustaría saber si él pudiera ahondar más en este tema de la experiencia como vivencia, porque la experiencia museográfica, efectivamente, ya no está ligada a la vida sino simplemente a la recreación de la vida y, en ese juego artificial que hace la museografía, la apuesta, como él decía muy bien, es cómo producir en esas diferentes categorías de usuario –o consumidor, o ciudadano, o espectador–, cómo producir, a final de cuentas, una sensación de realidad. Eso lo dejo como una serie de ideas.

Esto me lleva a la segunda presentación, que hicieron Margarita Reyes y Germán Ferro, en donde ahí nos ubicamos en otro terreno porque estamos hablando ya de aquellas estrategias narrativas de las que disponen los curadores y los museógrafos para recrear la temporalidad y el espacio, en donde estas estrategias narrativas que son interpretativas –en el caso de lo que ellos expusieron del río Magdalena–, apuestan a una recreación de esa realidad para replantear una historia de la nación, o una representación de la nación, alternativa, diferente e inclusive muchas veces en contraposición con las historias oficiales. Plantearse cómo el visitante puede viajar a través de una exposición: creo que es un tema muy sugerente de cómo podemos hacer uso de esas narrativas que ya no son propiamente los relatos de los actores –como vimos en las entrevistas y documentales recreativos de los actores originales–, pues estamos hablando allí de los actores curatoriales que interpretan esos actores reales. Entonces la primera pregunta que me surge de ahí es, ¿Cómo es la responsabilidad del curador allí? El tema apareció también en la mañana, en esta recreación, a veces hiperrealista, de esos actores sociales que ellos identifican como significativos de un relato que tiene que ver con un río que es crucial para la historia misma de la construcción imaginaria de la nación colombiana. Y otro tema –que ya comenté con ellos y que sin duda el tiempo no les permitió exponerlo más– es cuál fue la experiencia que tuvieron con su exposición, con la recepción, es decir, qué reacciones hubo por parte del público, de qué manera

efectivamente ellos viajaron, cuáles son los resultados y cuál fue la retroalimentación que tuvo el público en esta siempre difícil relación que hay en toda exposición museográfica, que es la relación entre la vida y la muerte –porque veíamos el río en esas imágenes que nos presentaron–, pero cuando veíamos la exposición lo que veíamos era el piso del museo, no hay río, ¿verdad?. Es decir, este río cómo se convierte en una metáfora, y me gustaría que ampliaran más el tema de cómo la estrategia narrativa hace uso de estas metáforas para contextualizar al visitante y qué papel juegan para crear esta comprensión o esta significación de la realidad. Tal vez la propuesta que comentaba Germán de poner zancudos en la exposición no creo que hubiera sido una buena idea. En todo caso, la duda que me queda de ese ejemplo es si realmente se trata de eso, si acaso la dramatización o el realismo de la representación resulta más eficiente que el hecho de que simplemente estamos insertos en un contexto que es artificial, que es imaginario, que es recreativo y que es metafórico. Esas serían algunas preguntas con la intención de que puedan ampliar su participación.

Manuel Gándara, a su vez, vino a enriquecer con su charla ese hilo conductor que hemos estado viendo desde el lunes en relación con las nuevas tecnologías electrónicas digitales aplicadas al museo. Manuel puso un énfasis muy fuerte, muy marcado, en el aspecto interpretativo, que también se relaciona con Ivan Karp cuando él plantea cómo es que el museo contextualiza –bueno, el museo descontextualiza y al mismo tiempo recontextualiza– y en esa operación tan simple, aparentemente, cómo es que se produce de nuevo un significado en donde a final de cuentas –y esa es la propuesta radical de Manuel– de todas maneras el público lo va a hacer. Independientemente de lo que anhelan el curador o el museógrafo o las comunidades que intervienen en la elaboración de los museos, el observador o el receptor va a interpretar por una vía completamente distinta, o inclusive imprevista por el museo. Esto lleva, en el fondo, una importante aclaración que ha estado discutiéndose desde el día de ayer: que cuando afirmamos que el museo cumple una función educativa, no confundamos eso con la escuela y mucho menos con el aprendizaje. Quisiera entonces que Manuel ampliara un poco más en qué consisten estos distintos modelos o posturas teóricas que él expuso sobre el aprendizaje, en qué consiste ese aprendizaje contextual –que sabemos que es una propuesta de autores como J. Falk y L. Dierking– y cómo podemos traducirlo, de una manera más sencilla, al tema del trabajo que se desarrolla en los museos. Pero queda como una idea muy compleja lo que él nos demostró aquí con esos modelos que expuso tan detallados, el papel que juegan la emoción y la afectividad en el proceso de aprendizaje, cuando justamente veíamos en la mesa de la mañana toda la discusión que planteó el profesor B. Deloche sobre el tema del deleite y del disfrute, en donde él cuestionaba esa omisión del deleite y el disfrute que el I C O F O M hizo en la Declaración de Calgary en 2005. En la discusión que plantea Manuel Gándara –y también en la presentación que hicieron Margarita Reyes y Germán Ferro– aparece justamente el tema de la emoción, de la emotividad, de cómo se crea, o cómo se recrea esta vivencia a partir de la experiencia museográfica y cómo esto juega un papel crucial en el aprendizaje. Me parece que ahí sería muy conveniente que Manuel nos explicara un poco más estas tesis porque, prácticamente, lo que él hizo fue meterse dentro del cerebro del visitante para mostrarnos las diferentes posturas que hay. Para terminar, fue muy interesante también ver cómo en estos teóricos, en estos estudiosos del tema del aprendizaje, se recupera el papel de la dramaturgia en las representaciones, en esta recreación de la vida, en este tránsito entre la muerte y la vida, y de la vida a la muerte,

esta dialéctica que hay entre vida y muerte con la que juega siempre la museografía, porque esto viene a empatar con una tradición muy importante que está muy soslayada en los enfoques más tecnocráticos de la museografía contemporánea. Efectivamente, si uno rastrea la historia de las técnicas de las representaciones museográficas, va a encontrar que muchos de los primeros museógrafos (por llamarles de una manera contemporánea) de finales del siglo XVIII y principios del XIX en Estados Unidos y en Inglaterra, tomaron muchas de esas ideas de escenificación (lo que ahora llamamos museografía), precisamente, del teatro. De ahí derivaron después los dioramas, también las ambientaciones, ahora son animaciones. Efectivamente el mundo del teatro –en general de las artes escénicas, las coreografías, la danza, la ópera– juega un papel muy importante en el desarrollo de la museografía, hasta llegar al mundo del comercio, ya cuando los escaparates comerciales tienen un impacto muy específico en las maneras de representar. Eso me ha llamado mucho la atención y ojalá lo pudiéramos extender también a los otros ponentes, tanto a Margarita y Germán como a Omar, porque nos estamos dando cuenta que, en efecto, el museo también es parte del espectáculo, es parte de la industria del entretenimiento, ha quedado incorporado a esta nueva forma de hacer del museo no solamente un centro cultural o un centro de información, sino además un espacio de una sociabilidad intensa. Bueno, llego hasta aquí, espero que ustedes puedan ampliar sus puntos de vista. ¿Quién quiere empezar?

Omar Rincón: Bueno, había dos preguntas concretas. ¿Que si podemos prescindir de la textualidad? Yo lo que creo es que hay espacios para cada posibilidad. Junto a este tema de la textualidad tengo una preocupación, y acepto aquí que soy comunicador-periodista, y los periodistas tenemos una definición de periodista: “que es el único ignorante al que se le permite aprender en público”, entonces uno se pregunta cosas que no son muy originales pero tiene que preguntárselas. La preocupación más grande que me asalta ahora es que, por ejemplo, la obra de arte ha dejado de ser la obra y se ha vuelto el discurso. Entonces, el texto de escritura de la obra es lo que se vende, más que la obra. La obra, en sí misma, pareciera dependiente del texto. Así, hay como un privilegio de la textualidad, en un continente y una cultura popular como la nuestra que es hija de la oralidad. Entonces me parece que las nuevas tecnologías, el Internet, el mensaje de texto, el celular, han recuperado una nueva escrituralidad, pero más pegada a la oralidad que a la escrituralidad clásica. Por ahí es por donde yo recuperaría la textualidad, más pegada a la oralidad que al concepto riguroso del texto escrito. La segunda pregunta, ¿qué pasa con la representación? Como dije al comienzo, en periodismo uno aprende una cosa muy simple: uno no es más inteligente por lo que dice sino por cómo lo dice. O sea, el periodismo es exactamente una técnica narrativa. Desde ahí, por ejemplo, uno puede decir más cosas desde un espacio light que desde una columna de opinión política. Por eso el manejo de los géneros periodísticos es la mayor cualidad, pues el periodismo es aburrido desde que dejó de hacer crónica. Entonces, a partir del cómo, empato con lo que hablaron Manuel, Margarita y Germán: la respuesta es que la representación pasa a través de la estrategia narrativa, es la estrategia narrativa la que devela la representación. Porque muchas veces hemos querido trabajar esa frase –que en antropología trabajan muy bien–, “darle la voz al otro”, pero no sé si uno le está dando la voz al otro, porque eso es como un acto de arrogancia: yo, que tengo el poder, te doy la voz. O sea, de pronto yo creo que más bien en la estrategia de representación. Hace poco vi un libro de una mujer que trabajaba mucho con los indígenas y con las redes comunitarias; el libro era sobre cómo le estamos dando voz al otro, y la foto que ponía en la portada, de

ella misma, era una foto de ella en Europa con nieve. A mí me parecía que esa imagen desdecía todo el libro de una vez, la sola foto ya decía “Esta señora es colonialista de principio a fin”, y ella estaba salvando a los pobres y estaba con los pobres y luchaba con los pobres, pero me parece que hay ahí una contradicción. Me parece que sobre el cómo, tomando ideas de cada uno de los ponentes, yo diría que hay tres consejos: el primero, la oralidad como una forma de narrar latinoamericana de lo popular; segundo, de la ponencia de Germán y Margarita, me parece que hay una metáfora muy buena si proponemos pasar del turista al viajero: yo creo que casi todos somos *turistas* de museo en lugar de *viajeros* de museo. O sea, yo creo que he venido a este museo el 99% de las veces como turista, que muy pocas veces he venido como viajero, luego nunca vine a producir una experiencia sino a ver para estar culto, para decir que fui al museo, ala, y está divino, ala, les quedó espectacular esa vaina, hacen unos almuerzos buenísimos, el cafecito está buenísimo... entonces uno es un turista. Me parece que la metáfora de ellos es muy buena: el día que estemos invitando al sujeto que va al museo como viajero y no como turista, ese día vamos a cambiar un poco la perspectiva de la representación. Y de la ponencia de Manuel, creo que decía una cosa que puede aplicarse a todo, en ese juego de la representación y la experiencia, para mí la clave –porque vengo del mundo de la televisión y la farándula–: con relación a la visita de una exposición yo me pregunto cuál es la tesis dramática, cuál es la trama dramática que me tiene que quedar, a mí me tiene que quedar una trama. Usted ve una telenovela y la trama es facilísima: hombre puro salva mujer equivocada; es clarísimo. Usted ve Los Simpson y dice: el sueño americano es una pesadilla. Usted ve una serie policíaca CSI y dice: la justicia cojea, pero llega. O sea, hay unas tramas contundentes. Yo soy hincha del mejor equipo de Colombia, que es el Independiente Santa Fe, y dice: uno es de Santa Fe porque no queremos ganar. Simple, es una cosa espectacularmente coherente. Creo que ahí está la clave. Si uno aplica dejar de ser turistas para ser viajeros, si uno aplica una trama dramaturgica, una tesis dramática, y si uno se relaciona más con las formas en que contamos en América Latina, podemos lograr un museo más para nosotros. Y terminaría con tres preguntas, que las dejo para que los compañeros las respondan porque yo no sé: la primera es ¿Qué es lo que comunica el museo?. Yo ahora estaba pensando y me preguntaba qué será lo que comunica el museo: ¿identidad?, ¿un relato de nación? ¿comunica una experiencia de...? No sé, no me atrevo a responder. La segunda es: ¿Para qué vamos al museo? Los que vamos a un museo, ¿a qué vamos? Esa pregunta, si se le hiciera al público, diría: para aprender, para ser más cultos... Mentiras. Creo que vamos al museo para gastar el tiempo libre, mejor dicho, para comernos el tiempo libre con el que no sabemos qué hacer. Entonces un domingo, cuando uno dice “Yo no tengo plan”, pues me voy al museo. Y la tercera pregunta que dejaría, a partir de lo que dijo Manuel, es ¿Cuál debe ser la puesta en escena del museo que nos podemos llevar?

Margarita Reyes: Yo me voy a referir a los públicos. Primero quiero aclarar, precisamente, que uno se estrella con varias situaciones cuando habla de los públicos y yo sí pienso que a los públicos se les ha educado para mirar esos discursos oficiales y esos discursos permitidos (y con permiso), y pienso que el ejercicio también ha sido desdibujar ese tipo de construcciones y de formas de leer un museo. Y, definitivamente, dentro de todo este ejercicio museológico sobre las preguntas que se hace Omar, pienso que una de las claves está en preocuparse por los públicos y estar haciendo una etnografía del día a día. El día de la inauguración, después de un proceso de dos años de sufrimiento, de tomar decisiones, de lograr decantar y hacer esta construcción de escenografías, de escenarios,

que también son muy teatrales, donde están conjugados muchos elementos, la pregunta posterior es cómo empezar a hacer etnografía dentro de esas salas. La inauguración es el agite que cae bastante mal, en donde todo el mundo se toma la foto, todos se felicitan y nadie vio la exposición, casi nadie. Pero el ejercicio fuerte empieza cuando se abre la exposición, realmente qué es lo que pasa con cada visitante. Yo habría dado cualquier cosa por haber tenido una cámara y estar las ocho horas diarias que está abierto el museo al público, para mirar cómo esa diversidad de públicos se conectaban con diferentes escenarios. Por ejemplo, pienso en lo que sucedía en el barco a vapor David Arango. Seguramente a un niño de diez años, a un estudiante, a un joven de veinticinco años, el barco David Arango no les decía nada. Pero al ver a un grupo de personajes adultos debatiendo y discutiendo alrededor de una reproducción del David Arango, haciendo una disertación de verdad enriquecedora, yo decía: aquí es donde realmente está la posibilidad de conexión, de despertar la emoción, de crear esa construcción de sentido, ahí es donde estamos haciendo el click. Particularmente, me referiré a estas puestas en escena que fueron tan polémicas. Yo todavía no sé si realmente me gustan o no me gustan, dimos muchas discusiones en museografía frente a cómo representarlas, y cuando veía que los niños se acercaban para escuchar a la Cacica Gaitana, escuchar al bracero Juan Fortunato, me parecía muy importante ver esa necesidad de escuchar esa narración de un tiempo pasado pero escenificado hoy en día. Las animaciones, por ejemplo, o los mismos olores, o ver a la gente meter las manos entre el café y sentir realmente ese olor delicioso, o tener unos recuerdos maravillosos con esas escenografías e ir viajando. Pienso que ahí la motivación se va generando porque, en las conversaciones que teníamos, mucha gente decía: “Yo quiero conocer Ambalema, quiero ir a Honda porque nunca me imaginé que tuviera tanta carga histórica, estos personajes, esta recreación”. Y en ese sentido no podemos decir que fue todo un éxito: cada experiencia museográfica es un experimento, es una aproximación, son proyectos que yo considero que no están acabados, siempre uno piensa que podría hacer cosas mejores, que podría retroalimentarlo, y en ese sentido vamos a tener la posibilidad de hacer un click con la exposición, porque ya el Banco de la República, a través del Museo del Oro, está muy interesado en que se itinere a lo largo del río, y fue muy interesante ver que mucha gente se la quería llevar, quería mostrar en sus pueblos cómo se habían hecho escenarios de ciertos puntos y de ciertas poblaciones del río Magdalena. Entonces, me encantaría saber si, dentro de todo el público que vino, logramos precisamente hacer ese click de no ser turistas sino ser viajeros y empezar a recorrer esos espacios.

Germán Ferro: Creo que Margarita ya ha puntualizado algunos aspectos importantes. Yo traería al recuerdo una frase de militancia política: la combinación de todas las formas de lucha. Yo creo que aquí, en este espacio de construcción museológica, ese fue el esfuerzo, de manera un poco ecléctica. Yo no soy museógrafo: soy antropólogo e historiador, soy investigador, y trabajamos de manera, si se quiere, un poco ingenua, pero de todas maneras creyendo que todas las formas posibles en que uno establezca una comunicación, una posibilidad de evocar, una posibilidad de inventar y ayudar a construir memoria, de sentirse parte de eso, son válidas. De modo que la exposición combina medios y, en ese sentido, no creo que haya que casarse con la última tecnología, o pensar que lo anterior no es tan bueno, sino pensaría que unas combinaciones que estén de acuerdo a la propuesta de lo que uno quiere plantearle o entrar en reflexión con una comunidad, muchas de ellas son válidas. De modo que la apuesta museográfica tiene escenografías, hay una dramaturgia, y quiero responder en ese sentido porque no hay que

confundir dramaturgia con espectáculo. De modo que una dramaturgia es una puesta en escena, en tensión, en evocación, en emociones, en querer contar desde una sociedad que no ha viajado, insisto mucho en eso. La mayoría de la gente, lo ha dicho Margarita, de los veinte lugares planteados, no conocía ninguno de esos sitios: pasan por Honda pero por donde están las gallinas iluminadas para seguir hacia La Dorada, pero la gente no entra ni siquiera a Honda y mucho menos a Ambalema, muy pocos a San Agustín, o no ligan a San Agustín con una realidad del río, y mucho menos a su nacimiento, y qué pereza ir a Barranquilla, mucho calor y esos son costeños, y a El Banco qué horror y qué susto el Magdalena Medio. Entonces hay un país invisible, un no-lugar ligado a nuestra realidad de conflicto, de modo que la perspectiva escenográfica me parece que cumplía un papel interesante. En ese sentido soñábamos, lo dije a manera de un ejemplo simple, pero allí cabían de pronto los zancudos, ¿no?, porque ya la gente no se pica, la gente no se quema, con los repelentes y los protectores solares de 100 puntos, o no sé cuántos, y la gente todavía no sabe viajar. Era un proceso que volvíamos a empezar desde lo mínimo, desde el disfrute, de reconocer otros lugares, otras temperaturas, otros modos de hablar, otros oficios. Yo creo que eso es muy importante. Y el esfuerzo que hace el museo y la propuesta curatorial es el de volver a recuperar un país, a partir del viajero que se apropia y que se siente parte de él, que sepa comer un pescado con la mano, que hable con un pescador de El Banco, de Tamalameque. En ese sentido insistíamos en la combinación donde, a la vez, se invitaba a las tecnologías de punta, también ensayamos con ellas y por eso hicimos estos trabajos de digitalización, trabajos documentales realizados por expertos, junto a lo que Margarita señalaba ahora, las puestas en escena en épocas anteriores, donde construimos una voz, por supuesto los textos son elaborados desde la teatralidad de la televisión. Pero las pantallas estaban dispuestas de modo vertical en la museografía, o sea que no aparecían como una televisión exactamente sino como si fueran una ventana del pasado que nos hablaba y fue interesante ver la inquietud de los niños, de los mayores, de escuchar otras voces, porque en el componente televisivo, como lo señalaba Omar, de las telenovelas, también hay un nivel de credibilidad y de autoría que nos parecía también muy sugestivo y creo que así lo fue.

Sin embargo no deja de ser polémico. A muchas personas, muy cultas sobre la historia del río Magdalena, les aterró ver esas imágenes: que hablara un negro, que hablara un indígena sobre resistencia, que hablara un bracero medio comunista –porque hablaba de revolución y que había conocido a María Cano–, que esos personajes tuvieran esa voz les parecía espantoso. ¿Dónde estaba Humboldt? Pues ahí también está, pero para ellos las voces autorizadas sólo eran las de Humboldt, Mutis, los viajeros (europeos y norteamericanos), en fin. De modo que hicimos una apuesta por tres elementos muy importantes de la vida de la nación: el papel de las comunidades afrodescendientes, el papel de la mujer y del mundo indígena y su resistencia, frente a un proyecto de nación que no es lineal, que no es único, que es homogéneo, que es autoritario, pero que también somos parte de él y en él participamos de múltiples maneras, y también al hombre trabajador, al bulteador, al bracero, al hombre que desde ese trabajo de esfuerzo y de sudor construyó este país que soñó ser moderno.

Con respecto a la autoría, yo vengo de una tradición más clásica, no tan postmoderna, donde creo todavía en la autoría, en eso comparto con Manuel sobre esa necesidad, dada la inocencia, la dificultad de conocer, también comparto que el espacio museográfico es un lugar para el aprendizaje, un aprendizaje que hay que ordenarlo, que hay que

proponerlo, en donde hay que ayudar a una interpretación. Yo disfruté como nunca ser el anfitrión de muchísimas guías que hice a grupos académicos, a grupos que venían de fuera del país, a estudiantes, porque consideraba que ser el Virgilio, ser el acompañante para ayudar al viajero es importante y allí también se aprende. De modo que creo en esa autoría que es resultado de un proceso de investigación, un proceso de estar con las comunidades, de aprender a escucharlas y ordenarlo a través de una puesta escenográfica. No me intimida decir que creo en esa autoridad, que no creo que esté violando, sino haciendo un ejercicio de interpretación de la historia y de las voces que están allí.

El trabajo con la Cacica Gaitana fue bien interesante, fue darle voz a un relato que construimos nosotros en la escuela, un relato muy caricaturesco, un relato también olvidado, pero desde donde había que construir, resaltar y reinterpretar la voz de la resistencia del mundo indígena frente a la conquista hispánica y la voz de una mujer fuerte que con su carisma hace una alianza de los grupos del Alto Magdalena, que son los de hoy también, es decir, se vuelve un llamado desde el presente. A la Cacica Gaitana le asesinan, le queman a su hijo; ella, en su rebeldía y en su lucha, le saca los ojos al fundador de la ciudad –pues la fundación de ciudades era la estrategia hispánica de construcción del territorio–, a Pedro de Añasco, fundador de Timaná, uno de los puntos de la escenografía del río Magdalena. Y, con base en eso, inicia un proceso de rebeldía frente a una avanzada de conquista militar que era el proyecto hispánico. Entonces, volverlo a colocar en un lugar importante, en su dolor como madre que se aterra de tener que enterrar a sus hijos, es la voz del pasado que es presente hoy, de las mamás que entierran a sus hijos y de los cadáveres que también ruedan por el río Magdalena.

Alguien me señalaba una observación que considero importante decirla hoy aquí: era tal la magnitud del río y de sus múltiples temas, que preferíamos que la exposición empezara por esta primera idea de aprendizaje y no agotar una realidad desde lo que nos aborda en el momento actual y nos desborda y nos quita toda otra posibilidad de luz y de esperanza de construir nación, que es la de la violencia, y sólo quedarnos en ella. Pero no la negamos en la exposición. Allí está la violencia, la crisis ambiental, la severa disminución de la pesca. La introducción de la puesta museográfica es la de un viajero contemporáneo que hace referencia a que ese páramo maravilloso, ese paisaje, es también el lugar del drama, la violencia y los cultivos ilícitos, y que el problema no es ambiental sino un problema social. Eso introduce el primer texto de este viaje por el río. Pero no queríamos descartar, como ya he insistido varias veces y lo han señalado mis compañeros ponentes, la necesidad de la emoción, de la delicia de viajar, de la emoción histórica por conocer y por sentirse parte de este país.

Manuel Gándara: En cuanto a la primera pregunta de Luis Gerardo, que tiene que ver con estos modelos de aprendizaje, me imagino que él sobre todo quedó interesado en el que proponen Falk y Dierking. Para un grupo como éste, seguramente la obra de Falk y Dierking es conocida. Ellos escribieron un libro maravilloso que se llama *The Museum Experience*, por allá en los noventas tempranos, en el que decían que, de repente, museógrafos y curadores éramos ligeramente arrogantes creyendo que, controlando lo que ellos llamaban el contexto físico de la exhibición, íbamos a controlar la experiencia de visita. Y lo que nos proponían es que hay otros dos contextos que hay que tomar en cuenta, que son el contexto personal –que precisamente tiene que ver con la pregunta de Omar (¿A qué viene la gente al museo? ¿Qué agenda tiene? Independientemente

de la que a nosotros nos gustaría, ¿por qué llega?, ¿para qué llega?)– y el contexto sociocultural, porque típicamente la visita ocurre en un contexto cultural y, a veces, es en sí misma un acto social: visitamos el museo con alguien. Entonces Falk y Dierking siguieron en esta línea, tomando mucho de la psicología cognitiva, y para inicios de esta década proponen un modelo que se llama el modelo de aprendizaje por libre elección, que tiene once factores que no trataré aquí en detalle, pero me interesan algunos de ellos porque creo que son relevantes para lo que hemos discutido aquí. Por ejemplo, en el contexto personal, que tiene que ver con la pregunta de Omar, ellos habían identificado que un número considerable de gente va a los museos de arte moderno a ligar –¿se dice así aquí en Colombia?, a conquistar a alguien, en México decimos a ligar– lo cual tiene muchísimo sentido: ¿Dónde voy a encontrar a alguien a quien la obra de Degas le parece tan importante como a mí? Pues en donde está la obra de Degas, es un buen lugar para ligar. Entonces, si vamos a ir a la conquista romántica, pues ojalá el museo me haga un escenario donde eso se facilite, o sea, cuando menos más divertido, por ejemplo. Hay gente que a eso va. No podríamos tener un policía que a la entrada pregunte: ¿Usted va a hacer exactamente lo que el curador y el intérprete han propuesto aquí? Si no, no entra. No. Digo, si decimos que el patrimonio es para todos, pues tiene que ser auténticamente para todos, para lo que quieran hacer, mientras no destruyan ni el patrimonio ni la experiencia de visita de otros. Entonces, en el contexto personal, uno de los once factores tiene que ver con esta idea de elección, que yo pueda decidir qué hago, y por eso algunas exposiciones resultan demasiado lineales, porque me fuerzan a ver las cosas exactamente en el orden que se dijo, por ejemplo ese cedulario que dice “Y como vimos antes...”, pero ¡yo me salté tres cédulas! ¡Y entonces voy a tener que regresar a la otra sala para ver qué fue lo que vimos antes! La gente visita los museos como si fueran hipertextos, entonces hay que estar preparados, como intérpretes, para que eso suceda. Y, sobre todo, visitan el museo con un tiempo determinado. Con mi queridísimo amigo Pepe Pérez hicimos un experimento con el equipo suyo: nos fuimos a ver una exposición, íbamos en el plan estrictamente de visitar una exposición maravillosa sobre pigmentos en la pintura colonial que había en otro museo, pero todos los miembros del taller que teníamos sobre cedulario no resistieron la tentación de hacer unos ejercicios que yo propongo, y es tomar el tiempo que tomaría leer todas las cédulas que nos proponía leer esta maravillosa exposición. Eso nos daba como tres semanas. Tres semanas. Una de las cosas que la gente no tiene cuando va a ver una exposición temporal, son tres semanas para leer el texto. O sea, algo falla. Entonces lo que dicen Falk y Dierking es: si queremos que la gente disfrute y saque algo de su experiencia de la visita, tenemos que diseñarla pensando en cómo son ellos y cómo van a aprender. Entonces son once factores: motivación y expectación previa, interés, conocimiento previo y experiencia, control y elección, incluyendo tiempo, contexto personal, contexto físico, el diseño del propio ambiente (que debe ser un ambiente confortable), un diseño que sea atractivo, que sea cognitivamente interesante y que esté interpretado –y por eso me gusta mucho esta idea de Falk y Dierking–, que haya posibilidad de que haya eventos de refuerzo subsecuente en este modelo general de aprendizaje contextual, y un contexto sociocultural en donde haya mediación, una mediación que me ayude precisamente a absorber esto que se me propone, incluyendo lo que se denomina “organizadores previos”, que podemos ahora distribuir a través de Internet y, si no se distribuyen, podemos decirle a la gente, al inicio del recorrido, cómo es que pueden realizar la visita. El Museo Nacional de Antropología en México, por ejemplo, tiene cinco kilómetros de pasillos y la gente no sabe. Entonces empiezan

su recorrido viendo pieza por pieza, cédula por cédula, y por supuesto, al final de la segunda hora, en que no han terminado de ver la sala uno, deciden que ya no van a ver con el mismo detalle lo demás, y salen corriendo.

Modelos como el que proponen Falk y Dierking, que sería uno de los modelos relevantes, creo que nos dan otra perspectiva. Sin embargo, en el caso de ellos, la emoción y el afecto no tienen un papel tan fuerte, por lo que me gusta complementarlo con otras cosas. El afecto, dicen los psicólogos cognitivos, es el signo valorativo que le ponemos a la emoción, como positivo o negativo, frente a una determinada experiencia que tenemos. La calificamos casi siempre como positiva o negativa, o en raras ocasiones, como neutra. Lo terrible es que el visitante se encuentre con puras cosas neutras. El visitante, inclusive los niños, no tienen problema con la complejidad; tienen problema con el aburrimiento. O sea, una cosa que no los toca por el afecto, pues simplemente nunca los va a tocar. Entonces tenemos mucho que aprender –y ésa fue un poco mi tarea de investigación del año pasado– de la estrategia dramática que vemos en el cine, que vemos en el teatro, y tú lo dijiste muy bien, Omar, de eso se trata, y por eso un intérprete de los de mi estilo, para mi tipo de contexto –que no pretendo que se pueda generalizar para todo tipo de museos– se espera que ponga en evidencia una tesis, una tesis central, pues no se trata de esperar a ver si el público la capta. Trabajábamos, por ejemplo, en una exposición muy bonita en México que se llamaba *Los etruscos: misterio revelado*, y tú ibas a hablar con la gente al final del recorrido y preguntabas:

- ¿De qué se trató esta exposición?
- Pues, de los etruscos, ¿no?
- ¿Y qué?
- Pues, que ya se reveló el misterio.
- Y bueno, ¿cuál era el misterio?

Pues no lo pescaron. Ni tampoco cómo se reveló. Entonces eso nos preocupó muchísimo pues, si esa era la idea central de la exposición, nadie la captó. Es terrible. Pero bueno, vamos a suponer que fuera alguna idea de este estilo: el misterio ha sido revelado porque, en las excavaciones de los sitios tales y tales, de los años tales y tales, se encontraron tales objetos y tales evidencias. Y eso sería horrible, digo, yo no trataría de poner en la memoria esa información. El tipo de tesis que queremos –y esa es la forma de interpretación a la que yo me afilio– es una que busca ligar la tesis interpretativa con valores y emociones de corte universal. Entonces lo que yo hago, por ejemplo, es que me apoyo en las estructuras dramáticas para establecer algún tipo de conflicto que no invento sino que recupero. Yo trabajo más en sitios arqueológicos que en museos. Entonces me pregunto: este sitio en donde estoy, qué conflicto humano representa. Es un conflicto hombre contra hombre, hombre-naturaleza, hombre-sociedad, hombre contra sí mismo, que es un poco lo que haría alguien que va a escribir un drama, es un ejercicio elemental para alguien que hace estas cosas, inclusive en la publicidad. Pero nosotros pensamos que, de nuevo, va a ser emocionantísimo para la gente enterarse que este hallazgo corresponde al periodo Postclásico Tardío, costa oriental del Estado Quintana Roo, ¿no?, que es algo que nadie recuerda. Entonces veíamos hace poco, y con esto termino, que estaban interpretando un sitio que se llama Tamtoc, en el norte del país –utilizando ya algunas de estas ideas de interpretación temática, en unos primeros experimentos con gente que entrenamos por allá–, y entonces se habían atrevido a

proponer que este sitio tenía que ver con la fertilidad. Y qué bien que un arqueólogo se atreva a decir algo, porque normalmente decimos muy poco. Y ¿por qué? Bueno, es que hay una escultura de un dios, el dios de Tamtoc, que tiene un falo enorme, que la gente indígena, todavía hoy en día, va y soba cuando quiere hijos o quiere buenas cosechas. Y bueno, yo creo que no hay ninguna duda de que esto tiene que ver con la fertilidad. Sin embargo esto, que pudo haber sido el eje de un discurso interesante y que nos llevaba por otro lado, se convertía en: “Tamtoc significa en lengua huasteca tal cosa. Es un sitio del año tal” (que no es interpretación) y al final decía “Y es un sitio que tiene que ver con la fertilidad”. Imaginen esa cédula introductoria, contra otra que dice: “En Tamtoc, el sexo era una manera de reproducir la vida y el cosmos. Era un acto, no sólo de disfrute personal, sino prácticamente una obligación con el universo. ¿Es lo mismo en tu religión? ¿Es lo mismo en tu cultura?”. Entonces ya pusimos al público en otro estado. Lo que estábamos diciendo es que en Tamtoc, lo que vas a ver es una cultura para la cual el sexo no era una cosa ni prohibida ni sucia. Y si al visitante no se le ocurre esta pregunta, tú se lo preguntas: ¿Por qué nuestra cultura es diferente? Entonces él termina de construir, reconociendo que hay un conflicto en su propia cultura, entre el gusto que él tiene por el sexo –si está todavía vivo, ¿no?; hay gente que deambula por ahí como zombi– y lo que su cultura le da. Entonces yo creo que ligando afecto, a través de valores universales y de conflicto dramático, podemos crear buenas tesis interpretativas, que es la parte más difícil de la interpretación, pero es la que más trabajo merece por parte nuestra.

Luis Gerardo Morales: Muy bien, me quedan dos nuevas cuestiones que quisiera que ustedes ayudaran a esclarecer más. Nos damos cuenta que entonces el museo está moviéndose en dos planos. Al parecer, en el plano de los modelos cognitivos no tenemos tantos problemas, podemos precisar de alguna forma cómo se dan esos procesos a través de los cuales los observadores interpretan y producen significado. El problema es cuando entramos al plano de lo cultural. Entonces allí me gustaría saber si, efectivamente, podemos hablar de modelos universales. Esa sería una pregunta, mi estimado Manuel. Y luego, por otro lado, hemos visto aquí desde la primera mesa, si no me equivoco cuando intervino Daniel Castro, expuso una taxonomía del visitante basada en modelos zoomórficos, comparando, haciendo analogías, con omnívoros ¿no?, mariposas, chapulines, hormigas. Entonces, vistos los modelos de aprendizaje que ha expuesto Manuel, cuál sería la diferencia radical con una propuesta de ese tipo, o si no la hay, o frente a los modelos que Omar Rincón nos ha expuesto hoy desde la comunicación, estos museos del espectáculo, el info-light, en fin, donde vemos también cómo la cultura tiende a homogeneizar, o a estandarizar muchas veces, lo que sabemos que es diverso y heterogéneo, y que inclusive, tiene conflictos. Y yendo a ese último punto, entonces cómo el aprendizaje en el museo puede ser conducido a través del desafío, es decir, qué desafíos debe crear una exposición para generar esos procesos de aprendizaje.

Manuel Gándara: La primera pregunta es la más difícil porque sería, en todo caso, la más polémica: hasta dónde existen, o no, valores o conflictos universales. Evidentemente, como antropólogos, sabemos que hay una enorme diversidad, pero yo creo que cosas como la vida y la muerte, los pasos del ciclo de la vida, la fidelidad en una relación amorosa, pues, hasta donde la antropología nos deja ver, aunque pueden tener matices, sí están más o menos presentes en dondequiera. La necesidad de sobrevivir en un

ambiente, de ser aceptado por tu sociedad, yo creo –y creo no violar la antropología ni la historia– que sí son bastante universales, quizás se expresan de manera muy diferente. Pero aquí, ¿cuál es nuestra salvaguarda?, sobre todo si estamos interpretando algo sobre lo cual tenemos gente viva, sea indígena o no, pero gente que puede contribuir. Hasta dónde estos valores son universales o no, no podemos determinarlo nosotros solos. Eso tendría que ser un trabajo, precisamente, de diálogo. A mí esa idea de “negociación” no me gusta tanto, porque resulta muy chistoso que, en el mundo postmoderno, la metáfora favorita sea la de los negocios, de negociar. Pero sí podemos dialogar con la gente. Entonces creo que esa sería la respuesta a la primera.

En cuanto a la segunda, creo que si nosotros logramos motivar al visitante al inicio del recorrido, con preguntas que él puede resolver, con problemas y asuntos que lo lleven a pensar que eso es interesante porque representa un reto, entonces ya estamos jugando con parte de ese juego dramático en donde el desenlace va a venir más tarde. Eso es lo que se me ocurre contestar ahora. En el enfoque antropológico que yo propongo de la interpretación temática, lo que hacemos es seguir tres momentos muy sencillos: en el primero, espantamos, chocamos, sacudimos, si es necesario, al público, con algo que sea radicalmente diferente a él y que está en el sitio, o sea, no tengo que inventarlo, ahí está. Por ejemplo la piedra de sacrificios en Templo Mayor, donde le sacaban a la gente el corazón y tiraban al sacrificado por la pirámide. Y luego lo servían en pozole, que es esta comida muy rica que tenemos en México, ¿no? El corazón no. El corazón se iba para las ofrendas. Pero la nalga, la pierna, todo lo demás se iba para el pozole. No sé si aquí también tienen pozole. Típicamente los sacerdotes eran los que escogían qué se comían. Entonces, cuando usted le dice esto a la gente, por ejemplo se lo decía yo a mi amigo australiano, estaba realmente conmocionado y me decía “Hay que analizar a estos aztecas, estaban locos”; él estaba realmente en shock. En el segundo momento de la interpretación antropológica te preguntas: de esto, que a primera vista nos parecía completamente exótico y raro y demás, ¿qué aspectos son comunes a la experiencia actual? Entonces le pregunto a mi amigo:

- Oye, ¿tú eres católico?
- Sí, claro.
- Entonces qué es la comunión, que es cuando tú te comes la hostia.
- Pues me como su cuerpo.
- Y ¿para qué es el vino?
- Pues para tomarme su sangre.
- Entonces no es muy diferente lo que hacían los aztecas. El corazón era entrar en comunión con el sol.

Bueno, ya tenía a mi amigo en un punto de donde podían surgir bastantes preguntas. Y la primera que surgió fue:

- Oye Manuel, y ¿por qué unas culturas lo hacen “de bulto”, como los aztecas que sí se lo comían literalmente, aunque el sacrificado representaba al dios, y otras lo hemos hecho de manera estilizada, inclusive hasta poética?
- Excelente pregunta, que se va a responder en la medida en que el Templo Mayor y otros sitios arqueológicos sobrevivan.

Entonces aproveché el tercer momento para tres objetivos: uno, para revelar mi ignorancia; dos, para ayudarlo a que construyamos juntos el conocimiento; y tres, para llamarlo a que contribuya a preservar el patrimonio arqueológico. Esa es la estrategia que yo propondría.

Luis Gerardo Morales: Entre las preguntas del público, hay una que nos sirve a todos: ¿Cómo puede ser el museo un lugar de todos y para todos, o por el contrario, debería plantearse como un lugar de nadie y para nadie? Y otra pregunta también para todos, de un transeúnte, dice, no especializado: ¿Qué es una obra de arte y qué requisitos debe reunir ese objeto u objetos para que se puedan mostrar en un museo y transmitan conocimiento? El visitante puede pensar: yo no sé nada de arte, pero sé lo que me gusta o afecta. Y otra pregunta del público: ¿Cómo vender la información light, de moda, con contenidos más relevantes? Y finalmente: ¿Cómo hacer para no folclorizar en el museo las expresiones culturales? Creo que, en general, abordan preguntas que se han ido tocando en cada una de las presentaciones y que podrían ayudar a profundizar un poco más. Y esta última pregunta para Margarita, referente a estudios de público: ¿Cuáles son las metodologías que el Museo Nacional usa para conocer a sus públicos? ¿Y esos resultados cómo se han utilizado, qué han obtenido de esos resultados?

Margarita Reyes: Existe un Observatorio de Públicos en el Museo Nacional que funciona desde hace más o menos cinco años. Desafortunadamente Jesús Martín-Barbero no nos pudo acompañar hoy, pues ha sido uno de nuestros acompañantes, con quien hemos discutido y creado unos espacios muy interesantes para mirar, precisamente, hacia dónde orientar estos estudios de público. Cuando el trabajo se inició, empezamos a trabajar desde el método etnográfico: se hacían primero evaluaciones muy desde la parte cuantificable y desde la parte formal de públicos, a partir de preguntas cerradas. Entonces nos preguntamos cómo empezar a evaluar y a mirar una aproximación desde los métodos etnográficos, haciendo observación directa, registrando sensaciones, miradas, actitudes. Y realmente son estudios que exigen muchísimo más tiempo, una mayor inversión de dinero –que no tenemos– pero creemos que hacia allí tienen que estar dirigidos los métodos etnográficos, que son mucho más efectivos y nos aportan mucho más si realmente queremos mejorar y redireccionar las formas de construir esas significaciones, crear sentido y trabajar toda esta relación cognitiva en nuestras exposiciones. ¿Cómo se utilizan estos resultados? Para mejorar en el día a día. Básicamente siempre se está mirando qué es lo que no está funcionando en la circulación, qué contenidos quedaron confusos o se están entendiendo mal. Como es lógico, corregir una exposición en el camino exige estar mirando y trabajando constantemente en el manejo de la exhibición. Pero pienso que esos estudios de público tienen que revertirse de esa manera, en el día a día. Y si hay posibilidades, como es el caso de la exposición del río Magdalena, donde sabemos exactamente dónde están los problemas y cuáles fueron las fortalezas de la exposición, pues las trabajaremos. Con relación a la folclorización, creo que es un filo en el que uno puede caer muy fácilmente, ¿no? Y eso depende también de desde dónde empezamos a construir y a involucrar a esos mismos actores sociales a los que queremos representar, cómo los estamos representando. Lógicamente, la museografía y las representaciones frente a esas otras identidades y a esas formas y a esas maneras, tienen que ser discutidas y miradas con ellos mismos, para que no se vuelva un escenario de teatralización y de folclorización ligera. Hay que mirar, pero realmente es un filo desde donde uno puede

caer hacia un lado o hacia el otro, o caer también en la exotización. Voy a darle la palabra a Omar.

Omar Rincón: Yo voy a contestar solamente una, la de la moda-espectáculo, cómo hacerlo más relevante. Nosotros hicimos una investigación en la Universidad de los Andes sobre las secciones culturales de televisión y la conclusión es muy triste, porque ellos cubren todo lo que sea arte o museos siempre y cuando vaya una estrella de televisión allá. O sea, la fórmula es que usted invita una estrella de televisión y automáticamente hay cubrimiento mediático. Entonces pensar que lo hagan, yo pienso que a veces es mejor que no lo hagan, porque cuando lo hacen, si ustedes ven por ejemplo el final del noticiero de la noche de Caracol a las 10:30, ellos hacen el esfuerzo de ir a un museo y de ir a una exposición de pintura pero, como sólo tienen cincuenta segundos, pues en cincuenta segundos cuentan todo tan mal, que todavía es peor. Lo que sí creo que ese estudio nos indicaba, y lo han mencionado los compañeros de mesa, es que la clave está en lograr que lo que hagamos tenga más conexión con lo que llamaron aquí “experiencia común de la gente”. Que tenga alguna conexión, porque eso obliga a que haya una intervención distinta y eso tiene que ver con la tesis dramática. Yo, por ejemplo, me pregunto: en este momento tenemos al frente una exposición sobre lo afrocolombiano, ¿cuál será la tesis dramática de esa exposición? Por otro lado tenemos una ministra afrocolombiana y por otro lado tenemos un paro campesino de los cortadores de caña afrocolombianos. ¿Tienen alguna conexión las tres cosas? ¿Hay alguna posibilidad interpretativa para generar alguna conexión entre esos tres mundos? No. Sin embargo, ahí hay tres discursos totalmente distintos. Entonces me parece que ahí la televisión y los demás medios de comunicación pueden ser muy hábiles, si logramos que sean maneras de mirar el mundo. Mi preocupación es mucho más acerca del cómo y, por esa razón, creo que estas exposiciones tienen que generar, si se quiere, hipótesis sobre la realidad cotidiana de la gente. El domingo, cuando vine a ver la exposición, vi tanta gente ahí, supongo que se preguntaban, ¿Por qué está esto aquí? ¿Por qué estos altares tan simpáticos están acá? Unos niños decían: pero mi abuelita tenía un altar como estos y no está en el museo. Es decir, ¿por qué el altar de la mujer boyacense no puede estar ahí? No había una cosa clara –es parte del mismo carácter exótico pero a mí me parece super interesante– y es algo parecido a lo que decía el periodista mexicano Juan Villoro, quien comentaba que cuando era agregado cultural en Berlín intentó hacer una exposición sobre arte abstracto mexicano y que le dijeron los alemanes: ¿arte abstracto? El nuestro es arte abstracto. El de ustedes color, por favor, muralismo, color y forma, todo eso, pero ¿arte abstracto mexicano? No, no, no. Entonces, a raíz de eso mencionaba una cosa, que no es crítica de los europeos ni de los norteamericanos sino una crítica de nosotros mismos: para nosotros la relación de un museo con lo popular se asimila a lo exótico y entonces planteamos armar un parque temático. En un parque temático podemos montar todo eso, lo afro, lo indígena, etc., y todos los turistas quedan encantados. Porque entonces no mostramos arte afro, sino altares afro; ahí hay una visión más antropológica, si se quiere, pero es distinta. La pregunta es: ¿Nosotros sí estamos generando un diálogo con la sociedad, o no estamos generando ese diálogo? Y eso significa que los medios de comunicación para eso sirven, para armar esas preguntas que Manuel decía, para plantear esas hipótesis. ¿Qué es lo que pasa cuando se plantea una hipótesis? Si yo le digo: “En el Museo Nacional está la historia de cómo los afros no se han dejado conquistar, y de cómo ellos mismos le presentan a Colombia que tienen la mejor música del mundo, y que los velorios son una rumba...”, de pronto la gente va

más tranquila a ver la exposición, que si yo le digo: “En un ejercicio de reconstrucción de la memoria, de devolverle históricamente... etc.” Ya, ya me perdí. Entonces creo que es generar un diálogo con la sociedad, y los medios de comunicación son el diálogo con la sociedad, y los podemos utilizar, y nosotros los periodistas somos muy brutos, ¡utilícennos! Pero entonces no lo hagamos como algo exótico, aunque sin romper el espectáculo porque eso no es tan fácil de lograr.

Germán Ferro: Yo quiero responder también a la pregunta de cómo hacer para no folclorizar en caso de que no sea deseable presentar en el museo expresiones culturales. Me parece interesante la pregunta pero quiero decir que el tema del folclor se ha satanizado mucho. Los investigadores, hombres y mujeres, que trabajaron el folclor en este país hicieron un trabajo muy importante, pionero, construyeron documentos fundamentales de este país y no hay que despreciarlos, y los miro con muchísimo respeto, hoy mucho más. Y si tengo que escoger entre un documento, un artículo, una mirada que registra las manifestaciones folclóricas de nuestro país, pues prefiero a veces quedarme con él, en lugar de un artículo postmoderno sobre la reinención de la deconstrucción hacia la subjetivación del *Homo ludens*. Prefiero alguien que me diga cómo se utilizaron los materiales de la pesca en una zona de ciénaga. En fin, yo optaré por ese lado, de modo que no satanicemos tanto el tema del folclor. Pero entiendo la pregunta que se nos hace y considero que no folclorizar sería entonces entender estas mismas expresiones culturales, que son las mismas, pero vistas desde un contexto múltiple, desde su lugar en una estructura de lógicas de sistemas de producción, en una perspectiva regional, en una perspectiva desde la historia, en fin, para evitar folclorizar, lo que significaría, así entiendo la pregunta, caricaturizar un acto, una práctica, un objeto, pues la respuesta es la contextualización del mismo, lo que revela su seriedad y su complejidad. Los invito a que miren la Revista Colombiana de Folclor y a muchos de los grandes investigadores que aprendieron a hacer etnografía, a describir, a contar, con una exquisitez en su ojo, en su lenguaje, un trabajo mucho más serio que tanta pose postmoderna de ahora.

Manuel Gándara: Me queda una pregunta que me va a dar la oportunidad de hablar un poquito sobre este asunto de la autoría, sobre el cual creo que coincidimos con Germán y otros compañeros. A mí me parece que hizo muy bien este interludio postmoderno en ayudarnos a recordar la importancia de la multivocalidad, de que el museo sea un punto de diálogo y de confluencia de voces y experiencias. Yo creo que ese es un aporte importante, pero llevado al extremo, llega a la situación que teníamos hoy en la mañana, donde se nos dice que el museo no comunica sino que sólo transmite. ¿Transmite qué? Creo que es falso decir que el museo no comunica, lo que tiene que ver con esta pregunta que me hacen: ¿Cuándo una obra de arte es una obra de arte? ¿Cómo el museo lo dice? ¿Cómo sé si vale la pena que una obra esté allá? Ese es el tipo de cosas que el museo comunica de entrada, aunque no quiera comunicarlo. En el momento en que las cosas aparecen en un museo, adquieren un valor, independientemente de cuál va a ser la tesis emocional, o la tesis dramática, o la tesis interpretativa que uno quiera, el público dice: si esto está aquí, debe ser importante. Entonces, los museos comunican aunque no quieran, comunican a pesar de sí mismos, y a veces comunican inclusive lo contrario de lo que dicen sus cedularios. No estamos hablando aquí, en alguna exposición que vi, sobre la emancipación y la libertad y no sé qué, donde yo tengo que seguir exactamente la secuencia que me dicen, y ver todos los mini-videos

—que además nadie se tomó la molestia de ver cuánto duran— lo cual me obliga a estar siete horas viendo videos, para entender de qué se trató lo que, a fuerzas, quieren que yo construya con ellos. Para mí eso es una tontería y es una falta de sinceridad. Entonces yo creo que hay que recuperar el papel de la autoría, hay que asumir las responsabilidades que tiene, hay que dar oportunidades de que la gente regrese su palabra sobre lo que uno dice, eso me parece correcto, pero reconocer que en efecto el hecho del museo, como bien lo decía Luis Gerardo, consiste en descontextualizar para contextualizar, y en ese proceso ya estamos diciendo algo. Entonces yo, lo único que pediría, es que lo hagamos con responsabilidad.

Mi trabajo, que es en sitios arqueológicos, en donde lo primero que uno tiene que hacer para salvaguardar un sitio es decir por qué hay que preservarlo, nos obliga como arqueólogos a establecer una propuesta de valor para el sitio. O sea, nosotros no podemos salir con aquello de: “Bueno, pues ya se verá, y lo que la gente quiera, y... etc.”. No. Porque, inclusive por ley, nosotros tenemos que comprometernos a decir qué son los valores que hacen de ese sitio un lugar que vale la pena conservar. Los museos son algo distinto porque —a mí me ha tocado— tengo amigos queridísimos que dicen: “Yo creo que hoy, Manuel, hoy vamos a hablar sobre, no sé, sobre la carencia de sentido del capitalismo postmoderno. ¿Cómo la ves?”. Pues, me imagino que bien, ¿no? Digo, no sé si es lo que el mundo requiere en este momento, pero es tu derecho como artista. También será el derecho del público no venir.

Mesa 5

Patrimonio y memoria

Análisis contemporáneos sobre la recepción del mensaje museístico visto desde una perspectiva plural y amplia de la memoria, así como reflexiones sobre la función de los museos nacionales en el siglo XXI con relación a las identidades locales y experiencias de construcción de nuevos guiones para producir sentido a partir de resultados de estudios de público y consumo cultural.

INTRODUCCIÓN

Roberto Lleras COLOMBIA

Subdirector técnico del Museo del Oro

¿En dónde, si no en los museos, se puede acumular, preservar, poner en contexto y divulgar el patrimonio cultural? ¿Qué otro lugar puede resultar más idóneo para actuar como receptor de la memoria colectiva y para ofrecerle a ésta un vehículo de expresión? Las respuestas a estas preguntas podrían ser tajantes, contundentes e inequívocas, pero no lo son.

El que estemos aquí, dispuestos a iniciar un debate que pone en tela de juicio estos tópicos, es la muestra más palpable de que no podemos salir del paso con respuestas simples a interrogantes que se van haciendo cada vez más complejos.

Para empezar, tenemos que reconocer que la historia y el carácter de los museos es un asunto en efecto crecientemente complejo. La forma como se concebía un museo años atrás poco tiene que ver con la variedad de procesos que se siguen actualmente y con la infinitamente rica experimentación que instituciones y personas en toda América Latina desarrollan continuamente. Antes, decíamos con cierta tranquilidad que existían unas pautas que se podían usar para cumplir el cometido de hacer un museo, y que quien seguía estas etapas de investigar el tema, hacer el guion, diseñar la museografía, construir y montar, podía perfectamente vérselas al final con un museo terminado. Semejante forma de pensar y de actuar no parece ser aceptada ya en ninguna parte. Un principio fundamental en nuestros días es que concebimos que el asunto de hacer museos sea función de personas especializadas, que los producen y los entregan a un receptor no pasivo, ¡el público visitante!

Esta visión bipolar ha sido ampliamente superada y en su lugar se proponen nociones como la de comunidades interpretativas. Este eje temático, que en esta mesa será tratado por Germán Rey, implica un conocimiento profundo del público del museo, la participación de la comunidad en una esfera de integración que elimine la oposición sujeto-objeto, y una propuesta del mensaje museístico que rompa con la simpleza del discurso que se modela a voluntad del experto y se entrega para ver si el público la entiende o no.

En este sentido son fundamentales las experiencias de comprensión de la diversidad cultural que la ciudad de Bogotá puede exhibir después de varios años de implementar metodologías sistemáticas de observación.

En íntima consonancia con el eje anterior, también este debate nos llama a reflexionar sobre la producción de sentidos. ¿Cómo se desarrolla el discurso museológico al interior de un equipo interdisciplinario? Más allá de las viejas recetas que mencionamos antes, es preciso que ventilemos cuáles son en la práctica los determinantes, las limitaciones, las presiones y los conflictos que inevitablemente confluyen en el museo. Y cómo se establece e incluso, cómo a veces se rompe el diálogo con las comunidades. Este eje temático ilustrado por Clara Isabel Botero, tiene en el recién inaugurado Museo del Oro de Bogotá un referente pleno de vitales experiencias, que pueden enriquecer nuestra discusión.

Nos compete en último lugar discutir un aspecto que es central en el papel de los museos, y que sin mucho esfuerzo se distingue como uno de sus rasgos más fuertes: su función como transmisores visibles de ideologías.

Desde el coleccionismo ingenuo y desordenado, los museos evolucionaron a lo largo del siglo XIX, muy rápidamente, hacia su conversión en monumentos de la ideología dominante. Hasta el día de hoy, hay muchos que aun pretenden conservar este carácter, así sea bajo el disfraz de una museología renovada. La visibilización de los discursos subalternos, la crisis de las identidades nacionales, y la caducidad manifiesta de los ideales encarnados en los viejos museos, nos obligan a revisar este tema con urgencia. Para tratarlo en esta mesa nos acompaña José Antonio Pérez, quien discutirá el ejemplo del Museo Histórico Nacional de Buenos Aires.

CONSUMO CULTURAL, MEMORIA Y MUSEOS

Germán Rey COLOMBIA

Asesor en Políticas Culturales de la ministra de Cultura de Colombia

Cuando los organizadores del Coloquio me propusieron hablar sobre este tema, me insistieron en la relación que se establece entre los públicos, la memoria, el patrimonio y los museos. Y quizás lo hicieron como un reconocimiento a los trabajos recientes que he llevado a cabo de comparación de estudios cuantitativos nacionales de consumo cultural en España y América Latina. Durante estos últimos años, quizás los últimos seis y siete años, algunas instituciones culturales latinoamericanas han realizado estudios nacionales de consumos culturales. Entre ellos Argentina, Uruguay, Chile, Brasil, México, Colombia, Venezuela y España han trabajado los diferentes tipos de consumos, y a su vez de los diferentes bienes y servicios culturales. Tenemos como horizonte para esta reflexión ese análisis comparativo que he realizado de los consumos y que responde básicamente a la pregunta de si existen algunas tendencias generales en los consumos culturales latinoamericanos. Quizás un segundo corpus de información a partir de la cual quiero hacer esta reflexión es el análisis de las dos encuestas de cultura que ha realizado el Observatorio de Cultura de la ciudad de Bogotá. Creo que la ciudad de Bogotá tiene en este momento ya una tradición construida en la medición de expresiones de la cultura ciudadana, y a su vez de las formas de relación de los públicos con la oferta cultural de la ciudad. Y en tercer lugar he revisado los informes que ha preparado el propio Museo Nacional sobre los públicos en sus diversas exposiciones; fue para mí muy grato encontrar un trabajo sistemático que ha realizado el museo, y por otra parte poder comparar las relaciones de los público con el museo a través de por lo menos seis exposiciones realizadas durante los últimos tres años. Seis exposiciones, además, muy diversas, que van desde la exposición del río Magdalena a las exposiciones sobre cine, rock o sobre la obra de Carlos Rojas.

Y como si fuera poco, porque siempre somos obsesivos para tener bases documentales sobre las cuales poder hablar, duré una hora quizás mirando los exvotos que están pegados en las paredes y en las columnas del museo. Leí una buena parte de estos materiales dejados por los visitantes y después, cuando prácticamente el museo no había abierto, me metí por una escalera y pude leer una cantidad de post-it sobre las opiniones que las personas tienen acerca de lo que le falta al museo. Voy a mezclar todo ello, y así, comienzo.

En la literatura mundial y particularmente en la literatura latinoamericana ha habido una serie de reflexiones muy importantes acerca de lo que se entiende por consumo cultural. En 1987 ya Jesús Martín-Barbero decía que el consumo no es sólo reproducción de fuerzas sino también producción de sentidos. Los consumos serían entonces lugar de lucha que no se agota, dice, en la posesión de los objetos, pues pasa aún más por los usos que le dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales. Esta definición de Martín-Barbero es de 1987, pertenece a su libro *De los medios a las mediaciones*, y creo que ahí ya recoge algunos elementos sustanciales de lo que se entiende entonces por consumos culturales. En el año 1995 Néstor García Canclini propone una definición de consumo y dice: “El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”. Y un poco más tarde la investigadora cordobesa María Cristina Mata, en 1997, escribe que el consumo es el conjunto de prácticas socioculturales en las que se construyen significados y sentidos del vivir a través de la apropiación y uso de los bienes culturales.

Podríamos tener muchas más definiciones, pero creo que estas tres nos pueden dar algunas pistas de algunos elementos que podemos considerar centrales en el estudio del consumo cultural. En primer lugar, que se trata de prácticas socioculturales. En ese sentido tenía mucha razón y fue muy pertinente el planteamiento inicial que hizo Roberto, al señalar que el tema del consumo rompe la separación entre sujetos y objetos, entre visitantes al museo y exposiciones, entre visitantes al museo y recorridos espaciales y temporales por la arquitectura física y simbólica del museo. Porque finalmente de lo que se trata en el consumo es del conjunto de relaciones, de competencias que se dan entre los sujetos, en este caso llamémoslos los visitantes del museo, y la oferta, la múltiple oferta cultural que el museo les ofrece. En segundo lugar, también lo señaló Roberto, el tema de la producción de sentidos es fundamental a la comprensión de los consumos de todos los bienes culturales. Finalmente, de lo que se trata en las prácticas de consumos como en las prácticas de creación o en las prácticas de circulación social de los bienes culturales es de un proceso de generación de sentidos y de configuración de comunidades de intérpretes, en efecto, de comunidades interpretativas. En ese sentido me resuena el trabajo de Clifford Geertz, clásico en la interpretación de las culturas, cuando dice que la cultura es una red de significados que merece ser descifrada. Y más adelante dirá que la cultura es un documento público, borroso, lleno de lagunas y que está escrito, no con las grafías convencionales, sino con comportamientos volátiles.

Cuando estamos hablando de consumos culturales estamos hablando entonces de prácticas, de procesos de relación, de volatilidades, de desciframientos, de sistemas de interpretación, de configuración de comunidades interpretativas. Pero lo certero es que cuando estamos hablando de consumo nos estamos refiriendo tanto a la apropiación individual de los bienes y servicios culturales como –y esto ha sido muy estudiado por los investigadores latinoamericanos– a los usos sociales de los bienes culturales. Es decir, no solamente existe el recorrido individual de los visitantes del museo sino existen también unos usos sociales del museo. Qué significa por ejemplo, y lo digo de memoria y me rectifican las directivas del museo, que este museo sea fundamentalmente visitado por mujeres, por mujeres jóvenes, por mujeres universitarias y por mujeres y hombres que provienen de una cierta geografía de la ciudad. A este museo han venido a las exposiciones más recientes, sobre todo, gente que viene de Chapinero, que viene de

Suba, que viene de Usaquén, algunos que vienen de la parte occidental de la ciudad: hay una especie de geografía de las itinerancias de los visitantes, de los circuitos que atraen a los visitantes. Cuando participé en el Plan Maestro de Amoblamientos Culturales de la ciudad de Bogotá hablaba con los urbanistas de un tema que ellos tienen muy bien diagnosticado, y es la conformación espacial de la oferta a través de amoblamientos culturales de la ciudad y observábamos, por supuesto, la concentración. Estamos en la zona demográficamente más concentrada de amoblamientos culturales de Bogotá. Pero yo a su vez les hacía unas preguntas, que finalmente no fueron respondidas, y que eran cuáles son las itinerancias, cuáles son los circuitos, cuáles son los flujos que hacen que una persona de Usaquén venga al Museo Nacional o que una persona de Chapinero se acerque hasta el museo y no lo haga alguien de Ciudad Bolívar. Aquí tendríamos que discutir asuntos que contemplan los estudios de consumo, por ejemplo la influencia del tiempo, la influencia de las distancias y la influencia de los intereses en el disfrute de los bienes y servicios de la cultura.

Bien, pero hay otras dos características que quisiera incluir en la delimitación de lo que estoy yo, por lo menos, entendiendo por consumo, y es el hecho de que cuando hablamos sobre el tema de consumo, en la literatura de discusión sobre el tema, estamos hablando de otros conceptos que tienen otras historias teóricas y que pueden tener algunas diferencias ya temáticas. Estamos hablando de refuncionalización, de recreación, de resignificación, de apropiación de usos sociales. Quien revisa la literatura, desde los estudios clásicos alemanes de Jaus de la estética de la recepción a los estudios más contemporáneos de consumo, observará que no hay solamente una especie de bloque conceptual que explique el consumo, sino que hay una especie de mapa relativamente coherente, relativamente confuso de lo que se está entendiendo por consumo.

La segunda idea que quiero sugerir aquí es que las prácticas generales de consumo, y ésta es mi hipótesis, aunque diferenciadas, conforman conjuntos simbólicos que interactúan con los modos de comprensión y apropiación de los museos. Esto quiere decir que no solamente son necesarios los estudios específicos de consumo cultural de los museos, como por ejemplo los que ha hecho el propio Néstor García Canclini, el estudio clásico en México de Rita Eder, los estudios del Museo del Papalote en México o los estudios bellísimos de Eliseo Verón acerca de la comprensión de las exposiciones del Centro Pompidou en París, que es un estudio clásico. No solamente esos estudios que nos hablan del consumo en los museos, son estudios específicos de qué hacen los visitantes con lo que sucede en los museos, con lo que se presenta en los museos. Lo que yo propongo es que sería interesante mirar el registro de los consumos culturales, incluso desde los más distantes de los museos, para observar los sistemas de comprensión, de desciframiento y de interpretación de los museos contemporáneos. Es decir, el consumo de la música, de los videojuegos, de las nuevas tecnologías, de los libros, de las exposiciones de arte, etc. Esas tendencias que atraviesan la diversidad de los consumos son elementos que, en mi opinión, configuran competencias fundamentales de los visitantes de museos.

Muy bien, si ustedes me aceptan esa hipótesis podemos seguir a la instrucción tres. Si no me aceptan esa hipótesis yo quedo absolutamente bloqueado. Pero supongamos, por la tranquilidad inicial de la sala que ya empieza a moverse un poco, que me permitan pasar a la instrucción tres. No saben el peligro que ustedes corren porque si me aceptan la instrucción tres puedo llegar a la instrucción nueve. Trataré de no fatigarlos. Bien,

he hecho un estudio que está recogido en un libro que acaba de publicarse en español, se llama *Las tramas de la cultura*, tratando de comparar algo que no es comparable, es decir, yo en la primera página digo “este libro es imposible”, después digo “este libro si lo toma un experto metodólogo fácilmente, en menos de media página, lo puede desbaratar”. ¿Por qué? Porque lo que hago es una comparación entre los estudios cuantitativos de consumos, de por lo menos seis o siete países, que se han hecho en rangos temporales diferentes, con bases muestrales diferentes, con sistemas de recolección diferentes, pero nadie podría hacerlo de otra manera puesto que todavía en América Latina no tenemos un sistema homologado de medición de consumos culturales que permitan comparaciones por ejemplo entre los estudios argentinos, los estudios de Conaculta en México o nuestros estudios en Colombia. Entre otras cosas porque los ítems, las preguntas, están contruidos de manera diferentes y no hay entonces una capacidad comparativa rigurosa. Pero es tan fuerte lo que se encuentra, es tan interesante lo que atraviesa estos estudios, que yo creo que hay unas ciertas tendencias del consumo (que se las voy a mencionar solamente) en América Latina y también en España en los estudios recientes que ha hecho el Ministerio de Educación español. La primera es que he encontrado una especie de visión geológica estratificada del consumo cultural latinoamericano que tiene tres partes: por arriba, el gran consumo es el consumo que yo he llamado el mediatizado, es la mediatización de la cultura; el gran consumo latinoamericano es de televisión, de radio y de músicas. Y si ustedes me preguntaran cuál es el consumo cultural latinoamericano más importante yo diría que es el musical, en el consumo musical pasan muchas cosas, pasan hibridaciones, pasan diversidad de géneros, pasan diferencias etarias, pasan diferencias por ejemplo por niveles educativos, etc. La música es un elemento central y yo llamaría a hacer una reflexión acerca de las relaciones entre las competencias de consumo de las músicas en América Latina y el consumo de museos. En la parte de debajo de la geología del consumo está el consumo de lo que llamaríamos el consumo de la alta cultura o la cultura culta, es decir, la asistencia a exposiciones de arte, la asistencia a conciertos de música clásica y la asistencia a los museos, ahí está en esa parte, que cuantitativamente no es la que tiene mayor peso en el consumo de los latinoamericanos. Y en el centro está la lectura, a la cual yo le he dedicado algunos estudios, los dos últimos libros de análisis de las estadísticas nacionales colombianas sobre lectura cuentan con trabajos míos, y la lectura sufre una tensión doble que es que en una parte la mediatización jalona a la lectura hacia su territorio y por otra parte, la cultura culta atrae a la lectura hacia la base ilustrada del consumo. Mientras que la base ilustrada le dice a la lectura “Ven para acá porque tú formas parte de la tradición ilustrada”, el consumo mediatizado le dice a la lectura “No te vayas para allá porque los niños y los jóvenes ya hace mucho tiempo están acá”, es decir, en el consumo mediatizado.

Bien, la segunda tendencia que he encontrado es que hay tres variables socio-demográficas fundamentales que actúan directamente en el consumo: la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico. Y he visto jugar estas tres variables también en los estudios específicos de consumo de museos, es decir, lo que se juega en el consumo son unas oscilaciones etarias, jóvenes y adultos, y no es solamente un problema de edad, es un problema de composición cultural de las edades; dos, educados y no educados; y tres, ricos y pobres. Esas son las tres oscilaciones que he encontrado en todos los estudios, solamente conozco un estudio que es precioso que hizo Hugo Achugar, profesor en la universidad, primero de Pittsburg, ahora profesor en la Universidad de Florida,

uruguayo. Hugo Achugar hizo el primer estudio de consumo cultural en Uruguay y después, acaba de hacer un estudio sobre el estudio cultural en asentamientos precarios de Montevideo. Es decir, es el primero que hace estudios específicamente en barrios populares, en barrios pobres de ciudades latinoamericanas.

El tercer punto es la convergencia tecnológica de los consumos y el desplazamiento del consumo de los ámbitos públicos a los ámbitos domésticos. Esto es muy importante a la hora también de las reconcepciones de los museos. La biblioteca se dio cuenta rápidamente de eso, creo yo incluso más rápido que algunos museos en el sentido que la biblioteca rápidamente pasó al préstamo privado de libros que podían ser llevados a la casa o segundo a las bibliotecas digitalizadas, con las cuales podían interactuar los jóvenes o los niños o los adultos desde su casa. Yo creo que la biblioteca supo interpretar, más o menos, el desplazamiento del ámbito del consumo desde el registro público al registro más privado.

El cuarto punto es un punto un tanto exotérico, del que falta mucho análisis. Parece muy fácil de explicar pero yo pienso que es uno de los más difíciles. Cuando se pregunta por qué la gente no asiste a museos o no asiste a cine o no asiste a exposiciones, hay tres razones en juego que he encontrado en todos los trabajos latinoamericanos. Uno, el tiempo: es evidente que la oferta cultural se inscribe dentro de comprensiones diferentes del uso del tiempo y sobre todo, en distribuciones diversas de los tiempos, eso básicamente en las ciudades. Dos, las distancias, relacionadas con la capacidad de movilidad pero también relacionadas con la composición urbana, la composición de los espacios urbanos. Y la tercera razón de las barreras de consumos son los costos. Sin embargo, nosotros hemos hecho también estudios en Bogotá sobre la relación entre demanda cultural a partir de las encuestas de gastos y ahí hay cosas muy interesantes para observar. Otra característica del consumo en general son los distanciamientos del consumo intergeneracionales, por ejemplo hay un distanciamiento evidente en las nuevas tecnologías pero también las hay en otras formas del consumo. La quinta es algo que es contrario a lo que habitualmente se dice en el sentido común y es que en América Latina, en nuestros países, los jóvenes son los grandes consumidores culturales, yo lo refrendo también con las estadísticas de los análisis de públicos de este museo y con los análisis que he hecho, por ejemplo de músicas en Venezuela, en Colombia o en México, etc. Y finalmente hay un acceso creciente a los capitales simbólicos que permiten participar en la cultura moderna que está relacionado, a su vez, con la transformación de los museos y que está finalmente vinculado con la modificación de la apropiación de la forma museo dentro la figuración de la vida tardo-moderna.

Bien, tercer punto. Estas serían algunas tendencias mínimas, en el debate me pueden pedir que me extienda un poco más con los datos estadísticos y con las interpretaciones. Si me quieren preguntar cómo es en México y cómo es en Argentina yo diré algunas cosas a partir de la abstracción de los datos. La tercera es la relación entre públicos, consumos y museos, aquí hay tres trabajos pioneros: el trabajo de Rita Eder, *El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer*, que Eder escribió en 1977; *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, de Néstor García Canclini en México; y el estudio *Ethnography* de la exposición que escribieron Eliseo Verón y Martine Levasseur en 1991 como resultado de un trabajo que fue pedido a Eliseo Verón por el Centro Pompidou en París.

Aquí lo que es interesante son, en el caso del estudio de García Canclini, estos factores, estos elementos: primero, se evaluó la relación de los visitantes con las exposiciones temporales importantes y la hipótesis principal –y que yo comparto– es que la comunicación entre el visitante y la exposición está mediada por estructuras sociales formadoras del gusto y de las creencias y saberes, es decir, por la escuela, los medios masivos, la crítica, los museos, el mercado, etc. y se reconoce en esta hipótesis que la exposición induce a su vez formas de percepción y organización espacial y de los objetos y jerarquizaciones que producen y reproducen visiones hegemónicas. Yo creo que este planteamiento de Néstor García Canclini habría que mirarlo hoy y hacer un análisis desde los corpus de información que hoy tenemos. Algunos de los hallazgos del estudio de Néstor García Canclini fueron: los públicos resultaron diferentes a las mediciones que se habían hecho de públicos europeos, por ejemplo, los públicos nuestros aceptan con mayor facilidad ciertas innovaciones que los visitantes europeos no aceptan. Por ejemplo, observaron que en México el museo de arte no es un espacio inevitable de ascenso social como es la escuela, que los medios masivos tienen escaso poder para suscitar nuevas necesidades y hábitos culturales de larga duración. ¡Atención! Esto yo sí lo sostengo porque lo he encontrado también en el papel que tienen los medios en la lectura.

Bien, quienes conocen el estudio de Verón y Levasseur pueden hallar una serie de sugerencias muy creativas, yo recuerdo haberle escuchado a Eliseo Verón cuando él estaba haciendo el estudio en París, la tipología que él estaba creando y después es muy reconocida. Él habla del visitante hormiga, del visitante mariposa, del visitante pez y del visitante saltamontes, voy a describirles muy rápidamente en qué consiste cada uno. Esto es a partir de todo un trabajo metodológico de seguimiento a través de video, de entrevista, de llenado de cuestionarios, etc. de visitantes a exposiciones en el museo Pompidou. La hormiga es quien recorre cronológicamente la exposición, ve el museo como una catedral y posee una visión contemplativa de lo que ve, tiene una necesidad de no perder el tiempo, son optimistas, piensan que siempre se puede aprender algo, tiene una actitud casi escolar y podríamos llamarlos visitantes dóciles, tienen un capital cultural bajo pero son voluntariosos y también establecen una negociación cultural pero su proceso de negociación es bastante pasivo y escolar. La mariposa está allí porque quiere ver la exposición, posee un plan estratégico, un mapa mental que va construyendo de la exposición y su imaginario es el de un cuerpo-libro, es decir, él mira como si estuviera dándole la vuelta a la página de un libro, tiene un control claro de su propia cultura, sabe lo que busca y su nivel cultural es el televisor, domina bastante bien su relación con la cultura y su cuerpo parece modelado por toda la cultura del libro. El pez es quien se encuentra en la exposición sin haber ido necesariamente a verla; el tema fundamental del pez es la negociación con el tiempo, su imaginario es el cuerpo que pasa (esto es bellísimo, mirar a los visitantes a través de la noción de cuerpo que tienen, el cuerpo que pasa, el cuerpo que es como un libro); posee una trayectoria social en ascenso con cierto temor a la cultura a la que sabe algo complicada, tiene la actitud del flâneur, tiene la actitud del turista con prisa que echa una mira rápida, sobrevuela el espacio geográfico y tiene una cierta desconfianza frente al objeto cultural o a la institución. En una de las columnas de este museo hay un aviso muy interesante, en general son avisos de amor de adolescentes, algunas reconvenciones edípicas a los papás, a los abuelos y a las madres. Pero hay entre ellas algunas perlas, unas joyas. Una joya muy interesante es un mensaje que dice algo así, se lo dirige un muchacho a una mujer y le dice: “Ah, por fin viniste al

museo, estás entrando a la cultura”, y después dice: “Jajajaja”, es una risa espléndida, es casi como la risa del personaje de Batman o como la risa de *El libro de la risa y el olvido* de Kundera. Y está el visitante saltamontes que va desestructurando la cronología y es indiferente a la propuesta cultural, es el más distanciado del discurso que se le propone, su trayectoria es subjetiva, desarticula el guion museográfico y retiene algunos puntos con los cuales establece resonancia.

Finalizo en este punto. Algunas posibles relaciones entre estas tendencias que he mirado y los museos. Primera, algunas de las funciones y ofertas que cumplían los museos en el pasado hoy las ofrecen otras prácticas del consumo cultural, como por ejemplo el consumo de nuevas tecnologías de televisión, e incluso, de impresos. Segundo, los museos tienen la posibilidad de ofrecer guiones que son apuestas de comprensión, de intersecciones, de interlocución con la experiencia cotidiana, de nuevas organizaciones cognitivas y emocionales, de puesta en escena simbólica, de interacción significativa, de construcción de percepciones sociales que se diferencian de las ofertas que proveen otras prácticas de consumo, incluidas especialmente las prácticas de consumo mediatizadas. Y ahí está uno de los campos fundamentales de posibilidades del museo en relación con los públicos. En tercer lugar la diversificación del museo, su explosión o la implosión que viven los museos facilita en la realidad la convergencia que los jóvenes encuentran virtualmente. Yo creo que no es simplemente que los museos se llenen de computadores, no es simplemente que los museos se llenen de instrumentos interactivos, es que el museo explore las nuevas lógicas de un uso de los navegantes de Internet y piense cómo el museo interactúa con esas lógicas. No es un problema instrumental, es un problema cognitivo, es un problema de nuevos mapas y de nuevas formas de relación de la gente con los museos. Cuarto, los horizontes comprensivos que abren las otras prácticas del consumo juegan y contrastan al acercarse a la forma museo, hay una memoria selectiva del museo frente al desbordamiento, por ejemplo de la memoria de Internet. Las formas de lectura del museo se complementan y mezclan con la diversidad de las lecturas que están presentes en las prácticas de consumo cultural, ésta es quizás mi sugerencia más importante.

Y finalizo con mi lectura de los informes de públicos del museo. Los informes de públicos del museo, los que leí, fueron el informe sobre el río Magdalena, que nos da una visión de las relaciones del visitante con uno de los ejes de construcción de la nación; está la exposición de cine, que involucra al visitante al museo que reconoce al cine como una de las artes que atraviesan, no solamente las artes contemporáneas del siglo XX en adelante, sino la existencia cotidiana de la gente; tercero, el tema del rock en el museo, que muestra cómo hay otras sensibilidades emergentes que componen también la sensibilidad y el acervo cultural de los colombianos; la cuarta, la exposición del Señor de Sipán, que establece vinculación entre el museo, la tradición, los ancestros, las fundamentaciones étnicas de nuestra cultura; y finalmente, la exposición de Carlos Rojas, que establece la vinculación del museo con las expresiones contemporáneas, con la construcción de la modernidad cultural colombiana. En ese sentido el museo ha hecho un precioso mapa, registro de una Colombia mucho más diversa, de una Colombia mucho más abarcante, mucho más inclusiva.

Cierro con estos datos de mi lectura. En la exposición del río Magdalena, los públicos fundamentalmente establecieron una relación entre memoria, lugar y afectos. Como se

recoge en el informe, se pudo ver a grupos de familias recordando algún acontecimiento que se relacionaba con algunos de los espacios geográficos de la exposición. La exposición no solamente mostraba un eje de la construcción del país, también mostraba que hay lugares que evocan la memoria. Uno podría recordar los trabajos clásicos en este tema de Gaston Bachelard. Segundo, en el caso del cine la evocación de la memoria se hace fundamentalmente cuando le preguntan a los visitantes qué les gustó más, ellos se van a los orígenes, a las cámaras antiguas, al proyector Century, a las películas censuradas, a la María. Estos fueron los objetos que más llamaron la atención, y entonces si en la primera exposición era la relación memoria-lugar-afectos, aquí la relación es memoria-huellas del pasado-visualidades. En la tercera, que fue la exposición del rock, lo que más valoraron fue el muro de la opinión, en donde la gente podía escribir su opinión, y el computador que permitía ver cómo se podía escuchar, producir, mezclar músicas hoy de manera digital. Es lo que yo llamaría las memorias tempranas. En la exposición del Señor de Sipán, los visitantes valoraron algo que yo llamaría la memoria y el entierro funerario, es decir, lo que más gustó era precisamente la simulación del espacio físico donde reposaba antes de ser sacado a luz el Señor de Sipán con todas sus riquezas, todo su simbolismo. Y en Carlos Rojas, ¡atención!, el más contemporáneo de los expuestos, pintor colombiano y artista colombiano muy importante de la segunda mitad del siglo pasado, hay un punto que a mí me llamó mucho la atención y habría que profundizar: lo que a la gente le gustó más fueron algunos momentos de la obra de Carlos Rojas, pero sobre todo lo que yo llamaría la memoria del coleccionista, qué coleccionaba un artista. Entonces lo que vemos es la relación entre memoria, lugar y afectos; memoria y orígenes; memorias y las memorias tempranas; memorias y entierros funerarios; y la memoria del coleccionista.

Especialmente para los amigos extranjeros, en los estudios de cultura de Bogotá, donde hay más distancia entre ricos y pobres es en la percepción de los museos. Mientras que las personas de mayor nivel socioeconómico hacen un gran énfasis en todo el tema intangible los sectores populares, y es explicable, hacen más énfasis en una suerte de monumentalidad que está más ligada, no a los precedentes históricos, sino a los precedentes de su historia contemporánea. Segundo, los íconos de Bogotá, particularmente para los visitantes, son tres: uno que representa el poder político –éstas son las obsesiones que nos persiguen a los bogotanos y a los colombianos– el poder político, es decir, la Plaza de Bolívar; dos, el que representa el poder religioso, es decir, el cerro Monserrate; y tres, el Parque Simón Bolívar que es un advenedizo, digamos, frente a la tradición de los otros dos pero que tiene explicaciones porque ahí se ha concentrado mucha de la parte cultural juvenil. El Museo Nacional, si bien no es de los más recordados, tiene un puntaje que está, por ejemplo, por encima de la Séptima, esto es muy significativo: el Museo Nacional le ha ganado al septimazo. Estos son algunos trazos preliminares que estoy dispuesto a dialogar posteriormente con ustedes.

LA TRANSFORMACIÓN DEL MUSEO DEL ORO: MIRADAS MÚLTIPLES

A LA METALURGIA PREHISPÁNICA DE COLOMBIA

Clara Isabel Botero COLOMBIA

Directora del Museo del Oro

Una de las fuentes para analizar la construcción de discursos, imágenes y actitudes sobre las sociedades antiguas es la manera como los museos arqueológicos exhiben sus colecciones ante el público. Parto de conceptos que se entrecruzan y se yuxtaponen, el primero que los museos son “cajas de resonancia” del saber y de la estética que reflejan el espíritu de cada época¹.

El segundo, que los museos son construcciones culturales, son el producto de operaciones de selección e intencionalidad supeditadas a la manera como los museos coleccionan, preservan, investigan, interpretan y exhiben colecciones de objetos y dependen de contextos sociales, políticos y económicos con limitaciones y posibilidades estructurales propias.

En tercer lugar, es claro que no es posible exhibir objetos sin que haya construcciones y discursos científicos, históricos y estéticos que sustenten las exhibiciones. Y más aún cuando se trata de objetos de sociedades distantes cronológicamente, como es el caso de los museos arqueológicos y más específicamente del Museo del Oro.

En una exhibición de un museo están implícitas tres esferas. Primero, las ideas, los valores y los propósitos culturales, filosóficos y estéticos de la sociedad que produjo los objetos; en segundo lugar, las ideas, los valores y las intenciones de quienes exhiben los objetos, los mediadores, nosotros quienes trabajamos en museos y tenemos la enorme responsabilidad de poner cara a cara a sociedades del pasado con nuestros visitantes del presente; en tercer lugar, los visitantes con su bagaje educativo y cultural de ideas y valores².

1. Rivière, Georges Henri (1989). *La Museología*. Madrid: Akal, 63. Rivière, el gran museógrafo francés, gestor de museos etnológicos y arqueológicos del siglo XX, aludía en sus textos a la metáfora del espejo al referirse a la misión museal: el espejo refleja una imagen planteada hipotéticamente como la más fiel posible de la realidad, mientras el museo se construye mediante la abstracción del lenguaje, la abstracción de la realidad, su alusión.

2. Baxandall, Michael. “Exhibiting Intention: Some preconditions of the Visual Display

Bajo estos parámetros, el propósito central de esta ponencia es relatar de manera sintética los lineamientos estratégicos que condujeron la transformación y ampliación del Museo del Oro.

El Banco de la República, fundado en 1923 como banco central de Colombia que tenía el monopolio de la compra de oro, adquirió en 1939 y salvó de la fundición un objeto de singular belleza, un recipiente para cal o poporo quimbaya. Con ello se inició la colección de lo que sería años más tarde el Museo del Oro. A lo largo de los últimos sesenta años, la colección del museo ha sido nutrida por enfoques científicos, museográficos, arquitectónicos y estéticos claramente diferenciados y ha sido exhibida en varios lugares con diversas lógicas que reflejan el espíritu de cada época y corresponden a grandes periodos de la historia del museo:

1939-1947	La acumulación
1947-1959	Una colección para mostrar a los ilustres
1959-1968	El acceso del público general
1968	El Museo moderno
2008	El Museo del Oro del siglo XXI

Los lineamientos estratégicos

Los ejes centrales de la ampliación y renovación del Museo del Oro del Banco de la República en Bogotá fueron los siguientes:

1. Renovación científica y curatorial
2. Actualización museográfica y tecnológica
3. Actualización de reservas, gestión y conservación preventiva de las colecciones
4. Creación de nuevos programas educativos y divulgativos y de nuevos servicios para los visitantes
5. Realización de estudios para conocer las percepciones, comentarios y expectativas de los visitantes del museo

1. Renovación científica y curatorial

Los guiones científicos y museográficos del museo databan de 1985 y 1994. Desde 1968, el museo tenía exhibida la colección en dos salas, la primera con un mayor énfasis didáctico y la segunda con un énfasis simbólico, ambas distribuidas por áreas arqueológicas, y el Salón Dorado. Se vio la necesidad de actualizar y renovar el guion científico con el propósito de recoger los resultados de las investigaciones propias del equipo de

of Culturally Purposeful Objects”, en Karp, Ivan y Lavine, Steven D. (1991). *Exhibiting Cultures, the Poetics and Politics of Museum Display*. Washington: Smithsonian, 34.

arqueología del museo sobre la colección y de la arqueología colombiana producidas en las últimas décadas. La estrategia para lograrlo fue la realización de un largo y complejo proyecto de investigación, y su resultado un guion científico y museográfico novedoso y temático, que no pretende mostrarlo todo ni decirlo todo. Este trabajo fue liderado por el arqueólogo Roberto Lleras y contó con la participación de un equipo grande de arqueólogos y etnólogos entre los que se destacan las contribuciones de María Alicia Uribe y Juanita Sáenz Samper. El guion científico y museográfico que sustenta el museo propone una nueva narración del ciclo de la metalurgia antigua de Colombia: el oro se extrae, se trabaja, se usa, se simboliza y se ofrenda para volver a la tierra. Se trata, pues, de un discurso científico y curatorial que auspicia y propone miradas diversas a la colección en sus cuatro salas de exposición permanente: *El trabajo de los metales*, *La gente y el oro en la Colombia prehispánica*, *Cosmología y simbolismo* y *La ofrenda*.

2. Renovación arquitectónica, museográfica y tecnológica

De manera paralela a los análisis sobre el guion científico iniciados a fines de la década de 1990, se iniciaron estudios técnicos en el campo de la arquitectura y de la museografía con la participación de expertos internacionales –el arquitecto Roberto Benavente y su equipo de la firma HB Design– que permitieran asesorar la definición e implantación de la futura museografía con el proyecto arquitectónico del nuevo edificio en el que se trabajaba simultáneamente. El propósito fue lograr unos recorridos y una escenografía que reflejara en la museografía de manera clara los enfoques temáticos a la colección propuestos por el guion científico. Así mismo, se analizó la funcionalidad de los sistemas museográficos con que el museo contaba para la conservación y exhibición de la colección, y se estableció que era necesario renovar los sistemas museográficos en cuanto al tipo y funcionalidad de vitrinas, iluminación y soportes de los objetos para garantizar la óptima exhibición y conservación preventiva de la colección. El propósito central ha sido que el montaje museográfico siga cumpliendo con un nivel de excelencia en la exhibición y conservación de las excepcionales y muy delicadas colecciones del museo, únicas en el mundo. Los estudios en el campo museográfico y la producción de los nuevos sistemas museográficos requirieron la articulación de una complejidad de elementos: sistemas de exhibición y montaje con la colección, con el guion científico, con el proyecto arquitectónico del edificio, con los requerimientos de seguridad que impone una colección de orfebrería y con la incorporación de dispositivos informáticos y tecnológicos para un museo del siglo XXI.

El proyecto arquitectónico y museográfico de la renovación y ampliación del museo fue concebido desde 1998 en dos etapas: la primera etapa conllevó la construcción de un nuevo edificio diseñado por el arquitecto Germán Samper Gnecco, quien había sido también el arquitecto del edificio tradicional del museo, abierto en 1968. El nuevo edificio del museo y sus salas de exposición se abrieron al público en diciembre de 2004. La segunda etapa consistió en remodelar el edificio de 1968 y empalmarlo al nuevo edificio. Para llevarla a cabo, el museo contó con un equipo de arquitectos, museógrafos y diseñadores bajo una única coordinación liderada por el arquitecto-museógrafo Efraín Riaño Lesmes, lo que hizo posible un proyecto integralmente armónico entre la arquitectura y la museografía.

Por tratarse de un proyecto de renovación que tenía como protagonista el edificio inaugurado en 1968, acreedor entre otras distinciones del Premio Nacional de Arquitectura en 1970 y declarado Bien de Interés Cultural e Ícono de la Arquitectura Moderna en Colombia, todos los esfuerzos giraron en torno al total respeto de su arquitectura sobria.

El programa arquitectónico contempló la ampliación de las salas de exhibición, el diseño de una sala de exposiciones temporales, un auditorio, una tienda, un restaurante, un café y áreas de información. Como parte de los servicios educativos se diseñó una gran sala didáctica, el *Exploratorio*, que permitirá ahondar en temas específicos que refuerzan el discurso científico del museo. En cuanto a las colecciones, se desarrolló un completo taller de restauración dotado de las mejores técnicas para el mantenimiento de los objetos. Y finalmente, en un espacio central, quedó el gran vacío del edificio que conduce a los sótanos y se torna en eje de circulación para los visitantes. La renovación tuvo también como objetivo la actualización de la infraestructura técnica del edificio. De otra parte, el diseño arquitectónico permite la plena accesibilidad y movilidad en el edificio de las personas con limitaciones físicas.

Para la iluminación de las colecciones se recurrió al sistema de tecnología con LED 's que alcanzan hasta 100 vatios de potencia, reconocen fielmente los colores de los objetos, eliminan los rayos UV e infrarrojos, eliminan la temperatura y algo muy importante: reducen el consumo de energía hasta en un 80%. Así mismo su duración es de aproximadamente diez años.

Las vitrinas fueron equipadas con un sistema de aire con presión positiva que evita el ingreso de polución a las mismas, y con sistemas de control de humedad y temperatura conectados a un software que garantiza la exhibición con las mejores condiciones de conservación.

3. Renovación de reservas, gestión y conservación preventiva de las colecciones

En la definición del proyecto, uno de los temas centrales que se estudiaron con mucho detenimiento fueron las reservas para las colecciones, buscando que éstas quedaran ubicadas en lugares adyacentes al sitio donde laboran los analistas de colecciones, los restauradores y fotógrafos como elemento de vital importancia para la operación cotidiana del museo y ante todo, para la preservación hacia el futuro de las colecciones, al evitar al máximo movimientos innecesarios. Se planeó y adelantó un plan integral de gestión de colecciones que incluyó la fotografía digital a color de alta calidad de los cerca de 50.000 objetos de todas las colecciones del museo, análisis y estudios para restauración y conservación preventiva.

4. Renovación y creación de nuevos programas educativos y divulgativos y de nuevos servicios para los visitantes

El nuevo museo cuenta con tres niveles de información para los visitantes en sus salas permanentes: un primer nivel con textos breves y sintéticos en español e inglés, un segundo nivel de información más detallada que se encuentra en audioguías en español, inglés y francés con las que los visitantes podrán recorrer el museo a la velocidad y en el ritmo que cada visitante lo desee, y un tercer nivel de profundización que estará disponible en una Sala de Profundización, donde el público podrá ahondar y explorar diversos temas y las colecciones del museo. Así mismo, una renovación total del sitio web permite a los visitantes virtuales recorrer el nuevo museo y sus colecciones; a los escolares, tener los materiales necesarios para hacer sus tareas y al público general, ahondar desde su casa sobre un gran número de temas relacionados con las sociedades antiguas de Colombia y la colección del museo. A la par de los trabajos de conceptualización del nuevo guion científico y del diseño y producción museográfica, se crearon animaciones pedagógicas para las visitas de escolares en los museos, de comunicación entre el museo y el público infantil. La gran novedad es el *Exploratorio*, un espacio innovador que aspiramos sea el escenario privilegiado para que niños y jóvenes más que adquirir conocimientos se hagan preguntas, se les aclaren conceptos sobre el patrimonio arqueológico, sobre la arqueología, y los induzca a recorrer el resto del museo con ojos de curioso investigador.

Como complemento necesario a la exposición permanente del museo, que es su razón de ser, aspiramos a que el museo sea un espacio en donde los visitantes pasen el día, tengan la posibilidad de tomar un café o bien almorzar con sus amigos en el nuevo café– restaurante; que sea un museo que el público visite muchas veces, no sólo para visitar la exposición permanente sino también para participar en los ciclos temáticos de visitas guiadas especiales a cargo de especialistas y que asista a los seminarios, simposios y ciclos de videos y películas que tendrán lugar en el nuevo auditorio. Se ha diseñado una programación muy dinámica en el campo científico, museográfico y educativo.

5. Los estudios de público

Como parte integral del proyecto de transformación del museo iniciamos en 1998, a la par de los primeros esquemas de guiones científicos y museográficos, la realización de exploraciones, estudios y registros de comentarios del público sobre el uso que los visitantes le daban al museo y las reinterpretaciones y percepciones del público. Se realizaron dos estudios de observación etnográfica sobre el uso que el público le daba al museo de 1998, una encuesta-entrevista a cincuenta personas, y desde la apertura al público de la primera etapa, en 2004, de manera sistemática y permanente, se estableció un libro de comentarios del público. Estos comentarios son transcritos, clasificados y analizados con gran detenimiento por el equipo directivo del museo, y la información contenida en ellos ha sido de fundamental importancia para la segunda etapa del museo. En 2007, se realizó por parte de dos académicos en antropología un estudio con los visitantes del museo, cuyos resultados fueron interesantes en múltiples campos.

Conclusión

Para los visitantes colombianos, el museo es un símbolo de identidad y de orgullo nacional, tal como lo registran de manera reiterada en el libro de visitantes. El propósito general de la ampliación y renovación es que los visitantes sigan experimentando aquello que constituye uno de los mayores logros del museo: la visita es para la mayor parte del público, nacional y extranjero, una experiencia emocional, es en cierta manera franquear el umbral entre el pasado y el presente, entre lo profano y lo sagrado.

EL MUSEO HISTÓRICO NACIONAL DE ARGENTINA

José Antonio Pérez Gollán ARGENTINA

Director del Museo Histórico Nacional-Buenos Aires, Argentina

Me siento un privilegiado por poder estar acá, ocupando este lugar, junto con gente que tiene una larga trayectoria en los museos, no solamente en sus países, sino de toda América.

Hoy es un día muy particular: este 30 de octubre de 1983 ganó la elección Raúl Alfonsín en la Argentina; puso fin a una pesadilla que fue la dictadura militar. Más allá de todos los errores que pudo haber tenido, Alfonsín significó la instauración del pluralismo en la política, pero sobre todo, el enjuiciamiento a quienes habían llevado a cabo el terrorismo de Estado, esto fue un ejemplo, no solamente para Argentina sino para todo el mundo. Y también puso fin a la muerte como recurso político, yo creo que ese ha sido uno de los grandes avances de nuestro país.

Quiero explicar quién soy: mi visión es una visión ideológica, política de los museos. No soy un militante político pero me siento profundamente comprometido con las cosas que pasan en mi país y en el resto de América; estoy por ejemplo muy atento a lo que va a significar para la museografía norteamericana que gane Obama, no va a ser fácil.

Me quiero presentar, porque no es solamente la historia de los museos argentinos, sino que también es mi historia. Yo soy cordobés, soy un hombre de provincia, no soy porteño; eso es una forma particular de mirar el mundo, una forma muy jocosa y muy gozosa de vivir. Soy historiador de formación pero me dediqué a la arqueología. Estuve exiliado diez años en México, fueron quizás los mejores años de mi vida profesional. Aprendí, me transformé en un profesional en el sentido lato de la palabra. Escribí un libro que todavía me gusta, que se llama *Presencia de Vere Gordon Childe* y tuve el honor de trabajar con Manuel y con Teresa, ellos tiene la culpa de que yo esté trabajando en los museos.

Viví en México diez años, desde 1977 a 1987; luego volví a Argentina, sabiendo que había llegado el límite de mi estancia en México porque tenía que volver a lo que era mi memoria, y al poco tiempo me ofrecieron la dirección del Museo Etnográfico, un museo universitario, museo de larga trayectoria y de larga vigencia del pensamiento

etnográfico de la derecha más tradicional. Yo en México quería tener la posibilidad de mostrar la arqueología de una forma distinta de los esquemas históricos-culturales, del histórico-cultural norteamericano, de lo histórico-cultural inglés, o del histórico-cultural de la Escuela de Viena; y logré comprobar en dieciocho años de trabajo en el ambiente universitario, que no es fácil, dos cosas: que sí se puede, que hay otra forma distinta de contar la arqueología, el relato de la arqueología, y que en la Argentina los indios existen, aunque parezca mentira, que tienen una larga historia y que están presentes en esta sociedad.

En el año 2005, cuando me debí haber jubilado, fui convocado por la Secretaría de Cultura para hacerme cargo del Museo Histórico Nacional. Era como volver al Jurassic Park porque era un museo fósil, que seguía viviendo después de ciento veinte años de haber sido fundado con los mismos criterios y los mismos usos de la historia desde la década de 1890. La verdad no sé por qué acepté, pero acá estoy y me tocaron situaciones difíciles al querer cambiar una institución donde la ideología está en juego. Sufrí el robo de un reloj de uno de los próceres, el juez me imputó en la causa casi como cómplice, la pasé muy mal. Finalmente ahora estamos caminando por otros caminos y le hemos dado un entierro de lujo a esta concepción de los museos como panteón de la patria. Esto es lo que era este museo: era el lugar donde se guardaban las reliquias de los próceres, era un templo laico de la concepción de la historia de fines del siglo XIX.

El museo se funda en 1882 y comienza a funcionar en la década del 90. ¿Qué está pasando en la Argentina en ese momento? Argentina, a partir de 1850 hasta el 62, está en una situación absolutamente anómala, de la que la mayoría de los argentinos no caen en cuenta, y es una constante fricción, un constante conflicto entre Buenos Aires y el resto de las provincias. Y llega a tal grado el conflicto que Buenos Aires se separa de la Argentina; conforma un Estado y eso no se percibe en el discurso de los museos, pero tampoco se percibe en el imaginario de la gente.

Se está conformando el Estado nacional, yo como arqueólogo sé que la conformación de un Estado significa sangre y palo, no se conforman pacíficamente, se conforman a la fuerza, y ese museo lo refleja. Y ese periodo es un periodo de verdaderas guerras civiles en la Argentina entre los distintos grupos que interactuaban y que se pueden sintetizar en dos grandes banderías políticas: los unitarios, que querían un centralismo en el gobierno y los federales, que querían la autonomía de las regiones, o de las provincias.

Quien nombra, quien es el que impulsa la formación de este museo histórico es un joven de la clase alta de Buenos Aires (Adolfo Carranza), pero que tiene conexiones con la clase dirigente de las provincias, particularmente con Catamarca y Santiago del Estero, y que se ha propuesto no tener un lugar de visita al público, sino sobre todo, constituir una colección. Esto tiene que ver con el coleccionismo que existe en Buenos Aires en ese momento, un coleccionismo sobre todo de objetos históricos, coleccionismo de objetos arqueológicos, y hay un afán en la ciudad por conservar la memoria: se quieren modificar los monumentos, se conforma una comisión para que uno de estos próceres diga e indique cuáles son las casas de Buenos Aires que tienen relevancia histórica.

Buenos Aires, a partir del 62, cuando triunfa el proyecto hegemónico de Buenos Aires sobre el resto de la Argentina, se va a transformar en una especie de Estado soberano –

que no tiene nada que ver con la Confederación Argentina, cuya capital estaba en Paraná en el interior—, se va a transformar en la capital y en el lugar simbólico, hegemónico, de la Argentina. Por eso este afán de modificar los espacios públicos, por eso este afán de construir una cantidad de obras de arte públicas que estén mostrando esta excelencia y refinamiento de la clase dirigente, de esta clase alta, en relación a la construcción de Estado.

¿Qué es lo que hay en ese momento en la Argentina? Hay un proyecto en marcha que es el proyecto de las ciencias naturales. Se funda el Museo de la Plata en el 84, y hay una forma de coleccionar, que no es ajena al Museo Histórico, esta forma de las taxonomías del siglo XIX y además con una visión un poco complicada alrededor del evolucionismo. Moreno no era totalmente evolucionista, pero la Argentina, este país que fue el único país de Latinoamérica que primero se pensó y se escribió en los libros y después se llevó a cabo, era un país profundamente modernista y volcado a las novedades de esto que se llamaba el cientificismo.

Carranza tiene preparación, sabe lo que tiene que coleccionar y cumple su papel, es la voz autorizada, él es quien da testimonio de la autenticidad de estas reliquias que él va a recoger y va a ir guardando para que se celebre la memoria de la Revolución de Mayo y de las guerras de la Independencia. Hay un hecho histórico simple: la Revolución de Mayo es una revolución de Buenos Aires que en muchos casos no es tenida en cuenta por el resto de lo que hoy es la Argentina, o de lo que hoy es Bolivia o Paraguay o el Uruguay. Ésta es una tensión que se marca profundamente en la historia argentina, sobre todo por razones económicas. No quiero caer en el economicismo pero Buenos Aires tenía la Aduana, era la que recaudaba la caja. En 1880 cambia la situación y el Estado se vuelve una realidad; esto significa que se vuelve una realidad porque ha triunfado un modelo que es el modelo de Roca, un modelo capitalista. Su lema era *Orden y administración*; se acabaron las guerras, se acabó la resolución de los conflictos a través de los choques armados, y había que terminar con lo que se llamaba el problema del indio que corre en las fronteras de la Argentina hasta los límites de la Patagonia. Ahí es cuando este país, en poco tiempo, llega a ser la sexta potencia económica en el mundo occidental.

El Estado no es un Estado que incorpore, es un Estado que excluye. Las primeras que excluye son casualmente las poblaciones indígenas, porque se ha pasado de este lema de la civilización y la barbarie al de la historia y la prehistoria. Los indios han quedado congelados en la prehistoria y son un anacronismo para el Estado argentino, hay que borrarlos como sea, y esto se nota y se ve en toda la historia posterior cuando se quiere apelar a los antecedentes de la nacionalidad argentina, que no pasan nunca más allá de la sociedad colonial. Ese es un tema que me interesa a mí como arqueólogo y como historiador, como persona interesada por lo que pasa en el mundo: quiero saber cómo fueron excluidos los indios y cómo fueron los esfuerzos para que no tuvieran una presencia en la historia nacional.

Pero la hegemonía del 80 para adelante ha cambiado, ahora intervienen en la hegemonía los distintos grupos dirigentes de las provincias y Buenos Aires va perdiendo esta hegemonía. Es coherente en este contexto el nombramiento de Carranza, el primer director del Museo Histórico Nacional, porque significa esto, un joven que proviene de familia provinciana y sobre todo un joven que vive en Buenos Aires y tiene la

sociabilidad porteña. Hay una separación radical entre esta clase de dirigente y el resto de la sociedad, y es una separación cultural y ética, esto va a aparecer después, cuando el país se llene de inmigrantes, cuando Argentina celebre el Centenario, cuando va a aparecer el gran temor al cosmopolitismo de la sociedad argentina: hay que nacionalizar a todos estos italianos, españoles, alemanes, judíos, etc., etc. No es una tarea fácil, una de las cuestiones éticas es que estas clases no tienen los mismos valores que la clase dirigente, y aquí viene este afán de lucro, que es visto como una de las faltas de virtudes de las clases medias argentinas.

¿Cuál es la tarea de Carranza como fundador del museo? Es construir un panteón de la patria, pero construirlo, no imaginarlo, y tenía los planos hechos para que se levantara el edificio en lo que hoy es la Plaza San Martín en Buenos Aires, una de las zonas más elegantes. Se suponía que éste era el proyecto arquitectónico: en la parte baja estaría el panteón de la patria, donde estarían enterrados los héroes y los próceres, y en la parte de arriba una exhibición que cubría esta particular concepción de la historia argentina a través de las reliquias, que acercaban el público –este público sobre todo joven y extranjero– con lo sagrado que tenía esto, que formaron la nacionalidad argentina.

¿Cuál es el proyecto de Carranza? Crear una ciudadanía. ¿Cómo lo hace? Con el panteón de la patria, mostrando las reliquias; pero también crea una iconografía patriótica. Encarga la pintura, la confección de imágenes que se graben en la mente de la gente y que estén mostrando los hitos fundamentales de este camino que estaba trazado de antemano: a dónde iba la Argentina y qué era lo que se llamaba la excepcionalidad de la Argentina. Bueno, no nos ha ido muy bien, pero para 1890-1910 era algo que se creía que iba a ser el desenvolvimiento ininterrumpido del progreso.

Carranza pidió y logró pagar la confección de iconografía patriótica, pero quien se encargó de hacerla llegar a todos los ámbitos del país, sobre todo a las escuelas, fue una revista que se fundó en 1919, y que es la revista *Billiken*, una revista que muchos de la generación mía en México leían cotidianamente, y las láminas de *Billiken* son los cuadros del Museo Histórico Nacional, y si uno quiere ir a ver estos íconos de la patria, tiene que estar ahí, y va y los ve –la paradoja es que quienes pintan esta iconografía patriótica, uno era chileno que era Subercaseaux y el otro uruguayo, que era Blanes, pero no importa–.

El Museo se dedicaba a tener una revista, unas publicaciones periódicas de conmemoración patriótica: efemérides, vidas de próceres, recordar las batallas, apuntando a crear este orgullo de ser ciudadano argentino, incorporando a estas masas que llegaban a principios del siglo XX por miles –Buenos Aires a principios del siglo XX tenía la misma proporción de extranjeros que de nacionales– ésta era la meta fundamental del Museo Histórico Nacional. Era un aparato ideológico, era un aparato que estaba metido en la forma en que el Estado iba a ser presentado, iba a ser transmitido a toda la ciudadanía, a aquellos que eran ciudadanos argentinos y aquellos que no eran ciudadanos argentinos. Se forja una historia nacional, y además el museo tiene la suerte de que le dan una sede, una antigua casa en el sur de Buenos Aires, en el Parque Lezama (Lezama era un comerciante salteño –esta relación entre Buenos Aires y los provincianos– que acumuló una enorme fortuna como comerciante, pero que se casó con una porteña que tenía más plata que él, y terminaron vendiendo esta casa

donde fue instalado el Museo Histórico Nacional). En ese lugar, dice el mito, se fundó la ciudad de Buenos Aires. Entonces, no solamente era el panteón de la patria donde estaban las reliquias, sino que era la patria, y estaba donde fue la fundación de la patria.

Esta clase dirigente se presentaba y se representaba a sí misma como la síntesis de la nación y del patriotismo. Hay dos grandes movimientos sociales en la Argentina en el siglo XX, uno es el radicalismo con la democratización de la representación electoral que instaura el voto secreto y obligatorio; el otro gran movimiento es del 40, el peronismo, el justicialismo liderado por un coronel Perón que supo ganarse la confianza para subir al poder apoyado por las clases trabajadoras.

Lo curioso es que este museo no cambió, siguió siendo exactamente lo mismo, yo no tengo una explicación. Creo que de algún modo la política dejó de interesarle a estos movimientos populares que estaban descentrados de esta idea esencialista de la nación y siguieron adelante con sus proyectos. Ambos fueron derrocados por golpes de Estado, y uno ve, si revisa el trabajo de éste, sobre todo el periodo del peronismo, que no se apartan de la idea de los próceres, de la idea de las reliquias, de la idea de la esencia de la patria, el latinismo y la figura que ésta toma ahora, que es la del gaucho, y el indio queda relegado por supuesto a un segundo plano.

Cuando me hice cargo del museo, en el 2005, mi afán era hacer un museo que fuera multivocal, que fuera pluralista y que no le tuviera más miedo al conflicto, porque habíamos pasado de las reliquias al patrimonio y el patrimonio es conflicto, lucha y pelea, y no hay que tenerle miedo. Yo, sintiéndome Maradona, pensé: “Si ahora estoy en la selección de los museos, voy a ser Diego y voy a patear con la izquierda”. Entonces, abrí el museo para la conmemoración de los treinta años de las madres de Plaza de Mayo –Más allá de lo que piensan o hablan o dicen las distintas facciones dentro de los grupos de derechos humanos, considero que las madres de Plaza de Mayo es uno de los movimientos sociales más importantes que ha dado la Argentina en el siglo XX, sobre todo en sus aspectos éticos, quizá no en lo político, pero su planteamiento ético es un ejemplo para muchos casos históricos–. Yo les abrí las puertas, ellas quedaron de hacer la museografía. No pudieron hacer un relato y lo que debía haber sido un éxito no lo fue, un éxito por trasgresión y un éxito por lo que significaba la representación de las madres en el Museo Histórico Nacional, ¿por qué? Porque no hubo un relato; a mí me encanta escuchar lo que habla la gente cuando está en el museo, esa es mi parte de estudio del público, y sobre todo a los jóvenes: hay generaciones de argentinos que no saben, no han vivido la dictadura, no tienen ni idea de esas cosas. Hay que machacar los aspectos éticos del movimiento de las madres de Plaza de Mayo, que no son conocidos por los jóvenes. Al mes me robaron el reloj, al mes y quince días me imputaron como encubridor, y el museo estuvo cerrado casi un año. No quiero tener una visión conspirativa de la historia, pero algo pasó.

¿Cuáles eran mis proyectos, lo que yo consideraba que teníamos que hacer? Primero, yo tenía un relato, que era las distintas maneras de ser argentino, e imaginaba esta exhibición en un lugar central, con fotos de todos los argentinos, las distintas modalidades físicas de los argentinos: desde los indígenas de La Puna, que se levantaron contra el poder central en el 74 y nadie sabe que el noroeste argentino en la época de la conquista estuvo ciento cincuenta años independiente del poder colonial español; que pudiéramos llegar

hasta la Patagonia mostrando estos rostros de los distintos argentinos y las distintas formas de ser argentino. Pensé que lo que más distinguía era la música: no es lo mismo el muchacho que vive en la villa miseria, en la precariedad, que escucha la cumbia villera, que el muchacho de los barrios de clase media, que escucha Soda Stereo o los Fabulosos Cadillacs (y podemos seguir la lista al infinito), o los Redonditos de ricota, que son de la clase media baja, y además mostrar el paisaje de la Argentina, no caer en el determinismo geográfico pero mostrar las variedades del paisaje argentino con sus variedades culturales y hacer que la gente asuma que eso es parte de su memoria. Hay que empezar a recoger la memoria de los distintos argentinos. La historia no es cronología: a mí me interesa mostrar los procesos sociales por los cuales se han conformado hoy estas comunidades que son absolutamente distintas entre sí.

Había que ampliar la formación de la gente que trabajaba en el museo, había que levantar ese nivel, hacer una verdadera elección y un esfuerzo para la formación de recursos humanos especializados. Uno de los problemas, yo creo, de los museos argentinos (aparte de sus directores, que son un problema) es el personal técnico, ¿qué me encontré yo en el Museo Histórico? No había reservas, el museo era como este cuento de Cortázar en el que a medida que una habitación tiene goteras se cierra y se pasa a la siguiente, y se van acomodando y guardando los trastos viejos. No había un equipo de conservación, pero sí querían restauración, y eso significaba –era obvio que lo que querían no era la biografía de los objetos como pensamos los arqueólogos, o la cultura material de los argentinos– que querían la restauración de las reliquias, que fuera lo mejor que pudiera parecerse y mostrarse al público, pero que no tuvieran esas marcas del tiempo, esa biografía que tienen los objetos... Para tener esta biografía había la necesidad de construir equipos que trabajaran juntos, los investigadores con la gente que hace el registro, el inventario, todos ellos con la gente que hace la conservación, y empezar a pensar que hay un proyecto y que tenemos un relato que contar, que tenemos una memoria que rescatar –Se puede caer en el defecto de constituir un staff de misioneros, bueno, son los riesgos–.

Una de las cosas que como director trabajo cuando soy curador de una muestra, es la sorpresa: me interesa que el visitante que entre encuentre algo que le pegue en el medio de la frente, diga ¡Pum, no puede ser! ¿En la Argentina hay indios desde el 10.000 a.C.?

Hemos hecho una pequeña muestra donde queremos guardar la memoria de la década del 70 y de la violencia política, e inmediatamente juntamos una buena colección de las revistas de los distintos grupos políticos. Esto tiene que ver con esta cultura literaria argentina: los argentinos cuando no hablan, escriben, y prácticamente se la pasan hablando y escribiendo. Conseguimos tener una gama de publicaciones que iba desde el maoísmo a la derecha conservadora, haciendo toda apología de la violencia. Yo creo que hay que asumir esto: nuestra generación es una generación que creyó que la violencia era la partera de la historia y que todavía debemos ser lo suficientemente valientes de hacernos una autocrítica y saber que lo que creíamos que eran verdades absolutas, son como mucho algunas certezas relativas.

Ayer los compañeros que trabajaban con el río Magdalena hablaron de algo que a mí me encanta, que es la construcción de las exhibiciones: nunca se para, siempre viene alguien del público que tiene una crítica constructiva para hacer; que la deja escrita,

o que viene y habla, y nosotros vamos cambiando sobre la marcha y aprendemos por las dificultades que tiene la gente de entender esta literatura. Una de mis premisas (así como la sorpresa es una de ellas) es abandonar definitivamente el lenguaje de la ciencia: el lenguaje de la ciencia es para pares, lo que hay que hacer es tener una autoridad científica. Yo he nombrado un consejo asesor que cubre desde aquella gente que trabaja con los problemas de género, con los problemas de las migraciones, con los problemas de la historia política, con la arqueología (un homenaje a mi maestro Alberto Rex González), con aquellos que trabajaban en la divulgación histórica de manera seria, que me asesoran para que podamos trabajar para que estos guiones tengan un respaldo de nuevos conocimientos, pero sobre todo que sea absolutamente pluralista.

Otro punto que quiero desacralizar –esto es un proyecto colectivo– es que los depósitos sean visitables: se acabó el *sancta sanctorum* donde no entran más que el director o los curadores. Que la gente vea cómo se trabaja, tiene que haber una forma de que el público monitoree lo que nosotros hacemos, que realmente estamos cumpliendo con lo que se nos paga para hacer este trabajo; que no hay ratas, que no hay plagas, no hay goteras... tiene que haber la posibilidad de que el público visite los depósitos.

Creo haberme metido en el mundo de los museos por voluntad propia, nadie me obligó, y creo que uno de los puntos clave fue el goce, porque en el museo, cuando uno tiene una relación (se puede decir que hasta erótica) con el público, hay un goce profundo cuando uno se da cuenta de que la gente que entró se va con muchas más preguntas de las que había llegado, y cuando uno es capaz de redactar o de transmitir una idea de forma sencilla para que esta persona rescate de manera gozosa parte de su historia, parte de su memoria. Es función de este goce la posibilidad de que los distintos grupos, las distintas maneras de ser argentino, vayan recordando y construyendo su memoria, y que se inserten de manera polémica, pero también que entiendan que en la diversidad puede haber unidad, que se puede discutir y que se puede tener un lugar para cada una de estas formas distintas de ser argentino.

Nosotros somos un país que acuñó un término que no existe en ningún otro lado, el *chantapufi*, que es una definición de esta cosa de la falta de seriedad. Entonces no hay que caer en el *chantismo*, pero tampoco en la solemnidad, porque también somos muy propensos a ser solemnes. Que el museo sea un lugar de goce, un lugar donde uno se encuentre para disfrutar, no por obligación sino porque quiere pasar un rato agradable. Comparto con Manuel la idea de que los museos enseñan, no escolarizan pero enseñan, si no ponemos un restaurant o un bar de vinos y se acabó la historia. Creo que la diferencia está en poder realmente salir con más preguntas que con las que se entró.

Hay un entorno, ese sector de San Telmo, que está siendo revalorizado. Es un sector pobre: yo quiero que al barrio lo usen, lo usen como lugar propio, que vengan a pasar un rato agradable, que vengan a tener algo que no tienen en sus casas y que puedan rescatar esta memoria que les pertenece. Porque una de sus características es la gran cantidad de emigrantes de los países vecinos que tienen miedo de ser catalogados como indios, y el museo lo que trata de hacer es reforzar esta posibilidad de que ellos se reivindicquen como indígenas que tienen un memoria propia, que sus abuelos son bolivianos o paraguayos, que en su casa se habla un idioma indígena y que son argentinos pero que tienen otra memoria, y que es tan respetable una cosa como la otra.

Se me ocurrió últimamente, ¿Qué pasaría en el museo si abrimos tres temas? Literatura, música y deporte, que son parte de la Argentina. Tenemos tres deportes que pertenecen a tres clases sociales, tres sectores distintos: el fútbol, que es popular; el rugby, de la clase media (y somos bastantes buenos) y el polo que es de la clase alta. ¿Cómo juegan esas tres cosas en la memoria de los argentinos?, ¿a quién pertenece esta forma de ser argentinos y como se compatibiliza con una historia nacional? La otra es la música: Gardel, el nuevo tango, Bajofondo; los que ya conocemos, Soda Stereo, Charlie García... si no somos capaces de llegar a los jóvenes estamos perdiendo el tiempo; y en la literatura, Argentina es parte de la trama del libro de Sábato *Sobre héroes y tumbas*. Los argentinos tenemos una literatura riquísima desde Martín Fierro que los extranjeros vienen a conocer y quieren saber cómo se engarza esto con su historia nacional.

Yo creo que lo importante es no reducir el museo a lo escolar, la historia a la cronología y la visita al museo a la obligación; esto tiene que ser realmente el patrimonio con goce.

Debate mesa 5

Roberto Lleras: Para iniciar este debate voy a hacer un resumen muy breve de cada una de las tres conferencias que antecedieron. Les pido excusas de antemano a los conferencistas por cualquier tergiversación o cualquier malentendido que pueda yo tener al respecto. Después de este resumen voy a plantear un primer punto de debate para que los conferencistas expresen sus ideas alrededor de este tópico, y una vez que concluyamos va a haber un segundo tópico. Después de esto quedan abiertas las preguntas para el público.

Germán Rey nos ha hablado sobre el consumo cultural y empleando varias de las definiciones clásicas al respecto, ha concluido que se trata de un conjunto de relaciones entre los visitantes y las ofertas del museo, y que en el consumo se vinculan comunidades interpretativas, producciones de sentido y visibilidad. Ha recalcado el uso social del museo como un factor fundamental, y nos ha hecho algunas anotaciones sobre quiénes en la ciudad consumen museo y cómo existen ciertas diferencias geográficas y de nivel educativo entre las personas que asisten a los museos.

También nos ha dicho claramente que estas prácticas del consumo generan conjuntos simbólicos y que los estudios de consumo cultural en América Latina son difícilmente comparables, en primer lugar porque ni siquiera las preguntas mismas son iguales. Que no obstante, hay tendencias muy claras que se pueden sacar como resultado general de todos estos estudios, entre ellas que hay una visión estratificada que incluye por lo menos tres grandes capas de consumo: el gran consumo, que se refiere a la televisión y la música; una oferta de la alta cultura y un consumo de la alta cultura que tiene que ver con las exposiciones, conciertos y museos; y en el centro una capa de cultura que tiene que ver sobre todo con la lectura.

Ha hecho énfasis en las variables del consumo, las variables de edad, de educación, de nivel económico y también ha hecho una anotación fundamental para el tema de los museos y es cómo el consumo se ha desplazado desde la esfera pública a la esfera privada y cómo cada vez se consume más cultura en el ámbito de lo cotidiano, del hogar, de lo privado.

También ha enfatizado cómo las estructuras conceptuales median entre la comunicación entre el público y la exposición, y nos ha hecho un resumen muy claro de los tipos de visitantes: el visitante hormiga, mariposa, pez y saltamontes, y cómo cada uno de ellos utiliza el museo y utiliza el discurso científico del museo de forma distinta.

Desde el punto de vista del museo, dice Germán con mucha claridad que éste debe explorar las nuevas lógicas. Estos nuevos problemas de la comunicación mediática que realmente han impuesto una nueva forma de relación entre las personas y sus consumos culturales, también ateniéndose a los informes de públicos del Museo Nacional. Ha identificado cómo en diversas exposiciones la gente encuentra referentes como memoria, lugar y afecto; memorias y huellas del pasado; memorias tempranas; memorias y entierros funerarios; y memorias de coleccionismo o de coleccionista.

A continuación, Clara Isabel Botero ha hecho unas reflexiones sobre el carácter de los museos y ha anotado cómo los museos son cajas de resonancia que reflejan los diferentes tipos de saberes de distintas épocas y cómo en los museos hay procesos de selección que limitan la exposición misma. Cómo no es posible además exhibir objetos sin que haya discursos científicos que los sustenten.

Ha hecho una descripción del proceso del Museo del Oro desde sus inicios en 1939, identificando diversas etapas: una que va del 39 al 47 que ella identifica como de acumulación; la que va del 47 al 59 que es dedicada especialmente a los ilustres visitantes; y a partir del 59 una abierta al público. Entre 1997 y el 2008 se lleva a cabo el proceso de conformación de la nueva exhibición del Museo del Oro, que resulta en su conformación de un museo del siglo XXI y que incluye una gran cantidad de labores en relación con el guion, la museología, la conservación, las reservas, los aspectos técnicos y arquitectónicos.

Clara Isabel anota también cómo hemos llegado a conocer que el público del Museo del Oro está conformado por un 60% de colombianos y un 40% de extranjeros, y también ha hecho énfasis en los niveles de información que se manejan en el museo, comenzando por los textos mismos de la exposición, llegando a las audioguías, a las guías impresas y a otros tipos de vehículos de comunicación.

Finalmente ha hecho un recuento de los estudios de público que se han hecho en el Museo del Oro, comenzando con los estudios etnográficos de la antropóloga Salcedo, las encuestas y entrevistas sobre recorridos, el uso y sistematización de los comentarios contenidos en el libro de sugerencias y los últimos estudios, aún en proceso, de Fernando Barona sobre la producción de sentidos en el museo.

Clara Isabel concluye su exposición identificando al Museo del Oro en la visión y en la percepción del público como un símbolo de identidad y orgullo de Colombia, y recalca cómo este museo, además de ser una experiencia educativa, constituye una experiencia emocional, y cómo a través del museo, el público tiene la oportunidad de franquear umbrales, entre ellos el umbral que existe entre lo profano y lo sagrado.

José Antonio Pérez Gollán se declara como una persona que tiene una visión ideológica y política del museo y nos dice que hay formas alternativas de contar la arqueología. Declara que el Museo Histórico Nacional de la Argentina, que él recibió, es un museo fósil, o era un museo fósil mejor, ideado inicialmente como un panteón de la patria, dedicado a recoger las reliquias de los próceres.

Nos cuenta que cuando se instala el museo, hay en Argentina una situación de conflicto, básicamente entre una tendencia centralista y una federalista, cómo Buenos Aires aspira a una hegemonía nacional y cómo se funda por parte de la clase alta un coleccionismo, que entre otras cosas tiene que ver también con una tendencia de coleccionismo de ciencias naturales con una fuerte tendencia evolucionista. Cómo entonces se coleccionan reliquias para celebrar la memoria de la Revolución de Mayo y cómo a lo largo del siglo XIX específicamente en 1880, esta situación cambia y triunfa el modelo de Estado fuerte, un modelo de Estado que se expande sobre los territorios antes no ocupados, la Patagonia básicamente, y excluye a los indígenas.

Buenos Aires a lo largo de esta época va perdiendo hegemonía y se perfila por parte de la clase dirigente la necesidad de un proyecto de nacionalización de los inmigrantes, crear una ciudadanía y crear una iconografía patriótica, hacerles ver la excepcionalidad de la Argentina y la importancia y arrollador impulso del progreso. Esto se logra a través del museo y a través de las revistas de conmemoración patriótica.

En el Museo Histórico Nacional, entonces, la clase dirigente se perfila como una síntesis de la nacionalidad y de la patria. Durante el periodo justicialista, registra José Antonio con sorpresa que el museo no cambia su carácter en absoluto, y cuando él lo recibe en 2005 el proyecto es básicamente pasar de las reliquias al patrimonio, imagina el museo como una muestra de los rostros de los argentinos y las formas de ser, y piensa que se necesita involucrar la música, el paisaje y todas sus variedades culturales: recoger las memorias de todas las comunidades argentinas.

Desde este punto de vista tiene tareas importantes que hacer. Tareas prácticas como formar personal técnico, establecer reservas, establecer medidas de conservación, pero lo perfila todo esto como un proyecto compartido, un relato que debe contar inclusive temas como el de la violencia de las dictaduras militares durante los setentas, y habla de un tema que es fascinante que voy a retomar ahora, que es la construcción permanente de las exhibiciones. Declara José Antonio que no debe usarse un lenguaje científico, pero sí debe haber una autoridad científica, que los depósitos deben ser visitables y que es muy importante tener en cuenta el goce como un aspecto fundamental.

La inserción de las comunidades debe involucrar las múltiples formas de ser argentinos, no una sola. Reivindicar lo indígena entre ellas, y propone finalmente integrar deporte, música y literatura como facetas indispensables de este nuevo museo.

Yo quiero plantearles a los conferencistas dos puntos iniciales, y les pido muy amablemente su opinión al respecto del planteamiento que voy a hacer. Se ha dicho casi una frase clásica hoy en día, que el museo no debe ser un espacio donde se guarden cosas, más bien un espacio vivo en el que *ocurren* cosas. Yo pienso que para que esto, para que ocurran cosas, se deben recoger el sentir, la identidad y la memoria de las comunidades, es algo que creo que todos han expresado muy claramente en distintas formas. Los museos no deben ser creaciones excluyentes en ningún sentido, ni por parte de quien los hace ni tampoco por las personas a quienes va dirigido.

Ésta es una concepción del museo tal vez como un foro permanente, es indudable. Sin embargo, para que esto pueda ocurrir tenemos que convocar a las comunidades e involucrarlas, pero sin embargo (y esto lo ha anotado muy claramente Germán Rey) la tendencia del consumo nos muestra más bien que el consumo cultural está alejándose de los museos, que se está acercando a otras esferas, a otros vehículos culturales. Dicho de otra forma, tenemos que trabajar con el público en el museo, pero antes de eso hay que lograr simplemente que el público llegue al museo. Entonces yo les quiero preguntar a los conferencistas, ¿Qué ideas existen realmente para que podamos trabajar con el público y antes de eso podamos hacer que el público llegue al museo?

Germán Rey: El primer punto, referido a la creación incluyente como una característica del museo, de generar experiencias culturales, se puede observar también desde el

tema de consumo. Parecería que el consumo, los usos sociales o de apropiaciones de la cultura es democrático, pero cuando se observan los datos con mayor cuidado se puede encontrar que hay una gran inequidad cultural en el acceso a los bienes y servicios culturales y al consumo en general.

Yo recuerdo haber hecho un análisis tratando de relacionar el consumo cultural de Chile con algunos parámetros generales del consumo latinoamericano y en mi texto, que está recogido en un libro sobre el tema del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, yo les insistía en que estábamos en Chile, en un país con altos grados de crecimiento económico pero también con profundos problemas de equidad cultural y esa equidad cultural se manifestaba en el caso chileno, pero también en otros casos latinoamericanos, en que están por fuera del consumo los más pobres, dos, los menos educados, tres, los habitantes de provincia y cuatro, los adultos mayores. Entonces no es solamente un asunto de los museos, es un asunto en general de la relación de los ciudadanos con los bienes y con los servicios culturales.

Lo segundo, ¿cómo los públicos pueden llegar al museo? Yo esto no lo he estudiado por que quizá he estudiado cosas más fáciles como ¿Cómo llegan los públicos a la televisión?, he gastado muchos años estudiando este tema.

Decía que yo no he estudiado específicamente el tema del acceso a los museos, que había estudiado otros temas aparentemente más fáciles como el acceso de la gente a la televisión o al cine o a las nuevas tecnologías, pero, para responder tu pregunta concretamente, primero, yo creo que hay que sofisticar el conocimiento de las dinámicas de los públicos. Los esfuerzos que hacen el Museo del Oro y el Museo Nacional son muy importantes, entre otras cosas porque por ejemplo en el Museo Nacional ya se pueden hacer estudios diacrónicos, es decir, estudios en series históricas de lo que está pasando. Dos, una clave, la ha dado José Antonio cuando ha señalado que la existencia de los museos está muy ligada a la participación de los jóvenes como público: yo creo que acá hay otra clave muy importante y es la proximidad que tienen los jóvenes con muchas áreas del consumo, incluyendo los museos. Porque cuando hablé de la categorización de los visitantes del Museo Nacional ahí figuran mucho los jóvenes. Uno observa que hay consumo de jóvenes y que incluso en aquellas áreas que se supone que no lo habría, lo hay en efecto.

El gran problema es otro que mencionaba José Antonio, y es el peligro de ligar acceso de público a la obligatoriedad, al tema del *deber*, yo lo estudié en el caso de la lectura en Colombia. Uno de los grandes problemas de la lectura es que las estadísticas de lectura están marcadas fundamentalmente por la lectura por deber pero no por la lectura por placer, y el tema de la lectura estará resuelto cuando tengamos menos lectura por deber y más lectura por placer. Sin embargo, por ejemplo, las estadísticas de Bogotá muestran una cosa muy interesante: entre las estadísticas del año 2000, cuando hice el primer análisis, y después con las que realicé en 2005, empieza a desplazarse la lectura por deber a la lectura por placer, eso es importante. No obstante, en Bogotá entre el 2000 y el 2005 creció la inequidad en términos de las personas que tienen más libros en su casa. Hoy hay menos personas que tienen más libros y muchas más personas que tienen menos libros, ahí hay un problema; este segundo punto me parece muy importante.

Hay un tercer punto que es la puesta en escena del museo como un lugar que pueda ser atractivo. Hago una mención a esto: cuando no había casi nadie y me subí a ver los comentarios sobre algunas fallas del museo, en esa mañana encontré que había muchas opiniones acerca de dos asuntos, ¿Qué tan atractivo puede ser un museo? Sé que esto es un asunto problemático y muy discutible, ¿Qué tan atractivo puede ser? Encontré comentarios de la gente pidiendo un tipo de relación con el museo que supere por ejemplo el distanciamiento corporal clásico del objeto para involucrarse, quizá el *Exploratorio* que tú has mencionado sea uno de los lugares para acercar, para permitir ese acercamiento frente a las vitrinas de seguridad que obviamente deben existir. Sin embargo, me llamó mucho la atención de las peticiones de los jóvenes o de las personas que dejan ahí sus puntos de vista, y es qué desearían en el Museo Nacional [¿Qué le falta al Museo Nacional? -¡Le faltan dinosaurios!], aunque debe haber por ahí algunos, sobre todo en ciertas partes históricas del museo. Le faltan dinosaurios. Y había otro, hubo una cosa que me llamó mucho la atención y es una opinión de alguna persona que dice, “Les faltan más habitaciones donde hayan ¿? mujeres desnudas”. A mí me interesa mucho saber qué hay detrás de esto, de estas percepciones. Y finalizo aquí porque, por ejemplo, en todas las discusiones sobre nuevas tecnología siempre me encuentro un señor de edad y peligrosamente alguna señora o señor de menos edad que están verdaderamente aterrorizados por Internet, porque en Internet haya mujeres desnudas, es decir, como una visión porno de Internet...

Para molestarles a esta hora del día, quiero decirles que en los últimos cinco años hubo un debate cultural en Colombia –que también lo vivieron los argentinos, pero los argentinos lo vivieron con mayor, no sé si tremendismo o excitación, porque para ellos es mucho más profunda la cosa, y un historiador sabe explicar esto– y es que la lectura de libros se desbarrancó 30% en Colombia: en Colombia leemos 30% menos que hace cinco años. Dos, la lectura de revistas y periódicos no creció nada, porque es que no crece en ninguna parte, eso no lo leen los jóvenes, entre otras cosas. Yo en un estudio hace quince años, ya con las estadísticas a la mano, titulé un capítulo “Cuando los jóvenes lean prensa...”, esto nunca ha sucedido en los últimos dieciséis años después de mi texto, entonces me parece que éstas serían algunas claves digamos provisionales y perdónenme, el tercer dato estadístico es que en los últimos cinco años en Colombia la única lectura que creció fue la lectura en Internet, y por ahí andan gentes despistadas que están alarmadas por esto. No, no se alarmen por esto: yo también encontré en mis estudios estadísticos que los que más leen en Internet, por lo menos en Colombia, país extraño además, son también los que más leen libros, los que más van a bibliotecas, los que más tienen libros, o sea que no me vengan a mí con la idea de que la lectura en Internet está desplazando la lectura tradicional: lo que se están dando son complementariedades que sería lo que debería ofrecer, entre otras cosas, el espacio del museo.

Clara Isabel Botero: Bueno, pues muy interesante lo que tú cuentas porque imagínate que yo en 1992 trabajé un tiempo aquí, en este museo, e hice un estudio con el público, y en 1992, antes de la gran renovación del museo, cuando este museo era realmente un museo que mostraba los próceres de la patria y otras cosas, por supuesto lo que la gente quería ver en este museo era el país, y me acuerdo muy bien que dos personas me dijeron eso y yo les preguntaba, ¿Qué era ver el país? Que querían ver la geografía de Colombia, ahora quieren ver los dinosaurios y todo lo que tú nos cuentas, que seguramente hay otros lugares donde lo pueden ver.

Volviendo a los temas de discusión, el primer punto que me parece muy importante e interesante es ¿Cómo se inserta la visita del museo en el tiempo, en el uso del tiempo de la gente?, pues creo que todos hemos tratado que la visita al museo no sea solamente en lo que muchos autores han llamado el tiempo obligado, es decir, las visitas de los colegios, o que alguien los trae o que hay que hacer como parte del pensamiento académico, sino que todos los museos –pienso que el Museo Nacional, el Museo del Oro y muchos museos– estamos tratando que la visita al museo forme parte del tiempo de ocio de la gente. En ese sentido, por ejemplo el Museo Nacional y toda la parte de Artes del Banco de la República han hecho un inmenso esfuerzo en traer exposiciones de mucho interés para el público con el fin de insertar la visita a los museos los fines de semana, los sábados, los domingos, etc., y pienso que ese es uno de nuestros grandes retos, de todos los museos, lograr que de verdad tengamos una programación y unas actividades de interés para la familia y que la visita no sea como decía antes solamente la visita de colegio o la visita cuando se quiere acompañar a un visitante especial.

Otro tema muy interesante y que es un tema que puede ser de discusión es la tensión que intuyo y siento frente a las creaciones incluyentes, y esa tensión la veo desde el punto de vista de que hay cierto tipo de exposiciones y actividades que pueden ser completamente incluyentes democráticamente, pero hay otras que requieren por supuesto el conocimiento científico o histórico o artístico, de los curadores, de los científicos que desarrollan las actividades. Por ejemplo, en el caso del Banco de la República nosotros tenemos esas dos vertientes. Las exposiciones que por supuesto son realizadas en base al conocimiento de curadores, arqueólogos e historiadores y por el otro lado algunas con las cuales hemos hecho algunos intentos, por ejemplo, exposiciones que van mucho en regiones del país y queremos seguir trabajando en ese sentido, que la gente pueda incluir, por ejemplo vamos a trabajar con la exposición del río Magdalena que estuvo aquí, un trabajo conjunto con el Museo Nacional y el Instituto de Antropología, y lo que quisiéramos es que llegue a las ciudades y pueblos de las riveras del río y que en cada región haya una participación cotidiana, una participación de la sociedad.

Pero entonces hay esa creación incluyente, por eso les digo que hay un poquito de tensión, porque no en todos los casos puede ser tan supremamente clara. El último tema que quería mencionar sobre el consumo de los museos es a veces la distancia sociocultural que también los museos tenemos que quebrar, es decir, por investigaciones, tanto esa investigación que hice hace muchos años aquí en este museo, como las del Museo del Oro, es muy impresionante, uno no lo puede creer pero hay grupos sociales que sienten aún en Colombia que los museos son como me dijeron “para la gente muy educada” o –aquí me lo dijo una persona– “para los elegantes”, entonces sé que tanto para el Museo Nacional, el Museo del Oro y los otros museos de la ciudad, ese es un reto muy grande que tenemos, es decir, tratamos de llegar a todos los grupos sociales, a todas las regiones de la ciudad pero de pronto con investigaciones, estudios que podamos hacer en diferentes regiones, por ejemplo en la propia ciudad de Bogotá, podremos romper esa distancia sociocultural que existe.

José Antonio Pérez: Yo no creo que el museo sea el lugar donde se guardan las cosas, pero sí necesita tener cosas para mostrar porque si no, no sé... es un diálogo con objetos y con cultura material fundamentalmente. Me niego al populismo de tener que bajar los niveles para conformar y atraer un cierto público, no lo creo, está muy en boga

últimamente un revisionismo histórico muy simplista en Argentina que tiene un gran éxito mediático y es una historia de la victimización los indios, son igualmente víctimas como lo son los desaparecidos, y llegan al exceso de decir que Mariano Moreno, que murió en un viaje a Inglaterra y fue envenenado, es el primer desaparecido en la historia argentina. Eso no tiene ni pies ni cabeza y no hay que entrar en ese juego, pero sí creo que tenemos que abrir los museos no solamente a los jóvenes, también a la gente de la tercera edad que viene a buscar a veces algunas respuestas sobre quiénes son ellos.

Hicimos una experiencia la semana pasada de empezar a traer cátedras de la universidad, estudiantes que están cursando las materias de historia argentina en la carrera de historia en la Universidad de Buenos Aires, el periodo de 1862 a 1916 y están comenzando. Primero, son estudiantes universitarios que prácticamente no conocen el museo, van poco a los museos y el mensaje –acá yo soy como un turco mercachifle–, yo y hablo con ellos y le hago propaganda, y digo bueno... pero acá están los cuadros, así que ponte los trabajos, las tesis, la fotografía, las colecciones, los llevo a las colecciones. Ahí sacamos a la luz, por ejemplo, los uniformes de la Guerra del Paraguay – ¿quiénes eran esta clase alta porteña que fue a la Guerra del Paraguay? – las banderas que usaron los batallones que lucharon en las calles de Buenos Aires en 1880 para la federalización de la ciudad, la ley capital, entonces eso le abre la cabeza a estos jóvenes estudiantes porque se acabó el panteón de la patria, se acabó la visión conservadora y ellos pueden venir a trabajar aquí cotidianamente.

Lo otro es a ayudar, nosotros tenemos una biblioteca relativamente buena de fines del siglo XIX y comienzos del XX... hay una demanda en un barrio pobre, hay una demanda muy grande de ayuda escolar, eso es claro. No quiero transformar eso ni en ayuda social ni en escolarización del museo, pero hay que buscar alguna forma de que el museo le dé también algún tipo de respaldo a ese barrio.

Hay otro punto y es que las visitas guiadas al museo de las personas de estos barrios pobres deben ayudar a reforzar su identidad, terminar con la vergüenza de ser paraguayo o boliviano en Buenos Aires, de ser un negrito, de ser un paragua o un bolita, y que ellos tienen que estar muy orgullosos de esta tradición y empiecen a sacar su memoria familiar: que el abuelo le contaba de la papa en Bolivia, que habla el quechua o que habla el guaraní en la familia etc., y esto genera a veces una fidelización de estos niños, de esta escuela, que quieren volver al museo porque se han sentido bien, se han sentido bien tratados, parece mentira: la gente maltrata a otra gente todavía por su color de piel o por su aspecto.

Otra experiencia muy buena fue la noche de los museos: los museos abren de ocho de la noche a dos de la mañana y el municipio, la ciudad de Buenos Aires, tenía un servicio de buses que los llevaba y podían hacer todos los circuitos de todos los museos que estaban adheridos a la noche de los museos. Entonces nosotros pusimos a las 7:00 pm un conjunto de música barroca, a las 9:30 pm uno de tango –pero de tango nuevo, no de los tango viejos sino de todos estos tangos innovadores, electrónicos– y terminamos con un gran concierto de música electrónica con proyecciones, entonces estos chicos alucinan, decían ¡No puede ser, cómo puede ser que acá estemos viendo esto, me encanta!

Eso también tiene que ver con abrir el museo a los jóvenes, y hay algo en lo que yo pongo mucho acento, es la verosimilitud de esta gente que ha tenido un lugar en la historia. El museo está plagado de esta iconografía patriótica que pintó de memoria a todos los que intervinieron en la Independencia, no tienen nada que ver con lo que es la realidad, y el museo cuenta con una muy buena colección fotográfica y ciento treinta daguerrotipos, empezando por un daguerrotipo de general San Martín que hay que aprovechar. Hoy, en la era en que uno saca una foto, hoy le saca una foto a un chico, a su hijo, a su nieto, y el chico inmediatamente dice, a ver, a ver. Porque antes iba a diapositivas a Kodak y volvían a los dos meses, ahora es instantánea, y entonces eso de ver una foto antigua es maravilloso, porque son seres de carne y hueso, y creo que hay que trabajar sobre eso, que tenían enemigos, que había gente contemporánea que no los quería, que hay caricaturas que los tratan de ridiculizar. Hay algo que también es importante, no es porque yo sea bajito, pero ver los uniformes en términos del cuerpo: hay personas que uno cree que han sido muy musculosas, y resulta que son muy menudos, y entonces eso también hace pensar “No puede ser, estoy muy peticito, cómo puede ser”.

Creo que hay que volver al museo, no ver tanto el público del museo sino que los museos sean cada vez más públicos, lo que dijeron ayer que me pareció una maravilla.

Roberto Lleras: Muchas gracias a los tres conferencistas, estamos un poco cortos de tiempo y por esto solo voy a hacer una última pregunta para rogarles a ustedes una respuesta, ojalá breve, y le damos tiempo después al público para más preguntas.

Hay una cosa que me preocupa a mí sobremanera desde mi experiencia con los museos, creo que de alguna manera en las exposiciones que han hecho ustedes también está presente aunque no haya sido una cosa que se haya planteado explícitamente. Los museos se debaten indudablemente en una tensión entre lo permanente y lo temporal. Las exposiciones se hacen para ser permanentes, y de hecho reciben ese nombre, y el hecho de que sean permanentes las amenaza inmediatamente, las amenaza de caducidad, es una cosa que a largo plazo constituye un problema.

Uno hace un enorme esfuerzo durante años, construye un guion, hace una inversión gigantesca en todo el apoyo museológico, las vitrinas, la iluminación, los sistemas de conservación, hace también a veces unos esfuerzos muy grandes en términos de conservación y restauración de objetos. Se monta la exhibición y desde el momento mismo en que se cierra la vitrina esto se está volviendo viejo, se está caducando, se está pasando ya, y un poco de tiempo después, un año o dos, comienza a verse viejo; esto es algo que es supremamente desconsolador para quienes trabajamos en los museos.

José Antonio ha planteado un concepto que para mí es absolutamente fascinante, ha hablado de la construcción permanente de las exposiciones, pero me queda entonces el enorme interrogante, ¿Cómo conjugamos la construcción permanente de las exposiciones con estos problemas prácticos que tiene el montaje?, ¿Cómo hacemos, si montar exposiciones es algo complicado, largo y costoso? Para lograr tener esa vitalidad, esa dinámica en la construcción de exposiciones, ¿Qué pueden los conferencistas aportar al respecto?

José Antonio Pérez: Cuando digo que las exposiciones son una construcción permanente, no hablo de cambiar radicalmente la museografía, pero sí hay cantidad de cosas que se pueden ir cambiando que tienen que ver con las cédulas, que tienen que ver con los carteles, que tienen que ver con las luces... se queja mucho la gente de la mala distribución de las luces, de la mala iluminación de los objetos, y a veces es posible cambiar algunos objetos que no son correctos, no están adecuados al relato ahora. A veces hay algunos temas que son muy cruciales como por ejemplo revisar la seguridad: uno muchas veces comete errores muy graves que después paga muy caro porque no ha tenido en cuenta, en el fragor del montaje, que hay fallas en la seguridad. Creo que se puede hacer, se puede hacer sin tener que cambiar totalmente... bueno, si ya cambió totalmente es porque la exposición no estuvo bien planteada pero sí hay temas que pueden ser renovados y por eso la construcción permanente.

Clara Isabel Botero: Lo que plantea Roberto es un reto muy interesante porque, efectivamente, las exposiciones permanentes pueden verse como caducas muy rápidamente. A mí se me ocurre algo un poco parecido, cambiar algunos objetos de vez en cuando. Por el otro lado la parte que tiene que ver con los textos: a partir de que tengamos conocimiento e investigación con los públicos podemos ubicar si hay sectores de esa exhibición que son muertos, que no tienen trascendencia, y hacerles algunas modificaciones. Sin embargo, pienso también que todo depende de la manera como los animadores y guías puedan acercarse al público que visita el museo. Es decir, en una exposición puede haber múltiples miradas y múltiples enfoques para ver esa misma exposición. Por ejemplo, en el caso de la arqueología, nos interesa que artistas, poetas, otro tipo de personas que no son arqueólogos, puedan interpretar y dar esa información al público general, no sé a Germán qué más se le ocurra...

German Rey: Roberto tiene la propiedad de, no solamente hacer una síntesis esplendorosa, en que uno se identifica mejor en la síntesis que quizás en lo que ha dicho, que ha ordenado, y luego de hacer unas preguntas contundentes. Pienso que en la mesa se han planteado una serie de temas, que me imagino que se refieren muy directamente al museo; hago nuevamente la salvedad de que yo no conozco del museo, lo interesante es el diálogo muy generoso por parte de los organizadores de invitar a alguien extraterritorial para que desde lo que ve e investiga, pueda quizás hacerle alguna pregunta a los museos.

Los directores de museos que han estado aquí han señalado que precisamente una de las grandes cualidades del museo es abrir preguntas, y resalto por ejemplo la discusión sobre el tema de la verdad y la verosimilitud en el museo, éste me parece que es un tema central, y no solamente un tema central, digamos en los museos históricos, sino en general en todos los museos, en los museos arqueológicos, en los museos de arte, etc. Yo recuerdo haber escuchado al mexicano Julio Scherer, cuando le concedimos el premio de periodismo en el consejo rector de periodismo de la Fundación de Nuevo Periodismo; él decía que también el problema del periodismo era menos la verdad y mucho más el tema de la verosimilitud que tiene que ver con un tema que aquí se planteó muy bellamente por los dos compañeros, y es la relación que existe entre la puesta en escena, el guion museográfico, el relato y la narrativa, esto es un punto central en el territorio en el que yo habito, y me imagino que es un punto central en el territorio museográfico. El segundo es el tema de la permanencia, de lo constante, de lo temporal:

me parece que eso es algo que no corroe hoy en día la sensibilidad contemporánea solamente de los museos, sino incluso de las tecnologías más de punta. Éste es un tema central, por ejemplo, para las nuevas tecnologías: qué hay de posibilidad de memoria frente al vértigo de la información, a lo que va uno denominando “la erupción de la información”, información basura. Y está el tercer tema, a partir de tu sugerencia, el tema de la caducidad y el tema de la memoria, ¿Cuáles son los tiempos hoy de obsolescencia de la memoria?, ¿Qué tanto permanecen las cosas y qué tanto se acaban? Permítanme finalizar diciéndoles, frente a tu pregunta: yo diseñé, creé un laboratorio de creación multimedial, en medio de una universidad, que los muchachos empezaron a llamar Matrix. En realidad hace muchos años que enseño en la universidad. No había visto que los estudiantes se interesaran por muchas cosas que interesan a los adultos, ellos se interesan por muchísimas cosas, pero no suele haber sintonía entre los intereses de los maestros y los intereses de los muchachos, sin que necesariamente lo se enseña tenga que ser de manera populista algo que tenga que bajarse para que pueda haber un cierto clima de interlocución, no necesariamente.

George Styler ha demostrado, lo ha dicho en muchas ocasiones, que en medio de mayo del 68, él les decía a los alumnos que por favor no salieran porque tenía que seguir en la interpretación de un texto de Sófocles, y todos se quedaban, además con gran placer, en su clase. Los muchachos empezaban a acercarse a este laboratorio, y de pronto lo titularon: es parecido a Matrix. Entonces le pusimos el nombre, se llama el laboratorio Matrix de creación audiovisual, y un tema que tú planteabas es un tema central a un laboratorio multimedial hoy, y es el tema del montaje. El montaje que ha sido una noción tan importante filosóficamente, por ejemplo en el cine a través de toda la discusión sobre lo que significa el montaje hasta cómo se hace montaje hoy, es un montaje en progreso, realmente en el laboratorio multimedial lo que hay es un montaje en proceso, obviamente hay unos montajes con unas ciertas estabilidades, pero el lenguaje audiovisual y el lenguaje virtual sí permiten ese montaje en proceso.

Nuevamente llamo la atención acerca del hecho de que los museos sacan algo incorporando las nuevas tecnologías, y la virtualidad, y la interactividad, pero el problema no es ese fundamentalmente, el problema es cómo las lógicas de la virtualidad y de la interactividad se acercan a las nuevas sensibilidades de los jóvenes, de los adultos etc. en la visita a los museos, en la relación con los museos.

Roberto Lleras: Muchísimas gracias a los tres conferencistas. Tenemos por parte del público ocho preguntas, tres de ellas están dirigidas a cada uno de los expositores, las otras están dirigidas en general a quien las quiera contestar. Hay una pregunta que está dirigida a mí, yo no soy expositor, entonces realmente mal me quedaría contestarla, vamos a ver si tenemos tiempo para que Clara Isabel la asuma, en todo caso empezamos con las preguntas dirigidas específicamente a los conferencistas.

Para Clara Isabel Botero, preguntan: ¿Qué programas ha desarrollado el Museo del Oro en el siglo XXI para el apoyo, investigación y conservación del patrimonio vivo indígena colombiano?

Clara Isabel Botero: Muy buena pregunta. En el nuevo Museo del Oro tenemos unos cantos de los mamós de la Sierra Nevada de Santa Marta, tal vez en el sitio que para

el público es lo que más recuerdan en el Museo del Oro, que es la *Sala de la ofrenda*. Tenemos también una participación activa de los indígenas en discusiones, en foros y en diferentes tipos de actividades. La exposición temporal con la cual abrimos el Museo del Oro es una exposición sobre los emberá y wounaan de la región del Chocó.

En cuanto a lo que es el patrimonio inmaterial, tenemos algunas colecciones, pero como ustedes saben, el énfasis principal de los Museos del Oro está centrado realmente en colecciones arqueológicas. No por ello no vamos a tener algunas colecciones etnográficas, entonces trabajamos en conjunto por ejemplo con el ICANH y con la Universidad de Antioquia en proyectos conjuntos en ese sentido.

Roberto Lleras: Muchas gracias Clara Isabel. José Antonio, una pregunta complicada para ti, dice así: Teniendo en cuenta la responsabilidad social como razón de la existencia del museo, ¿Cómo puede un museo influenciar o enderezar la mentalidad unanimita que nos carcome?, ¿Te la repito?

José Antonio Pérez: No, si la entendí, y bueno, hay que desmontar la mentalidad unanimita y tratar de que el museo se realmente plural, y que haya mayor cantidad de opiniones alrededor de los temas. Yo creo que ese es el punto crucial del asunto, no todos los museos son unánimes, se pueden hacer museos que no tengan unanimidad sobre las cosas.

Roberto Lleras: Para Germán la siguiente pregunta: Agradecería alguna reflexión sobre la formación de patrimonio y consumo cultural, ¿considera esta relación como un ejercicio fundamental de la ciudadanía?

Germán Rey: Cuando en el año 2002 hicimos la Encuesta Nacional de Cultura, a mí me llamó mucho la atención que cuando se hablaba de las expresiones culturales que más interesaban a la gente aparecían las que ya mencioné, en la primera capa de esos estratos geológicos del consumo, la televisión por ejemplo. Pero cuando se le pedía a la gente que relacionara o dijese qué tipo de expresiones transmitirían ellos como herencia cultural, no aparecía nada ligado a lo que habían resaltado como expresiones, y volvían a una suerte de memoria ligada con manifestaciones culturales tradicionales: las rondas, los juegos, etc. Esto siempre me ha llamado la atención.

Ahora, el consumo de bienes patrimoniales no aparece tan fuertemente, habría unas claves interesantes por ejemplo en la encuesta de Bogotá acerca de qué quisiéramos preguntar, pero esto me lo deben responder ustedes que saben... pero a mí siempre me llamó la atención en la encuesta del 2007 esta pregunta y su respuesta: ¿Cuál es el objeto que más estiman los bogotanos y las bogotanas en sus casas, independientemente de sus clases sociales? Son los cuadros. Los cuadros, entonces me imagino que puede ser un cuadro kitsch, o que la casa tenga un Botero, etc., o una litografía, o qué sé yo.

Los cuadros. ¿Habría un tipo de predisposición museográfica que se inserta en el espacio doméstico, en el espacio cotidiano? A mí me encantaría que los que saben de museos me ayudaran a responder ese tipo de preguntas.

Roberto Lleras: Esta pregunta va dirigida a cualquiera de los expositores, el tema es de museo y política, dice así: Cada montaje museográfico tiene implícita una postura política, ¿hasta qué punto una institución teóricamente imparcial en el tema debe o no involucrarse? Segunda parte de la pregunta, ¿Forma esto de algún modo parte de su labor como organismo que promueve la participación ciudadana, o el hecho de involucrar al ciudadano en la constitución de su patrimonio?

José Antonio Pérez: En primer lugar no creo que los museos tengan una posición política, me niego, hay ciertos puntos de partida y de la historia que se tratan de mostrar en el caso del Museo Histórico, distintas versiones que hay sobre “x” suceso o “x” evento en la historia, pero no tienen un punto de partida político, yo me niego a eso. Primero, yo no he asumido una posición política y creo que no se traduce en el tipo de posición que se manifiesta en las exposiciones. Si tenemos dos o tres versiones sobre sucesos históricos las presentamos, y dejamos que el visitante realmente pueda tomar y elegir la que crea que es conveniente. No somos neutrales, que es distinto: no somos neutrales, yo no soy neutral frente el gobierno de Videla, no soy neutral frente a las madres de Plaza de Mayo, pero tengo mis discrepancias y no asumo una posición política. No es porque yo sea radical o peronista que esté en contra de las madres o en contra de Videla.

Roberto Lleras: Otra pregunta para José Antonio: ¿Cuál sería la sorpresa que usted colocaría en un museo para jóvenes argentinos?

José Antonio Pérez: En un museo como el que está en Buenos Aires lo que le quiero mostrar que es la sorpresa es la diversidad de gente que hay en la ciudad, el problema es que no toda la gente de esta diversidad llega al museo. En Buenos Aires quienes tienen más prejuicios son las personas de clase media contra bolivianos, paraguayos o gente de otra procedencia, y yo creo que hay que mostrarles que están en igualdad de condiciones, y que simplemente son distintos, no es que son otra humanidad, y hay que admitir la diferencia, hay que admitirla. Yo creo que ese es el impacto, la sorpresa: que admitamos la diferencia, no todos los argentinos son rubios de ojos celestes, no, no todos bailan tango, no todos comen bifés, hay gente que no come bifés porque no tiene plata, hay que metérselo en la cabeza.

Roberto Lleras: Ésta es la pregunta que se me dirigió a mí y yo se la traslado a Clara Isabel, dice así, ¿Dónde se ubica en el Museo del Oro la memoria de quienes hacían, o manufacturaban el oro, los hombres zenúes en su contexto?

Clara Isabel Botero: En el Museo del Oro en Bogotá todo lo que tiene que ver con quienes eran esas sociedades está absolutamente reflejado en la exhibición en un sector del museo que está dedicado a la sociedad zenú. Por el otro lado, en un nuevo sector del museo en donde se explican y se describen las diferentes tecnologías que existen. Sin embargo, respecto a los zenúes, tenemos un museo dedicado solamente a esta sociedad en la ciudad de Cartagena.

Roberto Lleras: Una pregunta supremamente complicada, también va dirigida a cualquiera de los conferencistas, ¿qué características tendría el museo del futuro?

José Antonio Pérez: Si yo supiera qué características tuviera el futuro no estaría acá, estaría ganando dinero, ya sabría quién gana en E.E.U.U., hubiera comprado acciones en otro lugar, no se puede. ¿Cómo vamos a saber del futuro?

Clara Isabel Botero: No nos imaginamos cómo será el museo del futuro, sin embargo yo pienso que en todas las épocas y en todos los momentos, el patrimonio cultural material e inmaterial tiene que tener una presencia en todas las sociedades, entonces el museo del futuro tendrá aún más dispositivos en video, auditivos, etc., y una mayor presencia en la red mundial de Internet, pero siempre habrá un museo con sus colecciones.

Germán Rey: Un psicoanalista francés decía que la única ciencia verdadera es la ciencia ficción. Yo trabajo en medio de un laboratorio que comenzó teniendo una invocación a tres figuras fundamentales del laboratorio: primero, a Mary Shelley con *Frankenstein*; segundo, a *Eduardo manos de tijeras* de Tim Burton; y tercero, a *La mosca* de Cronenberg –sobre la cual se ha hecho entre otras cosas una ópera recientemente bien interesante–. Trabajando en un laboratorio que se llama Matrix, precisamente uno de los puntos debatidos es si es posible colocar en la memoria los itinerarios, ciertos tipos de itinerarios. Pero estoy en la ciencia ficción... yo creo que finalmente sean de antes, sean de ahora o del futuro, los museos serán un lugar de convergencia plural, serán un lugar de imaginación creativa, serán un lugar de expresión de la diversidad, serán un lugar del reconocimiento, serán un lugar de los goces, del reconocimiento de la memoria, del pluralismo, de los goces que nos depare –ojalá– el futuro.

Roberto Lleras: Pregunta de carácter casi personal, va dirigida a quienes trabajan en los museos, y se refiere a los hábitos de consumo de estas personas, dice así, ¿Ustedes con qué frecuencia visitan museos distintos a los propios, por goce, por qué y de qué tipo?

Clara Isabel Botero: Bueno, yo visito los museos de Bogotá –que es la ciudad donde vivo–, los visito para ver las exposiciones temporales que ofrecen luego de que conozco la exposición permanente, a veces, no sé, una vez al mes o algo así iré a otro museo o a ver una novedad, pero los museos en sí por ahí dos veces al mes. Voy a exposiciones en mi tiempo de ocio, porque por supuesto todos los que trabajamos en los museos también –no es que sea tiempo obligado– asistimos a inauguraciones, etc.

José Antonio Pérez: Voy todas las semanas a los museos, aparte de al que tengo que ir todos los días. No voy nunca a inauguraciones, me ha terminado de cansar la frivolidad, voy como esparcimiento a las muestras que realmente me causan un gran placer. A veces voy varias veces, no me saturó. Voy, entro a las salas y me voy, al otro día vuelvo. Voy a aprender a los museos, ¿qué me gustaría hacer? Voy a los museos para aprender: esto no lo voy a hacer, es un ejemplo de lo que no tengo que hacer. Y voy al museo porque soy chismoso, me encanta encontrarme con gente en los museos, y hablar mal de lo que están haciendo ahí...

Germán Rey: A mí me sucede algo que algún amigo francés, Jean-Francois Rauger, un periodista de *Le Monde*, me decía que es una cierta relación irracional con los objetos que estudio, porque Rauger, que es un cartesiano, no podía explicarse cómo, por ejemplo, yo decía que iba a un viaje, tomaba al azar unos libros y después esos libros

venían en ayuda mía siempre, no había momento en el cual esos libros que cogía al azar no me ayudaran completamente.

Instrucciones para quien quiera visitar un museo y viaje

Uno, dé la vuelta siempre a la calle, puede encontrar un museo –en determinado momento puede ser mejor una droguería, si tiene algún problema médico.

Dos, haga usted todo lo contrario de lo que necesariamente se haría como un visitante de museos (que es lo que me ha sucedido). Cuando he estado en discusiones sobre otros temas que no son sobre museos, las mejores discusiones las he tenido en museos. Recuerdo por ejemplo seminarios que he coordinado en el Museo Sofía Imber–el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas– o en ciudades donde al azar hemos llegado a museos por los seminarios, por los encuentros, por los debates que habitualmente hacemos sobre otros temas, no necesariamente los museográficos, y he encontrado algo que me enseñó un escritor mexicano a quien aprecio enormemente que es Salvador Elizondo. Salvador Elizondo tiene un cuento que me entusiasma siempre que lo releo, y que es la historia de un investigador que está tratando de buscar la energía de un poema perdido, y ha hecho una máquina, que tiene una especie de bola de ping-pong que al conectarse con un verso, si es un verso de Neruda, puede subir un poco, si es un verso de Huidobro puede subir un poco más, si es un verso de Celan, puede subir un poquito más, etc., y entonces está midiendo la potencia de un verso. El cuento continúa y finaliza con una breve noticia en un periódico francés en la página 25, muy pequeña, en que se dice (pero antes de que esto suceda debo decir que él estaba buscando habitar en la casa del poeta Mallarmé), nada más se dice, pero uno imagina que probablemente ha quitado los pisos para encontrar un verso nunca oído de Mallarmé o de los resquicios de las paredes, para ver si encuentra un verso de Mallarmé–habita en el departamento de Mallarmé– y la noticia que sale en el periódico es que un investigador, que se llama Aubanel, ha muerto electrocutado hace unos días: probablemente él encontró el verso perdido de Mallarmé que rebotó no solamente la pequeña bola de ping-pong sino su propio cuerpo.

Siempre he visto que el museo, los museos que me habitan, los museos que he habitado, los museos de las memorias, las bodegas de los museos, donde me he metido por ejemplo en los museos de Vancouver, etc., son como ese lugar, como el verso perdido del poema de Mallarmé, y así lo siento, y así lo trato de vivir, no sé si dos veces por semana, tres veces por mes, cuatro veces, sino cuando se ha podido.

Mesa 6

Diálogos con los museos colombianos

Dentro de las líneas de acción se abrió un espacio especial a las experiencias colombianas porque se trata, además del país sede, de un estudio de caso que requiere la atención de la museología internacional. Se hizo una selección de procesos ilustrativos de la diversidad de la museología y la museografía en Colombia. Esta sesión propiciará la concurrencia de diferentes prácticas locales para construir un puente de comunicación con los diferentes ponentes.

INTRODUCCIÓN

Miguel Fernández Félix MÉXICO

Director del Museo Nacional de Arte y Presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos-AMProM

Me da mucho gusto empezar con esta última mesa, y les tengo una muy buena noticia a los que se quedaron, porque veo que se quedan los duros, siempre los que realmente quieren saber las conclusiones iniciales que el comité académico tomó de cada una de las mesas. Simplemente, como preámbulo muy breve, daré cada una de las líneas de acción de las mesas que se trabajaron y ciertas conclusiones que nos parecen evidentes, a reserva por supuesto de que en los días sucesivos, tanto la parte colombiana como la mexicana estaremos trabajando esto para hacérselos llegar de una manera más precisa y más clara.

Primera línea de acción, “Experiencias, lo educativo y lo lúdico”. Quisiera resaltar dos elementos: el museo juega un papel crucial como transmisor no únicamente de información sino también de valores simbólicos, de ahí la importancia del desarrollo de estrategias interpretativas que conduzcan a la diversificación de las opciones de lectura y acceso a las colecciones. Otro punto importante en este sentido es que hay una permanente negociación entre representaciones museográficas, intereses sociales e ideologías de la visibilidad, esto viene a exigirle al museo la necesidad de su continua transformación.

En la segunda línea de acción, “Museos como agentes de cambio y desarrollo social”, también quisiera subrayar dos elementos. En diversos proyectos museográficos el espacio del museo ha permitido observar que los agentes del cambio, las propias comunidades, son las que en todo caso dirimen sus mejores opciones de desarrollo conforme a sus intereses. La segunda conclusión de esta mesa fue que los museos comunitarios en América Latina han problematizado en particular las definiciones de los museos como instituciones de índole urbana. Por el contrario, estos museos están insertos en medios rurales inclusive con una fuerte presencia de culturas indígenas.

La tercera línea de acción en relación a las “Teorías museológicas”, gira en torno al papel del curador y cómo el peso de sus interpretaciones plantea una responsabilidad ética de su trabajo. En ese sentido es importante la recuperación de la autoría curatorial. Otro punto importante también es la definición del museo por el ICOFOM 2005,

en la que suprime la palabra deleite. No únicamente es cuestionable sino que permite una reflexión más profunda sobre las implicaciones del goce estético, el aprendizaje, la producción y la trasmisión de conocimientos.

En el eje de “Comunicación”, que sería la línea de acción número cuatro, se hace necesario un uso amplio de la noción de comunicación que va más allá de lo tecnológico y la divulgación, porque se trata no de atraer más público al museo sino de hacer más público el museo. Otro punto es el relacionado con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, que pueden ser exploradas con un enfoque interpretativo. Su carácter interactivo, lúdico y multisensorial las hace una herramienta útil para acercar al museo con sus públicos, intensificando la relevancia y el goce de la visita.

Para la última línea de acción que es “Patrimonio y memoria”, el punto de reflexión inicial es el de la noción de consumo cultural, que tiene una especificidad extra económica. Para el mundo de los museos podemos comprenderla como una relación de apropiación que crea diversos conjuntos simbólicos. En ese sentido, el consumo deviene también en una producción. Y los museos históricos siguen desempeñando un papel crucial en la constitución de los imaginarios identitarios de toda comunidad, sea nacional, regional o local. Sin embargo, deben recuperar mayor actualidad y eficacia en su referencia a una multiplicidad de representaciones.

Este es, por supuesto, un punto de vista que seguramente pueden ser –estoy convencido– extendido y enriquecido por ustedes. A mí me gustaría que todos los que han participado en este Coloquio, que tengan alguna conclusión, háganla llegar por favor tanto a la página de AMPROM, como a la página del Museo Nacional, para que nosotros podamos tener con ustedes un diálogo final.

Le pediré también al final a Luis Gerardo Morales, antes de que inicie el debate, que puntualice estos puntos generales que comenté de las cinco líneas de acción, y la sexta que sería ésta, con la que daremos por terminado este Coloquio.

Y antes de empezar, quisiera agradecer a todos los colegas colombianos y por supuesto a nuestros invitados especiales del extranjero, pues su acogida y sobre todo el empeño que tuvieron para que este Coloquio haya sido un éxito.

PRESENTACIÓN DE CASOS DE MUSEOS COLOMBIANOS

Debido a la diversidad de formatos en los que fueron presentados los casos de museos colombianos, se ofrece al lector la posibilidad de ver y escuchar directamente las grabaciones en video de cada presentación, siguiendo cada uno de los siguientes enlaces:

- 1 Cristina Lleras MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA
¡El museo es mío! Participación y negociación en la exposición Velorios y santos vivos. Comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras
<https://www.youtube.com/watch?v=RqrJQlvnKmU&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=1>
- 2 Cristo Hoyos MUSEO ZENÚ DE ARTE CONTEMPORÁNEO,
MUZAC, MONTERÍA, CÓRDOBA
El Muzac, o la experiencia museológica acorde con las circunstancias
<https://www.youtube.com/watch?v=dDeFljVcM4&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=10>
- 3) Esmeralda Ortiz Cuero MUSEO DE MULALÓ, VALLE DEL CAUCA
Museo Mulaló: una experiencia de gestión comunitaria en el contexto de una comunidad negra
https://www.youtube.com/watch?v=_XGjyM2VNm4&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=2
- 4 Fernando Barona MUSEO DEL ORO
¿Para qué hacemos estudios de públicos en la Subgerencia Cultural del Banco de la República?
<https://www.youtube.com/watch?v=lipMWBCGXgw&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=3>
- 5 José Nevardo García Giraldo MUSEO HISTÓRICO DE EL PEÑOL, ANTIOQUIA
Del patrimonio cultural a la construcción de comunidad
<https://www.youtube.com/watch?v=U1wEgrZbDME&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=4>
- 6 Julián Betancourt Mellizo MUSEO DE LA CIENCIA Y EL JUEGO,
UNIVERSIDAD NACIONAL
Exposiciones itinerantes: de inclusión social y otras cuestiones
<https://www.youtube.com/watch?v=gn88QDRlpUI&index=5&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8>

- 7 Lucía González Duque MUSEO DE ANTIOQUIA
Museo de Antioquia: una apuesta por la inclusión
<https://www.youtube.com/watch?v=-2MsEs1xRDw&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=6>
- 8 Lucila González Aranda MUSEO DE ARTE MODERNO DE BUCARAMANGA, MAMB
El MAMB: un museo insólito
<https://www.youtube.com/watch?v=QXwSFtJbWyU&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=7>
- 9 Margarita Mariño von Hildebrand MUSEO DE BOGOTÁ
El proyecto participativo DF/DC: ocupaciones, oficios y trabajos
<https://www.youtube.com/watch?v=-xHpn0TkSZE&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=8>
- 10 William López Rosas MAESTRÍA EN MUSEOLOGÍA, UNIVERSIDAD NACIONAL
La formación en museología y su impacto en la construcción social del patrimonio cultural: el caso de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia
<https://www.youtube.com/watch?v=znzLAGledRQ&list=PLIaD25P8E5vUQc0qZeFQRNpUtPkEab2d8&index=9>

Debate mesa 6

Miguel Fernández Félix: Quisiera proponerles rápidamente una muy breve reflexión sobre lo que los ponentes han comentado en estos casos particulares y, primero que nada, quiero felicitarlos a todos ustedes porque, además de establecer lazos directos con el tema central del Coloquio, nos enseñaron de manera práctica cómo están ustedes enfrentándose a la realidad cotidiana que es la de trabajar, en este caso, con públicos y comunidades. La idea es simplemente hacer un breve comentario para que los demás ponentes que han estado con nosotros participando en las distintas mesas, puedan hacer comentarios sobre alguna intervención, para posteriormente dar algunas consideraciones generales sobre este evento y que la doctora María Victoria de Robayo pueda hacer la clausura formal.

Yo quisiera hacer un primer comentario sobre la intervención de Cristina Lleras que, de hecho, desde el propio título con el que comienza su ponencia, señalando que “el museo es mío”, parte en este caso de dos polos, el de participación y el de negociación, con los que evidentemente Cristina nos introduce en un punto fundamental que es el tema de la comunidad. A partir de ahí, hemos visto que Cristo Hoyos, en este Museo de Arte Contemporáneo por el que han pasado nueve gobernadores en un tiempo muy corto, muestra cómo, a pesar de estos continuos cambios políticos, que nos han sucedido a todos, ha logrado establecer un lazo muy interesante con la comunidad y con la sociedad. Después, en el caso específico de Esmeralda Ortiz, me interesaron especialmente dos puntos del Museo de Mulaló: esa idea de gestión comunitaria importante y, además, ese rescate de la historia en el que ustedes como comunidad están participando en el museo, a partir de un eje central como es la Independencia. También me interesó mucho la presentación de Fernando Barona, centrada en la pregunta esencial de los públicos, que no es centrarse nada más en la cuestión de cuáles públicos nos visitan, sino especialmente conocer cuáles son los públicos que no nos visitan, entonces me pareció muy interesante esa visión también etnológica, cómo introducir la etnología en el museo y cómo se puede generar una relación directa a partir de un trato con distintas comunidades. Si bien entendí, el Museo del Oro tiene varias sedes, no como el Museo Guggenheim, sino en una concepción particular de cómo establecer una relación diferente con cada una de las comunidades donde se insertan las distintas sedes del museo. Pasando ahora a la intervención de José Nevarro García, en el caso del Museo del Peñol, yo hice inmediatamente una relación con una población en México, Valle de Bravo, donde también la inminente construcción de una presa hizo que esa población que estaba al fondo del valle tuviera que desplazar toda su comunidad para inundar el lugar; me parece un marco de referencia muy interesante para que pueda ser puesto en práctica en otros lugares como ese, porque allí no hay un museo y ese rescate de la memoria de esta comunidad hace treinta años me parece un caso muy interesante para ser estudiado, especialmente porque es un proyecto realmente ciudadano, que nace de la ciudadanía, y creo que en este sentido hay una línea conductora muy clara entre las propuestas de ustedes. En el caso de Lucía González, con el proyecto muy interesante del Museo de Antioquia, creo que más allá de esta implicación y cómo subraya el tema social, este caso se centra sobre uno de los puntos que son tan críticos no sólo en Colombia sino también en México, que es el tema de los desplazados y los desterrados,

que yo creo que no es un tema sólo de estudio sino también, como Lucía lo trata, de comunicación y de comprensión que es necesario poner sobre la mesa; yo creo que es un gran esfuerzo pero sobre todo una gran apuesta a la que indudablemente los museos tenemos que estar vinculados. No hay que olvidar la implicación que en Latinoamérica, desde 1970 hasta el presente, tiene el museo como una entidad social, a partir de la mesa redonda de Chile, donde estos doce personajes se reúnen en 1972 y discuten la idea del museo social. Aquí se ven reflejadas evidentemente las ideas de esa mesa, pasando por otras reuniones que el ICOM ha tenido en torno a estas relaciones del museo con la comunidad. Y bueno, en cuanto a la intervención de Lucila González, me pareció muy interesante su comentario de la definición de su ciudad, cuando dice que “Bucaramanga es una manera de vivir”, y de esa poética y esa idea, que yo quiero rescatar, de la educación informal con los niños. Pasando ahora a la presentación de Julián Betancourt, con este proyecto importantísimo del Museo de la Ciencia y el Juego, me pareció formidable esa propuesta de Julián de cómo establece una red en dos sentidos, primero con más de ciento setenta visitas que ha realizado con el museo en exposiciones con las maletas grandes, y luego con varios cientos de visitas con las maletas pequeñas que enlaza un programa educativo con una manera más que ingeniosa, además con un compromiso claro a nivel social, incluso en lugares donde la guerra ha penetrado, donde establecen una relación que yo creo que hay que profundizar más. Otro punto rescatable de la propuesta de Julián es cómo inclusive ha integrado otras redes, como la Red Liliput, que además se suma a lo que está trabajando este proyecto, y creo que el concepto de red es otro punto fundamental que veo que se está estableciendo en varios casos presentados por otros colegas. El caso de Margarita Mariño presenta una propuesta que me parece muy enriquecedora en los enfoques de múltiples diálogos, el primer diálogo se centra en dos comunidades, dos ciudades, México y Bogotá, en donde inclusive, de manera muy espontánea, Margarita plantea que esa era una experiencia de goce, que proponía la posibilidad de que el público se quedara a dormir en el museo, creo que se vincula directamente con el nombre de este Coloquio, en cuanto a esa idea de que hay otros, que somos muy parecidos y que, en la medida en que dialogamos, nos vamos a dar cuenta de cómo podemos refrendar estas relaciones de comunicación y enlace que, al parecer, o más bien, evidentemente, la sociedad está deseando. Y finalmente William López, con el concepto de formación muy interesante que está manejando Colombia, yo sólo quisiera hacer un comentario: nuestro país, México, aún no tiene licenciatura en Museología. Sé que ustedes no tienen licenciatura en la Universidad Nacional, sé que están en el posgrado en Museología, pero lo menciono por esa buena relación que hay con la Universidad Externado de Colombia. Me parece que eso es fundamental, establecer ese diálogo, y creo que un punto también muy importante de lo que William nos comentó, es esa idea de Red Latinoamericana de Museos Universitarios que se está creando. Creo que ya estamos, más que en las ideas, yo siento que estamos llegando a la acción concreta y estoy muy orgulloso de estar escuchando todo esto. Yo creo que estas presentaciones de ustedes nos dejan ese buen halo, pues creo que estamos todos en un punto en que estas realizaciones nos van a llevar todavía a profundizar y a tener una relación más estrecha entre el público y nosotros mismos. Yo simplemente hago un resumen muy breve de esta sesión para que los ponentes que tengan alguna duda o algún comentario sobre estos casos colombianos, pasen a preguntarles directamente a ellos.

Teresa Morales: A Cristina quiero felicitarla por su exposición muy honesta, muy clara,

de las limitaciones de esta estrategia de la consulta para una exposición en un museo grande, creo que ese tema también lo tocaron Sheila y Anne Christine, Sheila diciendo que es un primer paso valioso pero que tal vez no va hasta el fondo de la situación, y creo que el ejemplo de Cristina fue muy claro en ese sentido. La pregunta sería entonces: ¿Qué otras alternativas han pensado desarrollar para complementar esta estrategia, con las limitaciones que tienen? Y también quiero felicitar a Esmeralda por su trabajo y preguntarle cómo está presente en la Asociación de Amigos del Museo la participación de los adultos y los ancianos, parece que el 80% de la Asociación está integrada por jóvenes, pero la otra parte cómo está integrada, y también quisiera saber qué relación tienen con el gobierno local, pues eso no me quedó muy claro, y de qué manera se han realizado procesos de consulta para integrar la comunidad en las decisiones del museo.

Manuel Gándara: Bueno, yo quisiera primero felicitar a todos los expositores porque fue maravilloso, nos dieron una muestra bastante completa y bastante rica de la actividad museográfica y museológica en Colombia. De hecho, estoy sorprendido y quisiera poder darle un aplauso particular y con detalles a cada uno, pero simplemente puedo decir que me parece una generosidad formidable la de ustedes el compartir este mosaico de experiencias con nosotros. Y a Cristina quiero decirle que me impresionó cuando decía que tal vez hay una contradicción en el asunto de la colaboración y la autoría, por lo que quiero ofrecerle una reflexión para tratar de convencerla de que tal vez no, porque, aun si se lograra el proceso completo tan a fondo como a ti te gustaría, no hay problema de autoría; los autores son la gente del museo y la gente que fue convocada, ambos son autores, pero no podemos pretender que no son autores, o que no hay autores, porque eso es lo que nos mete de repente en algunos embrollos. Aquí simplemente sería una autoría compartida, creo yo.

Ivan Karp: Yo también quiero felicitar a los presentadores de estos trabajos que han compartido con nosotros la riqueza y diversidad de la comunidad de museos en Colombia, en sí misma, y todas las cosas extraordinarias y diferentes que ellos están desarrollando. La pregunta que quiero hacer se relaciona con los distintos enfoques presentados a lo largo de todo el panel, por cuanto me parece que uno de los elementos de la diversidad son esas extraordinarias diferentes definiciones del público al que el museo sirve, en lo que se refiere no sólo a cómo se realiza la investigación, sino a cómo son elaboradas las exhibiciones. He contado varios enfoques, en primer lugar, el concepto tradicional de las audiencias como una persona individual; en segundo lugar, la idea de que hay públicos a los que no se les están prestando servicios adecuadamente; en tercer lugar, que los museos sirven a diversas comunidades; y finalmente, que los museos están involucrados en una competencia con otras organizaciones en la esfera cultural, que comparten la mismas audiencias por las que ellos compiten con otras formas de uso del tiempo libre o de entretenimiento. La pregunta que tengo es qué tan claramente ustedes tienen que definir quiénes son sus audiencias, o sus “clientes” como cada vez con mayor frecuencia se les llama en los Estados Unidos, cuando ustedes participan en esas exposiciones experimentales.

Sheila Watson: Sí, yo quisiera felicitarlos a todos ustedes por esas presentaciones tan interesantes, muchas gracias. Para Cristina, de quien realmente disfruté su exposición y su presentación, tengo un comentario acerca de la dificultad del trabajo con la comunidad y su sostenibilidad, y mi comentario es que ese trabajo realmente es una

maratón, es un largo camino, y a veces hablamos de comunidades como si ellas fueran un todo y pensamos en establecer una relación con la comunidad, pero realmente establecemos relaciones con individuos, y es a través de los individuos como logramos llegar a la comunidad, por lo que construir una relación toma mucho tiempo, así es que la felicito por emprender ese reto.

Miguel Fernández Félix: No sé si alguien más de los ponentes quiere hacer algún comentario, pero creo que Cristina tiene ya dos o tres preguntas que podría comenzar a responder mientras tanto, por favor.

Cristina Lleras: Bien, sobre las otras alternativas para complementar la estrategia de participación, en realidad no tengo una respuesta en este momento. Como parte del estudio de la exposición, vamos a realizar tres grupos focales con algunas de las personas que vinieron a visitar la muestra y que se identificaron como afrodescendientes o como miembros de comunidades negras o raizales, o palenqueras, si están acá en Bogotá. Y mi intención en esos grupos focales va a ser realmente dejar de sujetar tanto las riendas y ver qué propuestas salen desde el grupo. Por supuesto me parece que lo que viene siendo muy complicado es que, a partir de lo que decía Sheila ahora, cuando se refería a que uno no trabaja con comunidades sino con individuos, precisamente la diversidad de las comunidades negras o afrocolombianas es uno de los retos y uno de los aprendizajes de la exposición. Entonces, mirando simplemente siete entre las muchas comunidades que hay en Colombia, veíamos que cada una tiene su propia historia y encontrar cómo vamos a profundizar un poco más en esas diferencias, creo que eso estará por verse, es una muy buena pregunta que quedará consignada. Respecto al tema de la autoría, me refería a que Miguel había hablado fundamentalmente del curador, aunque por supuesto la autoría puede ser compartida y creo que el caso de esta exposición podría ser el caso paradigmático. Sin embargo, me parece muy interesante discutir un poco más esa tensión, porque por ejemplo ustedes escucharon también una ponencia de una exposición que se hizo acá sobre el río Magdalena, donde había una autoría mucho más clara y entonces creo que ahí esas tensiones que se generan entre el curador como autor y lo que pretende representar me parece que es un problema que sería muy sabroso para discutir. En cuanto a la pregunta del profesor Karp, él hacía alusión a que en todas las ponencias se utilizaron diferentes nociones del público o los públicos de un museo: se habló de la audiencia, se habló de unas audiencias no debidamente atendidas, también de comunidades diversas, e incluso de competencia entre distintas organizaciones por los mismos públicos. Entonces, la pregunta para todos nosotros es qué tan claramente debemos definir esas audiencias, y esta pregunta quisiera dejar que la responda otra persona.

William López: Yo quisiera anotar algunas ideas, precisamente a propósito de la intervención del profesor Karp y de la intervención que hizo Germán Rey esta mañana, porque los estudios de consumo cultural de los cuales habla Germán están centrados muy fuertemente en ciudades donde los procesos de modernización y de construcción de estructuras culturales han sido muy fuertes. Estamos hablando de Bogotá, estamos hablando de Cali, de Medellín, pero la mayoría de los museos de los cuales se habló esta tarde no están instalados en esa realidad sociológica y entonces el tema de consumo cultural, desde la perspectiva metodológica y desde la perspectiva teórica de la cual habla Germán, hay que tomarlo con cierto grado de precaución porque, en cualquiera

de los proyectos que vimos acá en esas ciudades –aunque a mí parece un poco odioso hablar de oferta cultural, de producto cultural, pero bueno, así es la tendencia general– si queremos hablar de que el museo se instala como otra posibilidad dentro de las realidades sociológicas de esas poblaciones, creo que el problema es de otro orden. Podemos intervenir y hablar de consumo cultural y de este tipo de cosas, pero ahí creo que el tema y la función social del museo está ligada a la alternativa cultural, a la posibilidad de construir otras cosas, incluso de mirar el mundo de otra manera, y ahí me parece que, aunque los grandes museos en las grandes ciudades pueden tener esa función también cultural, creo que en el caso de esos museos ligados a contextos culturales muy concretos, con unas dinámicas sociales, históricas, antropológicas que no están necesariamente ligadas a los grandes procesos de la modernización, ahí hay que repensar el museo porque –y ese es uno de los grandes retos que tiene la Maestría en Museología– creo que se requiere pensar una museología de ese orden, porque no es la museología hegemónica sino la museología real, si me permiten emplear esa dicotomía, es la museología de los museos más reales, más realistas. Un director de museo que me interpeló ahora, me decía que él era el barrendero del museo, también el vigilante y también el guía del museo. Bueno, pues ese es el museo real de Latinoamérica y ese es el museo al que debemos darle una alternativa profesional, una alternativa histórica, una alternativa teórica y también una alternativa política.

Cristo Hoyos: Dentro del mismo comentario de William, yo también podría decir al respecto que es necesario tener en cuenta los tiempos, los contextos y las circunstancias, pues de lo contrario sólo estaríamos dejando que fluyeran las cosas tal como están. No es lo mismo visualizar un proyecto desde un centro como Bogotá, desde una ciudad intermedia, pequeña, no entrenada, ni mucho menos perteneciente a los circuitos de ofertas culturales. En el caso de Montería, éste es un museo, todavía no lo sé, no lo creo, que ofrece un producto o una oferta para un público que tampoco conocemos y sólo tenemos tres años, es decir, no podemos hablar en esos términos. Pero lo importante es que, si bien hay problemas administrativos, políticos, de violencia, Montería es una ciudad que tiene el tugurio más grande de América Latina en su proporción con la población, pues Montería no llega a tener 400.000 habitantes, pero el barrio Cantaclaro tiene 150.000 habitantes. El sitio que ustedes vieron, donde se hacen las exposiciones de obras que exigen condiciones especiales de seguridad, es un sitio que queda en el centro de la ciudad, a la orilla del río Sinú, donde corremos riesgos, el río también se puede desbordar, y si la gente sufre la inundación, las obras también la pueden sufrir. El museo existe cuatro veces al año, es decir, hay cuatro exposiciones, pero funciona hasta las nueve de la noche, qué maravilla, pues aquí en Bogotá no hay ningún museo abierto hasta las nueve de la noche. Porque el clima nos lo permite, abrimos a las cuatro de la tarde y a las nueve de la noche hay cola para entrar al museo. Igualmente, al día siguiente de una exposición, puede haber una escuela, puede haber un encuentro cristiano, puede haber un evento de impulsadoras de productos de belleza, porque ese espacio no es nuestro, ese espacio es nuestro mientras lo visita un proyecto de la obra de un artista o una exposición en convenio con otros museos nacionales. Otros espacios que utiliza el MUZAC de Montería pueden ser las emisoras de las dos universidades cada vez que llevamos el crítico, el artista, o la obra de un artista. También para realizar laboratorios y talleres utilizamos entonces las escuelas, los colegios y a veces trabajamos al aire libre. Pero si vamos a buscar el museo de Montería, es posible que no lo encuentren, pues solamente están los eventos. No tenemos ningún contacto económico, ni dependencia

económica, ni de alcaldías, ni de gobernaciones. Esto pone en cuestión cómo se puede planear una programación cultural si no hay una continuidad administrativa. En un principio vimos esto como nefasto y pensamos que iba a debilitar el proyecto, pero con el tiempo hemos visto que ha sido positivo estar distantes de la administración porque nos ha permitido una continuidad, gracias al apoyo de la empresa privada, que va desde una fábrica de helados hasta una multinacional.

Esmeralda Ortiz: Bueno, Teresa, la verdad es que por razones de tiempo no pudimos comentarles cómo los abuelos se articulan a esta propuesta de museo de comunidad. Pero traemos una diapositiva muy interesante que da cuenta de la relación entre la institución educativa y el Museo de Mulaló. Una cosa es la Asociación de Amigos como estrategia para la gestión de recursos, porque sabemos que tenemos que garantizar la sostenibilidad, y otra cosa es la relación y el rol del museo dentro de la comunidad, donde todos los actores de la comunidad juegan un papel protagónico. De hecho, los abuelos, los adultos mayores, en el contexto del módulo de manifestaciones culturales, se constituyen en la fuente fundamental. Les cuento una experiencia: nosotros elaboramos los árboles genealógicos, desde la perspectiva histórica y fundamentados en los archivos parroquiales, pero esos árboles genealógicos tenían que ser contrastados con las familias nativas reales. Entonces, cuando empezamos a mostrar esos árboles genealógicos, nos decían ¿éste quién es?, o éste no era de aquí, o ese se llamaba de tal manera. Y entonces eso se cruza con otro proyecto de la institución educativa, en el marco del Proyecto Etno-educativo Institucional, que tiene como objetivo “aportar al fortalecimiento de la identidad de los miembros de la comunidad educativa, utilizando como estrategia la historia”. Y de esta manera desarrollamos actividades como las “Tardes del café”, que es un espacio que le hemos ganado a la televisión, y es la posibilidad de invitar a los abuelos al aula, al espacio, al auditorio, a compartir con los chicos todas esas memorias, por ejemplo, cómo era el pueblo cuando no existía la energía, o los mitos, las leyendas y las tradiciones. Por ejemplo, en una “Tarde del café” invitamos a una matrona mulaleña que nos compartió “El bautizo de la muñeca del pandebono”. ¿Qué simbología estaba detrás de esa tradición? Una serie de lazos de lealtad: una muñeca que era bautizada como si fuera un bebé y que generaba compadrazgos para toda la vida. Tenemos también espacios como la recuperación de la memoria fotográfica, que es un espacio muy significativo que nos ha permitido conocer los rostros de nuestros abuelos, lo que ha sido muy importante para las generaciones actuales, y ustedes se imaginan lo importante que será para las generaciones futuras, pues esa memoria podrá contrastarse con la investigación que se hace en los archivos parroquiales. Hay otro espacio muy bonito que se genera entre el museo y la institución educativa, que es la “Velada de integración familiar” y es cuando los chicos también, referenciándose en muchos de los saberes de los abuelos, preparan actos enfocados a exaltar ese rol tan importante de la sabiduría tradicional de los abuelos. A través de esos espacios hemos resignificado el rol de los abuelos como portadores de saberes, especialmente de las comunidades negras, de aquellos que se transmiten de boca en boca. Y esto es muy importante porque uno podría decir que la historia de las comunidades negras de nuestro país se ha construido a partir de dos líneas: una desde la historia institucional, las reinterpretaciones que se hacen desde la historia tradicional, y otra desde la memoria, desde la recuperación de la memoria de las propias comunidades. Con relación a cómo es la participación del gobierno local en la estructura del museo, diríamos que es una relación en cuanto a los planes y programas de turismo y cultura locales, porque hay un instituto descentralizado

de cultura en el municipio de Yumbo, y lo que hacemos fundamentalmente es preparar proyectos, gestionarlos, estructurarlos bien, que sean coherentes con la dinámica interna que tenemos dentro de la comunidad, y rezar de pronto para que sean seleccionados, y si no, esperar al próximo año para presentar nuevos proyectos. En cuanto a la realización de consultas con la comunidad para el proceso de estructuración del proyecto, ustedes observaron el proceso de resignificación y reconceptualización del guion, que partió de unas mesas de concertación internas que se hacen en la comunidad. Nosotros también tenemos una entidad de concertación donde se representan las diferentes organizaciones de la comunidad, que es Corpomulaló, y a través de ella hemos hecho cartografía social, hemos invitado a los chicos a hacer también entrevistas, escuchamos las voces, intentamos que nuestras voces se encuentren.

Fernando Barona: Yo quisiera referirme a dos intervenciones que creo están estrechamente relacionadas. Pienso que las instituciones museísticas, para el caso nuestro y el caso latinoamericano, tienen una orientación hacia las comunidades y su trabajo, definitivamente, deben concentrar una buena dosis de reconocimiento de los entornos y de los contextos. También es cierto que la visita a los museos se constituye en una experiencia individual pero, finalmente, los resultados de esa experiencia individual tienden a socializarse y vuelven a la colectividad, a la comunidad. El compromiso y la función social de los museos pueden dirigirse al cumplimiento de intervenir las sociedades, intervenir las comunidades, pues no somos neutrales, no estamos por fuera de los contextos, no podemos pensarnos neutrales, no podemos pensarnos en la independencia absoluta, no podemos estar de espaldas a nuestras comunidades, ni a nuestras sociedades, ni a nuestros contextos. De allí que la relación con las comunidades también es fundamental en el sentido de la configuración de las categorías, pues cuando se hace la intervención acerca de si hay claridad en la definición de los públicos o de las audiencias, yo sí creo que es importante tener claridad en términos de los conceptos. Tenemos comunidades, insisto, para las que llevamos unas programaciones, unas exposiciones, unos apoyos académicos, unas reflexiones, y todas ellas intervienen a las comunidades, sin duda. En esas comunidades tenemos públicos, en plural, no público en singular, aún más cuando nos estamos reconociendo en la diversidad, y a esos públicos los debemos volver públicos visitantes, que vengan a nuestras instituciones. Y el gran reto, creo yo, está en convertir a esos públicos visitantes en públicos usuarios, que usen esos espacios, es más, los museos tienen que avanzar, y creo que están avanzando, hacia convertirse en lugares de encuentro, no espacios físicos, sino lugares donde hay un reconocimiento de la sociedad en un entorno que finalmente les pertenece y por eso son públicos. Volverlos usuarios es decirle a los públicos que vuelvan a visitar el museo. Finalmente el gran reto de los museos es hacer que la gente vuelva a ver la misma colección, la misma exposición, desde muchísimas posibilidades, miradas, alternativas. Ese es uno de los retos de los museos, volver usuarios a los públicos, y creo que estamos avanzando hacia allí.

Miguel Fernández Félix: Gracias Fernando. Cristina quiere intervenir de nuevo, pero yo haría nada más una moción de tiempo, porque estamos ya pasados más de media hora y yo pediría que primero intervinieran los que no han participado, si lo quieren hacer, nada más por cuestiones de tiempo. ¿Hay alguien más que quiera hacer un comentario? Quiero ser un poco respetuoso con los tiempos, Cristina, porque lo que quisiera es que primero participaran los que no han hablado aún, pero si es sólo un minuto, entonces adelante.

Cristina Lleras: Estoy en total desacuerdo con Fernando, creo que después hablaremos de los desacuerdos, pero sólo quiero decir dos cosas. Uno, es que la comunidad raizal es la que está esperando que salgamos, entonces en aras de que el museo sea un espacio más abierto, no creo que debamos ignorar que ellos esperan ser tratados no como usuarios sino como creadores, que es el siguiente paso que debemos dar. Yo estaría en desacuerdo con decir que lo que busca el museo es que los públicos vuelvan a ver las mismas colecciones; más bien tendríamos que cuestionar si realmente somos capaces de construir sentido para esos públicos que hacen de la visita, siempre, una visita social. Es todo.

Miguel Fernández Félix: Gracias Cristina. ¿Hay algún otro comentario de los ponentes sobre las presentaciones o sobre las inquietudes del público? Aquí hay varias preguntas del público, pero si les diéramos paso nos tomaría una hora más de diálogo. Entonces, si me lo permiten y están de acuerdo conmigo, yo le daría estas preguntas a cada uno de los colegas para que ellos las respondan y que luego, en la página del Museo Nacional o en algún medio que inventemos rápidamente con la Universidad Externado, pudiésemos dar cabida a las respuestas de sus inquietudes. Y antes de darle la palabra final a la doctora María Victoria de Robayo, directora del Museo Nacional de Colombia, socia, colega de este proyecto, también junto a la Universidad Externado de Colombia, con Fernando López Barbosa que está aquí con nosotros, y junto a nuestros colegas del ICOM y del Banco de la República, yo quisiera que muy brevemente Luis Gerardo Morales pasara aquí para que nos leyera las consideraciones generales de este Coloquio para que luego María Victoria nos dé unas palabras finales. Muchísimas gracias a ustedes, colegas.

María Victoria de Robayo: Bien, todo llega y todo pasa. Y definitivamente trabajamos mucho tiempo, muchos meses, en conjunto con nuestros amigos y colegas de México y de la Universidad Externado de Colombia, para lograr este Coloquio en el que verdaderamente me sorprendió, no les puedo ocultar, haber encontrado tanta convocatoria. Yo sabía que iba a ser bueno, yo sabía que nos habíamos propuesto hacer algo que fuera de altísima calidad, pero la verdad me sorprendió el eco y la cantidad de público que un coloquio de reflexión sobre museos puede realmente convocar, porque hace unos años hacíamos reuniones de museos aquí, seminarios y otros eventos, y nos sentíamos muy orgullosos de tener cerca de cien personas. Trajimos expertos del Museo del Louvre, hicimos un seminario en 1995 con el Director de la RMN, el Inspector General de los Museos de Francia, en el que a pesar de ser tan importante, de todas maneras fuimos muy felices porque tuvimos cien personas en el público. En esta ocasión, hemos tenido doscientos treinta asistentes, y creo que esto nos hace pensar mucho sobre cómo los museos han venido tomando un lugar importante en nuestras comunidades, cómo han ido creciendo en pertinencia y cómo hemos venido creando nuevos públicos y, bueno, éste es un trabajo largo, los tiempos de los museos, sabemos todos, son largos, pero creo que ha valido muchísimo la pena haber estado reunidos estos tres días. Ahora me voy a sentir un poco huérfana, mañana el museo va a estar un poco desolado, obviamente lleno de niños y de estudiantes como siempre, pero la verdad es que este Coloquio ha sido algo que nos ha dejado muy contentos, muy satisfechos. No voy a referirme a las ponencias, porque ya Miguel y Luis Gerardo hicieron un acertadísimo resumen de las conclusiones y las líneas de acción y también de los retos que nos quedan para más adelante, lo que se deriva de este encuentro. Pero la verdad es que creo que ha sido un privilegio para todos los que hemos podido asistir y participar

en el Coloquio, porque este trabajo de planeación académica ejercido especialmente por Luis Gerardo Morales Moreno, fue el que nos permitió el privilegio de contar con una pléyade de conferencistas que enriquecieron, con sus reflexiones, los tópicos que son motivo de preocupación para todos nosotros, quienes estamos al frente de nuestros museos en estos primeros años del siglo XXI y que serán igualmente importantes para los que seguirán en estas tareas y que vienen detrás de nosotros, pues hemos estado reflexionando sobre museos diferentes, museos más abiertos, más incluyentes, y creo que todas estas riquísimas conclusiones que salieron de aquí nos servirán de guía.

Creo que todos estos conceptos y tensiones entre el mayor o menor grado de uso de las tecnologías, las tensiones entre los conceptos de comunicación y transmisión, por ejemplo, que fue algo que me sorprendió muchísimo con la participación del profesor Deloche y el profesor Karp, me parece que, de alguna manera, estas tensiones son las que nos mueven más en este momento. Y creo que la conclusión general es que el museo de hoy en día es totalmente diferente al museo académico, hegemónico, que es la gran inquietud que, de alguna manera, compartimos en este museo con nuestros colegas de Argentina, pues como ustedes han visto hay una diferencia muy grande entre la narración que tenemos en una de las salas de la Independencia, o de la República, y la narración de la exposición temporal que les mostramos el primer día. Y realmente creo que ese es el reto del museo del siglo XXI, hacer que las historias las cuenten o sean contadas por todos los actores de la historia, y no sólo de un lado, y que todos estén participando también en la manera de contarla.

Yo creo que no tengo mucho más que decirles, además de estos infinitos agradecimientos, pero antes de terminar quiero mostrarles un pequeño anuncio comercial que la agencia de publicidad Lowe/SSPM, que nos ayuda y nos dona su trabajo para hacer la publicidad del Museo Nacional, nos hizo un día a título absolutamente voluntario y decidió regalarnos este anuncio de televisión que pienso que, cuando ustedes lo vean, como dice el lugar común de “una imagen vale más que mil palabras”, sentirán que muchas cosas de las que hemos pensado están expresadas en esta imagen. Quiero mostrarla en un minuto y después concluyo.

[Se proyectó el video <https://www.youtube.com/watch?v=G1muxrowm6E>].

Bien, creo que, después de ver esto, lo que queremos es salir de aquí transformados nosotros y también todos los que visiten nuestros museos, o sus museos, que salgamos todos que no nos quepa la cabeza en el casco. Así que, sea ésta la oportunidad para agradecer, sobre todo, voy a mencionar a alguien que no he mencionado y que no mencioné el primer día, que es Fernando López Barbosa, nuestro anterior Coordinador del proyecto de ampliación del Museo Nacional, que algún día será una realidad, y quien ahora es el director de la carrera de Museología de la Universidad Externado de Colombia, quien trabajó en la organización del Coloquio con la coordinadora de la Red Nacional de Museos, Ana María Cortés, desde Colombia y, por supuesto, por teléfono, Internet y por todos los medios, con nuestros socios de México. Creo que lo que más vale la pena resaltar de esta experiencia, más allá de todas las bondades del Coloquio, es que un grupo de colegas de dos países latinoamericanos hayamos formado un equipo de trabajo y nos hayamos puesto de acuerdo para sacar adelante un proyecto como éste. Creo que, para mí, esa fue la experiencia más rescatable, porque ahí además

sentimos en forma evidente cuántas cosas nos unen, cuántas cosas maravillosas podemos hacer, y cómo Latinoamérica podría ser un continente maravilloso si en todas las esferas del quehacer pudiéramos trabajar así de unidos, y cómo sería América si lográramos esto en todos los campos. Yo creo que ese es el valor más rescatable de todo lo que hemos hecho, y no es una cuña diplomática, por supuesto que estoy verdaderamente convencida de esto. Debemos agradecer, por supuesto, a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, a través del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, por su aporte, a la Acción Social de la Presidencia de la República, al British Council, a la Fundación Carolina, a la Embajada de Brasil, a la Embajada de Francia, a Juan Valdez, a Air France, a Seguros Bolívar, a Aviatur, por supuesto a la Asociación de Amigos del Museo Nacional, y no quiero terminar sin dar un reconocimiento muy especial al señor Rector de la Universidad Externado de Colombia, el doctor Fernando Hinestrosa, y a la Decana de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural, Lucero Zamudio, por su apoyo. Y no me queda sino despedirme de ustedes, esperando que nos veamos otra vez muy pronto, para revisar qué ha pasado con lo que aquí hemos dicho, pensado y soñado, y desearles que tengan una experiencia magnífica en la visita que haremos a continuación al Museo del Oro, y un feliz regreso a casa.

CONCLUSIONES-SÍNTESIS GENERAL DE TEMAS CLAVES

Luis Gerardo Morales MÉXICO

*Asociación Mexicana de Profesionales de Museos-AMProM***Línea de acción 1****EXPERIENCIAS: LO EDUCATIVO Y LO LÚDICO***Colombia, México y Francia*

1. Se hace necesario reflexionar si resulta posible la “desescolarización” del museo, sin renunciar a su papel de herramienta didáctica.
2. El museo juega un papel crucial como transmisor no únicamente de información, sino también de valores simbólicos. De ahí la importancia del desarrollo de estrategias interpretativas que conduzcan a la diversificación de las opciones de lectura y acceso a las colecciones.
3. Es imposible que el museo satisfaga a todas las comunidades interpretativas, lo cual impone ciertos límites a la democratización de las políticas de museos.
4. Es necesario ampliar las posibilidades de diálogo de los museos con sus comunidades interpretativas.
5. Hay una permanente negociación entre representaciones museográficas, intereses sociales e ideologías de la visibilidad. Esto viene a exigirle al museo la necesidad de su continua transformación.
6. Los museos deben correr riesgos y salir adelante de las estrategias narrativas “políticamente correctas”. En este sentido, deben enfatizar su papel reflexivo o crítico en la sociedad.

7. Las nuevas tecnologías electrónicas e informáticas han ampliado el papel de la museología más allá de sus usos puramente instrumentales. En todo caso, la denominada “museología digital” abre un campo de reflexión sobre otras modalidades de comunicación en los museos.

8. El trabajo del museo es de índole colectivo, por lo que requiere del desarrollo de programas de trabajo interdisciplinarios que permitan una mayor diversidad de discursos y miradas.

Línea de acción 2

MUSEOS COMO AGENTES DE CAMBIO Y DESARROLLO SOCIAL

Brasil, Reino Unido y México

1. En diversos proyectos museográficos, el espacio del museo ha permitido observar que los agentes “del cambio” son las propias comunidades las que, en todo caso, dirimen sus mejores opciones de desarrollo conforme a sus intereses.

2. Resulta inevitable que los espacios museográficos sean también una arena política entre lo erudito y lo popular; entre las estrategias del saber autorizado y las tácticas de respuesta del hombre cotidiano.

3. Hay una dialéctica entre las visibilidades fijas de las representaciones museográficas y las prácticas cambiantes de las comunidades.

4. Los museos comunitarios en América Latina han problematizado, en particular, las definiciones de los museos como instituciones de índole urbana. Por el contrario, estos museos están insertos en medios rurales, inclusive con una fuerte presencia de culturas indígenas.

5. Hay una tensión permanente entre historia pública “desde arriba” e historia pública “desde abajo”. Es decir, entre saber autorizado y saber diferenciado. En todo caso, cada vez más el museo requiere de matrices disciplinarias heterológicas que involucran a la antropología, la historia, la literatura, las artes, la psicología y las ciencias.

Línea de acción 3

TEORÍAS MUSEOLÓGICAS

Estados Unidos, España y Francia

1. Hay que considerar que el museo es una de las primeras instituciones globales del mundo, de ahí su complejidad e importancia comunicativas.

2. La relación entre objetos, artistas, curadores y observadores debe atenderse porque consiste en una cadena de mediación y transmisión de los mensajes del museo.
3. El papel del curador y el peso de sus interpretaciones plantean una responsabilidad ética de su trabajo. En este sentido, es importante la recuperación de la “autoría curatorial”.
4. Los contextos interpretativos de las exposiciones son los que permiten el tránsito de los objetos de la desposesión a la resignificación, de la muerte a la vida, de la descontextualización a la recontextualización, aunque ello los someta muchas veces a determinadas estandarizaciones culturales y mediáticas.
5. La noción de museo “virtual” incluye, al menos, dos acepciones: aquella que resulta reductible a las nuevas tecnologías digitales, y aquella otra que recupera la importancia de la experiencia estética y sus valores trascendentales.
6. Los cibermuseos pueden profundizar cierta democratización del acceso a la cultura de los museos, aunque por supuesto nunca sustituyen la importancia de “los efectos de presencia” de los visitantes en los museos o salas de exhibición.
7. La definición del museo por el ICOFOM, en 2005, en la que se suprime la palabra “deleite” no únicamente es cuestionable, sino que permite una reflexión más profunda sobre las implicaciones del goce estético, el aprendizaje, la producción y transmisión de conocimientos en los museos.
8. El museo, a diferencia de otros medios de comunicación, tiene su propia especificidad reflexiva.
9. El museo, más que cumplir con una papel de transmisor del conocimiento, lo es de los experimentos perceptivos que son igual de importantes que los del conocimiento porque llevan consigo los diseños operativos requeridos en la evolución de las culturas. Aquí resulta importante distinguir entre transmisión *por lo sensible* y transmisión *de lo sensible*.
10. La importancia del goce para el aprendizaje no se circunscribe únicamente a los museos de arte, sino que también resulta fundamental para otra clase de museos como los de historia y ciencias.

Línea de acción 4

COMUNICACIÓN

México y Colombia

1. Se hace necesario un uso amplio de la noción de comunicación que vaya más allá de lo tecnológico y la divulgación, porque se trata no de atraer más público al museo, sino de hacer más público el museo.

2. Lejos de prescindir del mundo de la textualidad, el museo requiere de una permanente invención de tramas de sentido, su papel es justamente el de “relator de historias”.
3. El museo no puede rehuir su incorporación a las industrias del entretenimiento y las veleidades de los medios masivos de comunicación. Debe mantener una relación distante y reflexiva sobre las tentaciones de la cultura estándar y la fetichización mercantilista.
4. La representación museográfica se despliega como un lenguaje que requiere de la escenificación. La construcción temporal requiere de estrategias narrativas ágiles y amenas que involucren a los visitantes de un modo dialógico. Ello otorga al trabajo curatorial una responsabilidad particular como interlocutor y mediador entre la institución museística y las comunidades interpretativas.
5. Los relatos pedagógicos de los museos requieren de la incorporación de figuras metafóricas.
6. En efecto, el museo no puede operar al igual que una escuela o una biblioteca, sin embargo no puede renunciar a su papel en la comunicación y transmisión de conocimientos de muy diversa índole.
7. Tampoco debe confundirse “educación” con “aprendizaje”. Actualmente, la museología dispone de varias teorías del aprendizaje que han enriquecido el trabajo didáctico del museo. El público aprende e interpreta independientemente de la autoridad erudita del museo.
8. Las tecnologías de la información y la comunicación pueden ser exploradas con un enfoque interpretativo. Su carácter interactivo, lúdico y multisensorial, las hace una herramienta útil para acercar al museo con sus públicos, intensificando la relevancia y el goce de la visita.

Línea de acción 5

PATRIMONIO Y MEMORIA

Colombia y Argentina

1. La noción de consumo cultural tiene una especificidad extraeconómica. Para el mundo de los museos podemos comprenderla como una relación de apropiación que crea diversos conjuntos simbólicos. En ese sentido, el consumo deviene también en una producción.
2. A su vez, el estudio del consumo cultural obliga a un análisis profundo de la diversidad de factores educativos, sociales, económicos y políticos que constituyen a las comunidades interpretativas para que los museos puedan crear nuevas lógicas de comunicación e intercambio.

3. El museo del siglo XXI debe sustentarse en un trabajo interdisciplinario con un pleno conocimiento de sus comunidades interpretativas que apoyen nuevas formas de recreación y representación.
4. Los museos históricos siguen desempeñando un papel crucial en la constitución de los imaginarios identitarios de toda comunidad, sea nacional, regional o local. Sin embargo, deben recuperar mayor actualidad y eficacia en su referencia a una multiplicidad de representaciones.
5. Los museos históricos ya no pueden referirse a un solo pasado, sino que deben reconocer la diversidad de “pasados”, en donde la perspectiva del presente sirve como “lugar problemático” de la mirada retrospectiva.
6. Los museos nacionales pueden desarrollar nuevas estrategias narrativas alusivas a la pluralidad y diversidad culturales, incorporando nuevas modalidades comunicativas.

Algunas consideraciones generales

- Se ha abierto un diálogo internacional sobre diferentes experiencias y avances de investigación de colegas provenientes del Reino Unido, España, Francia, los Estados Unidos, Brasil, Argentina, México y Colombia, con el fin principal de establecer intercambios y reciprocidades que enriquezcan los horizontes profesionales de la museología y la museografía contemporáneas.
- Estos diálogos y encuentros resultan posibles por los espacios que se han abierto entre la AMPROM y el Museo Nacional de Colombia-Red Nacional de Museos, y muestran la importancia estratégica por crear más asociaciones de profesionales, preferentemente independientes de las instituciones, junto con museos que sean capaces de generar ámbitos propios de reflexión.
- La inserción de los museos en las industrias del entretenimiento y el turismo culturales, ofrecen interlocuciones sociales más complejas que van más allá de los nacionalismos y las fronteras políticas heredadas del siglo XX.
- Sin duda, las experiencias de los museos latinoamericanos tienen muchas cosas que compartir con el resto del mundo. Al mismo tiempo, se hace necesario que América Latina voltee hacia sí misma recogiendo las herencias y desafíos del mundo contemporáneo, confrontándolas o adaptándolas de manera genuina a sus propias necesidades e intereses.
- Estamos ante una paradoja entre modernidad y posmodernidad que es posible aprovechar a plenitud: por una parte hemos cuestionado los esquemas binarios y taxonómicos heredados del empirismo y el historicismo, al mismo tiempo que se hace difícil renunciar a toda racionalidad. Por una parte aceptamos las definiciones holísticas, universalizantes de los museos, pero por otra, cada museo ofrece una especificidad, una singularidad que impone límites a cualquier modelo. Así es como hemos entrado en el terreno de lo indecible, de lo indefinible, como una especie de lugar anónimo producto de las tensiones que hay entre

la sociabilidad y la individualidad; entre lo público y lo privado; entre el disfrute o goce y el intelecto; entre oralidad y escritura; entre comunidad cultural y ciudadanía.

- Esperamos que los coloquios sucesivos den seguimiento a algunas de estas ideas y sigan permitiendo darle al trabajo museístico una arena plural de mayores intercambios entre comunidades interpretativas, producciones de sentido e ideologías de la visibilidad.

Realización Coloquio (2008)

Organizadores

Asociación Mexicana de Profesionales de Museos – AMProm
Secretaría de Relaciones Exteriores – SRE – Embajada de México
Instituto Nacional de Bellas Artes – INBA

Ministerio de Cultura – República de Colombia
Museo Nacional de Colombia
Programa Red Nacional de Museos
Banco de la República – Museo del Oro
Universidad Externado de Colombia, Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural
ICOM Colombia

Patrocinadores

Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. – Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte
Presidencia de la República de Colombia – Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional – Acción Social–

Con el apoyo de

British Council
Embajada del Brasil
Embajada de Francia
Air France
Juan Valdez
Fundación Carolina – Colombia
Seguros Bolívar
Aviatur
Asociación de Amigos del Museo Nacional

Coordinación académica

Luis Gerardo Morales Moreno
Posgrado en Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos/Posgrado en Museología de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (INAH)

Coordinación general en México

Miguel Fernández Félix, Presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales de Museos, AMProm

Coordinación general en Colombia

Ana María Cortés Solano
Coordinadora del Programa Red Nacional de Museos

Fernando López Barbosa
Director del Programa de Museología, Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural, Universidad Externado de Colombia

Transcripciones

Programa de Museología, Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural, Universidad Externado de Colombia

Michelle Brown
Alejandra Castellanos
Oriana Lozano
Tatiana Quevedo
Maricela Vélez Salazar
Estudiantes

Carolina Villate Uribe
Asistente

Publicación memorias (2015)

Ministerio de Cultura

Mariana Garcés Córdoba
Ministra

María Claudia López Sorzano
Viceministra

Enzo Rafael Ariza Ayala
Secretario general

Museo Nacional de Colombia

Ana María Cortés Solano
Directora (E)

María Cristina Díaz Velásquez
Coordinadora Programa Fortalecimiento de Museos

Universidad Externado de Colombia

Juan Carlos Henao Pérez
Rector

Martha Hinestroza Rey
Secretaria general

Lucero Zamudio Cárdenas
Decana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Roberto Lleras Pérez
Decano Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural

William Gamboa Sierra
Director Programa de Museología

Primera edición digital (PDF): agosto de 2015
© Museo Nacional de Colombia

Edición y coordinación editorial: Ángela Santamaría Delgado
Maqueta: C. Umaña

ISBN 978-958-753-176-3

