

El museo como espacio de mediación: el lenguaje de la exposición museal¹



Angélica Núñez
Universidad del Cauca (Colombia)
angelnu@hotmail.com
Recibido en: 06 de Abril de 2006
Aceptado en: 31 de Mayo de 2006

¹ Este artículo es resultado de la investigación llevada a cabo por la autora sobre el museo como espacio de mediación y diálogo en el contexto colombiano.

El museo como espacio de mediación: el lenguaje de la exposición museal

Resumen

La exposición museal es un medio que toma fuerza insospechada en la sociedad actual, debido en gran parte a su naturaleza comunicativa, a la particularidad de su lenguaje, flexibilidad temática y capacidad para llegar a diversos públicos. Estas características permiten a los museos postularse como espacios efectivos de mediación y de transmisión del conocimiento, donde es posible trascender las fronteras disciplinarias con el objetivo común de crear lazos de pertenencia entre los diversos sectores de la sociedad. En este artículo se exploran las características mencionadas y se propone que la exposición museal sea vista como un espacio de mediación y diálogo para el contexto colombiano.

Palabras claves: espacio museal, objetos, trans-disciplinariedad, mediación, diálogo.

The Museum as a Space for Mediation: The Language of Museum Exhibitions

Abstract

Museum exhibitions are a strong medium and play an important role in society. The reasons are their communicative nature, thematic flexibility and capacity to connect with diverse groups of people. These qualities allow museums to act as effective agents of mediation, where disciplinary borders are crossed in achievement of a common objective: to develop identities of different sectors of society. This paper explores the qualities of museum exhibitions as a dialogue and mediation place in Colombian society.

Key words: museum exhibition, objects, cross disciplinary, mediation, dialogue.

O museu como espaço de mediação: O linguagem da exposição nos museus

Resumo

A exposição nos museus é um médio que apanhou muita força na sociedade atual, graças em parte a sua natureza comunicativa, e a particularidade do seu liguagem, a flexibilidade temática e a capacidade para chegar a vários públicos. Estas características permitem aos museus se postular como espaços efetivos de mediação e transmissão do conhecimento onde é possível transcender as fronteiras com o objetivo de criar laços de pertença em vários setores da sociedade. Em este artigo exploram-se as características já ditas e se propõe que a exposição nos museus seja olhada como um espaço de mediação e diálogo para o contexto da Colômbia.

Palavras Chave: espaço nos museus, objetos, trans-disciplinaridade, mediação, diálogo.

No hay nada más fascinante que examinar cómo la memoria regresa; para algunos, un olor es el detonante, para otros, la línea de un rostro, el color de un objeto o aún más, una palabra que hará brotar una infinidad de pequeños instantes que confirmarán el conjunto de la memoria

(Brousseau, 1991:10)

La memoria es la traza que deja la experiencia, las marcas del pasado que permanecen latentes en cada acto humano sea individual o colectivo, la memoria se fija especialmente a través de las emociones, un olor, un color o una palabra puede desencadenar una serie de pequeños instantes que constituirán el recuerdo de un evento. Los museos son el centro de las emociones colectivas donde se alberga la materialización de la memoria, los objetos son sus instrumentos y la exposición museal es el espacio donde se configura. Con este escrito se busca mostrar a los museos como lugares para incentivar el encuentro emotivo e intelectual con el conocimiento y la expresión colectiva.

El museo como medio de comunicación

Los museos han sido desde su origen espacios donde se median las relaciones sociales en estrecha unión con el conocimiento y el poder; se hará un breve recorrido por la historia de estas instituciones para mostrar dicha unión y tener una idea sobre la importancia de los museos en la configuración del pensamiento y el orden social en cada época, con el fin de ubicar el museo en nuestros tiempos, es decir en la era de la comunicación y los *mass media*.

Museos, ciencia y sociedad

La historia de los museos está íntimamente ligada a la historia de la ciencia, desde sus orígenes, los museos han sido partícipes en el desarrollo del conocimiento científico, reflejo del orden y representación del pensamiento particular de cada época y país.²

² «El museo es un espacio de la representación de una sociedad, o más bien, una fracción de la sociedad que se muestra de ella misma, se colocan allí, los valores que se desean destacar, en un compartir que no es ciertamente para la totalidad de la población sino para aquellos que tienen el poder de darse una representación en él» (Cailliet, 1995).

La búsqueda de explicaciones racionales en los albores del Renacimiento se vio materializada en los famosos gabinetes de curiosidades³ cuyas primeras evidencias datan de 1550 en ellos, los aristócratas europeos reunían valiosas curiosidades traídas por mercaderes y viajeros que se aventuraban a la exploración de tierras desconocidas (Schaer, 1993). En los gabinetes de curiosidades cada objeto era un interrogante a un fenómeno inexplicable, misterioso o exótico: fósiles, rocas, especímenes desconocidos, artefactos y obras de arte eran reunidas en un pequeño lugar, un microcosmos que debía reunir todo aquello de lo que fuera posible sorprenderse.

En el siglo XVII el hábito de la colección se expandió por toda Europa, las obras de arte fueron las máspreciadas y daban a su propietario el prestigio que comenzaba a indicar el establecimiento de un nuevo orden social. Allí se reunían conocedores de diferentes orígenes sociales y geográficos, la colección era un medio de reconocimiento social que permitía a la burguesía ascendente frecuentar a la aristocracia e intercambiar tanto piezas como puntos de vista (Rasse, 1999). Esta práctica era causa y efecto de la búsqueda de nuevos horizontes económicos y de la inquietud por la explicación de los fenómenos naturales, por fuera del orden teocéntrico medieval, se empezaba a establecer el nuevo orden donde la luz de la razón sería el eje principal.

Así, el gabinete de curiosidades era un espacio de conocimiento, lugar de reunión de los *eruditos o sabios* de la época, donde se buscaban las relaciones entre los objetos para tratar de explicarlos; allí, se recreaban las diversas interpretaciones sobre el contexto original de los objetos o especímenes, se describían sus características físicas y se explicaban sus propiedades; así en esta acción clasificatoria, se comenzaron a esbozar las diferentes áreas del conocimiento científico. En el gabinete de curiosidades no solamente se discutía sobre los objetos «raros» sino que también se intercambiaban experiencias sobre las prácticas realizadas en jardines e incipientes herbarios, laboratorios médicos y talleres de instrumentos científicos. En este pequeño espacio se configuraron los grandes desarrollos de las ciencias naturales del siglo XVIII (Schaer, 1993).

Las colecciones de arte por su lado, se concebían bajo la influencia neo-clasista de la época, se ordenaban por escuelas y se tomaban a los grandes maestros de la antigüedad como modelos a seguir en este momento surge la historia del arte como disciplina, algunas galerías y colecciones reales se abren al

³ *Cabinets des curiosités* en Francés o *Cuarto de las maravillas Kunst und Wunderkammer* en alemán.

público tanto como para exaltar a los artistas y como para erigir un templo a los grandes hombres y monarcas, la figura del coleccionista se torna entonces altruista y los gabinetes lugares para quienes sientan el deseo de instruirse.⁴

El museo propiamente dicho, nace a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. A partir de la Revolución francesa el museo público se convierte en una institución necesaria, un espacio neutro para hacer olvidar su significación religiosa, monárquica o feudal, declarando las colecciones reales como bienes nacionales.⁵

De esta manera, durante las primeras décadas del siglo XIX, las colecciones comienzan a desbordarse del contexto privado, pasan a ser propiedad de las naciones y uso exclusivo de las primeras universidades, las colecciones fueron divididas según los diferentes saberes: historia natural, historia del arte, etnografía etc. cada una de ellas componía su «corpus material»; los objetos eran indispensables ya que no existían aún técnicas de reproducción que permitieran registrarlos, de tal suerte que se necesitaba la evidencia *real* para elaborar las clasificaciones y sustentar las teorías.⁶

Poco a poco, con la especialización de la ciencia, el surgimiento de técnicas de reproducción y registro, la universidad fue abandonando el museo como centro de reunión pasando a ser un lugar de divulgación externo, un ente de relación con la sociedad dejándolo bajo la tutela del estado y de las elites concedoras.

Obedeciendo al pensamiento colonialista de la época, cada país demostraba su riqueza y opulencia a partir de los tesoros traídos de sus colonias y con ellos se escribía la historia teniendo como eje conceptual la evolución y el progreso, ubicándose a sí mismas en el ápice de la civilización, así el museo paso a ser visto como un símbolo de dominación.⁷

⁴ «Los gabinetes, *constituídos como deberían serlo*, son efectivamente conservatorios ejemplares, accesibles no solamente a los artistas, sino a todos aquellos que quieren realmente instruirse, sin preferencia de estatus. Aún más, ellos dan origen a las escuelas, en las cuales los aficionados pueden adquirir nociones, los artistas observaciones útiles y el público recibir algunas nociones correctas» (Poulot, 1997:106).

⁵ « Desde 1789, la Revolución francesa pone en práctica el gran proceso de los « bienes nacionales » pero al mismo tiempo se enfrenta periódicamente con la tentación del vandalismo, de la destrucción, de lo que recuerda el antiguo régimen. Para asegurar la salvaguarda de esas riquezas, se deberá crear un espacio neutro que haga olvidar su significado religioso, monárquico o feudal: ese espacio será el museo» (Schaer, 1993:26).

⁶ « La acción dominante aquí es la disciplinarización en sí misma, la disciplina engendra un mundo de cosas y saberes que organiza con ayuda de sus categorías la universidad, luego el museo responderán a esas mismas estructuras, en efecto, el siglo XIX es aquel en que la universidad y el museo se organiza en facultades y departamentos en función de sus saberes disciplinarios y de los primeros museos que exponen sus colecciones organizándolos también en los principios de esas disciplinas nacientes que son por ejemplo la botánica, la historia, el arte o la entomología» (Montpetit, 2000:44).

⁷ « Los museos se ubican entre las instituciones que testimonian la dominación de algunos centros de poder sobre las otras regiones y poblaciones de cuyas culturas disponen; y es en el establecimiento de esa relación con el Otro, que se estructura una definición de sí mismo y del lugar de su propia cultura, en una historia más amplia, pero escrita desde un punto de vista que confirma que los países coleccionistas son en efecto el resultado último de la evolución histórica» (Montpetit,2000:44).

A mediados del siglo XX nace la museología como tal, entre las dos guerras el museo ha sido objeto de críticas radicales y sufrido una gran renovación dentro de su organización. Se concede espacio a las exposiciones temporales para dar a conocer la producción de los artistas contemporáneos, se ordenan las reservas dejando a un lado la idea de mostrar todo como en la enciclopedia, la museografía comienza a tener un concepto e intención conscientes y se diseñan espacios arquitectónicos acordes con esta renovación, en esta época se construyen los grandes museos, especialmente de arte moderno y contemporáneo, bajo las tendencias de la arquitectura del momento.

Durante los años 70 el museo y su práctica fue fuertemente criticado desde la academia, las ciencias sociales llamaron la atención de nuevo sobre él, antropólogos, historiadores, filósofos, comunicadores etc., lo analizaron desde diferentes perspectivas y coincidieron en que era necesario retomar este espacio como medio de comunicación para la *democratización* del conocimiento y del arte. Es entonces cuando los museos comienzan a jugar un papel importante para las artes populares, los temas etnográficos y ecológicos; desempeñando un rol social más allá que el de salvaguardar el pasado, a llamar la atención sobre la diversidad cultural a través de la preservación y desarrollo de las sociedades tradicionales, asociadas a sistemas ecológicos frágiles ante la industrialización.⁸

La museología se desarrolla entonces con una perspectiva trans-disciplinar obedeciendo al sentido original del museo, con ella se comienzan a re-interpretar las conexiones entre los objetos y el conocimiento tal como en el gabinete de curiosidades y a concebir el museo como un espacio que permite la interrelación de las cosas de la naturaleza y de la creación humana. La diferencia radica en que la museología actual involucra en sus análisis las teorías de la comunicación y el lenguaje, los alcances de las ciencias humanas en estudios de cultura material y economía política para llegar a ver el museo como un medio de comunicación.

⁸ El origen de esta idea de reivindicar las sociedades locales y su territorio a través de los museos, se remonta al final de la I Guerra mundial cuando aparecen los *Heimatmuseums* en Alemania a partir de la necesidad de reafirmar la identidad local alrededor de 2000 museos fueron promovidos por el régimen nacional-socialista, sirviendo como instrumento político llevado al extremo de *demostrar* en ellos la supuesta superioridad Aria. Posteriormente la idea se transformó en cada contexto particular, como es el caso de los *Open-Air Museums*, que aparecen como respuesta las manifestaciones conservacionistas al momento del crecimiento industrial que amenazaba con las tradiciones en Escandinavia; o los famosos Ecomusées fundados en los parques naturales en Francia o el museo de Artes y tradiciones populares de París; en Inglaterra y Escocia aparece el Folk Museum donde al mismo tiempo que se conservaban las tradiciones se impulsaba el progreso y la industria dando importancia a la tecnología y su evolución; finalmente en Estado Unidos esta idea tomo el nombre de *Neighbourhood Museum* donde se reivindican los valores de las comunidades Africanas, todas estas experiencias darían lugar al concepto de Ecomuseo acuñado por la nueva museología en los años 80 (Davis, 1999).

Como consecuencia de este cambio de perspectiva, el museo se transforma al ritmo de los tiempos que corren, a nivel mundial se da un gran movimiento museístico, se reforman los viejos museos, aparecen los centros de ciencia y los museos interactivos; también se trata el tema del medio ambiente con propuestas de reconstrucciones de ecosistemas y surgen la museología del enfoque y del espectáculo.

Estas museografías se centran en la idea de involucrar a los visitantes dentro de una *puesta en escena* de la temática y los objetos expuestos, permitiéndole ser *actor* dentro de la exposición y ofreciéndole la información necesaria para ser *intérprete* de los contenidos. En cuanto a la *museología del espectáculo*, es una propuesta que presentan a la vez experiencias estéticas y pedagógicas a partir de la lúdica y el teatro, el autor propone un decorado con el cual intenta llevar a los visitantes a vivir un mundo utópico y a despertar en él intensas emociones.

Esta iniciativa se ha llevado a cabo principalmente en París, con exposiciones como «*Les Dessous de la Ville*» un recorrido por la ciudad subterránea entre las canteras y cloacas o «*La Traversée de París*» realizada durante el segundo semestre de 1989, donde el visitante recorría una reconstrucción de 7.000 metros cuadrados de decorado aproximándose a la memoria colectiva de la sociedad francesa desde el siglo XVII hasta nuestros días. En cuanto a la *museografía del enfoque*, los visitantes se consideran como parte integrante de la escenografía y a su alrededor se utilizan todos los artilugios tecnológicos para cargar el espacio de significados, incitándolos a explorarlo con los cinco sentidos e interpretarlo a través de la experiencia interactiva. Este tipo de museografías se proponen como una perspectiva necesaria para dirigirse al público, si es que quieren influir en la sociedad actual que se encamina hacia una forma de vida donde los individuos necesitan contar con su propio espacio hipermediático (Hernández, 2003).

De esta manera, la visita al museo se puede convertir en una experiencia única tomando una fuerza insospechada en la sociedad actual ya que ofrece posibilidades que los otros medios no, principalmente la *materialidad* del objeto y la experiencia sensible en el espacio *real*.⁹

⁹ El museo puede ser un buen medio de comunicación, como muy bien señala Huyssen (1995: 74). Para este autor se da una coincidencia en el hecho de que la revitalización de los museos haya tenido lugar al mismo tiempo que aumentaba el número de cadenas televisivas en las ciudades. Apesar de que todas ellas ofrecen numerosos programas, el público exige experiencias diferentes y plurales. Se pregunta sobre qué es lo que busca de distinto en el museo, es decir, «si es la materialidad real, física del objeto museístico, del artefacto exhibido, que hace posible una experiencia auténtica, frente a la irrealidad siempre fugaz de la imagen sobre la pantalla» (Hernández, 2003:17).

En la siguiente sección se hablará estas particularidades propias de la exposición museal, explorando las cualidades principales que hacen de ella un medio de comunicación «único»; de la participación de los objetos como fuentes principales para la creación de significado dentro de ella y de cómo la transdisciplinariedad de la museología permite escoger dentro de una amplia gama de temáticas interesantes para el público y contenidos socialmente importantes, lo que nos permitirá posteriormente, postular al museo como un espacio de mediación para el contexto colombiano.

Del monólogo al diálogo

Cómo se ha mencionado anteriormente, a partir del desarrollo de las teorías de la comunicación en los años 70 y su aplicación en el campo de los museos, la exposición museal es considerada como un sistema de comunicación (Cameron, 1992), esto marca una pauta muy importante para museología en general, puesto que al considerar la exposición como un *médium* se toma consciencia sobre su complejidad y la particularidad de su lenguaje, que hacen del museo un poderoso medio de comunicación y de divulgación.

A partir de ese momento, se trata de ir más allá de la tradicional exposición lineal de un tema, usando los objetos como simples testigos y donde el visitante es tratado como un receptor pasivo; la intención es entonces, pasar de un *monólogo a un diálogo* con el visitante, privilegiando en la concepción, producción y realización de la misma, el uso adecuado de las particularidades de su lenguaje.¹⁰

Es entonces cuando se comienza a estructurar desde la teoría y la práctica, una forma mucho más elaborada de concebir y realizar las exposiciones, se categorizan los mensajes, los medios y los receptores; en otras palabras, entran en juego los elementos que componen un proceso semiótico, una forma de comunicación a partir de la cual se transmite un mensaje es decir, un lenguaje propiamente dicho.

El lenguaje es un proceso de creación de sentido o un proceso semiótico donde participan tres aspectos básicos que se utilizan en cualquier grupo social si se quiere comprender o usar correctamente un lenguaje: en primer lugar la

¹⁰ «La validez de esta afirmación (*la idea de pasar del monólogo al diálogo*) determinará el futuro del diseño de las exhibiciones, si ésta se comprueba, la naturaleza de los museos cambiará. Los museos incorporarán múltiples voces que demuestren nuestra diversidad y presentarán información en niveles y formas que se correspondan con varios métodos de aprendizaje. Claramente no todas las ideas necesitarán ser verbalizadas» (Volkert, 1991:48). (cursiva de la autora).

Sintaxis o el conjunto de reglas gramaticales que nos sirven para manipular los signos y estructurar la lógica del lenguaje, en segundo lugar la *Semántica* o el contenido significativo que se ocupa de las relaciones entre las palabras y las cosas y los sentidos que adquieren en un contexto determinado. Por último la *Pragmática* o la relación de los signos con sus intérpretes y los aspectos biológicos y sociológicos que se presentan en el funcionamiento de los signos (Morris, 1994; citado en Hernández, 2003).

En el museo la exposición como tal es el medio o emisor del mensaje que tiene sus propias reglas de ordenamiento de los signos o *Sintaxis* (objetos, imágenes, palabras, sonidos, colores, texturas etc.), especialmente en lo que se refiere a la disposición estos signos en el espacio; esta disposición obedece a un discurso y unos contenidos temáticos a comunicar que constituyen *la semántica* de la exposición en este proceso y finalmente la pragmática se refiere al visitante quien, al recorrer la exposición recibe el mensaje, lo interpreta a partir de su propia experiencia y conocimiento, lo aplica a su situación actual con lo cual se hace efectivo el proceso de comunicación. Cuando se habla en términos de interpretación se da la posibilidad de pasar del *Monólogo* al *Diálogo* ya que no se trata el mensaje como una verdad a develar, sino como un tema que puede ser interpretado de diversas formas según el público que lo reciba.

Así, en el proceso de creación de una exposición, cada elemento constituye una fracción que va a estar relacionada dentro de un contexto significativo de una manera particular; en términos de Davallon (1986) la concepción y realización de una exposición es la creación de un *espacio sintético* que al ser recorrido transmite un mensaje mediante el desarrollo de una estrategia de comunicación; en este proceso está siempre presente la producción de sentido, donde la significación está dada por la puesta en escena de objetos, textos, imágenes y demás recursos que le dan vida. Este *espacio sintético*, toma sentido en el momento en que el visitante descubre las claves del mensaje y lo re-interpreta siguiendo las pautas de quién lo concibe; confrontándolos con su experiencia personal y sus referentes en el *mundo real*.

En la interacción entre el *mundo real* del visitante y el *mundo imaginario* creado en la exposición, es donde se realiza el acto de la comunicación, y del grado de aproximación entre ellos depende lo «efectiva» que sea exposición para transmitir los mensajes; este acto de comunicación se realiza a su vez bajo tres condiciones específicas: (1) el espacio, (2) el tiempo y (3) el tema.

(1). *El Espacio*: Es la dimensión primordial, ya que el recorrido de la exposición es una práctica del cuerpo en el espacio, donde el ambiente creado estimula una disposición especial para la recepción de los mensajes, el visitante está inmerso en el escenario y puede interactuar de una manera directa dentro de él.¹¹

(2). *El Tiempo*: La duración del recorrido de la exposición es limitada, finita y efímera; en especial la exposición temporal, la visita será recordada como un evento único, de tal manera que un conjunto de objetos, obras o temas, estarán reunidos de esta manera sólo por una vez, esto hace que el visitante intensifique la experiencia y trate de retenerla mediante objetos o imágenes que le recuerden lo vivido en ella.

(3). *El Tema*: El objetivo de la exposición es narrar una historia, su contenido es aquello que motiva tanto al realizador como al público a transmitir o recibir un saber que se quiere compartir. El contenido temático es la estructura que sienta las bases de la puesta en escena de la exposición.

Bajo estos parámetros museológicos es que se intenta establecer un diálogo dentro de la exposición, el museo no es visto ya como un lugar donde se ofrece al público la explicación de los fenómenos, se narra la verdadera historia o se consagran los artistas, sino más bien un lugar donde se recrean temáticas interesantes donde el visitante puede documentarse e interpretar los fenómenos, la historia y el arte.

Este cambio de perspectiva nos lleva a reflexionar sobre la importancia de hacer evidente el discurso y los contenidos que se transmiten en las exposiciones de los museos y la responsabilidad social que esto conlleva, especialmente en el caso de los museos que cuentan una versión sobre el pasado, es decir los museos arqueológicos ó históricos, ya que estos crean en el imaginario de los visitantes, ideas y sensaciones que servirán a configurar las identidades y memorias colectivas, esta reflexión será retomada más adelante, antes se observará cómo participan los objetos dentro de la exposición como transmisores principales de sentido.

El lenguaje de los objetos

El elemento primordial con el que cuentan los museos para comunicarse son los objetos, en la exposición cada objeto es un desafío para el observador, es portador de un sentido oculto, un valor que lo diferencia de los objetos que manipulamos en la cotidianidad, el deseo de apropiarse de este sentido es la principal riqueza de la exposición como medio de comunicación.

¹¹ « La práctica de la exposición es ante todo un recorrido, es decir una práctica del cuerpo en el espacio ; las características del lugar, la dialéctica de lo lleno y lo vacío, de lo sombrío y lo claro, lo exterior y lo interior, de lo cerrado y lo abierto, inciden directamente sobre la percepción misma de eso que se está mostrando » (Barbier-Bouvet, 1983:13).

El significado del objeto está siempre en relación con el contexto que se crea a su alrededor; su polisemia reside en que siendo materia tridimensional, es susceptible de ser interpretada desde muchos sistemas de significación y perspectivas de análisis.¹²

En este sentido, el lenguaje de la exposición tiene gran plasticidad para la creación; allí es posible jugar con diferentes elementos sensitivos y cognitivos, dentro de un espacio tridimensional para construir una escena donde el objeto adquiera la significación deseada.

La lógica de la exposición está implícita, en todo espacio donde los objetos sean contextualizados para otorgarles el sentido que quiere ser transmitido a un público específico; no es exclusiva de los museos también opera en las galerías de arte, exposiciones comerciales y estantes publicitarios. La diferencia entre la exposición museal y las otras, radica básicamente en el valor de los objetos que son expuestos estos están por fuera del sistema comercial y se ubican en lo que Baudrillard (1968) llamaría *el sistema marginal*¹³ donde el objeto adquiere valor dependiendo de categorías cargadas de sentidos culturales que lo ubican en el plano de lo simbólico; autenticidad, antigüedad, unicidad, son algunas de ellas y lo convierten en *signo ó símbolo* dependiendo de las relaciones que se establezcan entre el objeto y dichas categorías.¹⁴

Al entrar en este sistema marginal los objetos de museo solo pueden ser contemplados por el público al interior de él, el espacio de exposición toma la connotación de «sagrado» y aparece la prohibición, la imposibilidad de ser poseídos por el público; es entonces cuando la apropiación del objeto se desplaza del plano material al plano ideal estimulando el deseo y reforzando su poder de seducción.

¹² «A todos los objetos se les puede dar variedad de tipos y significados. Más allá del significado de un objeto como materia de estudio de los físicos, químicos y biólogos por ejemplo, puede argumentarse que los objetos culturales poseen tres tipos de encuadres o significados. Los objetos están involucrados en un intercambio de materia, energía e información, pero también podemos hablar de la forma en que el objeto es usado y de cómo transmite información sobre las características sociales, los sentimientos personales y religiosos» (Hodder, 1994:115).

¹³ Para Baudrillard, el sistema marginal es la colección, donde el objeto es abstraído de su función práctica para llegar a ser una posesión, involucrando profundas significaciones culturales o individuales donde se materializa el deseo.... «El objeto es un espejo perfecto ya que no devuelve las imágenes reales sino las imágenes» (Baudrillard, 1968:126).

¹⁴ La categorización del objeto de colección como signo y símbolo ha sido tratada extensamente por Pearce, especialmente a partir de objetos históricos, un buen ejemplo de ello es el estudio de caso sobre la colección del National Army Museum de Londres... «Los objetos (y no otros mensajes) operan como **signos** cuando hacen parte de un todo del cual hacen parte intrínsecamente, como la Chaqueta (de Napoleón) hace parte de los eventos actuales y de Waterloo; y en este caso la relación entre estas diferentes partes del todo es llamada como **metonimia**; operan como **símbolo** cuando encuentran una asociación arbitraria con elementos con los cuales no están intrínsecamente relacionados y en este caso la asociación es llamada como **metafórica**. Esta asociación es un aspecto humano que no tiene una explicación lógica, pero aparece como una verdad particularmente cuando los objetos y acciones están conectadas con nuestros profundas esperanzas y miedos » (Pearce, 1994 :130). (cursiva de la Autora).

La memoria se convierte en el medio para retener y socializar la sensación o el conocimiento experimentado en la exposición, el momento de encuentro con el objeto es algo que quiere ser recordado, es por esta razón que *el souvenir* (catálogo, réplica o imagen alusiva a la exposición) se convierte en sustituto de este momento, el objeto que va a evitar el olvido, una extensión material de la sensación que se experimentó en la exposición. Cuando el *souvenir* se lleva como regalo, es una forma de socializar o compartir la experiencia con las personas con quien se tiene una afinidad común con el tema u objeto visto en la exposición.¹⁵

Es necesario resaltar que la importancia de lo que se ha llamado *el encuentro con el objeto*, se deriva de la narrativa de la cual hace parte; es decir, las formas semánticas y el estilo como se trata el tema a través de recorrido de la exposición y que lleva a que este momento sea importante para el visitante y merezca ser recordado y socializado.

Todas las características mencionadas anteriormente, hacen evidente el carácter comunicativo de la exposición museal y la posibilidad de ser un medio efectivo para estimular procesos cognitivos dentro de un espacio lúdico, invitando al visitante a una aventura de conocimiento; es decir, a la reflexión, a la inspiración, a la imaginación de nuevas realidades o a la exploración de él mismo como individuo y su sociedad.

Flexibilidad temática: trascendiendo las fronteras disciplinarias

La exposición museal permite integrar en un solo espacio y al mismo tiempo: temáticas, épocas, y múltiples formas de expresión; así, además de ser un complejo sistema de comunicación, es también un lugar donde pueden confluir los saberes mismos y hacer evidente las conexiones entre ellos. Como se ha dicho anteriormente los contenidos de la exposición son la estructura en que se fundamenta, van ordenados bajo un concepto y soportados por los recursos de comunicación escogidos; estos son los elementos básicos de lo que en conjunto se llama *guión museográfico*, al cual se ha llegado después de una minuciosa investigación aplicada.

Desde la óptica museológica, el objetivo último de la exposición es narrar una historia al público no especializado, utilizando una estrategia de divulgación que traduzca los contenidos científicos en ideas palpables a través del lenguaje de

¹⁵ «Ese balanceo entre la imagen y el sustituto, entre lo idéntico y lo auténtico es la única salida al deseo de posesión del visitante. Aparte del robo, por supuesto» (Barbier-Bouvet, 1983:13).

la exposición, para ello es necesario desplazarse entre las fronteras disciplinarias. Esta necesidad de explorar entre las diversas áreas del conocimiento es algo innato a la práctica museológica, ya que el museo desde sus orígenes ha sido el lugar común de las ciencias y el arte; es precisamente esta cualidad la que le ha permitido comunicarse al exterior de los estrechos círculos académicos, ayudando a configurar imaginarios sociales y representando la historia que los sustenta.

Esta cualidad trans-disciplinaria de la museología será tratada más adelante para evidenciar la importancia del museo como espacio de mediación, por ahora lo importante es resaltar que, tanto el concepto de una exposición como su estructura temática es increíblemente flexible porque cuenta con un universo de conocimiento para sustentar los mensajes a transmitir y una infinidad de recursos para recrearlos.

Esto permite a la exposición museal dirigirse a un público heterogéneo: conocedores, amateurs y curiosos con diversos intereses acuden al museo para encontrar en él respuesta a sus necesidades tanto intelectuales como sociales y de entretenimiento. Así, el museo se piensa cada vez más, como un lugar abierto a la comunidad que responde a la necesidad de hacer accesible el conocimiento y de transmitir mensajes socialmente importantes. Esta función educativa tiene un carácter especial ya que el lenguaje de la exposición apela a la lúdica, a aprender divirtiéndose, de manera que la visita al museo debe ser placentera para que el público haga de ella un hábito e incentive a los demás a ir y regresar.

Este es el gran reto de los museos actuales, cumplir con su función educativa, sin perder el carácter social de su misión y mantenerse como una entidad auto sostenible y productiva; aquí es donde debe utilizar una estrategia que aproveche al máximo el lenguaje de la exposición como medio de comunicación y su flexibilidad temática para atraer al público y satisfacer sus necesidades.

El museo empieza a ser visto entonces, como un lugar donde se establecen relaciones tomando los saberes y objetos que guardan los museos para hacer vínculos sociales, no para diluir la diferencia sino más bien para convivir con la diferencia. El museo es pues, un lugar apropiado para establecer conexiones no solamente entre las diferentes áreas del conocimiento científico y de las artes, sino también entre los diversos sectores de la sociedad es decir como un lugar de *mediación*.

El museo como espacio de mediación

Además de la conservación del patrimonio y de ser depositarios de la memoria de un país o grupo social, la misión de los museos es la educación, de la interacción con el público depende su impacto en la sociedad y con él la razón de su existencia; vistos de esta manera, los museos son una fuente potencial para la construcción del sentido de un grupo humano desde su esfera más significativa que es el patrimonio cultural.

Bajo los mandatos actuales de la UNESCO, la red mundial de museos y el ICOM se pretende generar el diálogo internacional a partir de la unificación de una visión común, orientada hacia el desarrollo cultural de los países, incentivando el cambio cultural y la valoración de la identidad en cada contexto específico.¹⁶

En este propósito está implícita la gran paradoja del mundo actual, de un lado la necesidad de adoptar una «visión común» que permita el diálogo entre los países y por el otro, defender las identidades locales, diversidad cultural y abanderar procesos para mejorar las condiciones de existencia de los grupos menos favorecidos. Dentro de esta tensión entre lo global y lo local es necesario crear estrategias para lograr el equilibrio en cualquier ámbito en donde se opere, para ello los museos vistos como espacios de diálogo y mediación¹⁷ tienen mucho que aportar en este sentido.

El aporte de los museos se ubica en el plano de la educación no formal, el museo tiene como misión estimular procesos de transformación del imaginario colectivo e individual para la creación y fortalecimiento de los lazos identitarios. Esta misión debe ser cumplida mediante la divulgación del conocimiento, no solamente histórico sino también de los sucesos actuales y de las expresiones artísticas locales, generando la comprensión y apropiación del mismo por parte de la población.¹⁸

¹⁶ «El patrimonio museológico es tanto actor e instrumento de diálogo entre naciones, así como también hace parte de una visión internacional común que aporta al desarrollo cultural. Esto último puede variar considerablemente, en cuanto naturaleza y forma, dependiendo del contexto histórico y cultural... Finalmente un museo trabaja para el desarrollo endógeno de las comunidades sociales, conservando sus testimonios al mismo tiempo que prestando su voz para las aspiraciones culturales de las mismas comunidades. Enfáticamente los museos deben girar hacia sus públicos, los museos comunitarios están atentos al cambio cultural y social y nos ayudan a mostrar nuestra identidad y diversidad en un mundo cambiante» (ICOM-UNESCO, 2003).

¹⁷ «La mediación es todo eso en el desorden, estar del lado de lo indefinido, de lo abierto; fijarse reglas, pero saberlas derribar, superarlas; tomar todos esos objetos, todos esos saberes, todas esas cosas que existen en los museos, para convertirlos en vínculo esencial absolutamente vital para habitar juntos, en la utopía, y tampoco instalarse en una utopía, saber dejarse desviar, cambiar de lugar» (Caillet, 1995:51).

¹⁸ «Se entiende entonces la educación como el conjunto de dinámicas que generan las diversas sociedades para que los sujetos se apropien del legado cultural que en cada colectividad se considera fundamental para ser ciudadano y se desarrollen las competencias que le permitan desplegar sus potencialidades o desarrollar libremente su personalidad. Estos dos fines la socialización y la emancipación, constituyen el eje y el sentido de la educación» (Rodríguez, 2001).

En este sentido, la comunicación juega un papel importante, entendida como el proceso de intercambio de significados que hace posible la convivencia y la interacción. Como se ha visto, el medio de comunicación por excelencia en el museo es la exposición, en ella se realiza la interacción con el público dando sentido a la razón de ser del museo dentro de la sociedad.

Por esta razón, es necesario conceder a las exposiciones la importancia que se merecen, para que los museos sirvan como espacios de mediación, estimulando la tolerancia y contribuyendo a bajar los niveles de agresividad a partir del conocimiento del otro, e invitando al visitante a interactuar de una manera más pacífica con la diferencia.

Desde esta perspectiva, se hace un llamado a los encargados de los museos, a los académicos e interesados en el sector cultural colombiano, a considerar la exposición de museo como un espacio de mediación donde es posible estimular el respeto por la diferencia, crear alianzas entre los grupos y creer en la posibilidad del diálogo en un país desmembrado por la guerra y sediento de espacios de expresión y convivencia.¹⁹

Los museos arqueológicos en el contexto colombiano

Los museos son lugares de producción de la memoria colectiva, desde allí se direcciona lo que se debe recordar, cómo se debe recordar y a la vez lo que se debe olvidar, los museos son artefactos donde se estructura la política de la memoria. «El museo construye una identidad que se deriva de la idea de colectividad, de un pasado común imaginado, de una continuidad temporal imaginada» (Gnecco, 2001:168).

En Colombia, los museos arqueológicos e históricos surgieron en siglo XIX con el proyecto nacional para establecer una identidad que representara a los grupos dominantes, negando a su paso los procesos de conquista y colonia; el imaginario creado al interior de las exposiciones negó toda conexión entre las sociedades prehispánicas y los grupos indígenas contemporáneos y creó una imagen de lo indígena que servía únicamente a su propósitos,²⁰ dejó por fuera además a los

¹⁹ «Esa articulación entre imagen y huella, entre imagen y desaparecidos, nos da una clave fundamental para pensar la relación de esa peculiar tecnología de las imágenes que es el museo con la memoria extraviada de este país de desplazados, de desaparecidos y de miles de muertos por enterrar: el museo como experiencia de duelo colectivo sin el cual este país no podrá tener paz» (Barbero, 1999:60).

²⁰ «La arqueología representaba una novedad dentro de la sociedad colombiana por su perspectiva reivindicativa de lo indígena como objeto de conocimiento. Entonces las poblaciones indígenas estaban totalmente marginadas de la sociedad y sólo se tenían en cuenta en una dimensión pasada a través de sus restos materiales que las élites coleccionaban como objetos exóticos valorados, sobre todo, por su antigüedad. Sin embargo, esta fue la misma idea que se hizo esencial en el desarrollo de los estudios arqueológicos y la organización de colecciones oficiales, pues el interés educador y di fusionista de la arqueología nacionalista se apoyó sobre una imagen de lo indio que era fácilmente comercializable a través del museo» (Echeverri 2003:6).

negros y mestizos, contando así una historia que negaba la diversidad de la que está compuesta el país; la misión de los museos nacionales estaba basada entonces, en la idea moderna de traer la luz de la civilización y el progreso a los territorios salvajes, educándolos en las artes y la cultura occidental.

A pesar de que en la reforma constitucional de 1991 que reconoce la diversidad étnica del país en los museos colombianos, esta versión hegemónica del pasado no ha cambiado mucho; aunque la imagen del indígena aparece en el museo, no es precisamente con fines de inclusión, en muchos casos se usan fragmentos de información etnográfica para dar explicación a artefactos prehispánicos, que lo único que hacen es resaltar aún más la exclusión y petrificar a las comunidades indígenas en un pasado remoto, como si no hubiesen participado de la historia y menos aún como si no estuvieran «hoy» participando del tiempo presente como cualquier sociedad contemporánea (Bocarejo, 2001).

A partir del análisis discursivo de algunos museos arqueológicos en Colombia, se han podido determinar puntos claves de la negación del otro, por ejemplo la exaltación de lo estético y exótico de las piezas arqueológicas, hasta llegar al extremo de la fetichización y dando como resultado de nuevo la exclusión de los creadores y las dinámicas sociedades que las produjeron.²¹

En 1999 Museo Nacional de Colombia convocó investigadores sociales, educadores, filósofos y las personas comprometidas en el trabajo dentro del museo para reflexionar sobre el tema y orientar la renovación del museo, De ello resultó una compilación de trabajos serios que coincidieron en su mayoría en que el museo debe ser un espacio de diálogo.²²

Sin embargo, el nuevo museo no cambió de discurso, ni se distanció de temáticas tradicionales, no reflexionó tampoco en la conveniencia o inconveniencia de seguir teniendo el nombre de *Museo Nacional* en el milenio que comienza, en estos tiempos donde las fronteras de lo nacional se desbordan y se empieza a configurar un orden mundial muy diferente al que le dio origen; donde los museos tienden a comunicar, interactuar, entrar en diálogo con los visitantes y sobre todo a tener en cuenta la visión del *otro*²³ ya sea como público o como expositor; en un país

²¹ Debido al valor desmedido concedido a los objetos arqueológicos se está nublando la gran riqueza polisémica de los museos en un país donde el reconocimiento teórico de la diversidad cultural no está acompañado por enunciaciones políticas con efectos concretos (Marín, 2004).

²² «Los desafíos que nuestra experiencia tardó moderna y culturalmente periférica le plantean al museo se resumen en la necesidad de que se transforme en un espacio en el que se encuentren y dialoguen las múltiples narrativas de lo nacional, las heterogéneas memorias de lo latinoamericano y las diversas temporalidades del mundo» (Barbero, 1999:59).

²³ «En este sentido, el papel de las identidades subalternas debe ser resignificado y activado su papel en la toma de decisiones sobre sus formas de representación, El caso canadiense es ejemplar, después de dos años de debate y consulta un grupo de trabajo formado por representantes de sociedades nativas y museos produjo un reporte que ha guiado la práctica museística por nuevos caminos; los dos casos más conocidos, pero no únicos, son Head-Samshed- In- Buffalo- Jump, en Alberta y Wanunskewin, en Saskatchewan» (Gnecco, 2006)

como Colombia autoproclamado como *pluriétnico y multicultural* donde existen memorias que se resisten a desaparecer, sino que muy al contrario se reivindican y adquieren fuerza, como es el caso de lo indígena, lo afro e incluso lo mestizo.

En el museo del oro de Colombia pasó algo idéntico, el discurso sobre el pasado prehispánico continúa desarticulado con el presente y utiliza los referentes indígenas con el fin de recrear sociedades aparentemente *desaparecidas*;²⁴ de esta manera, se desaprovecharon dos grandes oportunidades de actualizar los museos más importantes del país, más allá de lo museográfico y convertirlos en espacios de reflexión y asiento para la construcción de las identidades.

Perspectiva museológica

Independientemente del discurso que maneje el museo, uno de los problemas de los museos en general del país, es que la concepción de las exposiciones especialmente aquellas que se basan en conocimiento científico, aún se trabajan a partir de *guiones científicos* con mucha información en «grueso» que no logran dar un paso definitivo hacia la comunicación. Son muy pocas las exposiciones que realizan *guiones de divulgación* propiamente dichos, ya que pese a las buenas intenciones, los investigadores no tienen una estructura conceptual y metodológica que les permita decantar la información al punto de convertirla en una idea tridimensional donde cada elemento museográfico transmita el concepto de la exposición.

Un guión de divulgación requiere un desplazamiento de la investigación a la divulgación, que solamente se consigue mediante el trabajo meticuloso de un equipo coordinado que logre mediante un lenguaje sencillo y concreto, la utilización consciente de todos los recursos de comunicación que se ha detallado anteriormente.

Se sabe, que un trabajo de ese nivel requiere una movilización importante de recursos con los cuales los museos no cuentan y que las exposiciones se hacen con un gran esfuerzo; sin embargo formación adecuada y mucha creatividad es posible concebir exposiciones de una escala moderada, pero efectivas en términos de comunicación y que incentiven a los visitantes a regresar.

Después de haber hecho evidentes las riquezas del lenguaje de la exposición museal, de haber reflexionado sobre su discurso y en la forma de concepción de las mismas en el país, se concluye entonces, que en el proceso de concepción, producción y realización de exposiciones en los museos, es

²⁴ Para ver un estudio puntual del caso del Museo del Oro véase (Echeverri, 2003).

necesario estudiar las intenciones de poner en escena una temática, el discurso que le trasciende, el interés de la audiencia, la narrativa a utilizar, la estrategia y soportes de comunicación, el ambiente que se quiere crear, la iconografía, el diseño museográfico, etc.

Es importante tener conciencia del proceso, siendo necesario que la exposición sea concebida desde la perspectiva de la comunicación, que la elaboración de un guión y su puesta en escena sean realizados por un equipo interdisciplinario con la capacidad de convertir los contenidos en objetos, textos y sensaciones para cumplir con su misión última de lograr una comunicación efectiva con el público, aprovechando al máximo las bondades de la exposición como medio y ofreciendo espacios adecuados para la divulgación y apropiación del patrimonio.

Bibliografía

- Baudrillard, Jean. 1968. «Le système marginal: La collection». en : *Le système des objets*. 103-131. Paris: Gallimard.
- Barbero, Jesús. 1999. «El futuro que habita en la memoria», en G. Sánchez y M. Wills, *Museo, memoria y nación. Misión de los museos para los ciudadanos del futuro. Memorias del simposio internacional y IV cátedra anual de historia «Ernesto Restrepo Tirado»*. 33-63. Santa fe de Bogotá, Museo Nacional de Colombia.
- Barbier-Bouvet, Jean- François. 1983. «Le système de l'exposition», en G. Collectif. *Histoires d'expo : un thème, un lieu, un parcours* . Paris: Centre Georges Pompidou
- Bocarejo, Diana. 2001. «Fragmentos etnográficos y objetos prehispánicos: representando lo indígena en el museo del oro», *Arqueología del Área intermedia*. 3: 151-182.
- Brousseau, Lyse. 1991. «La mise en exposition». *Musées*. 13(2): 10-11
- Caillet, Élizabeth. 1995. *Á l'approche du musée, la méditation culturelle*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- Cameron, Duncan. 1992. *Un point de vue: le musée comme système de communication*. Paris: Editions W. Mâcon.
- Davallon, Jean. 1986. *Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers*. Paris: Centre Georges Pompidou.
- Davis, Peter. 1999. *Ecomuseums: a sense of place, historical philosophical background*. Leicester: Leicester University Press.
- Echeverri, Marcela. 2003. «Nacionalismo y arqueología: la construcción del pasado indígena en Colombia (1939-1948)», en C. Gnecco y E. Piazzini (Ed.), *Arqueología al desnudo. Reflexiones sobre la práctica disciplinaria*. 133-152. Popayán: Universidad del Cauca.

- Gnecco, Cristóbal. 2001. «Reflexión en tres actos sobre el museo», en D. Patiño (Ed.). *Arqueología, patrimonio y sociedad*. 65-77. Popayán: Universidad del Cauca.
- Gnecco, Cristóbal. 2006. *Educación a los salvajes: El «Nuevo» Museo Nacional*. Manuscrito no publicado.
- Hernández, Francisca. 2003. *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Trea.
- Hooder, Ian. 1994. “The contextual analysis of symbolic meanings”, en P. Susan (Ed.). *Interpreting Objects and collections*. London, Rutledge.
- Huysen Andreas. 1995, «Escapar de la amnesia: el museo como medio de masas», *El paseante*. 23/25: 56-79.
- ICOM-UNESCO. Obtenido Agosto 25, 2003, en <http://portal.unesco.org>
- Schaer, Roland. 1993. *L'invention des musées*. Paris, Gallimard / Réunion des musées nationaux.
- Marín, Erick. 2004. «Museos arqueológicos en el valle del cauca: Pasado, memoria, y olvido». Tesis de pregrado no publicada, Universidad del Cauca.
- Monpettit, Raymond. 2000. «Musées et universités : des fonctions en redéfinition, des missions complémentaires, des collaborations requises» en J. Serge (Ed.). *Les Musées en mouvement : nouvelles conceptions, nouveaux publics (Belgique, Canada)*. 41-71. Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles.
- Pearce, Susan (Ed.). 1994. “Objects and meaning: or narrating past” en *Objects of knowledge (new research in museum studies)*. 125-140. London: The Athlone press.
- Poulot, Dominique. 1997. «L'émulation et le progrès des arts» en *Musée nation patrimoine 1789-1815*. 83-111. Paris: Gallimard.
- Rasse, Paul. 1999. *Les musées à la lumière de l'espace public: Histoire, évolution, enjeux*. Paris: L'Harmattan Logiques sociales.
- Rodríguez, José. 2001. «Comunicación y educación». *Museológica*. 6 (4): 32-38
- Volkert, James W. 1991. «Monologue to Dialogue: In the evolution of presentation, Museums are entering a phase in which exhibits presents a multiples perspectives an encourage visitors to shape their own experiences». *Museums News*. March /April.