

UR URREAK
AGUAS TURBULENTAS
EAUX AGITÉES
TURBULENT WATERS

interdisciplinar
Lab

IÑAKI ARRIETA URTIZBEREA

CLAVES PARA LAS MUSEOGRAFÍAS EXPERIMENTALES Y LOS LABORATORIOS DE EXPLORACIÓN EN AGUAS TURBULENTAS

Una de las principales innovaciones o reinventiones que se viene dando en los museos tiene que ver con la importancia que han adquirido las exposiciones en dichas infraestructuras culturales. Hasta mediados del pasado siglo XX, la relevancia política, social y científica del museo radicaba preferentemente en las colecciones que albergaba. Sin embargo, en las últimas décadas las funciones museísticas de difundir y exponer han ganado relevancia frente a la de conservar. Esto se ha dado, entre otros motivos, por la progresiva generalización de los principios de la “democracia cultural” y de la “democratización de la cultura”. Según esos principios, el museo debe abrirse a la sociedad y una de las maneras de conseguirlo es a través de la exposición.

Según el *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*¹, el término “exposición” significa la acción de exponer, lo que se expone, así como el espacio en el cual se exhibe. Esta breve y sencilla sentencia, esconde un proceso muy complejo porque la exposición, o la acción o el proceso de exponer no consisten *simplemente* en presentar unos objetos. Se trata de un proceso de comunicación, que trata de transmitir ideas, conceptos, fenómenos, hechos, acontecimientos, valores o emociones a través de un discurso, sustentado en unos objetos, distribuidos en un espacio y utilizados como signos de algo que en sí mismo está, más o menos, ausente, a saber, esos acontecimientos, ideas, conceptos, emociones... Por tanto, aunque el grado de complejidad de lo que se quiere transmitir varíe, la exposición trata de *revivirlo* a partir de unos determinados elementos que, en sí mismos, son parte de esa complejidad o están relacionados con ella. En ese sentido, el proceso de exponer es una acción creativa, en cuanto se quiere transmitir lo que está *ausente* a partir de determinados elementos, parciales, de esa complejidad. También es creativo dicho proceso, o puede serlo, en cuanto que puede generar nuevos conocimientos y experiencias en los receptores del discurso expuesto: en los visitantes.

La necesidad de elaborar un discurso, para dar cuenta de esa complejidad, ponen claramente sobre la mesa el carácter *construido* del mismo en cualquier tipo de exposición. Esta construcción se realiza en función de la estrategia interpretativa de sus elaboradores, diseñadores, comisarios, etcétera. Una estrategia que está condicionada por la subjetividad de estos.

El carácter construido y subjetivo de la acción de exponer, nos conduce a preguntarnos acerca de quiénes toman parte en este proceso de comunicación. Y una primera aproximación nos muestra la variada y diversa amalgama de agentes o actores que intervienen en dicho

proceso. Del lado de la emisión, tenemos políticos, patrocinadores, conservadores, científicos, especialistas, comisarios, encargados de proyectos, diseñadores y técnicos, cada uno de ellos con sus repertorios interpretativos, conocimientos, habilidades, valores e intereses. Así, la acción de exponer objetos esconde un complicado juego de negociaciones entre todos esos agentes. El proceso de exponer constituye, por tanto, un campo de fuerzas acerca de quiénes, qué, cómo, dónde, cuándo, y por qué con respecto a lo que se quiere comunicar. Obviamente, este juego no se da entre iguales. Dentro del campo de fuerzas que se constituye en la acción de exponer hay una distribución desigual del poder a la hora de sugerir o imponer los contenidos del discurso y del tipo de narrativa. Esta *confrontación* atañe tanto a cuestiones generales del discurso, que tienen que ver con aspectos ideológicos o científicos del mensaje a transmitir, como con temas más concretos relacionados con la instauración del recorrido o con el tipo de paneles explicativos a instalar, por ejemplo. Estas segundas cuestiones, consideradas por algunos como pequeñas o de relevancia menor con respecto a las primeras, condicionan, y mucho, el discurso que se quiere transmitir.

No obstante, sean cuales sean los objetivos de los emisores del proceso de comunicación expositivo y la contundencia del discurso que se quiera transmitir, hay que tener presente que dicho discurso es interpretado por los receptores, a saber, por los visitantes. Como sostiene Freeman Tilden el visitante percibe a través de sus propios ojos e interpreta el mensaje en base a su propio conocimiento y experiencia. Por tal motivo, en las últimas décadas se han ido elaborando planteamientos expositivos más interactivos y dinámicos, haciéndose aún más compleja la acción de exponer.

Esa interacción, con relación al visitante, se puede plantear en dos niveles. En el primero, el diseñador o comisario renuncia a establecer un tema de manera incontestable en la exposición. El objetivo es que el visitante construya o desarrolle su propio punto de vista, siguiendo, por ejemplo, la metodología de la *muséologie de la ruptura*. El segundo nivel implica un mayor grado de participación del visitante. Supone, más bien, una participación plena del visitante en la acción de exponer, implicándose en la propia elaboración y presentación del discurso. Se trata de que el visitante intervenga en el campo de fuerzas de la exposición, tomando parte en la toma de decisiones. No obstante, está claro que el rango de participación es muy amplio, yendo desde la consulta una vez elaborado el discurso hasta su implicación plena desde el comienzo del proyecto expositivo.

Sin embargo, una participación del público en este segundo nivel plantea importantes retos, no fáciles de resolver, si es que lo son. Hasta ahora hemos hablado del visitante, pero está claro que no hay *un visitante*, sino visitantes. Entonces, a continuación, hay que preguntarse acerca de quiénes son los visitantes o quiénes constituyen el público de una exposición. Y la respuesta no es fácil porque, en general, se sabe más bien poco de la composición del público que visita los museos o las exposiciones. Este desconocimiento se acentúa más si de las características demográficas o socioeconómicas de los visitantes, pasamos a las culturales a partir de las cuales interpretan la propuesta expositiva. No obstante, nuevas formulas se están llevando a cabo con el objetivo de superar el reto de la participación. Entre otras, por ejemplo, están los planteamientos denominados “voces o relatos múltiples”, “perspectivas múltiples” o “zonas de contacto”.

Para concluir con las variables que afectan a la acción de exponer, habría que destacar todo aquello que tiene que ver con la escenografía, es decir, con los aspectos formales y materiales de la exposición en los que se concreta el discurso, como en el proyecto *Aguas Turbulentas*, donde el arte contemporáneo y la investigación científica se fusionan con el

recorrido normalizado-establecido del Aquarium de Donostia-San Sebastián, a modo experimental y como tentativa de nuevos ejercicios. Porque el escenario expositivo con todos sus objetos e instalaciones no constituye un espacio físico sin más, en el que se va a desplegar y mostrar el discurso tal y como se ha elaborado sobre el papel en los despachos de los diseñadores o comisarios. El escenario, su disposición, condiciona también la recepción del mensaje. Sin querer ser exhaustivos, la acción de exponer viene condicionada por la iluminación, los soportes, las vitrinas, los atriles, los paneles y otros elementos de sujeción, los recursos audiovisuales e interactivos, el color de las paredes, las dimensiones y el decorado de las salas, los recorridos, los textos informativos y, cómo no, el propio edificio.

¹André Desvallés y François Mairesse. Dictionnaire encyclopédique de muséologie (2011) París: Armand Colin, p. 133.

Iñaki Arrieta Urtizberea es profesor en el Departamento de Filosofía de los Valores y Antropología Social de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea en Donostia-San Sebastián. Su trabajo de investigación se centra en los campos de la museología y del patrimonio cultural.