

## DOCUMENTOS

Mercedes Martínez nos aporta esta reflexión desde su análisis del concepto *museología total*, concretamente, del Museo de la Ciencia de Barcelona: Cosmocaixa. El planteamiento es novedoso y provocador. Seguro que despertará el interés de museógrafos e intérpretes de otros campos.

### El *museo total*, donde el talento hace brillar los principios de Freeman Tilden

Mercedes Martínez Modroño  
Pedagoga  
A Teixeira, Ourense  
[martinezmodrono@gmail.com](mailto:martinezmodrono@gmail.com)

He tenido el placer de participar en la última edición del curso de museología que cada año organiza Cosmocaixa, el museo de la Ciencia en Barcelona, un laboratorio y un crisol de lo que su director denomina la *museología total*.

Si bien la *museología total* tuvo su origen en el proyecto vivo que es Cosmocaixa, ha trascendido el ámbito del museo de ciencia para abarcar centros de visitantes o atisbar la museología de los centros de arte, e incluso para salir a la calle y hacer interpretación *in situ*.

Para quien quiera saber en qué consiste, recomiendo mejor que este artículo los libros de Jorge Wagensberg, el director científico del museo, que por supuesto lo cuenta mucho mejor que yo, y que revelan cómo el museo es un diálogo permanente entre la teoría y la práctica, un museo que se hace por “conversación”. Parece que en este caso la práctica museística ha generado la teoría, y no al revés. Que los objetos han hablado, y el público delante de los objetos se ha comportado de

diferentes maneras, y algunas cosas han llamado la atención de la sociedad y otras no, y basándose en los objetos, las conversaciones, las reacciones, se ha creado un cuerpo teórico que sustenta la práctica, en un proceso de investigación-acción en el que la reflexión sobre la praxis genera un cuerpo teórico que se aparta conceptualmente de los planteamientos clásicos en museología (la museología del objeto y la museología interactiva).

La *museología total* parte siempre de la realidad, del contacto directo con la realidad por parte del público. La realidad, dotada de elementos, objetos en el espacio (esencias, conceptos), y de relaciones y cambios en el tiempo (fenómenos). Así, el museólogo -o el intérprete-, busca de la realidad aquellos objetos o fenómenos que tienen una historia que contar.

No es fácil meter la realidad en un museo o un centro de visitantes. Bien por su tamaño (demasiado pequeña o demasiado grande), por la velocidad de los fenómenos (demasiado lentos o demasiado rápidos) o

por la complejidad de la realidad (un paisaje). En esos casos, Jorge Wagensberg y la *museología total* recurren a la metáfora. Una metáfora museística es una representación (una primera interpretación de la realidad) que comparte con la realidad que queremos mostrar sus aspectos esenciales. Pero además, sabemos que una metáfora es una figura literaria que, al sustituir la realidad por otra imagen que tiene algo que ver con ella, confiere a la realidad aspectos nuevos, es una mirada nueva sobre la realidad y genera en el público significados imprevistos.

Esta manera de entender la museología, a mi modo de ver, representa una aplicación brillante de los principios formulados en los años 50 por Freeman Tilden, como desarrollaré más adelante, pero incorpora dos novedades fundamentales que en cierto modo están ligadas entre sí. La primera, se deriva de una lectura inteligente de Tilden, y se refiere al hincapié que Jorge Wagensberg hace en el concepto de “gozo intelectual”<sup>1</sup>, superando el segundo principio de Freeman Tilden, que hace referencia al conocimiento que se “revela” en la mente del visitante para justificarlo en función del “placer” que ese conocimiento produce en la mente del visitante. La segunda novedad es que, en una postura diametralmente opuesta al sexto principio de Tilden (públicos diferentes necesitan interpretaciones diferentes), en la museología total la adaptación a los diferentes públicos se consigue por un mensaje complejo y rico, basado por supuesto en el estímulo real, que consigue generar distintos niveles de lectura, distintos niveles de complejidad que se adaptan al público o, para ser más exactos, a los que el público se adapta según sus intereses, sus motivaciones y sus conocimientos previos. Se trata de ofrecer estímulos lo suficientemente ricos como para que funcionen como universales.

En mi opinión -por supuesto discutible-, la *museología total* es una museología que presupone que el público es libre, inteligente, y busca el placer: el gozo intelectual, ligado al goce estético que también debe estar presente. Estos tres presupuestos implican un cambio de paradigma, en concreto el cambio desde el enfoque de la respuesta que nadie ha pedido, a la pregunta. En este sentido, recuerda a la pedagogía de la pregunta de Paulo Freire, el gran pedagogo brasileño. No se trata, pues, de dar un itinerario preestablecido, ni de dar una respuesta terminada, sino de un diálogo continuo y abierto entre la realidad y los visitantes.

En palabras de Wagensberg, el conocimiento se genera por conversación. Y esa conversación se da

entre diferentes objetos, entre los objetos y los visitantes, y entre los visitantes entre sí. Los objetos, por tanto, así como la museografía o los medios interpretativos utilizados en cada caso, deben provocar el pensamiento, tal como plantea Freeman Tilden en su cuarto principio. Para Wagensberg, que ha estudiado a fondo esta cuestión central en el modelo de la *museología total*, la provocación se da cuando existe un estímulo que contiene una contradicción. Puede ser una contradicción del estímulo o una contradicción con un esquema cognitivo previo de quien se enfrenta a él. Un nuevo estímulo coherente con la visión de la realidad que portábamos antes de enfrentarnos con él, no provoca preguntas. Sólo lo hace aquel que tiene algún grado de incoherencia. Encontrar un estímulo así (primordial tarea de los museos en este paradigma), provoca el primero de los tres goces intelectuales, el goce por estímulo. Hay una pregunta abierta en nuestra mente y queremos averiguar más. Cuando no estamos hablando de un museo de ciencia, sino de la interpretación *in situ*, podríamos establecer que los recursos interpretativos han de buscarse en aquellos estímulos que tengan un mayor grado de incoherencia para los visitantes, o que sean susceptibles de generar una incoherencia, una pregunta, por medio de nuestra intervención. Es decir, aquellos recursos que tienen una buena historia que contar.

Señalar una incoherencia sobre un determinado aspecto de la realidad es tarea que puede identificarse con la creatividad, tanto la del científico como la del artista, y se traduce en una mirada diferente sobre la realidad. Identificar entre la realidad que se nos muestra todos los días algo que nadie ha visto todavía es lo que tienen en común Einstein y Picasso, y esa es la primera tarea para conseguir que un estímulo sea lo suficientemente “provocador”. Es conseguir una buena historia que contar, de ahí la importancia en la elección de los contenidos de nuestros mensajes.

La segunda tarea creativa se refiere al medio interpretativo, y seguramente se fundamenta en el procedimiento de la analogía inusual, uno de los pilares de los procesos creativos. En Cosmocaixa hay ejemplos magníficos de esta técnica, lo que Wagensberg denomina “conversación entre objetos”. Por ejemplo, comparar el diseño de colores de las alas de una mariposa con el escudo del Barça, o los élitros de diferentes escarabajos con abalorios, o reunir bajo el concepto “forma” algo tan dispar como una celdilla de colmena, una roca y un pavimento.

Es mediante esta conversación entre objetos, eminentemente creativa, que se generan significados multívocos sobre la unívoca realidad científica. Y es

---

<sup>1</sup> Wagensberg, Jorge (2007): *El gozo intelectual*. Tusquets, Barcelona, que ya se ha comentado en la lista de correo interna de la AIP.

precisamente esta multivocidad de significados<sup>2</sup> la que permite que un medio interpretativo llegue a generar diferentes significados entre las distintas personas que “conversan” con ellos.

Si en arte la responsabilidad de la obra corresponde por igual a quien la produce y a quien la recibe, y una genuina obra de arte es capaz de generar significados que su propio autor o autora no han imaginado, una intervención museográfica de estas características es capaz de generar preguntas y nuevos significados, es capaz de dialogar con el visitante, es capaz de generar preguntas y de provocar el pensamiento.

El primero de los principios que Freeman Tilden enunció se refiere a conectar con el interés del visitante. En la tradición que la IP ha seguido, esta conexión a su propia experiencia e intereses se consigue mediante el uso de intangibles de valor universal (amor, esfuerzo, miedo, libertad, etc.), como vía para la conexión emocional. Para Wagensberg, sin embargo, y esto se comprende bien por el carácter científico del museo CosmoCaixa, el estímulo del conocimiento es suficiente en sí mismo para provocar el interés y el placer del visitante: el placer de la conversación y el placer de la comprensión. ¿Hasta qué punto los objetos o fenómenos que no pertenecen al mundo de las ciencias sino al del arte o la historia pueden provocar la misma curiosidad? En cualquier caso, la lectura de la obra de Tilden, más de cincuenta años después de su edición, debe hacerse con las debidas precauciones. Los visitantes actuales cuentan con un nivel de formación y unas expectativas diferentes a aquellos que visitaban los parques nacionales en Estados Unidos a mediados del siglo pasado. El auge del turismo cultural presupone que hay un deseo de conocer por parte del visitante, y aun algo más: la búsqueda de nuevas experiencias que presuponen una actitud activa en el público.

Se podría pensar que un mensaje complejo que no da respuestas resulta elitista. La respuesta es “sí, pero”. Resulta ciertamente elitista si consideramos que probablemente no todos los visitantes de CosmoCaixa reciben por completo la complejidad de los mensajes y las múltiples resonancias que pueden generar. Pero también es cierto que se ofrece una “cultura de elite” a todo aquel que quiera acercarse. Lo contrario es dar

mensajes mediocres para que todo el mundo pueda entenderlos<sup>3</sup>.

Aquí está de nuevo la presunción de que los visitantes son personas libres e inteligentes. Cuando pensamos que el destinatario de nuestros mensajes interpretativos es una persona con capacidad de conversar con la realidad y con los medios interpretativos que diseñamos en cada caso, la riqueza de significados y de emociones que podemos despertar es infinitamente mayor que si pensamos en público ignorante, irresponsable y destructor del patrimonio. En el segundo caso saldrán mensajes típicamente unívocos, *didactistas*, cuando no moralizantes, del tipo “debemos cuidar nuestro patrimonio entre todos”. En el primer caso, renunciando a convencer con argumentos simples a esa parte de los visitantes que realmente son ignorantes e irresponsables, proveemos a todos los demás de una experiencia gozosa e interesante. Por otra parte, es dudoso que alguien deje de tirar basura en un sendero porque haya un cartel que se lo prohíba.

¿Y por qué digo que presupone la libertad del visitante? Porque en el diseño expositivo no está marcado un recorrido o una secuencia, sino que los elementos (los estímulos) se disponen ordenadamente en el espacio con pistas sutiles, como la diferencia entre los diseños, pero uno puede vagar por el museo sin un itinerario preestablecido. Igual que pasea por un mercadillo o por un bosque. Atención: un mercadillo, no una feria llena de charlatanes. CosmoCaixa se parece más a un mercado de cosas viejas donde lo que pueda encontrarse depende de la capacidad de observación de quien se pasea por allí, y no de los reclamos chabacanos de los vendedores de nada. Siempre la presunción de libertad presupone la responsabilidad de quien la ejerce.

Este enfoque puede darnos pistas para la interpretación en lugares abiertos si consideramos como cierto que poco a poco el turismo se especializa en visitantes que preparan sus propios viajes, que tienen intereses específicos, que conforman una inmensa mayoría de pequeñas minorías con motivaciones dispares, que están dispuestos a vagar por el bosque, con toda la complejidad que el bosque encierra, con toda la dificultad que tiene poder observar el bosque. Quizá debamos empezar a pensar en intervenciones interpretativas que abandonen los “nodos” para integrarse en el territorio y reforzar los estímulos, los objetos que el territorio posee de manera dispersa, ofreciendo preguntas a quien se acerque a él desde su propia individualidad y desde su

---

<sup>2</sup> La multivocidad de significados, por ejemplo, es la aportación del auténtico lenguaje poético para Hans Georg Gadamer. Ver, por ejemplo, “Poetizar e interpretar”, en *Estética y hermenéutica*. Tecnos, Madrid, 2006, donde leemos: “lo importante es que todo interpretar no señala hacia un objetivo, sino solamente en una dirección, es decir, hacia un espacio abierto que puede rellenarse de modos diversos” (p. 75).

---

<sup>3</sup> Dicho por Jorge Wagensberg con un aforismo: “En general, ante una minoría cultural selecta hay que intentar que sea menos minoría, no menos culta, ni menos selecta” (*A más cómo, menos por qué*, Tusquets, 2006, p. 112).

propia libertad de escoger qué es lo que quiere experimentar en su visita.

El primer principio de Freeman Tilden alude a la relevancia para el público de lo que queremos contar, el segundo incide en la importancia de superar la mera información para llegar a la revelación (ese ¡Eureka! que describe Wagensberg), el tercer principio alude a que la interpretación es un arte. Y escribe Tilden: “deberíamos decidirnos de una vez: el intérprete debe utilizar el arte y, por lo menos, será una especie de poeta”. Y añade, haciendo terriblemente contemporánea la cita: “Esto suena aterrador, lo reconozco”. Y sí, sigue sonando aterradora la presencia de la poesía junto a la ciencia... o cada vez menos. En Cosmocaixa, la poesía y la ciencia consiguen caminar juntas. Y lo hacen, en mi opinión, precisamente gracias al uso de la multivocidad de los objetos y los mensajes, siguiendo los conceptos estéticos de Gadamer. Quizá en parte, el rechazo hacia la poesía venga de identificar lo poético con la palabrería hueca, relamida, de ritmo machacón y largas adjetivaciones en la gama del rosa. Existe la poesía que es capaz de sacudirnos, de provocarnos, de dejarnos un poso de placer estético sin que sepamos normalmente cómo lo ha conseguido. Y existe, también, la poesía visual o multimedia, y todas tienen en común esa multivocidad de significados, la capacidad que tiene la poesía de generar tantos significados como lectores.

Quien haya leído sólo dos páginas de Jorge Wagensberg o haya visitado Cosmocaixa, habrá pensado en la belleza. La búsqueda de la belleza es una consecuencia de la consideración del visitante como una persona que busca legítimamente su propio placer. Las exposiciones de objetos en este museo buscan la belleza, y en concreto la exposición sobre las formas puede ser la culminación de esta búsqueda<sup>4</sup>. Está aquí el atractivo de la armonía, principio básico de la belleza en la naturaleza. La belleza en Cosmocaixa seduce al visitante; y la seducción es esa atracción que puede no estar exenta de engaño.

En este punto se abren dudas sobre la consideración del museo de la Ciencia como un templo de la ciencia, donde la grandiosidad de la arquitectura y la belleza de las formas apoyan la veracidad de los contenidos expuestos, en una aproximación que a quien escribe este artículo le plantea dudas por su proximidad a los planteamientos de los teólogos medievales que sustentaron el arte románico y gótico<sup>5</sup>. Si una catedral gótica se levanta hacia el

cielo como metáfora terrestre del mundo espiritual y de la magnificencia de Dios, el edificio de Cosmocaixa en Barcelona se hunde en la tierra sin renunciar a la luz, como metáfora de un templo de la ciencia que no renuncia a la iluminación de la belleza. Un edificio que ha sido construido por Terradas Arquitectos “por conversación entre arquitectos y museólogos”.

Y aquí vuelvo a citar a Freeman Tilden, que recuerda cómo John Merriam “anhelaba en los parques nacionales un llamamiento a las emociones, al ansia de un entendimiento más profundo, al espíritu religioso del individuo, nada menos que al amor a los objetos bellos y maravillosos” (p.59). Planteamientos que nos llevan a esos trabajos que en España está llevando a cabo la asociación Silene en torno al patrimonio espiritual.

De entre todas las buenas ideas museográficas que pueden verse en la exposición permanente de Cosmocaixa en Barcelona, reproduciré aquí los títulos de la exposición “La Forma”. Textos cortos y simples cuya potencia está en el nivel de síntesis que muestran, y no en el empleo de cualquier técnica de comunicación. Pero además, y prescindiendo de los textos que desarrollan a cada uno de ellos, y prescindiendo de los objetos y los fenómenos que en el museo los ilustran, si los leemos de corrido funcionan como los versos de un poema. En realidad, son ejemplos de un nuevo género literario cuya existencia se ha defendido en este curso. Pertenecen al género literario de los textos para museos como lo han bautizado en Barcelona el escritor Marius Serra y el propio Jorge Wagensberg:

La esfera protege  
La espiral empaqueta  
La onda mueve  
La hélice agarra  
Los fractales colonizan el espacio  
El hexágono pavimenta  
El ángulo penetra  
La catenaria aguanta<sup>6</sup>

Podrían cambiar el lugar de cada uno de ellos aleatoriamente, y seguiría siendo bello. Quizá leídos

---

cosas invisibles se manifiesta a partir de formas visibles (...) puesto que la belleza visible es la imagen de la belleza invisible”. La cita es de Hugo de San Víctor (1096-1141), citado por Jèssica Jacques Pi (2003): *La estética del románico y el gótico*. A. Machado libros, Madrid (p.132).

<sup>6</sup> Estos textos han producido no sólo una exposición, sino también un libro y documentación científica. El libro es *La rebelión de las formas. O cómo perseverar cuando la incertidumbre aprieta*. Tusquets, Barcelona.

---

<sup>4</sup> El subtítulo del libro *El gozo intelectual* es, precisamente, *Teoría y práctica sobre la inteligibilidad y la belleza*.

<sup>5</sup> “Dado que la belleza de las cosas visibles reside en las formas, congruentemente se dice que la belleza de las

de abajo a arriba cambien el tono del “poema”. Quizá después de leer el último, a cada uno de nosotros se le ocurra un verso como continuación...

Y es que Jorge Wagensberg, además de ser físico y dirigir el museo de la ciencia, publica libros de ese género literario tan minoritario como es el aforismo<sup>7</sup>.

El cuarto principio enunciado por Freeman Tilden dice escuetamente: el objetivo principal de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación. Y lo desarrolla así: “El propósito de la interpretación es despertar en el lector u oyente un deseo de ampliar el horizonte de intereses y conocimiento, además de obtener una comprensión de las grandes verdades que se ocultan detrás de cualquier hecho” (p.66). En Cosmocaixa, la función del museo es despertar la curiosidad, la conversación. El mejor indicador de la excelencia de un elemento sería que los visitantes siguiesen hablando de ello al salir, en la cena, a la semana siguiente, hasta sentirse impelidos a correr a una biblioteca o a Internet a encontrar las respuestas a esas preguntas que ya no le dejan dormir.

Qué diferencia con algunos de estos malos medios interpretativos que parecen libros de primaria, de esos ya anticuados, de los que, por suerte, ya se hacen menos. Abandonemos, por favor, el formato interpretativo del recuadro coloreado, ese que se introduce en los libros con la palabra fatídica “Recuerda:”, y lleguemos a los libros de aforismos que muchas veces plantean preguntas de las que la humanidad todavía no ha sido capaz de responder. Dos ejemplos del propio Wagensberg: “vivir envejece”, o “la tradición sólo persevera por tradición”<sup>8</sup>. Entremedias están las verdades científicas que la humanidad ya, sí, ha ido contestando. Y dejemos que todos podamos sentir el gozo de la investigación, de la curiosidad sana del niño y del adulto (Oh, bendita neotenia) por conocer lo que todavía no se comprende.

Para generar un museo así se necesita creatividad, se necesita talento y se necesita audacia.

Lamentablemente, en el día a día, las personas que trabajamos en interpretación del patrimonio, provistas -salvo prueba en contrario- de grandes dosis de talento y creatividad, no podemos ser tan audaces sin arriesgar nuestros contratos.

---

<sup>7</sup> Este año 2012 acaba de publicar su tercer libro de aforismos, “Más árboles que ramas”, editado también en Tusquets.

<sup>8</sup> Jorge Wagensberg en *Babelia*, nº 1.068. El País, 12 de mayo de 2012.