

Visitantes, inocentes de un juego perverso

Óscar Navajas Corral
oscar.navajas@uah.es

Carlos Fernández Balboa
cfbalboa@gmail.com

“(…) al visitante, inocente de todo este juego perverso (…), si no lo comprende rápidamente, se le tendrá que imponer: prohibición de tocar, un esbozo de apropiación simbólica, vestimenta decente, regla del silencio o el susurro, etc. En una palabra, el visitante es culpable de una posible inconducta, culpable simplemente de poder transgredir la prohibición: él debe, cueste lo que cueste, interiorizar esta culpabilidad que se convierte naturalmente en una mala conducta” (Deloche, 2010: 31).

El “visitante”, ese indefenso ser de conocimientos adormecidos, provisto de sentidos y (desprovisto de) sentido común. “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 aun más, una palabra que hará brotar una infinidad de pequeños instantes que confirmarán el conjunto de la memoria” (Broisseau, 1991: 10). Los profesionales de los museos, del patrimonio, del turismo y, cómo no, de la Interpretación, juegan y se recrean con esto, y con el ocio (reglado) que fluye por las conexiones cerebrales de este público no cautivo.

Vivimos en una sociedad del deseo hedonista, consumista e individualista, donde contemplar, conocer y, sobre todo, *experimentar* son parte intrínseca de la misma o, al menos, de cuando esta se transforma en la *sociedad turística*¹ (Fernández Poncela, 2016: 148). Esta sociedad –turística o no– tiene la capacidad de crear espacios imaginarios, momentáneos, en los que soñar, consolar, saciar el ansia de consumo o, simplemente, pasar el tiempo y, en algunos, casos, matar el tiempo. Esta sociedad ha llevado a crear una cultura del riesgo (Beck, 2002) con miedo líquido (Bauman, 2007); es decir, contradictoriamente apasionada por lo nuevo y recelosa de la ruptura de un sistema (económico, social y cultural) caduco, en algunos casos, casi finisecular.

Los turistas en este sistema despiertan estereotipos, prejuicios y fobias. Se convierten en peregrinos que se agolpan en los monumentos. No obstante, este turismo configura cada vez más nuestras ciudades e incluso está llegando a

¹ *Sociedad turística*, un neologismo que esperemos no llegue más lejos de estas líneas.

formar las clases sociales de muchas de ellas.

Cansados visitantes que realizan esfuerzos titánicos por ver todo lo que no van a comprender, pero que han comprado en el imaginario institucionalizado de la globalización, en un tiempo récord. Seres que sacan sus espadas láser y empiezan la batalla de *selfies*. Y es que nos han enseñado que no podemos dejar este mundo sin visitar ciudades como Florencia, Venecia, Roma, o París; y puede que así sea, pero ¿es más importante Venecia que la visita a una pequeña localidad cuyo nombre pasa desapercibido en los mapas? En realidad, la importancia verdadera de un destino no reside en su patrimonio, sino en las expectativas que nos hayan creado de él o, más importante, de las inquietudes que tengamos cada uno de los visitantes y que la planificación interpretativa sea capaz de despertar. Si fuera por la importancia real del patrimonio, quizás deberían estar fletando aviones a la cuna de la existencia humana: África (Valle Bajo del Omo). Ciudades como Roma, Londres, Madrid, Nueva York, destacan por un patrimonio que se ajusta a unos escasos periodos de la historia de la humanidad fundamentalmente, y esos, comparado con lo que puede mostrar el lugar en el que nuestros antecesores empezaron la conquista del resto de las especies es una nimiedad. No obstante, el sistema turístico nos dice que no podemos dejar de ir a la “monumentalidad”, occidental, en primer lugar, claro.



Entonces, ¿qué exhibimos?

Estas reflexiones vienen a colación de las dos últimas experiencias en el Museo Pompidou y el Museo de Orsay de París. Instituciones que muestran obras como *La Fuente* de Duchamp, las realizadas en fieltro por Beuys, los monocromos de Ives Klein, el realismo social de Courbet o incluso los cuadros de Van Gogh. Todas ellas se encuentran crucificadas en sus bastidores o petrificadas en sus vitrinas, desnudas, sin la más ligera estimulación concreta y asequible para el público. En ocasiones uno piensa que esa desnudez intenta provocar, pero el vacío de estímulos en los mapas, folletos, en las propias salas, no llega a ruborizar siquiera a los vagabundos visitantes que deambulan cabizbajos buscando un asiento, una chispa de atención o simplemente la salida. Aun así, estos museos continúan llenando año tras año el zurrón con millones de visitantes que recorren (o corren) las salas mirando obra a obra, una por una, aunque no se detengan más de diez segundos en la mayoría de ellas.

Como si fuera en un concierto de rock, en el Museo de Orsay las obras de Monet y de Van Gogh se agolpaban de una multitud de *fans*. A estos les seguían sus teloneros Gauguin, Degas o Pissarro. La diferencia de *clases* ha llegado al museo. Las salas dedicadas a estos pintores se encuentran claramente diferenciadas del resto y debidamente señalizadas, son las “estrellas” del museo. Seguramente el 90 % de los turistas de la ciudad visiten este museo, y muchos como este, por ver a estas estrellas, desplazando a otras que no han sido tan bien señalizadas. Las retinas de los visitantes son educadas desde su más tierna infancia para reconocer modelos que los grandes museos repiten, pero no son educadas para estimular el descubrimiento, como esas solitarias obras emblemáticas de Manet, del simbolismo y de los prerrafaelitas, que se limitan a observarse unas a otras, y que el museo ha dejado completamente descontextualizadas con el conjunto global, convirtiéndose en un auténtico e insoportable examen de cultura para el visitante curioso que acaba abandonando por la fatiga física y mental.

Si esto es así, como parece que lo demuestra una visita empírica, los museos son cada vez más inútiles en su función social y educativa. El turista entra en ellos, pero sale con muy poco o nada, a excepción de la entrada y lo que haya adquirido en la tienda. Pocos turistas cogen audioguías, algunas incomprensibles por su lenguaje técnico; pocos se leen los folletos o se paran en los paneles explicativos, cuando los hay. A esto se suma el tiempo que se necesita para ver los museos al completo. Entre una hora para quienes no se detienen casi ni en las obras “esenciales”, hasta las tres horas para los más detallistas. Un tiempo que se convierte en oro cuando el turista posee poco más de tres días para recorrer todos los recovecos turísticos de una ciudad y el cansancio se va acumulando a cada paso.

Al final estos museos (de estrellas) se convierten en inmensos almacenes de cosas del pasado por el que circulan millones de personas; se convierten en

instituciones lucrativas, aunque vacías de contenido relevante para el visitante. ¿Quién tiene la culpa? El museo pone los objetos, la accesibilidad y los materiales de difusión. Y el público pone el tiempo y el interés. ¿Es el turista quien debe esforzarse por acudir al museo más informado, más especializado en sus conocimientos para poder elegir, comparar y reflexionar sobre lo que ve en un tiempo prudencial? ¿O es el museo el que debe tender a una difusión de sus colecciones, más accesible al público general y equitativa en la elección de lo que el turista debe ver, alejándose del consumo cultural de moda en el que muchos parecen inmersos?

El lenguaje no verbal de las exposiciones

La Historia, como referente abstracto de nuestro pasado, es un cúmulo de productos inmateriales impresos en nuestra cultura material. Existe una lucha constante, por parte del ser humano, porque estas huellas del pasado no se pierdan. Esta acción es lo que denominamos memoria. La memoria es la línea espacio temporal en el que se van marcando todas aquellas actividades del ser humano a lo largo de su historia. Todo queda plasmado en esta memoria. El problema –y el debate– de esta memoria está en saber cuál de esas huellas se rescata, cuál permanecerá en nuestra memoria presente, de qué forma nos llega y cómo se debe transmitir, es decir, quién y cómo se interpreta.

Todo nuestro pasado, toda nuestra memoria está siempre latente a nuestro alrededor, lista para aparecer y sorprendernos. Puede llegar en forma de documento, en forma de colores, en forma de sonidos, de una emoción pasajera, de un lugar, de un tiempo. No debemos olvidar que la memoria es el resultado de los actos individuales o colectivos del ser humano “fijados especialmente a través de las emociones; un olor, un color o una palabra pueden desencadenar una serie de pequeños instantes que constituirán el recuerdo de un evento” (Núñez, 2006).

Una de las instituciones encargadas de velar por la conservación de esta memoria es el museo. Pero no es el encargado únicamente de salvaguardarla sino, también, de presentarla. Quizá sea la tarea más ardua. Qué presentar y cómo presentar son los debates y las críticas más frecuentes en el círculo de la interpretación del patrimonio.

El museo es una entidad al servicio de la sociedad puesto que alberga un acervo cultural de una colectividad determinada o, en algunos de los casos, de una sociedad globalizada. Como tal, tiene el deber de presentar dicha colección. La exposición es el arma que utiliza para dialogar con el espectador. La exposición es más (sin restarle mérito) que un medio de comunicación. Pero un medio que hay que saber tratar para no caer en la esterilidad interpretativa o en la acumulación de objetos del pasado.

El museo es un espacio de comunicación social que se encuentra insertado dentro de la educación no formal de cualquier ciudadano postmoderno. Ese espacio, por lo tanto, ha de ser tratado como un sistema lingüístico (Cameron, 1992) con un lenguaje que debe ser comprendido por todos los públicos que se interesen en comprender, aprender o apreciar su memoria allí conservada.

En esta disertación queremos hacer hincapié en la exposición como diálogo con el espectador, como lenguaje que acerca emociones y comprensiones a un público; y no solo a la exposición como cúmulo de elementos y comunicaciones, sino también en el aspecto espacial, aquel que utiliza un sistema lingüístico no verbal para acercar un significado a un receptor.

En cualquier lenguaje deben darse tres estructuras básicas para que este tenga el efecto deseado (el intercambio de información y la correcta interpretación de dicha información): la sintaxis o el conjunto de reglas que definen las secuencias correctas de los elementos de un lenguaje; la semántica o el estudio de los significados de signos lingüísticos; y la pragmática o la relación entre los lenguajes y sus usuarios. Es decir, nos encontramos ante un sistema de comunicación en el que tenemos un emisor, un receptor, un mensaje, un código y un ambiente.

Según Angélica Núñez, en su libro *El museo como espacio de mediación, el lenguaje de la exposición museal en el museo* (2006): “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 de 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” (Núñez, 2006).

Si recordamos a Arnau (1975), el espacio expositivo es un lugar en el que el visitante juega un rol. Un espacio escénico en el que puede interactuar y evadirse de su cotidianeidad. El éxito de una exposición y del lenguaje (no verbal) que utilice será la clave para que ese “actor” se sienta libre para utilizar su imaginación e identificarse con lo que está experimentando².

² Davallon en 1986 ya hablaba de un *espacio sintético* cuya puesta en escena transmite significados siempre y cuando la estrategia de diálogo establecida por el diseño expositivo permita al visitante descubrir las claves (los signos) para entender ese lenguaje o, si se prefiere, ese significado: emociones, simbolismo, etc.



Recorrer el espacio escénico es un desenvolvimiento del individuo en un escenario no reconocido, en un no lugar (Auge, 1992) en el que se tiene que sentir cómodo e identificado. Descubrir los signos que le permitirán actuar y dialogar con los artefactos expuestos en ese “escenario” es uno de los talones de Aquiles de toda museología y museografía actual. ¿Cuáles son las premisas que pueden hacer efectivo un lenguaje no verbal en el trascurso espacio-temporal al que se transporta el usuario del museo?

Este lenguaje dependerá no solo del actor y del escenario, sino también del artefacto³ expuesto. La actuación del público dependerá de los signos que desprenda dicho artefacto en el escenario en el que está ubicado. La contextualización o, mejor dicho, la descontextualización de los artefactos en el caso del lenguaje no verbal debe estar marcada por los elementos sensitivos que desprendan los artefactos colocados.

La comprensión de ese lenguaje, la correcta interacción con los artefactos expuestos, debe tener como fin último la socialización y la correcta comprensión de la memoria expuesta y conservada por el museo. El desplazamiento espacio-temporal al que va a ser sometido el visitante debe tener la lógica del entendimiento del discurso (lineal) comunicativo que pueda ayudarle a comprender mejor las vivencias de su presente inmediato.

³ Llamamos artefacto a cualquier bien material e inmaterial colocado en una sala de exposiciones.

Siguiendo el camino de baldosas blancas

Una visita al museo puede ser algo espectacular, un reencuentro con el conocimiento, un descubrimiento de sensaciones, una puerta a la imaginación, en definitiva, un mundo de maravillas. Pero también se puede convertir en un largo camino de baldosas que endurecen los pies hasta el agotamiento, un paseo en medio de miles de objetos con la satisfacción de que en algún momento se terminará.

Referencias

- AUGE, M. *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona. Gedisa. 1992.
- BAUMAN, Z. *Miedo líquido*. Barcelona: Paidós. 2007.
- BAUDRILLARD, J. *Le système marginal: La collection*. Paris. Gallimard. 1968.
- BECK, U. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona. Paidós. 2002.
- BROUSSEAU, L. "La mise en exposition". En *Musées*. 1991.
- CAMERON, D. *Un point de vue: le musée comme système de communication*. Paris. 1992.
- DAVALLON, J. *Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers*. Paris. 1986.
- DELOCHE, B. *Mythologie du musée*. Lassay-les-Châteaux (France). Le Cavalier Bleu. 2010.
- FERNÁNDEZ PONCELA, A. M. "El buen turista: reflexiones sociales", en *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*. <http://www.intersticios.es>. Vol. 10 (1) 2016: 147-168.
- HERNÁNDEZ, F. *El museo como espacio de comunicación*. Trea. Gijón. 2003.
- MENDES DA SILVA, T. *Artemisia e ambientes expositivos*. Instituto de Artes (UNESP). São Paulo. 2007.
- NÚÑEZ, A. *El museo como espacio de mediación: el lenguaje de la exposición museal*. Universidad del Cauca. Colombia. 2006.