

*El Museo utiliza un medio tan antiguo como la humanidad y anterior a la institución museística misma, para comunicar ideas, conceptos, situaciones y hechos: los objetos. Esta situación resulta variable, al variar las condiciones humanas dentro de las cuales el objeto es visualizado. La relatividad nos lleva a reconsiderar el medio esencial característico de nuestro trabajo en el museo, como circunstancial, aunque no así el hecho mismo de la comunicación con objetos. Consideradas estas variaciones, el texto siguiente nos lleva a la consideración de aspectos de mayor detalle y precisión, sobre variaciones semióticas del objeto de museo, en la exposición misma.*

GACETA DE MUSEOS

## Carácter representativo del objeto (no representativo) exhibido en el museo

### El objeto como signo, en el museo

Enfrentar el estudio del significado del objeto, en el específico contexto del museo, supone una tarea de exploración de **la eficacia de la semiótica, en cuanto metodología de investigación, para explicar el proceso de proposición, interpretación y transformación del significado de lo exhibido, así como su resultado**, por el hecho de estar exhibido, según las características del diseño de la exhibición y adecuándose a los sistemas de interpretación de los visitantes de dicha exhibición.

Esta significación será diferente a la que adquiriría **ese mismo objeto** en un comercio, en la habitación de un domicilio particular, en un hospital, en una iglesia, en un cuartel, en un parque o calle, en una escuela, en un hotel, en un club deportivo de barrio, etc. También será diferente a la significación que adquiriría **ese mismo objeto** al estar representado en una imagen gráfica, bi o tridimensional y a la significación de esta misma imagen en cuanto objeto. Por ello también excluyo, provisionalmente, de este trabajo a la clase de objetos cuyo dominio está constituido por los que son **representaciones de otros objetos**; aun cuando su presencia constituye uno de los objetos más habitualmente exhibidos en los museos: preferentemente, museos de pintura y de escultura, pero también museos de maquetas, de fotografías, de reproducciones artísticas, etc.

Por consiguiente, todo aquello acerca de lo que vaya reflexionando en este trabajo se entenderá como referido a la exhibición del objeto, **en su calidad de objeto semiótico**, en un museo, y no a la exhibición de aquellos que se exhiben en virtud de **su calidad de semiosis sustituyentes**, salvo que, por exigencias de una semántica diferencial, se indique lo contrario. El motivo de esta exclusión consiste en la **calidad metasemiótica** que adquiere el discurso de exhibición, cuando los que se exhiben son **discursos acerca de objetos**, o sea, objetos que

---

En el museo, los objetos presentes nos conducen a una ausencia, a otro objeto y/o a otro espacio y/o a otro tiempo en el cual, ese objeto, siendo el mismo, ya no es el que está en la vitrina o sobre un pedestal.

---

son representaciones de otros objetos, frente a la **calidad semiótica** del discurso que exhibe **objetos** y los excluye, en consecuencia, por considerar que la problemática y las operaciones analíticas que habrán de utilizarse en uno y otro caso (el de la metasemiótica y el de la semiótica) son diferentes.

No obstante, esta exclusión no abarca a **los discursos, en función co-textual**, mediante los cuales los objetos exhibidos son propuestos como dotados de determinada significación, al menos en el diseño comunicativo del curador del museo; éstos tendrán una

particular importancia para establecer la relación entre el **mundo semiótico posible** propuesto por el curador de la exhibición y el **mundo semiótico posible** de los visitantes.

Y, no obstante, al estar exhibido, el objeto en el museo **deja de ser lo que es «en sí mismo»** (lo que, no obstante, ya lo incluye en una cultura y por tanto lo configura como objeto semiótico) y **comienza a estar en representación de algo**.

En el museo, **los objetos presentes nos conducen a una ausencia**, a otro objeto y/o a otro espacio y/o a otro tiempo en el cual, ese objeto, siendo el mismo, ya no es el que está en la vitrina o sobre un pedestal.

## 2. La percepción del objeto como propuesta de relación

Hasta aquí la propuesta consiste en considerar al **objeto exhibido en el museo** como un **objeto semiótico** al que **se exhibe**. Al exhibírsele, adquiere una potencia **representativa**; se tratará por tanto de proponerlo como **semiosis sustituyente**, aun cuando (originariamente) es un objeto semiótico y sólo por eficacia de esa situación de exhibición se constituye en **semiosis sustituyente sui generis**.





Parece una contradicción. Pero, en el acotamiento que he establecido para este trabajo, se supone que lo que se trata es de exhibir (o sea, transformar en semiosis sustituyentes) **objetos que no tienen la cualidad de ser semiosis sustituyentes**. Una cosa es exhibir una pipa en un museo y otra muy distinta es exhibir la imagen de una pipa en un museo, situación esta última que le llevará a M. Foucault (1973) a escribir sobre dicha imagen: «esto no es una pipa». Si lo que se exhiben son imágenes de pipas, se están exhibiendo semiosis sustituyentes; si lo que se exhiben son pipas se están exhibiendo objetos semióticos; pero, mientras están exhibidas son semiosis sustituyentes, sólo que de una característica tal que M. Foucault no podría decir que «esto no es una pipa», ya que, efectivamente, son pipas.

Así es como **adquiere la calidad representacional** específica el objeto exhibido en el museo. La tarea cognitiva de base que se propone al exhibir un objeto en un museo (como en otros muchos ámbitos en los que podría exhibirse) consiste en que **se lo perciba**. Esta tarea se corresponde con el objetivo fundamental de la visión, según lo formuló D. Marr (1982: 3): “**Saber qué hay dónde, mirando**”.

Pero, hasta aquí, no se produce la especificidad identificadora del objeto en el museo; al objeto se lo identificaría, del modo que propone Marr, como a cualquier otro objeto al que identificamos y situamos en coordenadas espaciales, por lo general intuitivas. Es necesario percibir, pero no basta con ello; habrá de asignarse una particular calidad a esa percepción: la de **consistir en la percepción de una representación**. A esto creo que ayuda tener clara **la diferencia entre uso y exhibición** (que algo le debe a W.v. Quine, 1962: 77).

**El objeto usado** requiere percibir su colocación en el espacio y saber manipularlo con la eficacia pertinente según sus características. Pero es posible que no se lo perciba conscientemente, ni se tenga constante conciencia de los conocimientos que requiere su manipulación, como ocurre, por ejemplo, en mi relación con el teclado en el que escribo.

**El objeto exhibido** se propone explícitamente a la percepción, en una determinada situación que lo privilegia (o debería privilegiarlo) para su contemplación,

---

El objeto exhibido se propone explícitamente a la percepción... y actualiza ante la conciencia del visitante determinada información, mediante la que se constituye como representación, en cuanto... su presencia propone algún tipo de relación con algo diferente al propio objeto.

---



y actualiza ante la conciencia del visitante determinada información, mediante la que se constituye como **representación**, en cuanto no se agota en sí mismo sino que su presencia propone algún tipo de relación con algo diferente al propio objeto. Pero esta relación con algo diferente tiene diversas variantes.

Por una parte, que **no se agote en sí mismo** no excluye que su única posibilidad representativa consista en poder estar **en representación de sí mismo**. Esto ocurre, en especial, con los llamados “objetos únicos”. En tales casos, el objeto exhibido y el representado resultan **no ser el mismo, pese a su aparente unicidad**; no posee una misma identidad en cuanto percibido y en cuanto representado.

En el caso del objeto único, el objeto representado se caracteriza siempre como una **ausencia** que contradice la efectiva **presencia** del objeto exhibido. El sable de San Martín, custodiado en el Regimiento de Granaderos en la Ciudad de Buenos Aires, no es (salvo desde una visión “empírista de secano», como diría N. Hanson, 1977: 21) el sable que se ceñía San Martín, sino que la representa o evoca en cuanto posibilidad ya agotada o inexistente y, en todo caso, efectivamente ausente, respecto del sable exhibido; **el mundo semiótico posible** del sable actual **no es el mundo semiótico posible** de la espada que manipulaba San Martín; esta diferencia en los mundos posibles hacen que se haya perdido la identidad entre lo que hoy percibimos y lo que percibió San Martín cuando lo buscaba para ceñírselo. Lo que no le quita valor, sino que le añade, al valor de **ser su propia representación**, el inalcanzable valor de **no poder volver a ser** de San Martín (el caso de **las réplicas**, como lo es el sable exhibido en el Museo Histórico o en la Catedral de Buenos Aires, es ya el de los objetos que tienen el carácter de ser **semiosis sustituyentes**).

No obstante el caso más habitual es aquel en que el objeto exhibido está en representación de todo un dominio de objetos, del cual él es, además, uno de sus integrantes. Tal es el caso de los objetos llamados “prototipos”. Aquí, el objeto comparte sus características perceptuales y/o simbólicas con un conjunto de otros objetos. Estos otros objetos son semejantes entre sí y respecto al exhibido, pero, además, también están **ausentes**. Tal es el caso la vieja moneda española de un maravedí, exhibida en un museo de numismática. Allí exhibida, tampoco esa moneda **es** tal, sino que se **representa** a sí misma y a todas las demás de su tipo y valor que alguna vez existieron. Esta **distancia necesaria**, creo poder afirmar que es lo que constituye la característica esencial de un **objeto de museo**, lo que

le confiere su estatuto como **signo** y lo que lo hace objeto de conocimiento de una **semiótica indicial**.

### **La transformación del objeto, en la mente del visitante**

Uno de los aportes fundamentales de Ch. S. Peirce (1965: 2.228)) consistió en establecer, en el **interpretante**, el lugar de la plenitud (provisional) del signo. No hay signo hasta tanto una determinada percepción no haya encontrado su lugar en el sistema mental de interpretación a donde lo remite el observador. No es que, mientras tanto, exista un signo no interpretado, es que no hay signo.

Desde esta perspectiva, el objeto en el museo sólo adquiere su valor específico cuando resulta interpretado por cada uno de los visitantes que lo perciben efectivamente y según las características que, en la mente de cada uno de tales visitantes, adquiere esa percepción.

Vuelve a actualizarse una observación que formulé respecto de las semióticas de la imagen visual y que considero generalizable a la interpretación de cualquier clase de signo: **ninguna semiosis es autosuficiente para la obtención de su interpretación**. Esto quiere decir que el interpretante necesita poner en relación la percepción actual que pretende interpretar con la huella de otra o de múltiples percepciones, experiencias sensoriales, nombres, expresiones y frases verbales, comportamientos percibidos o protagonizados, etc., **en cuanto ya interpretados** y en los que, por semejanza o diferencia, se basará para interpretar dicha percepción actual. Tal la función que cumple la que se denomina **“memoria asociativa”** (S. Kosslyn, 1996: 73, 214-225).

---

Este es el ámbito de concurrencia... entre la propuesta del curador de la exhibición y el universo de significaciones con el que el visitante llega al museo.

---

El término “interpretación” involucra una doble tarea: la de **reconocimiento** y la de **interpretación** propiamente dicha. La primera culmina cuando el espectador **sabe qué es lo que está viendo**. Suele asimilársela a estar capacitado para asignarle un nombre. La segunda cuando el espectador **la vincula con diversos aspectos del sistema cultural** del que dicho espectador participa. Supone la capacidad para asignarle un contexto, tanto simbólico o conceptual como existencial o utilitario.





Este es el ámbito de concurrencia, que puede abarcar desde la complementariedad hasta el conflicto, entre **la propuesta del curador** de la exhibición y el **universo de significaciones con el que el visitante llega al museo**. El objeto exhibido es, así, un punto de encuentro entre **los Mundos Semióticos Posibles del curador y del visitante**.

En la semiótica indicial, uno de estos Mundos Semióticos Posibles es una situación empírica concreta, construida según determinadas **relaciones espaciales** y, en el caso del museo, **decidida por el curador para la exhibición del objeto**.

---

Ese conjunto de relaciones espaciales implica una propuesta de reconocimiento del objeto, desde las cuales el visitante estará dispuesto o no a aceptar la propuesta ideologizadora del curador.

---

Algunas de estas relaciones espaciales pueden recaer sobre el mismo objeto y están destinadas a proponer una determinada **visualización** de dicho objeto. Otras a ponerlo en relación con un universo de imágenes de las que provendrá la información necesaria para su **semantización**. Otras, en fin, a vincularlo con un universo de comportamientos tendientes a la construcción de su dimensión **pragmática**. En cualquier caso, ese conjunto de relaciones espaciales implica una **propuesta de ideologización del objeto**, según determinaciones con las que el curador pretende controlar o, al menos, desde la que pretende orientar la capacidad interpretativa del visitante.

El otro de estos Mundos Semióticos Posibles, es aquel constituido por un **conjunto de posibilidades interpretativas predeterminadas**, según el cual cada visitante se ubica en presencia del objeto para configurar una situación empírica imaginaria, construida según determinadas **relaciones espaciales, en la que ese visitante está dispuesto a situar imaginariamente al objeto**.

Algunas de estas relaciones espaciales pueden recaer sobre el mismo objeto y están destinadas a establecer las características que el visitante puede aceptar como adecuadas para la **visualización** de dicho objeto. Otras a poner a este objeto en relación con un universo de imágenes mnemónicas de las que proviene, al tiempo de la puesta en presencia del visitante ante el objeto, la información necesaria para la **semantización** que ese visitante puede conferirle. Otras relaciones espaciales, en fin, están destinadas a vincularlo con un universo de comportamientos, como

destinatario de los cuales el visitante situará al objeto, tendientes a la construcción de su dimensión **pragmática**. En cualquier caso, ese conjunto de relaciones espaciales implica una **propuesta de reconocimiento del objeto**, según determinaciones desde las cuales el visitante estará dispuesto o no a aceptar la propuesta ideologizadora del curador.

En su forma más elemental, los Mundos Semióticos Posibles del curador y del visitante están constituidos por las **posibilidades dialécticas, en cuanto opositivas y eventualmente contradictorias, de visualización, semantización y utilización pragmática aplicables al objeto**. Estas tres dimensiones son los ámbitos en los que se juega la posibilidad de **intercambio comunicativo** entre el curador colectivo y el conjunto de los visitantes individuales del museo. Se materializan en la forma de exhibición del objeto, los textos, gráficos y audiovisuales a los que se lo asocia y las actividades pedagógicas o lúdicas que se programan como experiencia kinésica con el objeto o con sus réplicas o sus componentes o sus resultados.

¿Cómo lo exhibe el curador **versus** cómo lo hubiera querido percibir el visitante? ¿Qué información le asocia el curador **versus** qué sabía de él el visitante? ¿Qué relación física admite el curador que puede establecerse con el objeto **versus** cuál es la que al visitante le interesa establecer?

Tales considero, en principio, que pudieran ser los tres temas básicos para el análisis de los objetos de un museo en cuanto propuesta comunicativa de representación.

JUAN MAGARIÑOS DE MORENTIN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA, ARGENTINA



## Bibliografía

1. FOUCAULT, Michel. *Ceci n'est pas une pipe*. Montpellier: Fata Morgana, 1973 (Esto no es una pipa. Barcelona: Anagrama, 1981)
2. HANSON, Norwood Russell. *Patrones de descubrimiento. Observación y explicación*. Madrid: Alianza, 1977 ("Observation and Explanation". New York: Harper & Row, 1971)
3. KOSSLYN, Stephen M. *Image and Brain*. Cambridge: The MIT Press, 1996
4. MARR, David. *Vision*. New York: Freeman, 1982
5. PIERCE, Charles Sanders (1965/1931). *Collected Papers of Charles Sanders Pierce*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press
6. QUINE, Willard van Orman. *Los métodos de la lógica*. Barcelona: Ariel, 1962 (Methods of Logic. Cambridge: Henry Holt, 1956)