

¿Por qué no vienen a los museos?

Resumen

¿Por qué no vienen a los museos?¹

En los últimos años como nunca había ocurrido, mucha gente en Europa y América, vienen a los museos, sin embargo, estudios recientes de sociología del turismo cultural, afirman que los visitantes se aburren, se cansan y se van tan pronto como pueden.

¿Qué significa esta contradicción? En el artículo (y en el libro) se menciona e investiga sobre todo ello. ¿Cómo llegamos a los museos? ¿Cómo nos preparan antes? ¿Qué nos encontramos al llegar? ¿Cómo nos presentan sus colecciones?

En la segunda parte, se analizan las posibilidades futuras y se describen diferentes propuestas y proyectos acerca del adecuado funcionamiento de la institución.

Summary

Why they don't come to the museum?

In the last years than any other time, a lot of people, in Europe and America comes to the museum, however, recent sociology studies of cultural tourism, affirm that public get bored and tired, and they want to go out as far as possible.

Which is the meaning of this contradiction? In the article (and in the book) we mention and research all about it. How we arrive to the museum? How they learn us before go in? What we find, when we arrive? How the museum present theirs collections?

In the second part, we analyse the futures possibilities and describe different proposals and projects about this institution.

1.- *¿Por qué no vienen a los museos? Reflexiones sobre un fracaso.* Autor Juan Carlos Rico, Editorial Sílex, España, 2002.

¿Por qué no vienen a los museos? *

Reflexiones sobre un fracaso

"ASÍ COMO SE PUEDE HACER CORRER DURANTE KILÓMETROS A MILLONES DE PERSONAS VENDIÉNDOLO COMO EL SANO JOGGING, TAMBIÉN SE PUEDE CONSEGUIR QUE MASAS DE GENTE (NADIE SABE POR QUÉ) ESCALEN MONTAÑAS CON UN COSTOSO TIPO DE BICICLETAS Y ADEMÁS ALGO TODAVÍA MÁS SERIO: MILLONES EN LOS MUSEOS"

(Herwig Zens)

** Este título está tomado literalmente de un libro que próximamente saldrá a la venta y que reflexiona en voz alta. Sobre lo que, después de 16 años dedicados al tema expositivo y reflejado a su vez en varios libros de carácter científico y técnico, desemboca en una profunda crisis de identidad profesional.*

es evidente que nunca ha habido tanta gente en los museos como ahora, pero bien es cierto que sólo en unos cuantos centros concretos y que desde luego muchos profesionales comienzan a preguntarse si era esto realmente lo que se pretendía: ¿Cómo los traemos? ¿Qué les ofrecemos? ¿Vuelven otra vez? ¿Disfrutan de verdad?

"Sólo abrigamos simpatía por lo que se difunde mediante el placer"

(Preface to the lyrical Ballads. Wordsworth)

Recientes estudios sobre sociología del turismo de masas, aseguran que las visitas culturales, entre las que se incluyen a los museos y centros de exposiciones, (se inscriben dentro de un circuito más amplio de actividades: monumentos, gastronomía, paseos y compras por la ciudad), no aportan al sujeto una sensación de disfrute. Se va simplemente porque hay que ir.

"Yo no podría vivir sin los valores espirituales del arte, pero antes de sentir conmiseración o desprecio por quienes son insensibles a ellos procuro imaginar cómo han caído en tan deplorable estado intelectual. Cuanto más reflexiono al respecto, más claramente empiezo a comprender que, si bien puede haber una minoría irremediabilmente embrutecida por obra del ambiente y de la forma que se crió, la gran mayoría no es insensible, sino indiferente. Es gente dotada de sensibilidad, pero eso que llamamos cultura no la conmueve"

Al diablo con la cultura. Herbert Read

Desde el punto de vista concreto que es el de la exhibición de las obras plásticas, existe una serie de puntos propios que las identifican y separan de otros campos:

- La cantidad y variedad de niveles de satisfacción que pueden producir en el espectador, independientemente del nivel de formación que tenga. Lo cual, no se malinterprete, esta flexibilidad llegará a cotas mas altas de disfrute si la preparación (bien entendida) y la sensibilidad es mayor.
- Un abanico de especializaciones y trabajos que dicho de una manera coloquial da para todos los gustos. Es difícil, que una persona no encuentre alguna propuesta que le interese.
- Uno de sus grandes caballos de batalla es, a su vez, su gran potencial y su extrema fragilidad: la subjetividad, que permite al espectador plantear sus propias vías de relación.

Por un lado esta maravillosa característica hace que la relación entre el público y la obra sea un proceso absolutamente personal, frente a la idea habitual de establecer normas de conexión fuera de la propia mente del espectador.

Por otro es esta misma subjetividad, la que hace de las artes plásticas una actividad tremendamente manipulable, en todos los sentidos, desde su aprovechamiento político e institucional, hasta pensar que bajo su paraguas cabe todo.

Creo que son motivos suficientemente atractivos para que cualquier profesional intente acercarlas al máximo número de personas posibles.

A partir de estas premisas, el libro desarrolla una primera parte bajo el título genérico: *¿Para quién están hechos los museos?* incitando al lector a reflexionar y a aportar sus propias ideas

¿Cómo llegamos a las exposiciones?

Es importante señalar que mucha culpa de la falta de disfrute que sentimos en la visita a un museo, recae también en el bagaje personal de cada uno, en definitiva en cómo en colegios y universidades especializadas nos enseñan las distintas materias.

"Con raras excepciones, la instrucción pública, se aplica hoy, en todo el mundo, a inculcar, el conocimiento intelectual, para lo cual es preciso el desarrollo de la memoria, el análisis, la enumeración, la clasificación y la generalización. Estas facultades pueden ahogar o disminuir la sensibilidad estética, cuyo desarrollo exige concreción, agudeza de los sentidos, espontaneidad emocional, atención, contemplación, amplitud de visión o de percepción"
(Al diablo con la cultura. Herbert Read.)

Cuando nos ponemos delante de temas con una cierta complejidad, que nos cuesta desentrañar a primera vista y que nos gustaría poder disfrutar, nos planteamos en nuestro interior (aunque no lo expresemos socialmente con naturalidad) la búsqueda de un camino que nos lleve a ser capaces de familiarizarnos con ellos. En el arte ocurre lo mismo.

- *La información suele ser la opción habitual.* Si yo busco, leo, estudio sobre el tema ¿llegará un momento que me proporcione placer?

Suele ser la vía establecida tradicionalmente, en cualquier tipo de enseñanza y que nos ha demostrado a lo largo del tiempo que en muchos casos no es así: *conocer es imprescindible pero no lleva siempre implícito el placer final.*

"Tanto menos se goza de las obras de arte cuanto más se entiende de ellas"

(Theodor Adorno)

- Por el contrario si observamos, que cuando partimos de una especial sensibilidad o disfrute (por decirlo de una manera no muy científica) "básico", toda

la información que nosotros vayamos añadiendo sobre ella, no hará mas que hacer crecer ese placer inicial. En este caso es la totalidad de las experiencias personales las que lo atestiguan.

"Esta eliminación tan sistemática de la audacia espontánea en una escuela de arte acababa creando un clima de tiquismiquis, en el que bajo la capa de sutileza no había otra salida que la creación de nimiedades especulativas para no quedar marginado"
(Albert Boadella)

Es decir la información funciona muy bien, si se apoya en una previa sensibilización, el camino pues, que hemos de seguir en un principio es el contrario al habitual: ser capaces de crear un núcleo elemental de disfrute, con lo que el sujeto por sí mismo irá buscando datos para enriquecer ese itinerario que desde el principio se convierte en algo personal.

¿Cómo conseguir que la educación escolar y especializada, basada en la mera información, transforme todos sus criterios para conseguir esa "inquietud" que inicie al alumno en un proceso de desarrollo personal frente a la obra de arte?

¿Es ésto posible? La respuesta evidentemente no es inmediata ni sabemos si tan siquiera eficaz, pero vamos a centrarnos en las premisas (*repito una vez mas: siempre experimentales*), que se están proponiendo en este sentido.

- Apartarse de la didáctica habitual, de la metodología museo/ escuela (aún sabiendo lo experimental y los riesgos del proceso). Una visita a un museo no debe ser entendida nunca como una asignatura más. Debe haber en todo caso una interrelación coherente entre el profesor de clase y el responsable didáctico de la exposición, en caso de no ser el mismo.

- Sustituir fechas, nombres y estilos por conceptos plásticos abstractos y generales.
- Huir de la erudición, del dato por el dato, que carece de valor si no es para ser aplicado a un determinado desarrollo científico, pragmático o sensible.

"Desde lo oscuro hacia lo claro: la claridad no empobrece el pensamiento ni lo reduce al mero papel de divulgación"

(Goethe)

"Enturbian su agua para que parezcan mas profundas"
(Marcel Bataillon)

- Evitar la comunicación oscura y confusa, que busca en la mayoría de los casos, bajo la apariencia de una gran especialización y conocimientos del autor, esconder la falta de talento para aportar nuevas ideas que sugieran y provoquen reflexión.

¿Cómo nos enseñan los museos?

El siguiente paso, es analizar lo que nos encontramos al llegar. Es decir, cómo está expuesta la colección.

No hay espacio para entrar en detalles sobre los diversos estudios que se han hecho al respecto, baste saber que la *organización básica* que tiene hoy en día es prácticamente similar a la de hace dos siglos, salvando todos los "complementos" de tecnología, informática, etc.

Superpuestos los criterios de prestigio social de las colecciones reales de finales del siglo XVII, a los formativos de los enciclopedistas del siglo XVIII, pasando por las distintas propuestas de los gabinetes didácticos a lo largo de los siglos XIX y XX relacionadas con el criterio del

museo-escuela-aula, llegamos a nuestros días. ¿Es lo correcto para una sociedad del siglo XXI?

"Ninguno de nosotros puede afirmar ya que las masas no están preparadas para lo que tengamos que decirles. Si hacemos estas extrañas afirmaciones, lo único que haremos es admitir que somos nosotros los que aún no estamos preparados para interesar al pueblo. El único problema es despertarle el interés al gran público; una vez que se interesa lo entiende todo; y ese debe ser el punto de partida"

(Orson Welles)

El problema de la dimensión

Independientemente de lo explicado anteriormente, hemos de reflexionar sobre el tamaño que están adquiriendo los museos de arte, principalmente en Europa y América del Norte.

Si, hay una enorme contradicción entre la organización que mantienen (después de dos siglos) nuestras colecciones; pensadas en su momento, para verse en muchas sesiones cortas pero sucesivas, y las exigencias sociales actuales de una visita larga en su tiempo, intensa en su cantidad y agobiada en su percepción por el visitante, entenderemos lo importante que es plantearse el concepto del tamaño de una exposición.

En un reciente viaje a Chile, en donde los museos por causas evidentes de su historia, son de una extensión mas limitada que los Europeos o de las grandes fundaciones americanas, pude comprobar junto a sus directores la "naturalidad" con la que los visitantes (tanto individualmente como en grupos) los recorren en un tiempo adecuado (máximo veinte minutos) y con una sensación de sosiego y disfrute, muy aleccionador para nuestros exhaustivos y colmatados² centros culturales.

Entiendo pues, que es muy importante incorporar este parámetro en nuestras

reflexiones. ¿Cómo podríamos conseguir esta "escala expositiva"?

¿Qué es lo singular de una exposición como lenguaje de comunicación?

En continuas discusiones con mis alumnos y otros profesionales, hemos llegado a la conclusión que lo único que por ahora no es capaz de conseguir ningún otro medio tecnológico por muy avanzado que sea, *es la relación directa del visitante con la obra*; todo lo demás (tesis, didáctica, etc.) lo consiguen con más efectividad otros medios y debe quedar supeditado.

"...el arte lo hace en realidad el público, es esa relación del objeto con el espacio, por medio de la exposición, lo que le da verdadero sentido plástico".

(Marcel Duchamp)

Es importante recalcar pues, que no se debe entender nunca una exposición como un libro colgado de las paredes.

Temas como el estudio del espacio (microclima expositivo), los descansos (entiéndase no sólo el físico) y la percepción psicológica, entrarán en mi opinión a ser investigados en un futuro próximo en una estrecha colaboración con los distintos departamentos universitarios. Colaboración Museos- Universidad, ya es absolutamente insoslayable en el tiempo.

La lenta agonía del academicismo

De todo lo dicho anteriormente se pueden sacar algunos análisis interesantes, dejando bien claro que sin ningún tipo de valoración ética, ni ideológica. Sólo pretender ser base de información: las decisiones personales de los distintos profesionales y artistas vendrán luego:

²- Colmatados.-
Significa llenos, ocupado
el espacio en exceso.

1. Los museos dedicados a la cultura, y muy especialmente al arte, *siguen en sus líneas básicas montados igual que en el siglo XVIII*, con el añadido de que se han ido superponiendo criterios nuevos, sin separarlos claramente de los anteriores.
2. Por tanto ahora como entonces, estos museos *son idóneos para el especialista que los conoce y los visita frecuentemente (continuamente)*, en periodos de corta duración y en recorridos y elección de obras muy concretas.
3. La inmensa mayoría (que sí ha aumentado en número sustancialmente con respecto a la del siglo XVIII, el llamado “turismo cultural”) se mueve por las salas con *una cierta perplejidad y rapidez*, sin saber exactamente qué es lo que está haciendo.
4. Yo me atrevería a decir, que la noble aspiración proclamada en la revolución francesa de hacer las colecciones públicas, sólo se ha hecho en cuanto a su titularidad.
5. Las exposiciones más visitadas, esas sí, con un gran éxito, tanto de público, como de rentabilidad económica, promueven una relación con la obra (ni siquiera existe en gran parte de este tipo de eventos), basada en sensaciones más físicas que intelectuales.

A modo de conclusión nos encontramos con una actividad que necesita transformar en su interior absolutamente todos sus componentes: desde el diseño del espacio, la génesis de la concepción expositiva, el equipamiento técnico y todo ello presionado por un objeto que reclama para su exposición unas condiciones muy específicas.

Para más complejidad, superpuesta a la fragilidad que supone una crisis tan profunda,

existe un acoso nuevo de las fuerzas sociales, para hacerla rentable e introducirla en el mundo del consumo; ante unos profesionales perplejos, que nadie les había preparado para ello.

¿Qué debemos hacer los profesionales?

En mi opinión, las dificultades son realmente profundas y con factores imprevistos, para todos aquellos que trabajamos en los museos, tanto afuera como adentro.

Nadie nos había indicado en nuestros años de formación lo que se nos venía encima. No estamos por tanto preparados para afrontarlo en temas tan importantes ahora, como por ejemplo la gestión, el financiamiento y los medios tecnológicos y su especializada aplicación. Así puede añadirse un largo etcétera.

Ni siquiera manejamos sus lenguajes con soltura. Por tanto es comprensible que no estemos en igualdad de condiciones a la hora de planificar cuestiones como el mecenazgo o los presupuestos, entendidos evidentemente desde nuestros puntos de vista profesionales.

Por el contrario, nuestros interlocutores al otro lado de la mesa, sí saben perfectamente lo que se traen entre manos. No queda otro remedio que prepararse.

Cuando discutimos ésto sobre todo con futuros profesionales, que ya sí se están formando en estos nuevos campos, yo les sugiero a nivel personal, que se trata o no de aceptar el consumo, sino de saber dar la vuelta a la tortilla y “barrer para casa”, pues nunca tuvimos las posibilidades financieras que nos va a ofrecer el futuro.

¿Tiene sentido hacer una exposición en el siglo XXI?

Creo que es el momento de plantearnos antes de seguir, el sentido que puede tener (si es que lo

tiene) hoy en día, este tipo de evento y compararlo con los otros medios de que disponemos, porque es evidente que las cosas han cambiado desde hace dos siglos y que disponemos de una tecnología que nos permite diversificar la comunicación, en función de lo que pretendamos.

Las condiciones más duras para el visitante

Las características propias de la exposición, si nos detenemos a pensarlas, son realmente difíciles para el espectador, le obligan a un esfuerzo, que creo ninguna otra actividad cultural le exige. Veámoslas:

- La primera exigencia, es la del desplazamiento hasta el lugar físico, donde se desarrolla. En esto es parecido a muchos otros: cine, teatro, concierto, etc.
- Una vez dentro, se exige la total complicidad del público: ha de desplazarse, normalmente siguiendo un itinerario, en un periodo determinado de tiempo y consiguiendo la información requerida en cada caso. (En un cine, teatro, estamos cómodamente sentados)
- Las condiciones técnicas están pensadas para la conservación de la obra, no para el confort del visitante. Clima, humedad, iluminación hacen aún más ardua la visita, por sus estrictos umbrales de seguridad. (Nos imaginamos lo que sería ver un concierto con las condiciones de iluminación y de humedad que requiere una exposición de obra gráfica por ejemplo)

Quiero decir, que si lo comparamos con cualquier otro medio de comunicación artístico, la exposición conlleva los mayores inconvenientes.

Muy caro, poco rendimiento

Recapitulemos según las reflexiones anteriores:

- Lo sustancial de una exposición es poder enfrentarnos en directo al objeto único y original.
- La movilidad de estas obras cada vez es más difícil por las condiciones necesarias para su buena conservación,
- Los gastos y seguros en la mayoría de los casos son prohibitivos. Plantear una exposición implica un desembolso importante.
- La eficacia como lenguaje de comunicación es mínima, según nos dicen los especialistas que han estudiado casos concretos y en muchas exposiciones ni siquiera se valora la relación física con la obra.

Realmente, ¿qué podemos hacer? o simplemente, ¿es el principio del fin promovido por el avance de los otros medios de comunicación?

¿Cómo percibe nuestro cerebro una exposición?

En todo este tema, ¡cuánto tiene que decir la psicología! y paradójicamente nunca ha opinado.

Por mucho que cuidemos todos los aspectos de una exposición, de nada nos sirve si se revela el funcionamiento de nuestro cerebro. Los maquetadores³ de periódicos saben muy bien qué ocurre en la mente del lector cuando pasa una página, y con esos datos en la mano organizan todos los componentes de la matriz. ¿Por qué nosotros no?

En una charla con Carmen Santiesteban (Matemática y catedrática de la Facultad de

3.- Maquetadores.- Son aquellos profesionales que se dedican a organizar (diseñar) el contenido de las publicaciones escritas de todo tipo, en su composición general. Incluye el diseño gráfico.

Psicología de la Universidad Complutense de Madrid), me comentó al hablar de todas estas cosas, que se asombraba, (ella que estaba en muchos foros internacionales como especialista de la materia), de no haber visto ningún estudio sobre los museos, tan en boga en el momento actual. ¿No es curioso?

También esbozó algo, que me impresionó. Su afición a los museos le ha hecho visitar muchos, en muy diversos lugares y le da la impresión que, aunque habría que estudiarlo mucho más detenidamente, el diseño de la exposición no está de acuerdo con estas directrices de la percepción psicológica, lo que parece que lleva inexorablemente a causar un cansancio en el visitante.

¿Será ésta la respuesta al “jetlag expositivo”, del que hablábamos al principio. Y dicho de otra manera, ¿qué aspecto tendrían nuestros museos, si cumplieren esas leyes perceptivas?

Posiblemente nada parecidos a la realidad que conocemos

¿ Es nueva la crisis actual?

Habría en todo caso que averiguar si es simplemente una evolución de la lógica crisis histórica y, por tanto, permanente y deseable de los hechos culturales, o por el contrario han entrado nuevos factores imprevistos mas allá de los correspondientes cambios sociales, espaciales y expositivos, para los que no estamos capacitados de responder, ni técnica ni éticamente.

En los museos, hay cuatro fuerzas que son las que por su presión van a delimitar y transformar los cambios:

- Los cambios sociales, que evidentemente tienen una influencia inmediata en cualquier actividad (ejemplo: la revolución industrial)

- Los cambios técnicos de la actividad específica (el paso de la luz natural a la luz artificial)
- Los cambios estilísticos de la arquitectura (la exposición neoclásica frente a la del periodo anterior barroco)
- La presión del objeto (toda la influencia de Duchamp, por ejemplo)

En las páginas anteriores, hemos descrito superficialmente, cuáles son las características de cada una de ellas en el momento actual, en este sentido podemos decir que representan una mera continuación del proceso histórico. Es cierto, pero, ¿hay algo nuevo?

El consumo cultural

Si algo identifica la crisis actual de la cultura como diferente, es la potente irrupción del consumo, y muy especialmente, dentro de ella al mundo de la exposición que supone una manipulación más fácil y directa que otras actividades culturales.

Lo conocemos de sobra, sólo querría subrayar en este apartado, en el momento que llega. La actividad está debilitada por todos los frentes, desde el institucional, hasta en su propia concepción, pasando por problemas técnicos graves y con un objeto expositivo que exige condiciones a las que no va a renunciar.

Por tanto, si resolver las cosas en su sola evolución sería tremendamente complejo por los cambios radicales de la sociedad imaginemos lo que significa además soportar la presión y el potencial económico y político con que llega este nuevo factor.

“...el mundo progresa en la medida en que desobedecemos a la rutina ancestral y nos lanzamos en un nuevo cielo de existencia que nos propone el destino”

(Jemmy Button. Benjamín Subercaseaux)



¿Cómo reacciona la sociedad ante esta crisis?

El dilema que tenemos ahora, es intentar ver qué mecanismos se ponen en marcha para poder enfrentarse a esta situación.

Hablando de todo esto con un sociólogo, me explicó que dentro de su materia, este proceso estaba perfectamente estudiado, no específicamente para la cultura o el tema que tratamos, sino más bien genéricamente.

Paradójicamente, la sociedad, que en estos momentos de crisis necesitaría precisamente arriesgarse para intentar definir nuevos caminos, se retrotrae, al no ver claro el futuro, y se inmoviliza, con lo cual el proceso es doblemente complejo y difícil, es como, me aclaró: "Si hay muchos disturbios en la calle, la gente cierra sus puertas y no sale, se encierra en sus casas". Esto es precisamente lo que la sociedad suele hacer frente a una crisis, al menos hasta que se hace insostenible.

Nos encontramos pues en un mundo en profunda crisis, mirando expectante hacia muchos lados y presionado por un consumo atractivo tanto en el sentido promocional como formal y plástico, con unos medios tecnológicos y económicos nunca vistos hasta ahora, y ante el cual la sociedad tiene miedo, por el cambio que significa.

Buscar el talento

Creo que no sería ahora el momento de analizar si los distintos responsables, artistas y arquitectos que "triunfan" en cada momento, son los adecuados o, dicho de una manera más coloquial, si son realmente los "mejores", ya que nos llevaría a un desarrollo muy complejo de indagar en los mecanismos que la sociedad tiene para designarlos. Dependen de muchos factores que, como todos sabemos, en la mayoría de los casos no son los adecuados.

"En Inglaterra nadie pregunta si el pintor es talentoso y genial; sólo se quiere saber si es cortés y humilde, si se inclina ante las opiniones que los nobles sustentan en materia de artes y ciencias. Si lo es, se le tendrá por bueno; si no, se le condenará al hambre"

(William Blake)

"Estoy sin trabajo ahora, y lo he estado durante años, porque no comparto las ideas de los señores que otorgan puestos a quienes piensan como ellos"

(Vincent van Gogh,
carta a su hermano Theo en Julio de 1880)

Sí me preocupa lo que ocurre de manera específica en un periodo difícil, como el que vivimos actualmente, en el que sí sería importante acertar y valorar la calidad ante todo. Es una discusión que procuro fomentar en mis clases, cuando ya hemos llegado a un cierto nivel de conocimientos y sobre todo a plantearnos nuestra actitud profesional dentro de la crisis.

Llevo ya unos años haciendo el siguiente experimento, que ha funcionado con increíble eficacia para potenciar la reflexión: traigo a una serie de escogidos profesionales "desconocidos socialmente" (artistas, arquitectos y teóricos) que exponen sus trabajos, propuestas y experimentos; la reacción de los alumnos es unánime: les parecen mucho más acertadas que las que ven realizadas en la calle.

No son imposibles de construir, no son caros, no son superficiales; ¿dónde está la sociedad?, ¿hacia donde mira realmente? Es muy curioso que lo que más les sorprende, no es que no se les encargue la realización de sus proyectos, sino que ni siquiera se les conozca. Se preguntan entonces por la intención de los numerosos congresos, seminarios, cursos, revistas especializadas, que deberían dedicar una parte de su trabajo a investigar y "buscar", para dar a conocer estas propuestas.

Paralelamente al rechazo que tiene hacia lo "experimental", en una crisis la sociedad prefiere quedarse con lo que tiene; no quiere "saltos al vacío", no dándose cuenta que por mucha frustración personal que pueda tener el autor, la auténticamente dañada es ella misma que reduce su calidad y su avance.

La tan repetida palabra es, bajo mi punto de vista, una parte ineludible en el desarrollo de cualquier proceso, en el que *sabemos muy claramente lo que no queremos, pero desconocemos con precisión lo que buscamos* para sustituirlo.

Los científicos empíricos entienden muy bien este problema, se encuentran con él todos los días en el laboratorio, es su sistema de trabajo habitual.

Cuando ante nosotros tenemos un panorama en blanco, que no tiene dibujado ningún camino, no queda otra solución que la investigación teórica para proponer hipótesis y la experimentación práctica y creativa para probarlas, dentro de un natural eclecticismo. No nos asustemos, siempre fue así.

Recomiendo a muchos historiadores, arquitectos y artistas, que dialoguen con científicos para que conozcan más de cerca el proceso, en el que tras muchos intentos se consigue dar un pequeño paso adelante. La experiencia directa que he promovido, entre científicos y artistas, es profundamente interesante ya que ambos "crean" algo de la nada, evidentemente con medios e instrumentos diferentes (el color y la probeta). Se dan cuenta que sus actividades y mentalidades son mucho más parecidos de lo que pensaban.

Un médico que trabajaba en la investigación de nuevos fármacos contra el sida y con una profunda formación y preparación cultural, me aclaró, no sin cierta ironía y exageración, que *si ellos fueran tan pacatos³ como nosotros a la hora de experimentar nunca se descubriría la solución de la enfermedad.*

" Investigar (experimentar) es una apasionante aventura que se tiene sentado en una silla"

(Eliás Canetti)

4.- Pacatos.- Expresa profesional totalmente conservador, que no se arriesga a plantear ideas, ni tan siquiera cambios nuevos en su especialidad.

Problemas a resolver

Los tres lenguajes básicos

Arquitectos y diseñadores, teóricos y artistas y equipo técnico, son las profesiones que representan las tres partes de que consta un proyecto expositivo. El problema es que, cada uno de ellos, maneja un lenguaje propio que suele ser en la mayoría de los casos desconocido para los otros dos colectivos. ¿Cómo solucionarlo?

Los problemas de competencia

Hay que entender que existe un trecho difícil de saltar entre lo que la arquitectura ofrece y puede ofrecer y lo que la obra y el contenido exigen; el equilibrio es complicado.

La arquitectura ha intentado a lo largo de la historia, acercarse y dialogar con la obra por medio de las tipologías expositivas y posteriormente con los prototipos arquitectónicos. Este sistema está en crisis en la actualidad, y se sustituye por un procedimiento que podríamos llamar empírico, es decir, buscar soluciones parciales a cada problema concreto.

Por otro lado en el contenido y la obra, también han hecho lo posible por entenderse con el espacio de diferentes maneras en su exposición, exigiendo en estos últimos años condiciones más estrictas para su presentación, que incluye incluso la responsabilidad del diseño del propio espacio.

Los problemas de estilo

No hay una arquitectura ideal ni perfecta para la exposición, cada espacio ofrece unas ventajas e inconvenientes en función de la obra que vaya a contener.

Debe entenderse pues como un diálogo, una tensión o un juego si se quiere, que varía mucho en función de ambos componentes: no es lo

mismo trabajar en un edificio histórico, que en uno industrial; ni se puede igualar tampoco si la obra es un tema científico, una obra de arte o una instalación.

Ideologías y actitudes

A todo esto hay que añadir, las actitudes personales de todos los actores que intervienen: desde el diseñador del espacio, hasta los profesionales especialistas teóricos, pasando por la obra: no se enfrentan de igual manera al problema.

¿Con quién y con qué contamos?

Tal como se perfila el futuro y analizando la composición de los museos americanos, que a nivel organizativo sí son más eficaces que los europeos, se podrían anunciar ciertos cambios en los sistemas de trabajo:

- Una mayor especialización dentro de las diversas facetas del proceso. Las áreas serán paulatinamente más complejas y por tanto exigirán un conocimiento más detallado.
- Un paso del trabajo artesanal al mecánico, en el sentido de evolucionar rápidamente hacia nuevos métodos basados en la aplicación informática.

Del sistema **ARTESANAL** al **MECANICO**
(la mentalidad informática)

Del trabajo **INDIVIDUAL** al Trabajo en **EQUIPO**
¿Cómo se trabaja en equipo?

De la **MONODISCIPLINA** a la **MULTIDISCIPLINARIDAD**
(La dificultad del diálogo)

De lo **GENERICICO** a la **ESPECIALIZACIÓN**
(¿Cómo nos preparamos?)

El uso correcto de la tecnología

El mundo de los museos, se encuentra especialmente atrasado en este tema, bien desde el punto de vista de la mentalidad del profesional, bien desde la producción de nuevos programas específicos para las características de su trabajo.

No se trata de saber manejar un programa concreto, sino de adquirir hábitos de trabajo diferentes más adecuados al uso correcto de la tecnología.

En casi todos los campos se están diseñando programas casi a la medida para las necesidades concretas; no ocurre así en el mundo expositivo, que suele emplear y adaptar para sus fines otros ya configurados. Se pierde así una excelente oportunidad.

¿Qué es trabajar en equipo?

Muchas nuevas profesiones van a entrar en el museo y los centros de exposiciones; especialidades que nunca hasta ahora habían estado dentro. Por tanto el trabajo va a diversificarse y a especializarse queramos o no.

“Llegamos pues a un punto en que es ineludible el trabajo en equipo; una fórmula repetida innumerablemente, en todas las actividades profesionales, pero casi insalvable a la hora de llevarla a la práctica; ¿cómo hacerlo, si nadie nos ha enseñado, si no tenemos ningún hábito y por tanto rigor y si además como en nuestro caso hay que resolver previamente el problema de los diferentes lenguajes de especialización? (Museos. Arquitectura. Arte: Los Conocimientos Técnicos)

Hace tres años que escribí este texto, lo sigo manteniendo en la actualidad: trabajar en equipo es algo más complejo que no admite una improvisación si previamente no ha habido un aprendizaje. ¿Qué hacer?

Una vez más tengo el atrevimiento de proponer un sistema que a mí me ha dado muy buenos resultados, pero que no aseguro que pueda funcionar igual a todos los equipos. Consiste en suplir la colaboración continua que sería el procedimiento idóneo, por la coordinación puntual, de manera que se fijan unos mínimos puntos de base e intenciones comunes y el desarrollo lo hace individualmente cada profesional.

Es necesaria la confianza y desde luego el profesionalismo de los miembros, pero no veo otra salida más eficaz para los que pertenecemos a una cultura poco metódica como la nuestra.

¿Cómo nos preparamos?

Previamente voy a describir someramente una serie de experiencias didácticas en cuanto a la posible preparación de los futuros profesionales que vayan a dedicar su trabajo en el mundo expositivo, que llevamos a cabo, en diversos frentes.

Un privilegiado laboratorio

Creo que todo proyecto de investigación y por tanto de carácter experimental, debe ir ineludiblemente asociado a la docencia. Es un foro obligado (y casi el único que ofrece a los investigadores nuestro país) para exponer, discutir y en definitiva depurar de forma continua y regular los pasos que se van dando.

Todas las experiencias están estructuradas en tres grupos de trabajo, muy diferenciados pero que se complementan eficazmente:

- Investigación teórica y espacial, en el "Master de Diseño de Espacios Expositivos", del Centro Superior de Arquitectura de Madrid.
- Una propuesta metodológica, que se lleva a cabo en el Instituto de Ocio de la Universidad de Deusto de Bilbao.
- Una aplicación en determinados problemas puntuales de todas estas experiencias, en diversas Universidades y Foros. A destacar por su regularidad: el Museo del Prado, la Universidad de Cádiz y de Canarias.

Como una Bauhaus en pequeño

Pero nos queda lo más importante, el manejar en toda su capacidad el lenguaje de los operarios, el trabajo directamente en taller.

Siempre ha sido mi intención que los alumnos pasaran un mes compartiendo los programas que la Comunidad de Madrid imparte para formación en distintas materias (carpintería, materiales industriales ligeros, etc.), a las que se podría añadir un módulo específico de exposiciones, lo que por otro lado vendría muy bien a los mismos operarios que adquirirían una mayor especialización y diversificación.

A los responsables siempre les ha parecido una estupenda idea que beneficiaría a todos, pero hasta la fecha nada se ha concretado.

Cuando pensamos en todo esto, es inevitable que vuelvan con envidia a la cabeza las magníficas imágenes de los talleres de la Bauhaus alemana y de lo sorprendente que es que ningún país haya pensado hasta la fecha, en algo parecido, debidamente actualizado a las nuevas necesidades y en dónde estos tres lenguajes, pudieran hablar sin más que bajar unas escaleras en cualquiera de las profesiones relacionadas con el diseño y la plástica.

JUAN CARLOS RICO **

*** Arquitecto, Doctor en Arte Contemporáneo. Director del Master de Diseño de Espacios Expositivos del Centro Superior de Arquitectura de Madrid.*

Bibliografía

Ars telemática, telecomunicación, internet y ciberespacio. Claudia Giannetti, Editorial L'Angelot 1988

Al diablo con la cultura. Herber Read. Ahimsa 2000

Arte y Alienación: el papel del artista en la sociedad. Herbert Read. Ed. Proyección. 1969

Educación por el arte. Herbert Read. Península 1970

Arte y sociedad. Herbert Read. Península 1970

Imagen e idea: la función del arte en el desarrollo de la consciencia. Herbert Read. Fondo de Cultura Económica

Memorias de un bufón. Albertt Boadella. Espasa Calpe 2001

Orson Welles. Bárbara Leaning. Andanzas. Tusquets 1986

Ciudadano Kane. Orson Wells. Aymé 1977

Ciudadano Welles. Orson Welles/Peter Bagdenivich. Grijalbo 1994

REVISTAS

Arte y Parte. Nº 11 Octubre – Noviembre 1997, pag 18-30.

La revista del CGAC (Centro Gallego de Arte Contemporáneo) Nº 2 pág. 114-119

Periférica nº 1 Diciembre 2000. pag 77-104

Revista de Museología: nº 13 pag. 138-140 - nº 17 pag. 32-37

Lápiz nº 104. Junio de 1994. pág. 64-67