

Una museografía para tiempos difíciles

A museography for difficult times

VICTORIA LÓPEZ BENITO

Universitat de Barcelona, Facultat de Formació de Professorat
Campus Mundet, paseo de la Vall d'Hebron, 171, edificio de Llevant, 1.º, 08035 Barcelona
victorialopezb@ub.edu

Recibido: 01-08-2012 · Aceptado: 02-09-2012

RESUMEN. El siguiente artículo aborda una de las ideas claves de este monográfico, que es la de las soluciones alternativas, sostenibles y eficaces en museografía frente a lo que se ha venido realizando, sobre todo en el contexto español, a través de inversiones desproporcionadas en equipamientos culturales y museísticos carentes de planificación, guión museográfico y con pocas limitaciones de presupuesto. Como contrapartida, se analiza, por una parte, un caso actual de museografía austera pero sostenible y de interpretación efectiva, como es la titulada *La ciudad medieval está debajo de nosotros*, a través de la cual podemos visitar los restos de la ciudad medieval de Berlín. El segundo caso se centra en las posibilidades que ofrece la Web 2.0 como canal para desarrollar propuestas innovadoras adaptadas a las necesidades del consumidor de cultura actual o para proporcionar recursos de bajos recursos que favorezcan la interpretación del patrimonio.

PALABRAS CLAVE: museografía, austeridad, recursos, ideas, Web 2.0, virtualidad.

ABSTRACT. The aim of the article one of the key ideas in this issue, which is that of the alternative solutions, sustainable and effective in museology versus what has been, performing mostly in the Spanish context, through huge investments in cultural institutions without museum planning, museum script and budget with few limitations. Besides it analyzes a case of an austere interpretation and effective and sustainable museography. It is titled *La ciudad medieval está debajo de nosotros*, through we can visit the remains of the medieval city of Berlin. The second case focuses on the potential of Web 2.0 as a channel to develop innovative proposals adapted to the needs of the current consumer culture or to provide resources that encourage heritage interpretation.

KEYWORDS: museography, austerity, resources, ideas, Web 2.0, virtuality.

Ideas versus medios: el dilema de la cultura

La museografía debe apoyarse en ideas, fundamentalmente; presentar el patrimonio siempre es una cuestión de ideas. Naturalmente, también es una cuestión de medios. Las ideas fluyen en la cabeza independientemente del dinero que se destine para ello, pero, en cambio, los medios son una cuestión de recursos, de dinero.¹

En los países del sur de Europa, en donde abunda el patrimonio antiguo, durante muchas décadas fue una preocupación cómo presentarlo

al público. Para los monumentos públicos, los grandes conjuntos de ruinas, era suficiente que estuvieran limpios y accesibles. Si esto se conseguía, no se echaba en falta nada más. Y la verdad sea dicha, nunca hubo grandes recursos que destinar a estos conjuntos. Lo mismo ocurría con los museos: viejos caserones, más o menos modificados, que albergaban vitrinas con los objetos colocados en su interior siguiendo un orden cronológico, de procedencia o temático, según fuera el caso.²

En las últimas décadas, coincidiendo con la expansión económica general, se construyeron muchos

¹ Sobre este tema de la interrelación entre dinero e ideas, véase N. Llonch y J. Santacana: *Museo local: la cienicienta de la cultura*, Gijón: Ediciones Trea, 2008.

² Javier Gómez Martínez: *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*, Gijón: Ediciones Trea, 2006, p. 10.

equipamientos públicos de tipo cultural: centros de interpretación, museos, casas de cultura, centros patrimoniales, monumentos, excavaciones arqueológicas, etcétera. No importaba que los proyectos de obra, de intervención arqueológica, se ejecutaran sin plan museográfico ni museológico; tampoco importaba que se consolidaran y expusieran restos arqueológicos sin conocimiento de su significado, ya que de lo que se trataba era de «construir». Fue una auténtica burbuja especulativa de la cultura. El resultado han sido unos equipamientos culturales impresionantes, una arquitectura a veces suntuosa e imponente, pero hueca, sin contenido, sin ideas. Y es que quienes dieron forma a estos equipamientos, ya fueran arquitectos o diseñadores, no tenían como objetivo plantear ideas, sugerir respuestas a las preguntas planteadas, generar hipótesis o contrastar fuentes arqueológicas con otras fuentes primarias; sus objetivos fueron siempre otros. Pocas veces se tuvo presente que museizar es dotar de sentido a los objetos, contar historias a través de ellos e incluso emocionar.³ Y sin embargo, después de años de derroche arquitectónico y de diseño, se está cayendo en la cuenta de que nadie enseña lo que no sabe, que no puede emocionarnos un intermediario que a su vez no se emociona, que la cultura auténtica es un proceso de simbolización en la mente humana, es decir, una cuestión de ideas.

El ejemplo de Berlín: La ciudad medieval está debajo de nosotros

Por esta razón, es necesario hacer museos, montar exposiciones, presentar el patrimonio con un guión potente y si este no existe, no hay nada más que edificios vacíos que el tiempo se encargará de demoler o de darles otros usos. Hay que volver a cultivar una museografía sostenible, simple, basada en las ideas y no en los grandes medios audiovisuales innecesarios, en los diseños arquitectónicos espectaculares.⁴

Berlín, ciudad que muestra muy poco su pasado medieval, cumplió en el 2011 el 575.º aniversario de su fundación. Aunque no lo parezca, es

una fundación medieval. Hoy queda poco de ese pasado. La iglesia de San Nicolás (Nikolaiviertel), de ladrillo sobre una base de granito, es uno de los pocos edificios conservados. Aparece mencionada por primera vez en 1240 y sufrió todos los avatares de la ciudad, desde la reforma religiosa a las guerras; así, los ejércitos de Napoleón la convirtieron en almacén, Schinkel la transformó en un edificio neogótico, mientras que las bombas hundieron su techo y su campanario en 1944, que hoy aparece totalmente restaurado. La zona en donde se ubica fue destruida durante la segunda guerra mundial y, posteriormente, durante la época de la RDA, se hizo una «reconstrucción» desafortunada del barrio, de forma que, a pesar de denominarse turísticamente *barrio gótico*, poco o nada queda de él. El segundo edificio conservado es el convento de los franciscanos, del siglo XIII, del cual solo quedan las ruinas, ya que después de la destrucción de 1944 nunca fue reconstruido.

Sin embargo, en los últimos años la arqueología urbana ha ido conociendo el subsuelo de la ciudad, debido a las obras que se realizan tanto para los servicios públicos (enlaces de metro, estaciones, etcétera) como para reedificar los solares vacíos después de medio siglo de guerra fría. La arqueología ha ido descubriendo el poblado medieval, su muralla, el puente y los muelles sobre el río, los cementerios, la escuela en donde se preparaban los aspirantes a ejercer el sacerdocio, las trazas del comercio fluvial y un sinfín de detalles de la vida cotidiana.

Para mostrar todo esto y propiciar que los berlineses conozcan este patrimonio histórico arqueológico, se ha diseñado un recorrido con musealización al aire libre muy original y de bajo coste, titulado *Das Mittelalter ist unter uns* («La edad media está debajo de nosotros»).

Se trata de crear un punto central de información junto a Marienkirche, en Alexanderplatz, que informa sobre el recorrido y sobre las fórmulas que se utilizaron durante del siglo XX para conmemorar esta efeméride de la fundación de la ciudad. Luego, a lo largo del recorrido se han instalado —a modo de *stands* de información— tubos cilíndricos de hormigón, como los que se utilizan para las cloacas de las grandes ciudades, con un diámetro de casi dos metros y una altura de otros dos metros; cada *stand* utiliza dos tubos superpuestos, con lo que se forma un cilindro de aproximadamente cuatro metros de altura. Estas son las estructuras base utilizadas, a partir de ellas hay tres

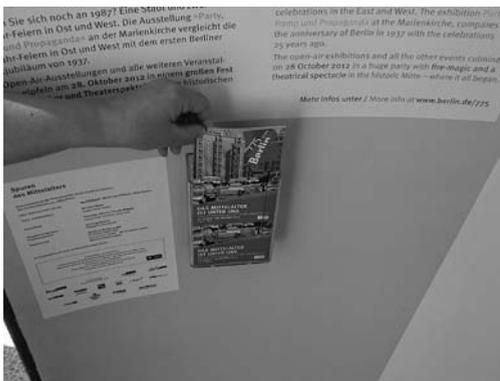
³ Véase sobre el tema de los centros de interpretación en España y de su fracaso como equipamientos culturales la tesis doctoral de Carolina Martín Piñol: *Estudio analítico descriptivo de los centros de interpretación patrimonial en España*, Universidad de Barcelona, 2011.

⁴ Georgina de Carli: *Un museo sostenible*, Unesco, 2004, pp. 79-87.



Fig. 1. El recorrido del proyecto Berlín 775 Años

Fig. 2. Una información repartida por toda la zona central de la ciudad



modalidades: la primera es simplemente una señal visual, una columna para señalar algo; la segunda es una «caseta», ya que se ha practicado una abertura en la parte baja del tubo para albergar información y el usuario puede entrar en su interior; la tercera modalidad es utilizar las estructuras como mirador, construyendo una escalera en espiral por el exterior que permite acceder a la parte alta y contemplar el suelo desde una altura de cuatro metros.

Los del primer tipo son, simplemente, señales y están tematizadas con imágenes y texto; el segundo

tipo es utilizado como auténticos centros de información gracias a los paneles informativos que albergan; finalmente, los del tercer tipo, además de informar como los anteriores, permiten contemplar las excavaciones a cielo abierto e interpretarlas desde la altura de cuatro metros, que es suficiente pues se trata de una zona de la ciudad muy llana. Hay ocho estructuras de este tipo a lo largo una calle que va desde la estación de U-bahn de Spittelmark a Klosterstrasse. Se trata de un recorrido de algo más de un kilómetro por las calles Gertraudenstrasse, Mühlendamm y Grunerstrasse.

Además de ello, en el suelo de la calle y especialmente en los alrededores de cada punto, mediante plantillas se han pintado en el suelo quinientas frases que llaman la atención al transeúnte con informaciones como «aquí terminaba la ciudad», o bien pequeñas historias de la Edad Media, datos sobre lo que se exportaba, sobre la vida de sus habitantes, sus costumbres, etcétera.



© Fig. 3. Información del interior del stand, con los detalles de la excavación arqueológica

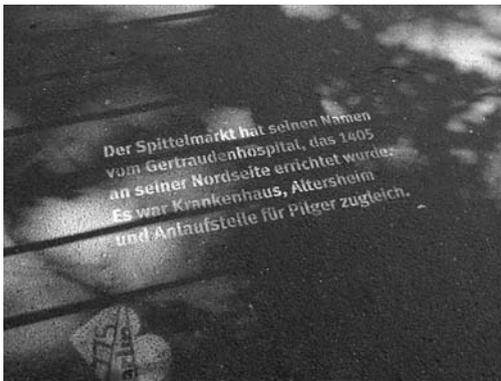
© Fig. 4. Un stand transformado en mirador





Fig. 5. Esta es la perspectiva que permite interpretar las excavaciones

Fig. 6. Las calles que pisamos contienen información cultural



Esta exposición al aire libre está abierta al público entre el 25 de agosto y el 28 de octubre, y en los días festivos está jalonada de grupos de *reenactment* medievales que en algunos puntos, como en las ruinas de los franciscanos, muestran escenas teatralizadas y experimentos con utensilios medievales.⁵

Naturalmente, al ciudadano que sigue el recorrido —y son muchos— se le cuenta cómo la ciudad

⁵ Los equipos de arqueología experimental formaban parte del complejo arqueológico de Düppel, en Berlín.

hace 775 años en realidad era una doble aldea, la de Cöln, a un lado del río, y la de Berlín, al otro. Las aldeas crecieron en un lugar del río en donde aún hoy hay una esclusa para vencer el desnivel del caudal; ello significaba que las embarcaciones —agentes fundamentales para el comercio de cereal y de alimentos—, cuando llegaban allí, tenían que descargar, por lo que fue en ese lugar donde se construyeron los embarcaderos y se instalaron molinos. Esta es la base de la historia que se cuenta en las aceras y las calles de la ciudad actual.

La Web 2.0, una fuente inagotable de ideas para recursos escasos

Naturalmente, crear cultura en el siglo XXI pasa por la Web; como pasa por la Web crear arte, crear literatura, crear política, general ideología, y todo cuanto constituye el soporte de la actividad cultural. Las redes sociales constituyen una reproducción comunicativa para la sociología de la cultura



Ⓜ Fig. 7. Un grupo de arqueólogos enseñan cómo se hacía un cordel hace 775 años

Ⓜ Fig. 8. Armas medievales para tocás y cotas de malla para probar



similar a la que desencadenó la máquina de vapor en la producción industrial, y, al igual que en el siglo XIX el vapor era el invento más barato que fagocitó a todas las demás energías durante décadas, las redes sociales se imponen en nuestro tiempo como las más poderosas formas de activar mecanismos culturales. Prescindir de ello en el campo del patrimonio no solo es un suicidio cultural, sino que es una imbecilidad. Los supuestos que podemos crear para utilizar las redes son casi infinitos. Si imaginamos un yacimiento arqueológico, es evidente que todos sus elementos podrían ser introducidos en diversas entradas de Wikipedia; al mismo tiempo, podemos crear un personaje y definir su perfil en Facebook e incluso crear diversos personajes que discuten entre sí en la misma red. Twitter serviría para enlazar todas las discusiones «ficticias» que el personaje o personajes generen; y todo ello podría ir acompañado con la ubicación en el yacimiento o en sus proximidades de diversos

códigos QR que enlazarían a través de, por ejemplo, blogs, redes y enciclopedias colaborativas. Un programa de acción similar se podría llevar a cabo con redes menos extendidas pero que, naturalmente, también se reparten su cuota de público.

Lo que hemos propuesto para un yacimiento arqueológico cualquiera se adecua perfectamente a un museo monográfico de cualquier ámbito; es especialmente fácil cuando se trata de casas museo, ya sean de un pintor, un escritor, un político o un naturalista. El personaje en cuestión puede

resucitar en la red social y esta resurrección nos puede permitir ponerlo «de moda», es decir, difundir su obra. En esta revolución de la comunicación no tiene más el que más dinero invierte, sino quien más ideas genera. En este campo, el museo más pequeño podría competir con el más grande, el equipamiento más modesto podría hacer palidecer a un gran banco. Este movimiento que está en el ciberespacio debería ser uno de los arietes con los que actuaran los equipamientos museísticos y patrimoniales; resucitar a Escipión en Tarraco, a Aníbal en Cartagonova, a Asdrúbal en Gadir o a Julio César en las Galias con un programa parecido al que hemos esbozado solo requiere imaginación, voluntad y conocimiento científico. Es necesario, por lo tanto, atacar con dureza aquellos equipamientos culturales —bien sean museos, yacimientos arqueológicos o conjuntos monumentales— que están dotados de un personal mínimo que todavía desconoce la existencia de la Red o bien simplemente se apoya en páginas web estáticas sin tan siquiera plantearse estrategias propias del 2.0. Desconocer o ignorar la existencia de estos mecanismos en el siglo XXI es condenar al museo al analfabetismo más absoluto y, en el fondo, a su muerte física.

Estas propuestas pueden, además, complementarse con muchas otras actuaciones a partir de la Red. En la medida en que el consumo de patrimonio cultural, especialmente museos, monumentos y yacimientos, se produce de forma mucho más intensa en los periodos de ocio y vacacionales, la divulgación científica de los mismos debe plantearse en términos de turismo cultural. El turismo cultural es hoy el nervio que mueve el patrimonio en las sociedades occidentales. En este sentido, hay que tener presente que cada vez más la contratación de servicios turísticos se realiza a través de la Red, y las agencias tradicionales de viajes, como intermediarias, están llamadas a desaparecer en esta nueva estrategia del turismo cultural; pero los responsables de la gestión de la cultura deberían tener muy presente que el turismo es un bien cultural o un servicio que se adquiere en origen y no en destino. Decidimos realizar un viaje o acudir a un museo previa consulta a la Red y, frecuentemente, desde el avión o el tren al hotel, e incluso las entradas las gestionamos en la Red. Y estas son operaciones que se hacen en origen; por ello, buenos equipamientos culturales con mala imagen turística fracasan desde el punto de vista de la gestión de públicos, mientras que equipamientos modestos



Fig. 9. La empresa Labtrip ha sabido adaptarse a las necesidades del turista 2.0 creando estas guías virtuales sobre diversos destinos de turismo cultural

Fig. 10. La imagen recrea un museo creado en Second Life visitado por avatares, lo cual favorece la interactividad entre los usuarios y aprovecha las ventajas que ofrecen los entornos virtuales al servicio de la museografía

triunfan y se imponen como destinos, y en este proceso la Red en la clave.

En todas estas propuestas que tienen como base Internet, hay que tener presente que los casos aislados suelen tener poco éxito; no en balde, Internet es una red, y su éxito depende de saber usarla o no. Ocurre con los equipamientos patrimoniales algo similar a lo que ocurre con los bares: un bar aislado en una calle suele tener pocos clientes; sin embargo, ese mismo bar, situado en una calle de bares, tiene muchas más posibilidades. Un equipamiento cultural enlazado con otros siempre tiene más posibilidades que cuando está aislado. Por ello, hay que crear redes de equipamientos culturales. Si convenciéramos a los responsables de equipamientos patrimoniales cronológica o culturalmente cercanos de que intervinieran en las redes sociales creando

sus propios personajes o avatares, los cuales enlazarán con el yacimiento que tenemos a nuestro cargo, estaríamos utilizando Internet con todas sus potencialidades. Estas pueden ser algunas de las propuestas que, como la comentada de la ciudad de Berlín, nos aproximan a una gestión eficaz y sostenible del patrimonio cultural y en especial de los monumentos y museos.

Destruir libros, cerrar museos...: ¿una cuestión tan solo de dinero?

El ejemplo de la ciudad de Berlín y los de la Web 2.0 que analizamos nos sirven para reflexionar sobre la musealización basada en ideas, austera pero eficaz, sostenible porque es barata y popular porque se destina a todo tipo de públicos. Estos tipos de intervenciones museográficas constituyen, a nuestro juicio, ejemplos de una museografía bien concebida, proporcionada respecto a la inversión económica; no hace falta ser economista para darse cuenta de que se trata de un programa de bajo coste pero muy eficaz.

Si los que han regido y hoy rigen las políticas culturales de nuestro país hubieran tenido «ideas», probablemente hoy no sería necesario cerrar museos, paralizar inversiones culturales y destruir lo que con tanto esfuerzo se ha levantado en el campo del patrimonio y de la cultura. Es necesario hoy reflexionar sobre todo ello, precisamente cuando se ataca de forma despiadada a las bases de nuestra cultura. La cultura no es ciertamente lo que hay en los museos. Tampoco es lo que se escucha en los conciertos, ni las producciones operísticas, ni la cinematografía, ni la televisión, ni la prensa. Todo eso son productos culturales. El concepto de «cultura» lo definió, entre otros, desde hace más de un siglo, Edgard Taylor, quien expuso que el comportamiento humano, la forma como vivimos y como pensamos, no es aleatoria, ya que obedecen a una ley, por eso escribí que «la cultura es este complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por los hombres como miembros de una sociedad».⁶ Es decir, la cultura se adquiere. Se aprende y, además, es un atributo que poseemos las personas como miembros de un grupo, ya que se transmite en la medida en que se es miembro de una sociedad.

⁶ Edgard Taylor: *Primitive culture*, Nueva York: Harper Torchbooks, 1958, p. 1.

Por eso, la cultura nos hace humanos, pero también nos diferencia como grupo. Somos como somos gracias a que tenemos unas fórmulas culturales concretas, precisas y diferentes. La cultura nos proporciona la «identidad». ¿Qué otra cosa es la intervención patrimonial al aire libre de Berlín más que una apuesta por la identidad de la ciudad y de los ciudadanos? Y en nuestras sociedades, la cultura se adquiere de muchas formas: los museos constituyen poderosos referentes de las identidades culturales, como también lo son el resto de elementos patrimoniales.

Cuando se quiere destruir una determinada forma cultural, cuando se quiere aplastar a los pueblos, es necesario, casi imprescindible, destruir su base cultural, su patrimonio, todo aquello que recuerda al pueblo quién es. Los nazis, el 10 de mayo 1933, organizaron su famosa quema de libros frente a la Universidad Humboldt de Berlín; querían destruir las obras de Thomas Mann, Zweig, Plevier, Freud, Brech, Engels, Marx, Einstein, y centenares de autores que eran lo mejor de la ciencia, la filosofía y la literatura germánicas ardió aquella noche; también en Chile la soldadesca quemó libros durante la dictadura de Pinochet. Destruíd, pues, el patrimonio, cerrad los museos, sepultad sus obras en el olvido, dejad que el polvo lo corroa todo y habréis conseguido lo que ni la más violenta de las guerras puede conseguir: destruir sus referentes culturales. Y ello es así porque la cultura es simbólica, representa cosas intangibles. Cuando, en 1945, Alemania fue vencida en una guerra terrible y su territorio dividido entre las cuatro potencias vencedoras, no se sabía exactamente qué hacer con la cultura alemana, y los ocupantes soviéticos, en su sector, ordenaron la destrucción de centenares de esculturas de finales del siglo XIX que estaban situadas en una gran avenida de la arrasada capital; se trataba de imágenes de los grandes hombres de Alemania, de sus guerreros, sus reyes, sus filósofos, sus músicos, sus escritores, sus grandes creadores, todos aquellos que habían contribuido al orgullo del pueblo alemán. Y las estatuas fueron destruidas y sepultadas sus trozos de mármol en una zanja profunda. Al cabo de 67 años, se ha excavado la zanja..., se han recuperado los fragmentos, se han reconstruido y hoy esperan pacientemente su nuevo destino en el castillo de Spandau, protegidas por una verja... ¡Han resucitado! Y ello es así porque la cultura es simbólica, y cuando desapareció el ocupante, cuando ya nada impidió «restablecer» la pauta cultural, las

estatuas han recuperado su valor simbólico. Y hoy, además, a los pies de estas estatuas resucita la ciudad medieval.

Nosotros, los países del sur de Europa, también estamos hoy inmersos en una guerra terrible; no se dirime con las armas convencionales; no hay guerreros, ni hay carros de combate ni aviones, pero su efecto destructivo es igualmente eficaz; cubre los museos de polvo, clausura los símbolos del libre pensamiento, condena al olvido a elementos relevantes del patrimonio arquitectónico, histórico, artístico y cultural. Al igual que los nazis, al igual que los ocupantes soviéticos de Berlín, si se pudieran eliminar los referentes históricos, los signos de identidad, si los símbolos perdieran su significado, si pudieran transformar nuestra cultura en un manojo de hojarasca seca, destruirían a los pueblos que alimentaron las ideas, las artes, las formas de vida, y como dijo Taylor, a «cualesquiera capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembros de una sociedad».

La excusa para destruir la cultura es siempre la misma: se trata —dicen— de algo superfluo; es cara —afirman— y no sirve para comer cada día. ¡En Berlín se demuestra que hay apuestas culturales más baratas que una cena de gala! Cuando se atacan las bases sobre las que se asienta la identidad cultural de los pueblos, cuando se ataca aquello que alimenta los símbolos, la razón última no es la falta de recursos, sino que se dio la ocasión para organizar la quema de libros; de la misma forma que los nazis no quemaron los libros por ser judíos, sino por ser símbolos, por ser cultura, por ser piezas fundamentales del pensamiento crítico. Tampoco Pinochet y sus grotescos secuaces quemaron los libros por ser marxistas, sino porque alimentaban este mismo pensamiento crítico frente a su garbancera dictadura.

Hoy más que nunca, cuando el modelo económico y cultural que hemos construido se demuestra que es un gigante con los pies de barro, más se necesita recuperar las ideas, la originalidad, la capacidad crítica y voluntad de apostar por una cultura al servicio de los ciudadanos y no al servicio de los nuevos faraones del siglo XXI.

BIBLIOGRAFÍA

- CARLI, Georgina de: *Un museo sostenible*, Unesco, 2004.
- GÓMEZ MARTÍNEZ, Javier: *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*, Gijón: Ediciones Trea, 2006.
- LLOCH MOLINA, N., y J. SANTACANA MESTRE: *Museo local: la centicieta de la cultura*, Gijón: Ediciones Trea, 2008.
- MARTÍN PIÑOL, C.: *Estudio analítico descriptivo de los centros de interpretación patrimonial en España*, tesis doctoral, Universidad de Barcelona, 2011.
- RIVERO, P., y T. CASAMOR (COORDS.): *Museos y arquitectura*, monográfico de *Her&Mus. Heritage and Museography* (Gijón: Ediciones Trea), núm. 9 (enero-febrero 2012).
- SANTACANA MESTRE, J., y F. X. HERNÁNDEZ CARDONA: *Museología crítica*, Gijón: Ediciones Trea, 2006.
- TAYLOR, Edgard: *Primitive culture*, Nueva York: Harper Torchbooks, 1958.