

Conceptualizando la nueva museografía

• CAROLINA MARTÍN PIÑOL

Dice Jacques Attali en el prólogo de su *Breve historia del futuro* que «en estos momentos estamos construyendo el mundo del 2050 y preparando el del 2100». Esta misma frase es aplicable a los museos: hoy estamos construyendo los museos que canonizarán los conceptos y los objetos del futuro. Attali afirma que a partir del 2020 muchas empresas empezarán a no tener base de operaciones fijas; la informática y la comunicación inalámbrica permitirán operar sin sede fija y los humanos, sedentarios en su mayor parte, mediante pequeños aparatos móviles o «nómadas», que se mueven con nosotros, tendremos acceso a todo tipo de información y por supuesto a la de los propios museos. Llegará el momento en que descodificaremos los contenidos de todo tipo de equipamientos culturales y de los bienes patrimoniales desde estos minúsculos aparatos personales sin problema alguno.

Realmente no sabemos cómo será el futuro, pero el concepto que sugiere Attali de un cierto nomadismo que implica que cada ser humano se desplaza con toda la información sin requerir de una sede fija parece asegurado. ¿Qué papel desempeñará la museografía entonces? ¿Serán necesarias costosas instalaciones fijas de proyecciones y realidad virtual, o serán suficientes aparatos como el móvil, el iPhone..., con el cual nos comunicaremos y, del mismo modo que accederemos a nuestras cuentas bancarias o a nuestro correo electrónico, lo haremos a los descodificadores de los objetos de los museos? ¿Podremos prescindir de todo aquello que envuelve a los objetos originales?

Este futuro ha comenzado y quienes lo están construyendo son empresas de campos muy distintos pero que confluyen en el museo. Son empresas las que, con sus creativos, ingenieros, museólogos, historiadores y otros profesionales, están trazando los conceptos que dominarán el templo de las musas. En el presente número de *HER&MUS* se quiere iniciar una línea de información y debate sobre este tejido empresarial, imprescindible y necesario para levantar la nueva museografía.

Tanto si el futuro apunta hacia una museografía «nómada» como si no, es importante conocer las opiniones y los razonamientos de quienes hoy construyen los museos del mañana. Por esta razón, el lector hallará en este número algo poco habitual en museografía: las empresas, a

través de sus miembros (desde técnicos hasta directivos), son quienes explican qué hacen, cómo lo hacen y para quién lo hacen.

En este sentido, los trabajos presentados por Digit o YDreams van en esta dirección que apuntamos y representan la punta de lanza de esta museografía del futuro. Sin embargo, en la construcción de esta museografía hay otros muchos colectivos empresariales, que van desde la gestión de lo público —véase el artículo de Chile— hasta la hoy clásica pero imprescindible museografía implementada en los centros de interpretación, de la que Sono ha sido un histórico referente en España.

Ni que decir tiene que los trabajos de Mikel Asensio, Carolina Martín y Joan Santacana ayudan a contextualizar este presente que apunta al futuro inmediato. Incluimos en este número un interesante trabajo del equipo de BCQ sobre las intervenciones en el espacio urbano, un tema que parece ajeno a la museografía pero que, como sabemos bien, está íntimamente relacionado con el tratamiento del patrimonio al aire libre, ese inmenso museo abierto que está formado por nuestros conjuntos urbanos.

Finalmente, el número incluye visiones muy personales de las empresas de museografía, como la que representa Espai-Visual. Visiones particulares que ayudan a comprender la ilusión que almacenamos cuando nuestra tarea consiste en fabricar museos para el futuro.