

TÉCNICAS DE MEDIACIÓN CULTURAL EN LOS PROCESOS DE EDUCACIÓN EN EL MUSEO: DINÁMICA ENTRE EL PÚBLICO Y LAS COLECCIONES

RESUMEN

La educación en el museo siguió durante mucho tiempo los pasos de la escuela formal. Hoy en día, está en capacidad de ofrecer las condiciones propicias para una interrelación eficaz entre los objetos exhibidos y los visitantes, fundamentalmente, los no asiduos. Ha puesto en funcionamiento procesos para 'aprender a ver'. Esto significa ir más allá de la mirada habitual. Es tener conciencia de los recursos de los cuales se dispone para hacer un análisis del objeto que se tiene enfrente. Es tomar en cuenta la situación museal de ese objeto para emprender la tarea de descifrarlo en su calidad tangible, intangible y simbólica. Utilizando técnicas de mediación, el museo trata de reconciliar al público con las colecciones.

Palabras clave: Museo, Educación Informal, Mediación, Aprender A Ver.

Recibido: abril 2014
Aprobado: mayo 2014

Autora:

Coral Delgado
codelga@usb.ve

*Universidad Simón Bolívar
Caracas, Venezuela.*

Profesora titular de la Universidad Simón Bolívar. Doctora en Estudios Latinoamericanos (París, Sorbona). Museóloga (París, Escuela del Louvre) Entre las publicaciones se tienen: Museo y educación popular, 2009; Educación y ciudadanía: Nuevos retos del museo, 2005; El museo y el no-público, 2012; L'Écomusée de Fresnes: contre l'exclusion, 2001.



ARTÍCULO

CULTURAL MEDIATION TECHNIQUES IN EDUCATIONAL PROCESSES IN THE MUSEUM: DYNAMIC BETWEEN THE PUBLIC AND THE COLLECTIONS

ABSTRACT

Education in museums followed, over a long period of time, the steps of a formal teaching. Nowadays, it is able to offer adequate conditions for a proper interrelation, between the exhibited objects and the visitors, mainly, the not assiduous ones. It has brought to life processes for 'teaching how to see'. This means to go further than the usual sight. It also means to be conscious about the available tools in order to be able of analyzing the object that is just in front of the eyes. At the same time, it helps to realize the 'museal' situation of that particular object, to start to figure out its own tangible, untangible and symbolic quality. With the use of these mediation techniques, the museum tries to bring back together the public with the collection.

Keywords: museum, informal education, mediation, teaching how to see.

EDUCACIÓN INFORMAL EN EL MUSEO

El museo es una institución europea exportada al resto del planeta sin casi ninguna modificación. Se creó a partir de colecciones cuyos propietarios eran las clases dominantes, es decir, la nobleza, la aristocracia y el clero, de ahí su origen clasista. Las personas pertenecientes a estas clases fueron quienes, desde un principio, se sintieron cómodas frente a lo que se exponía en el museo ya que su contenido les era completamente familiar. Estas colecciones tuvieron como finalidad, en un principio, el placer estético, el proselitismo religioso y, en algunos casos, la inversión financiera.

A finales del siglo XVIII, época en la cual el museo comienza a tomar la forma que hoy se conoce, su objetivo único era coleccionar y conservar objetos antiguos y de valor. A partir del siglo XIX, se añadió a su objetivo, la clasificación, el estudio y la exposición. Lentamente, fue apareciendo la necesidad de hacer conocer las colecciones y, así, empezaron a surgir

los servicios de educación. No obstante, ésta siguió fielmente los pasos de la escuela formal. Hoy en día, el museo sabe a dónde quiere ir en relación con la educación de su público, sin embargo, no siempre tiene claro el cómo. Si desde un principio, el museo ha sido vehículo de conocimientos, éstos no fueron siempre accesibles a cualquier persona, ya que el contacto entre el visitante y el objeto presentado no es evidente. “El hecho de que la mayoría de las piezas exhibidas sean únicas o frágiles y de que haya necesidad de protegerlas para las generaciones venideras limita el acceso del público y restringe su relación con el objeto” (Delgado, 2005, p. 63).

Generalmente, las personas que suelen ir a los museos tienen una idea preconcebida de lo que van a encontrar allí. Pueden tener los conocimientos necesarios para descifrar los mensajes que estos objetos ‘quieren decir’. Pueden también no tener esos conocimientos pero estar interesadas. En el primer caso, el visitante se siente cómodo y escogerá conscientemente el tipo de visita que más le convenga. En el segundo caso, el visitante necesita ayuda para no sentirse perdido frente a unos objetos o imágenes que, en muchos casos, no puede descifrar. Las personas que van una vez y no entienden lo que está expuesto difícilmente regresan.

Una posibilidad de educación en el museo

La función educativa del museo consiste, esencialmente, en conseguir que el público logre una verdadera interrelación con los objetos, ofreciéndole las condiciones más adecuadas. En este sentido, es necesario tener en cuenta la importancia de la acogida que se debe ofrecer a cada tipo de público en particular, de manera que éste sienta que su presencia es importante para el museo y tenga ganas de volver. Las políticas de públicos, por lo general, han estado sometidas a una escasa innovación y a una ausencia de evaluación del impacto de las colecciones sobre del público. Sigue existiendo muy poca documentación para la ayuda de la visita y no suele haber un trabajo de conjunto entre el equipo educativo y el científico. Es preciso admitir, sin embargo, que ha habido una toma de conciencia referida a las necesidades del público.

En relación con el visitante, existen múltiples categorías que van desde el visitante iniciado o conocedor hasta el visitante no asiduo. Éste, por lo general, necesita informaciones complementarias para descifrar el significado de los objetos. Hay que precisar también, en cuanto a la finalidad de la visita, las diferentes necesidades del público, es decir, los que van para aprender, los que van para corroborar sus conocimientos y los que van por puro placer, entre otras.

Entender una imagen tiene numerosas ventajas. Una dimensión suplementaria se añade al saber, con relación al juicio personal y a la interpretación. Entender una obra puede permitirle al visitante colocarse en el lugar del artista y percibir lo que éste quiso expresar. Implica encontrar no sólo las técnicas de la comunicación sino el sentido mismo de la comunicación. Se llega, así, a comprender no solamente la forma sino también la esencia de las imágenes. Se puede llegar a entender que la cultura es la motivación de la práctica. Se logra perder el miedo a lo desconocido. Y, además, se llega a ver el museo como un lugar que oxigena en lugar de asfixiar.

Pero no basta con tener voluntad o interés, es preciso manejar ciertas habilidades que permitan descifrar esas imágenes. Estas habilidades se adquieren desarrollando algunas prácticas que permiten aprender a ver, es decir, aprender a descifrar el discurso. “Llegar a ser un visitante activo se aprende y demanda un entrenamiento regular, igual que la práctica de un deporte amateur, el ejercicio de un hobby o de una pasión” (Hennebert, 2011, p. 169).

Aprender a mirar significa ir más allá de la mirada habitual. Es tener conciencia de los recursos de los cuales se dispone para hacer un análisis del objeto que se tiene enfrente. Es tomar en cuenta la situación *museal* de ese objeto para emprender la tarea de descifrarlo en su calidad tangible, intangible y simbólica. Existe una especificidad de la mirada en el museo. Esta mirada es completamente diferente a la mirada en la vida cotidiana, incluso si se trata de imágenes que representan lo mismo. Allí, éstas adquieren otro sentido. Su entrada al museo las cubre de un halo de sacralidad y de la exposición las hace decir algo distinto de lo que dirían en la vida cotidiana.

La mirada es un elemento de primer orden con relación a la educación en el museo. Las personas están acostumbradas a la mirada cotidiana. Esta es funcional, utilitaria, relacionada de manera conveniente

con los objetos, con una finalidad concreta que puede consistir en tener una armonía entre la persona y el objeto. La mirada cotidiana es también globalizante; el objeto pierde su identidad y llega a formar parte del conjunto. Existe una automatización: se comprende el objeto y se memoriza. Hay criterios para su escogencia, es decir, reglas sociales y morales relacionadas con ciertos objetos; hay también criterios para su adquisición.

La mirada *museal* es una situación nueva llena de mensajes. La observación en el museo requiere intensidad, profundidad, “escrutamiento”, hacer idas y vueltas entre las partes y el todo, ver el objeto aislado y dentro del conjunto. Necesita una sobre-atención de lo desconocido no “jerarquizable”. Se da una saturación intelectual que habitualmente no resulta satisfactoria; hay una dificultad para ver los objetos aisladamente.

Una posible solución museográfica al amontonamiento heteróclito consiste en el establecimiento de formas más o menos explícitas que lleven a una contextualización de los objetos. Esta contextualización puede, por una parte, reubicarlos en el seno de la arquitectura y, por la otra, luchar contra la dispersión de dichos objetos arrancados de sus contextos. En este sentido, ya decía Quatremère de Quincy en 1815 “No nos digan más que las obras de Arte se conservan en los depósitos. Sí, ustedes han transportado la materia; pero no pudieron transportar con ellos ese cortejo de sensaciones suaves, profundas, melancólicas, sublimes o tiernas, que las entornaban. ¿Pudieron transferir a sus tiendas ese conjunto de ideas y de relaciones que exhalaban un interés tan vivo sobre las obras del cincel o del pincel? Todos esos objetos han perdido su efecto perdiendo su motivo. [...] Desplazar todos los monumentos, recogiendo así los fragmentos descompuestos, clasificando metódicamente los pedazos, y hacer de tal reunión un curso práctico de cronología moderna, es, aun siendo vivo, asistir a sus funerales; es matar el Arte para hacer la historia, no es en realidad hacer la historia sino el epitafio. [...] Del mismo modo, el verdadero amor por la antigüedad les dice que separen, lo menos posible, sus verdaderos fragmentos, de los lugares, de la circunstancias y del conjunto de accesorios con los cuales están en relación.” (Quatremère de Quincy, 1815, pp. 57, 87, 44). La lucha por la ubicación de los objetos dentro de sus contextos la retomaron como bandera los museólogos partidarios de los ecomuseos durante el siglo XX.

Sobre todo en museos de Arte y tradiciones populares, de Antropología, de Arqueología, de Etnología, así como en las secciones de Arte egipcio, o asirio, por ejemplo, se encuentran exhibidas series de objetos que parecieran repetirse. A un visitante no asiduo puede darle la impresión de que todos esos objetos son iguales y, en este caso, no encuentra en cuál fijarse. La visita en estos museos requiere de un aprendizaje que ayude al aprovechamiento del patrimonio presentado.

Los objetos colocados en el museo tienen un sentido especial y diferente al que tienen intrínsecamente, lo que implica que su discurso sea distinto. Por esta razón, para llegar a una comunicación adecuada en la forma de observar los objetos en el museo, se han propuesto varios procesos. El primero y más sencillo consiste en 'ver para aprender'. Se va al museo para adquirir conocimientos utilizando los objetos. O se va para confirmar los conocimientos que ya se tienen, que ya se han aprendido y para alimentar los saberes preexistentes mirando esos objetos. El segundo proceso radica en 'aprender para ver'. Se toma en cuenta el contexto del objeto. Éste está suspendido, aislado o arrancado de su lugar de origen y el museo va a intentar hacer la restitución en su contexto social y cultural. Se le va a restituir su función y su historia. De esta manera, el objeto será comprendido más adecuadamente. El tercero y más preciso es "aprender a ver" (O'Neill, 1997). Aquí se toma en cuenta la situación *museal* del objeto para poder descifrarlo. Se estimula la observación cabal y se establece la precisión de los conceptos, del vocabulario y de la gramática, indispensables para leer el objeto; suele obviarse la cronología entre ver, saber y juzgar. Este último proceso se realiza a través de varias fases, algunas con bastante especificidad.

La disposición de los objetos puede conducir al visitante a reflexiones y búsquedas. En la fase de observación, que es la primera, esta disposición puede hacer detener la mirada y seleccionar un objeto entre otros parecidos. Se trata de descubrir el objeto dentro de su ambiente. En este momento, puede surgir en el visitante no asiduo una angustia debida a la necesidad de seleccionar una obra en detrimento de otras. Una museografía adecuada puede ayudar a puntualizar el objeto.

Una vez que el visitante detiene la mirada, es preciso que se concentre en el objeto. Este carece de status salvo si se le mira. El paso siguiente es captar el objeto en su conjunto, es decir, encontrar la coherencia de

los diferentes elementos que lo componen y que le dan sentido. En la medida en que contenga más elementos, se precisará una identificación más exhaustiva. A continuación, se toma conciencia de las partes que constituyen el conjunto y comienza un proceso de desciframiento más refinado. Se aíslan los elementos para luego reagruparlos. En este momento del proceso, se percibe un cierto dominio sobre el objeto y el conocimiento se hace más activo. La lectura llega a ser global y al mismo tiempo analítica.

Se pasa entonces a la caracterización de las partes. Dentro de cada conjunto, las diferentes partes tienen su propia coherencia. El siguiente paso consiste en establecer la relación entre las partes, y entre éstas y el todo. Se da el proceso intelectual de 'destrucción-reconstrucción'. Cada parte es tomada en su rol con relación a las otras. Luego del establecimiento de estas relaciones, se trata de identificar la estructura material del objeto, así como su relación con las diferentes épocas de su realización. Este dato proporciona información en términos económicos, sociales y políticos. Para finalizar la fase de observación, se procede a la evaluación del grado de transformación de los materiales. Se evalúa el grado de intervención humana, el grado de transformación de la apariencia bruta a su estado actual y la transformación de esos materiales en la vida cotidiana, si es que se conocen.

Seguidamente, se procede a obtener información sobre la estructura del objeto. En un primer momento se realiza un diagnóstico funcional, examinando sus diferentes elementos y aproximándolos para comprender su función. Luego, se analiza la articulación de los diferentes materiales para comprender la escogencia de éstos y de su estructura. Algunos están ligados a su función y otros a su estructura. Existe una dinámica de formas en cada objeto. En esta fase existe una diferencia de percepción entre el visitante no asiduo y el especialista.

Ya conocida la estructura y la función del objeto se inicia la comparación. Se trata de establecer paralelos con otros objetos presentados al mismo tiempo. Esto es con la finalidad de acceder a una visión analógica y a una visión comparativa. El museo organiza la serie, la confrontación, la evolución, y el visitante necesita las herramientas para comprender la lectura que se le ofrece. La comparación siguiente es con otros objetos comunes de vida cotidiana, en las situaciones en las cuales se dé el caso.

La visita no tiene por qué ser un acto aislado. Puede completarse con otras visitas y otros museos. El visitante tiene una cultura de imágenes adquiridas y de conocimientos que lo ayudan en este proceso de comparación. Los organizadores de la exposición se preguntan, en muchas ocasiones, si la imaginación puede llegar a suplantar la visión del objeto. En este momento del aprendizaje, se puede pasar a la interpretación. Se parte de la forma para llegar al sentido. Las adquisiciones cognitivas y las actitudes van a entrar en este proceso. Se harán diferentes diagnósticos según los distintos públicos. Cada objeto es un escenario potencial. Aquí, existe el riesgo de una interpretación falsa si no se han seguido las fases precedentes.

Luego de la interpretación, se puede realizar ya el juicio y la apreciación. Se trata de juzgar el objeto con relación a la atracción que ejerce, es decir, si gusta o no, y luego ubicarlo en una jerarquía más objetiva. El objeto, ya acabado, puede actuar como desencadenador o detonador de la actividad creativa. Puede, incluso, impulsar la continuidad de la obra del artista por la propia creación. Al situarse frente al artista puede considerarse la obra como un trabajo y no solamente como objeto de contemplación ya que ésta encierra múltiples potencialidades.

Al final de este proceso se llega a la puesta en contexto. Esta fase está estrictamente vinculada a lo cognitivo, a lo racional y a los conocimientos de cada visitante. Está orientada a la exploración visual, así como a lo excepcional. Este proceso puede permitirle al visitante, tener un dominio intelectual sobre la obra en cuestión así como sentirse mejor ubicado en el conjunto de la exposición. En un programa de visitas, uno puede preguntarse cuáles serían los criterios de escogencia ya que algunas fases podrían considerarse adquiridas de antemano. Además, ciertas secuencias pueden resultar más favorables que otras.

Luego de todos los pasos anteriores, el museo necesita saber qué tipo de resultados ha obtenido; esto implica un proceso de evaluación. Éste consiste en la apreciación sistemática del valor de una presentación, de una unidad de exposición, de una sala de exposición, de un film, de un folleto, de una visita guiada, en función de objetivos establecidos previamente con la finalidad de tomar decisiones para seguir adelante, rehacer, detenerse, eliminar o evitar acciones en el futuro. Esta evaluación se refiere a un aprendizaje o a unas actuaciones medibles en el visitante, que son el resultado del contacto con la exposición. El acento está

puesto sobre la actuación del visitante como reacción a la exposición, o a las películas que se hayan presentado, al autoguía, o a cualquier otro elemento de ayuda a la visita.

Para la evaluación del impacto educativo de la exposición, es necesario examinar, al menos, tres aspectos. El primero reside en tener claro cuál es el impacto que se desea obtener. La mayoría de los responsables de las exposiciones tienen objetivos pero suelen ser demasiado generales. Estos deben estar separados en objetivos específicos para poder ser analizados y evaluados. El segundo aspecto trata de responder a la manera cómo se intentaría alcanzar estos objetivos por medio de la exposición. Más exactamente, cuáles objetos, esquemas, fotografías, films, etc., son necesarios para comunicar esos objetivos específicos. Cómo guiar la atención del visitante. Cómo captar su atención suficientemente por largo tiempo para transmitirle el mensaje. ¿Sería necesario hacer un retorno o una interacción o una participación del visitante? Y en ese caso, cómo ponerlo en obra. Tercero, cómo se sabría si esos métodos y esos medios han tenido el impacto deseado sobre el público previsto. ¿Los visitantes habrían podido contar, describir, identificar, comparar y expresar, a partir del contacto con la exposición, lo que ellos mismos no hubieran podido haber hecho antes?.

Un aspecto que es importante tener presente en los procesos de educación es que no hay dos maneras de 'mirar' sino diferentes grados de utilización del mismo instrumento. En el caso del visitante no asiduo, el instrumento no está siendo utilizado; en el caso del experto, éste lo utiliza con mucha facilidad. Al primero, hay que darle lo indispensable para que pueda regresar. Hay que proporcionar mucha fuerza y dinamismo a lo que se pone a disposición del público. Es preciso que se esté claro con respecto a aquello que se quiere comunicar. A las personas que van por primera vez al museo o a aquellas que no han ido nunca, es necesario que se les explique con claridad la importancia que tiene el patrimonio (y 'su patrimonio' específico) de manera que se sientan inclinadas a participar concretamente en la conservación y prevención del mismo, así como a entender el papel que éste puede jugar en el desarrollo individual y social de su propia colectividad.

Técnicas de mediación

Entendemos por mediación el conjunto de métodos discursivos y técnicas empleados por el museo para que pueda darse una interrelación positiva entre el público y las colecciones. La mediación es, en este caso, la intermediaria entre las personas y las obras y no necesita un saber cognitivo. “La necesidad y la emergencia de la mediación cultural aparecen para favorecer el nacimiento de nuevas normas de apreciación, de legitimación y de evaluación, en particular del arte y de las prácticas culturales” (Caune, 2010, p. 96).

El museo se hace preguntas sobre cómo transmitir su riqueza, cómo hacer al público participe de ésta, cómo implicar al visitante, cuáles serían los mejores modos de realizar la visita, cómo establecer la mejor relación entre el objeto presentado y el público, cómo puede realizarse el aprendizaje en las salas, qué significan los diferentes comportamientos de los visitantes, cuál sería la forma más en que debe realizarse la museografía de una exposición para que el público pueda hacer el mejor uso de los recursos que él mismo posee, cómo disminuir la tensión que implica la primera visita al museo, qué herramienta proporcionarle al visitante ‘novicio’, y otras preguntas que lo ayuden en este proceso de acercamiento. (Delgado, 2005, p.70).

Es importante no confundir la técnica con la reflexión profunda que el museo está en capacidad de suministrar. Las técnicas de mediación consisten en la respuesta práctica a cada una de esas preguntas. Estas técnicas tratan de reconciliar al público con las colecciones e impedir cualquier obstáculo que implique ‘ruido’ en la comunicación. Tocan a todo lo que tiene que ver con la escenografía. Dejan establecido que cada tipo de público tiene sus necesidades, su especificidad y sus relaciones con la Historia. Se parte de que el objeto cuenta con un poder de comunicación; el papel de la mediación es encontrarlo y favorecerlo. Las técnicas tradicionales consisten en los textos escritos, las visitas guiadas y los talleres. Estas no se abandonan sino que se añaden técnicas nuevas. Una dificultad que se le presenta a la mediación es que requiere tiempo.

Elisabeth Caillet y Evelyn Lehalle definen la mediación como una respuesta a la interrogante del acceso a la ‘cultura’ señalan:

La mediación no quiere estar separada entre prácticas llamadas de expresión o de despertar de la sensibilidad y los procesos de especialistas. La mediación no se plantea en términos de oposición entre cultura de élites

o cultura popular sino en que no se tiene en cuenta que existe una cierta comunidad entre cultura popular, procesos de expresión y acceso a la cultura 'cultivada', procesos didácticos y discursos de expertos. La mediación trabaja a partir de otra concepción de las obras culturales, tanto en el área del arte como en el de las ciencias y las técnicas. (Caillet, Lehalle, 1995, p. 306)

Estas investigadoras definen la mediación, primero, como un pasaje, luego, como un medio que permite armonizar las contradicciones, de hacer valer las cualidades y los méritos de un objeto cultural por encima de las instancias de legitimación y de hacer comprender la profundidad de cada obra más allá de las separaciones sociales. El mediador tiene, así, por función favorecer el diálogo, ser el intermediario entre el público y el patrimonio.

Actualmente, se plantea cada vez con más fuerza la necesidad de la intervención de un tercero en el encuentro entre el público y el patrimonio. Esto se apoya en la concepción de que las personas no nacen siendo público sino que se van haciendo y para eso hace falta una ayuda pedagógica. "La mediación es concebida, de esta forma, como un proceso de 'puesta en relación' en la cual el objetivo no es tanto transmitir conocimientos sobre las obras sino favorecer su acercamiento cultural: si las obras son nuestro 'Bien común', es por su significación que nosotros estamos en capacidad de compartirlas, todavía hoy, con respecto a ellas. La finalidad de la mediación sería en ese caso poner en juego los sentidos de manera que favorezcan los modos de apropiación para crear una cultura compartida". (Protoyèrides, 2005, p. 1).

La organización y la "jerarquización" de la información varían de acuerdo al soporte que se utilice, ya sea éste auditivo, visual, escrito, interactivo, entre otros. Es necesario adaptarse a los diferentes modos de aprendizaje. La jerarquía de la información debe ir de lo esencial a lo más próximo. Lo más importante debe estar sobre el cartel o la etiqueta y hay que prever una flexibilidad de acceso a la información libre. Evitar los parásitos, es decir, todo lo que no sea considerado de verdadera utilidad; esto tiene que ser una máxima en cualquier museografía. En la redacción de carteles, hay que considerar como elementos indispensables la inclusión solamente de la información esencial, que ésta sirva para comprender la obra, así como evitar las palabras extrañas o extrañas. El visitante se pregunta el qué, el quién, el por qué y el cómo. A eso debe responder el cartel. Sólo se coloca lo que se decide que es indispensable.

La forma de presentación de las obras tiene siempre una intencionalidad. La forma, el contenido y la ubicación de los carteles y de otras referencias tienen como destinatario a un público específico. La visita guiada, la auto-guía, los talleres, el contacto con los artistas, el acercamiento a los medios audiovisuales y electrónicos están dispuestos según los objetivos que se pretende alcanzar. (Delgado, 2005, p. 71).

Para que la mediación resulte realmente eficaz se necesitan profesionales que posean los conocimientos necesarios sobre la colecciones, que sepan a qué público en concreto van a dirigirse y que manejen las técnicas adecuadas. “La institución museística parece más decidida a convertir su papel de ‘sacralizador’ del conocimiento en papel de amplificadora del debate social alrededor de un manejo conviviente y democrático de las ciencias y las tecnologías” (Eidelman, 1991, p. 104).

Con relación al personal que interviene en la elaboración de las técnicas de mediación, existe todavía una antinomia entre los responsables científicos o artísticos y los presentadores. Los primeros crean el discurso pero, en muchos casos están desprovistos de conocimientos relativos al público; su función es participar en la dinámica de la concepción y encargarse del contenido. Por otra parte, no todos los museos cuentan con el personal encomendado a las acciones culturales ya que es una profesión relativamente nueva.

Para desarrollar técnicas eficientes de mediación es importante tener en cuenta la diferencia entre la educación escolar y la educación museística. En la primera, el aprendizaje es abstracto y general, en un lugar cerrado, donde se busca, principalmente, una formación. En el museo, el aprendizaje implica también conocimientos pero al mismo tiempo placer sin la presión de una evaluación final. El lugar es abierto, de libre circulación, con más ruido y multiplicidad de miradas. Fundamentalmente, es un aprendizaje concebido como ocio o diversión. El museo no es una escuela; es básico tener esto en cuenta para llegar al éxito en la mediación. Otro problema que se plantea es si la escuela puede desarrollar el gusto por la visita al museo para toda la vida.

Las anécdotas tienen la ventaja de promover la entrada al mundo del imaginario y constituyen una especificidad de la oralidad. Permiten un discurso en libertad y no significa leer lo que ya está en un libro. Todos

los discursos tienen una forma diferente según el objetivo del museo. Hoy en día, la interactividad es indispensable. Se ha comprobado que se retiene 10 por ciento de lo que se entiende, 30 por ciento de lo que se lee y 70 por ciento de lo que se hace (interactividad).

El discurso oral, a pesar de sus dificultades, es una de las modalidades de mediación más utilizadas por los especialistas y deja mucho provecho si es empleada adecuadamente. Las conferencias no son muy apreciadas, son poco practicadas y poco controlables. Para el público novicio suelen ser fastidiosas y para los iniciados también ya que, a menudo, conocen de antemano el discurso. Por eso, es preciso tener en cuenta las dificultades (procesión en grupo, rigor profesional, calidad) y las ventajas (pueden reducir la angustia en aquellos que se encuentran perdidos, se pueden adaptar a cualquier público).

Las características más importantes del discurso oral son la flexibilidad en cuanto a la cantidad y la profundidad de la información, el rigor científico, la articulación del discurso (memorización), la mayéutica y, sobre todo, mostrarle al público que él puede hacer y saber muchas cosas. Existen múltiples posibilidades para estructurar el discurso oral y hacer que éste se convierta en una actividad agradable. En líneas generales, hacer una introducción que incluya la problemática resulta muy útil para situar al visitante no asiduo ya que se despeja así el camino que se recorrerá.

En algunos casos, preguntarle al público llega ser una actividad de gran ayuda para el mediador ya que éste puede conocer así el nivel de conocimientos del grupo de personas con quien se enfrenta o con quien comparte la visita. No obstante, hay que tener cuidado para que las personas no sientan que se les está haciendo un examen y esto les produzca una angustia adicional. Si el mediador está interesado en hacer participar al grupo, puede presentarle un plan, modificable según los intereses de este último.

Vistas todas las introducciones anteriores, se procede a efectuar la conferencia teniendo en cuenta que el público presente no está compuesto necesariamente por conocedores sino que en muchas ocasiones es la primera vez que se oye hablar del asunto en cuestión. Concluir y organizar una próxima visita es un paso esencial para 'fidelizar' al visi-

tante. Con la finalidad de llevar a cabo la mediación, es preciso conocer las colecciones, conocer al público y conocer las técnicas, es decir, este proceso requiere de la profesionalización.

Los esquemas de programación pueden llevarse a cabo de manera horizontal o vertical. Si se realiza de manera horizontal puede darse la complementariedad entre varias actividades. Si se hace de manera vertical, las actividades son diferentes. Las más utilizadas en los museos que disponen de servicios especializados son el objetivo perseguido, la distancia entre el visitante y el objeto, la naturaleza del discurso, las técnicas de mediación, la modalidad pedagógica y la adquisición de saberes, de posibilidades y de capacidad afectiva.

En cuanto al objetivo perseguido, éste puede estar referido, por ejemplo, a comprender la originalidad del museo, sus colecciones, su historia, su evolución con respecto a la restauración o la conservación. En la naturaleza de la mediación puede entrar la descripción de lo que se observa, su función, su importancia. Las técnicas de mediación, si son exclusivamente orales, implican una exploración. Pueden ser también audiovisuales, con utilización de multimedia o con manipulación directa en talleres.

La modalidad pedagógica lleva en sí la exploración libre con la posibilidad de diálogo y un mediador que complete la puesta en común. Otras posibilidades son la experimentación, la pregunta-respuesta, la manipulación directa o el discurso-síntesis. La adquisición de saberes, de posibilidades y de capacidad afectiva implican, entre otras cosas, manejar un vocabulario para poder aproximarse a los problemas relativos a los objetos (por ejemplo, su fragmentación y sus formas específicas), una visión de conjunto de las unidades que componen la exposición o sus relaciones con otros elementos internos o externos y la capacidad para juzgar y apreciar más allá de los objetos, de la exposición y del museo.

Posibles evaluaciones

Cuando, a finales de siglo XX, algunos museos se planteaban qué tipo de política seguir para definir las estrategias de educación, las preguntas que surgieron fueron, entre otras, ¿qué es lo que se va a escoger, la delectación o la identidad regional o nacional?, ¿cómo hacer para atraer

al público no asiduo?, ¿sería necesario sobrepasar la cuestión puramente estética y llegar a un museo política y socialmente activo?

En el caso de museos con equipos importantes en el área de educación, se han podido establecer diferentes medios de evaluación. Uno consiste en evaluar las opiniones del público después de realizada la exposición y la otra se asienta en un diagnóstico previo, es decir, se crea una micro-prefiguración de la exposición en la que se le consulta a un grupo de personas. En este caso, la exposición definitiva puede ser modificada en función de las críticas recibidas.

Las principales informaciones que se obtienen tienen que ver con el carácter sociocultural de la persona y así se consiguen estadísticas sobre el público. Por ejemplo, se puede detectar quiénes van al museo, cuáles son los objetos que les interesan, de qué manera el visitante percibe el museo, cuáles son sus expectativas. Se adquiere información sobre el comportamiento de la persona en el interior de las salas mediante las modalidades de visita. Sin embargo, es difícil lograr información sobre lo que pasa por su cabeza mientras recorre las salas.

Otros estudios dan información sobre el aprendizaje durante la visita y esto le da pistas al museo para mejorar la calidad de las exposiciones. Dentro de estos estudios psicológicos hay diversas perspectivas: la “*behaviorista*” sirve para conocer si hay un cambio en el comportamiento o las actitudes del visitante o, incluso, en su aprendizaje. La perspectiva fenomenológica estudia las diferencias de comportamiento de un visitante a otro en una misma exposición. El museo se pregunta, a partir de estos estudios, cómo hacer una exposición exitosa que abarque a un público lo más amplio posible. Un tercer tipo de investigación es el estudio del funcionamiento psicológico del visitante. Los estudiosos del público de museo han considerado generalmente el aprendizaje como un producto y no como un proceso. El museo guarda un patrimonio que pertenece a toda una sociedad y su misión es ponerlo al servicio de todas las personas, de la manera más adecuada posible y sin ningún tipo de exclusión

... estudiando al visitante en su aspecto más desatendido hasta el presente, aquel de su funcionamiento psicológico en la sala de exposición, sería posible elaborar una concepción de la educación del adulto en el museo que evite las dificultades con las que se tropiezan las aproxima-

ciones “behavioristas” y fenomenológicas. [...] No obstante, no creemos que la función educativa del museo deba limitarse a mantener la actividad espontánea del visitante. El museo es una institución que tiene una competencia, unos conocimientos, y tiene como misión ponerlos al servicio del público. En sala de exposición, la transmisión de esta riqueza debería conquistar, atraer al visitante y crear en él, sin perturbarlo, una tensión que lo lleve a sobrepasar su funcionamiento espontáneo. La concertación entre los educadores del museo, el responsable de la exposición y el ‘conservador’ debería, por lo tanto, desembocar en la creación de una tensión óptima, generadora en el visitante de un funcionamiento óptimo. (Dufresne-Tassé, 1995, p. 13).

El museo está claro en que debe transmitir una riqueza simbólica y se pregunta cuál es la manera más correcta de hacerlo. Su tarea es, entonces, que el visitante alcance un máximo de satisfacción. Si el museo quiere que el público no asiduo se eduque, tiene que empezar por ayudarlo a eliminar la angustia que le produce el ser confrontado a su propia ignorancia. El momento más adecuado es antes de empezar la visita, de modo que pueda realizarla en una situación placentera. Las personas pueden manifestar diversas reacciones frente a una exposición, las más comunes son la cognitiva, la afectiva y la imaginativa.

Los objetos en el museo son, generalmente, excepcionales, atípicos, extraídos de su medio habitual, con un valor material y espiritual. En algunos casos, son prototipos o testimonios (demostraciones). La simbolización del objeto y del conjunto lleva al visitante más allá de lo utilitario. Lo induce a buscar formas y sentidos diferentes. Hay objetos que pertenecieron a grupos sociales sobre los que el visitante ignora prácticamente todo. Entre el visitante y el objeto puede existir una distancia social (por ejemplo, la realeza), una distancia histórica (prehistoria o Edad Media, por ejemplo) y una distancia geográfica (Mesopotamia o la Polinesia, para los occidentales). Hay objetos pertenecientes a cultos desconocidos.

En el museo, la funcionalidad del objeto desaparece y esto implica una ausencia de referencias para el visitante. Otros objetos son monumentales y escapan por eso a nuestros criterios. Están también los objetos excepcionales o en pedazos, objetos en estado de degradación física, objetos de la vida cotidiana (ecomuseos) frente a los que hay que realizar un cambio de mirada.

En el museo, los objetos están fuera del alcance de las manos “no tocar” es la divisa. Esto produce una cierta frustración en los visitantes y, a veces, a causa de las vitrinas, se dificulta una visibilidad cómoda de la obra de arte. El proceso intelectual de sustitución se dificulta si no existen conocimientos previos. La interpretación del visitante sobrepasa, en muchos casos, el nivel de las apariencias. No llega necesariamente a una cierta objetividad y, en algunas ocasiones, se produce un deslizamiento hacia interpretaciones personales sin que pueda aportar pruebas. Sin embargo, trata de darle una coherencia al conjunto. Si el museo no lo está presentando de una manera organizada, el visitante tiende a hacer la organización por sí mismo pero, en muchas oportunidades, sin la pertinencia adecuada. La diferencia de interpretación entre el visitante no asiduo y el experto está en la escasez de herramientas que posee el primero con relación al segundo. Éste va a profundizar en la búsqueda de soluciones y termina por encontrarlas. El museo tiene que hacer un esfuerzo suplementario para ayudar al visitante no asiduo si pretende que éste regrese.

Existen ciertos principios para una visita museal. Uno de ellos es el énfasis en lo sensible y lo afectivo para mejorar la relación entre el público y el museo. Ya se explicó que la mirada museal tiene muchas especificidades, es muy particular y requiere de esfuerzos adicionales. Puede producir inhibiciones en el visitante no asiduo ya que se presentan muchas dificultades en la transferencia de los hábitos adquiridos en áreas vecinas. Esto se debe, en parte, a que no posee los conocimientos requeridos en el museo para lograr el desciframiento de las obras. En el caso de los niños “la diversidad de los objetos facilita la variedad de intereses. Una pedagogía adecuada en el museo puede hacer descubrir al escolar un mundo diferente al suyo, y enseñarle el respeto por los que son diferentes” (Delgado, 2009, p.64).

Es difícil establecer comparaciones entre obras o artistas porque el desplazamiento no resulta sencillo en la mayoría de los casos. Entonces, hay que asirse a otras funciones como la transferencia, la recomposición, la imaginación, la interpretación. Excepcionalmente, se encuentran algunos objetos al lado de sus originales o de sus copias. Por ejemplo, “La adoración de los magos” de Rubens y la copia de David, están uno al lado del otro en el Museo Real de Bellas Artes de Bruselas; o las pinturas de Van Gogh, en la exposición “Van Gogh en París”, al lado de las estampas japonesas que él copió.

Una dificultad que se presenta en la visita es la fatiga museal. Hay un incremento del esfuerzo intelectual y una sobre-atención visual. Por otro lado, hay una fatiga física que se da de igual manera en el visitante experto y en el visitante no asiduo. No hay un comportamiento automático sino un esfuerzo de reconstitución. Existen, además, otros elementos que reducen la percepción como la luz, el vidrio de la vitrina o la altura a la que están colocadas algunas piezas donde cada una es observada desde ciertos ángulos solamente. El eje único de la mirada puede no ser forzosamente el pertinente. Por esta razón, algunas exposiciones utilizan espejos para ciertas piezas.

Un elemento que produce contrariedad en el visitante no asiduo es el carácter inalienable de los objetos, es decir, que no pueden ser vendidos ni comprados. Para él, lo normal es “me gusta, lo compro”. El proceso de apropiación puede ser intelectual, en este caso juega la memorización, o puede ser comercial, entonces se puede comprar. El museo obliga a ejercer la apropiación intelectual. Existe, sin embargo, el principio de sustitución, es decir, comprar una tarjeta postal o un afiche en la tienda del museo. La frustración por todas las contrariedades antes mencionadas es recompensada por la memorización. Algunos estudios al respecto han detectado que sólo un 35 por ciento de los visto es retenido por la memoria visual. El visitante experto retiene más porque posee un bagaje de información mucho mayor.

La educación del público va mucho más allá de abrir las puertas del museo. Es necesario ofrecer diferentes formas de acercamiento para favorecer la visita del público a las exposiciones. La seguridad de ciertas obras hace necesario colocar vidrios, barreras, alarmas. Esto da como resultado diferentes tipos de aproximación del visitante. Así mismo, el hecho de que los objetos se encuentran fuera de contexto puede conducir a una lectura equivocada. Además, en la mayoría de los casos, no se puede apreciar la transformación de la materia con la cual se realizó el objeto. Las presentaciones son generalmente fragmentarias, es decir, conjuntos desordenados, parciales, aleatorios. Las dificultades de conservación traen como consecuencia la dispersión de los objetos y su presentación incompleta, además del problema de fragilidad que presentan algunas obras. La presentación exhaustiva no es posible ni deseable. Por esta razón, es preciso dejar márgenes a la iniciativa del público que desee mayores informaciones y brindarle la ayuda necesaria, por lo general, mediante documentos.

Existe, obligatoriamente, una limitación en la lectura de una exposición; la limitación personal y aquella que el responsable de la exposición ha querido imponer. Aparece, además, un doble escenario que va más allá de la confrontación entre el objeto y el visitante. La realidad museal está compuesta de una vasta reagrupación de objetos (imágenes, escenarios, sonidos, textos, entre otros) que pueden producir cacofonía visual, intelectual y sensorial. Una doble tensión se puede producir dependiendo de si el objeto es presentado solo o “contextualizado”.

El museo está obligado a presentar un trabajo de calidad que satisfaga al mayor número de público posible y sobre todo al no asiduo; esto en caso de que la institución esté interesada en ampliar su radio de acción y participar en su democratización. Debe evitar las frustraciones mejorando las competencias del visitante y haciendo un uso máximo de los medios con los que cuenta. Se le impone al museo la obligación de ofrecer conocimientos que interesen al visitante y desarrollen en él el deseo de aprender. Es importante tener en consideración la evolución del público en cuanto a su relación entre mirar y aprender; y también tomar en cuenta que en los niños la relación se da entre aprender y sacar conclusiones mientras que en el adulto los conocimientos previos lo llevan a la confrontación.

Existen tentativas de artistas contemporáneos de integrar, en su proceso de creación, la dimensión de la recepción por parte del público, sobre todo en ciertas tendencias del arte conceptual. Se conocen también diversos ejemplos de llamados a la creatividad del público, invitándolo a participar por sus reacciones en la producción de las obras. Sin embargo, algunos investigadores se preguntan cómo puede haber co-creación si la persona, que tiene una obra de arte frente a sus ojos, no la concibe como tal.

REFERENCIAS

- Caillete, E., y Lehalle, E. (1995). *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon: Presses Universitaire.
- Caune, J. (2010). Pratiques culturelles et médiation artistique : la construction du lien social. En Vincent Liquète (coord) *Médiation*, (pp. 85-102). Paris: CNRS Éditions.

- Delgado, C. (2005). *Educación y ciudadanía : nuevos retos del museo*. Caracas : Equinoccio (Ediciones de la Universidad Simón Bolívar), Galería de Arte Nacional, Corporación Andina de Fomento.
- _____ (2009). *Museo y educación popular*. Caracas: Laboratorio Educativo.
- Dufresne-Tassé, C. y Lefevre, A. (1995). *Psychologie du visiteur de musée. Contibution à l'éducation des adultes en milieu muséal*. Québec : Cahier du Québec édition Hurtubise HMH Ltée.
- Eidelman, J. (1991). *La science au musée: des cabinets d'amateur aux centres de culture scientifique*. Regards sur l'éducation No. 11-12.
- Henebert, B. (2011). *Les musée aiment-ils le public? Carnets de route d'un visiteur*. Charleroi: Editions [Couleur livres] absl.
- O'neill, M. (1997). *Conferencias*. Paris: Escuela del Louvre.
- Protoyèrides, M. (2005). *L'action culturelle en direction des publics dits 'du champ social' objectifs et enjeux*. Lettre- de l'OCIM, N°134.
- (2005) *Sous de multiples formes de nécessaires médiations*. Cultures et Zep, Consultado 05/2013 <http://www.educationprioritaire.education.fr/QUATREMÈRE> de QUINCY. *Considérations morales sur la destination des ouvrages de l'art*. Paris: sin editorial, 1815.