

I ENCUENTRO DE MUSEOLOGÍA: SOBRE MUSEOGRAFÍAS IMPOSIBLES

I MUSEOLOGY ENCOUNTER: ON IMPOSSIBLE MUSEOGRAPHYS

El *I Encuentro de Museología: Sobre museografías imposibles* ha sido concebido como un foro de discusión y participación, en donde se conjugará la reflexión sobre la esencialidad de lectura del Bien con la de su correcto tratamiento/intervención en el territorio museo, incluyendo el nuevo espacio de los recursos digitales *premier salt scrub* como instrumento de otros modos para ver y entender el Bien.

El encuentro contará con la participación de destacados especialistas en este ámbito y se articulará en torno a sesiones de trabajo abiertas a todos aquellos interesados en presentar sus investigaciones y líneas de actuación.

Este evento cuenta con el patrocinio del Departamento de Historia del Arte de la UMA y el CEHA (Comité Español de Historia del Arte).

Bienvenida

El Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga en colaboración con el Proyecto I+D HAR2014-51915-P: *Catálogos artísticos: gnoseología, epistemologías y redes de conocimiento. Análisis crítico y computacional*; el proyecto *Metodologías de datos aplicadas al análisis de las exposiciones artísticas para el desarrollo de la economía creativa* (Junta de Andalucía) y el Proyecto de Innovación Educativa PIE17-123: *Laboratorio de competencias transversales. Trans-UMA*, organiza el *I Encuentro de Museología: Sobre Museografías imposibles*.

La iniciativa se enmarca en una estrategia formativa sobre museología y museografía en el marco de los estudios de grado y posgrado de la UMA a partir de la creación de unos encuentros sobre museología con vocación de bianualidad.

Presentación

Hace poco tiempo resultaba impensable que las paredes de un museo fueran arcoíris, que los materiales de solerías trepan por las paredes y que la iluminación compitiera con la de las

discotecas. La culpa fue del *blockbuster exhibitions* y, sin duda, de la comercialización de la cultura.

Ya no era suficiente con crear espacios para tutelar debidamente el patrimonio cultural, generar y difundir conocimiento y producir deleite y experiencias al visitante. Este se convirtió en usuario, tuvo que ser parte activa de la experiencia y hubo que atraerlo con todo tipo de recursos, porque la competencia fue brutal y una inflación desmedida de museos y exposiciones temporales perdía al visitante en un mar de opciones.

El mercado cultural demandaba rentabilidad y se malentendieron las estrategias. De la seducción se pasó a la atracción, las más de las ocasiones mediante el espectáculo, a veces este desmedido.

Y por cubrir cuotas se olvidaron de las razones de ser, de ser museo, de valorizar objeto patrimonial, incluso de aquel que sin serlo, mediante su intervención en el territorio museo, se reconvertía en tal.

Edificios espectaculares para museos crecieron en los nuevos espacios para la cultura, museos sin colecciones, que por lo visto era/es lo de menos, lo importante era la firma del arquitecto estrella y de su edificio concebido para ser espectáculo en sí mismo. Interiores brillantes que, por tales, se «comían» las obras, la comprensión de las obras. El visitante quedaba epatado por los colores de fondos, que competían con las paletas de los pintores, con las iluminaciones focales que afantasmaban las esculturas, con los montajes provocadores que creaban itinerarios desconcertantes. Y todo eran experiencias, sensoriales y/o emocionales, aunque no diera tiempo, por el desconcierto y la sorpresa, a detenerse en los discursos o en la obra. Al salir, la retinas estaba inyectada de luz, color y formas, la modernidad rebosaba y las nuevas tecnologías nos ayudaban a leer la exposición. Misión cumplida. El espectáculo estaba servido.

Que el visitante se desorientara por no existir itinerarios coherentes, que los pintores no expusieran su dominio de la paleta porque esta quedaba absorbida por los ocurrentes colores de las paredes del fondo, que los escultores no nos subyugaran por la sensualidad de sus volúmenes al recibir luces efectistas o que los artefactos presentes por su diseño, representatividad o valor cultural no se entendieran por una excesiva iluminación, un contenedor que los secuestraba o una vitrina en la que tenían que competir con otros ejemplares, no tenía importancia. La luz, el color y el efecto del montaje rebosaban

modernidad e innovación (entendida solo como nuevas tecnologías en apoyo de la interactividad). ¿Por qué, entonces, la colección? Lo importante era el continente, no el contenido. Es como si en el teatro lo importante fuera la escenografía, no el texto y su interpretación, y el espectador asistiera solo para contemplarla.

Pues bien, si no hay colección, no hay museo, si el museo no está para tutelar correctamente la colección, no es un museo, y no se tutela correctamente la colección si esta no se pone en comunicación con el visitante de manera que manifieste su valor cultural -entendido este como una complejidad de capas interactuantes-, sin distorsiones que la desvirtúen. Así de sencillo.

De ahí la necesidad de hacer una parada y replantearnos el fenómeno de las nuevas museografías, en concreto, la idea de las museografías-espectáculo (“rompe taquillas”) que buscan competir y rentabilizar las inversiones pero en las que justamente la necesidad de ser atractivas, originales e innovadoras puede constituirse en un obstáculo que aminore -en vez de expandir- nuestra capacidad para apreciar y entender las obras expuestas.