

Ressenya: El lenguaje museográfico. Un breve manual de introducción al conocimiento y uso del lenguaje del siglo XXI.

Autor: Guillermo Fernández

www.ellenguajemuseografico.org Pere Viladot Barba

Pere Viladot Barba

13/06/2022

Abstract

Segon llibre autoeditat de Guillermo Fernández, que aporta una lectura molt interessant sobre la museografia. Entesa com a llenguatge, l'autor reivindica amb encert el valor comunicatiu que té i que ens obliga a ser molt curiosos a l'hora d'utilitzar-lo per *escriure* les històries que volem narrar amb les exposicions. El llenguatge museogràfic, endèmic dels museus, té un potencial que, segons l'autor, encara no ha estat ben explorat ni explotat. El llibre, que es pot adquirir en paper o consultar en línia, és un bon intent de sistematitzar els elements constitutius del llenguatge museogràfic i del seu ús dins i fora dels museus.

Ens trobem davant d'un llibre ben curiós. Per la temàtica que aborda, per la forma de fer-ho i per l'extensió. Lluny de voler ser un assaig erudit, l'autor l'ha escrit amb la voluntat d'ajudar qualsevol institució (museu o no) que vulgui desenvolupar exposicions amb voluntat comunicadora i no com a productes del disseny. El subtítol ja ho deixa ben explícit: "Un breve manual de introducción al conocimiento y uso del lenguaje del siglo XXI".

Pot semblar paradoxal que, sent un fenomen que té més de dos-cents anys, l'autor parli del llenguatge museogràfic com el llenguatge del segle XXI. Ho justifica, amb raó, amb el fet que massa sovint es deixa en mans d'estudis d'arquitectura o disseny el desenvolupament de les exposicions dels museus, sense que hi hagi una veritable investigació en les formes en què poden ser *dits* els missatges que es volen comunicar.

Aquí rau la clau de tot el llibre: parteix de la consideració, com ja feia en el seu primer —[El museo de ciencia transformador](#) (2019)—, que el museu és un mitjà de comunicació, i com a tal compta amb un llenguatge propi amb un gran potencial encara per desenvolupar. El museu ha passat de ser una finalitat —conservar patrimoni—, a ser un mitjà per a la transformació social a través de l'educació. Per fer-ho utilitza —o hauria d'utilitzar— el llenguatge museogràfic que té l'exposició com a producte, de la mateixa manera com la pel·lícula ho és del llenguatge cinematogràfic. Aquesta és una aposta arriscada però molt suggeridora, ja que dona la volta a com ha estat tractat el tema fins ara en els diferents manuals sobre museografia.

Com el seu llibre anterior, és accessible en línia de forma totalment gratuïta, cosa no gens habitual en el món editorial. Però si es prefereix llegir amb el paper a les mans, es pot [adquirir per un preu de 12 euros](#). Està estructurat en dotze capítols breus amb un total de 128 pàgines, amb un pròleg de Ferran Adrià, amb qui l'autor ha col·laborat en el seu projecte [Elbulli1846](#). Una mostra de l'esperit d'investigació per a la innovació que evidencia l'autor i que

reivindica al capítol 8 sobre els reptes de futur.

A la introducció, l'autor explica que el llibre va sorgir de les conclusions que va obtenir arran dels comentaris que els lectors li van fer arribar respecte del que més els havia suggerit el llibre anterior, on de manera general i una mica teòrica desenvolupava el concepte de llenguatge museogràfic. Ens diu que l'ha volgut fer curt a propòsit perquè sigui més atractiu, cosa que no el fa menys rigorós.

Els cinc primers capítols, els dedica a desenvolupar la idea del llenguatge museogràfic, que es fonamenta en dos pensaments clau: la tangibilitat i la conversa. La simultaneïtat en el temps i la coexistència en l'espai d'objectes i fenòmens —atenció a aquests darrers— amb els visitants és el que genera una experiència museogràfica intensa, social i compartida. Aquest és el gran valor del llenguatge museogràfic que l'autor reivindica, insistint en el fet que altres llenguatges —audiovisual, escrit, gràfic...— han de ser sempre complementaris.

En els museus, desenvolupar tot el potencial del llenguatge museogràfic no restarà valor a les col·leccions, sinó que les potenciarà perquè es posen al servei de la seva finalitat educativa: “El museo pasa de ser un *lugar* a ser sobre todo el ámbito propio de una *función* social” (p. 32). El problema que denuncia és que, així com s'ha desenvolupat un corpus de coneixement relatiu a la conservació, catalogació i exhibició, no s'ha fet sobre les noves funcions educativo-socials malgrat que ja fa molts anys que aquestes són reivindicades i —explícitament— considerades en la definició de museu.

Però el fonament sobre el qual està centrat el llibre comença al capítol 6, on descriu, categoritza i classifica els recursos propis del llenguatge museogràfic. Una classificació i descripció curiosa que parteix dels dos actius bàsics que ja hem esmentat abans: l'objecte i el fenomen. Aquesta és la gran aportació de Guillermo Fernández, que ja ha explicat en diversos [articles](#): la consideració del fenomen —innovació museogràfica dels museus de ciència mal anomenats interactius— com un actiu bàsic del llenguatge museogràfic. Ja ho va fer en el seu primer llibre, però ara s'hi esplaia. Així, mentre que l'objecte *és*, el fenomen *succeeix*, i això aporta a la museografia un potencial increïble. De tal manera que molts museus que no són de ciència ja els han adoptat en les seves exposicions. Sent així, què ens aporta de nou l'autor? Que no considera el fenomen com un complement expositiu, sinó com una categoria de recurs per si mateixa.

A partir d'aquí desenvolupa aquests dos actius bàsics agafant com a criteri la seva aplicació comunicativa. Si l'objecte o el fenomen es representen a si mateixos, en fem un ús literal —es *presenten*, matisa l'autor—, podrem parlar de peces (objecte) i de demostracions (fenomen). Si el que fan es representar altres objectes o fenòmens, o sigui si en fem un ús metafòric, parlarem de models (objecte) i d'analogies (fenomen). D'aquesta manera obté el que l'autor denomina els quatre recursos comunicatius del llenguatge museogràfic: la peça i el model per als objectes, i la demostració i l'analogia per al fenomen. El quadre de la pàgina 53 n'és una bona síntesi.

El capítol continua desglossant la classificació dels dos actius bàsics —objecte i fenomen— segons altres criteris com ara la seva disponibilitat (únics o múltiples), la complexitat estructural (unicapa o multicapa) o la situació física (contextualitzats o no). I finalitza la classificació dels quatre recursos —peça, model, demostració i analogia— segons altres criteris com el seu origen natural o humà per a les peces i les metàfores, o a qui representen per als models i les analogies. Val a dir que a qui escriu aquesta ressenya li ha costat coincidir en certs conceptes utilitzats com el de d'únics/múltiples, sobretot en el cas de les peces. Però com el mateix autor explica més endavant, és molt estrany trobar peces que responguin de forma estricta a un sol epígraf: “Se trata de una clasificación, la cual, como la propia realidad en la que se inspira, no se puede sujetar a una catalogación de forma estricta, de modo que siempre admitirá superposiciones y espacios mixtos” (p. 80). Tota aquesta classificació la trobarem resumida en el quadre de la pàgina 83, que podria ser espès, però que està molt ben resolt.

Al llarg del text es desenvolupen algunes idees que sorgeixen d'aquesta consideració del museu com a mitjà de comunicació i del seu llenguatge intrínsec, que és el llenguatge museogràfic. Una és la definició d'objectes i fenòmens com a *semiòfors*, terme encunyat pel filòsof i historiador Krzysztof Pomian i que es refereix als objectes que són portadors de significats encara que no siguin excepcionals. Així, com a *semiòfor*, un llibre és un objecte físic i a la vegada una obra literària.

Una altra idea està en línia amb la tendència actual accelerada arran de la pandèmia —veurem fins quan durarà— i

que considera que el museu ha d'esdevenir més social, ha de treballar amb, per i per a la comunitat. L'autor diu que el museu clàssic s'ha desenvolupat en un context comunicatiu retrospectiu, mentre que el museu contemporani —que no vol dir nou, sinó actual— té un propòsit comunicatiu prospectiu. La idea de *museu transformador* que sap i vol involucrar-se socialment per a la transformació.

Finalment, vull destacar que l'autor identifica els actius propis del llenguatge museogràfic —objectes i fenòmens— amb els *signes* d'un llenguatge, fent una de les analogies que tant li agraden. Utilitza la terminologia lingüística per afirmar que si es pren de forma seriosa el potencial del llenguatge museogràfic, s'obre la porta a l'estudi de la seva *gramàtica* i molt especialment de la seva sintaxi i morfologia.

Als capítols 7 i 8, l'autor ens proposa com utilitzar el llenguatge museogràfic i quins són, al seu parer, els reptes de futur. En aquest darrer capítol, insisteix en algunes idees que ja va anunciar [al seu llibre anterior](#) (2019). M'agradaria destacar la d'evitar la sobremediació en l'àmbit de les exposicions aprofitant al màxim totes les potencialitats del llenguatge museogràfic. Es tracta d'evitar convertir les exposicions en una amalgama de recursos d'altres llenguatges que, en qualsevol cas, només han de ser utilitzats com a auxiliars. Per una altra banda, molt encertadament, afirma que si una exposició requereix la *crossa* dels educadors per explicar-se, és que no està ben resolta a nivell museogràfic. El paper dels educadors és fonamental per potenciar la relació interactiva dels visitants entre ells i amb els elements de l'exposició, però mai com a recurs auxiliar per donar claredat a un discurs fosc. Però, per evitar-ho, els educadors han de tenir cada cop un paper més protagonista en el desenvolupament de les exposicions tant en la seva creació com en la realització i l'avaluació com a experts que són en l'ús dels recursos del llenguatge museogràfic. No hi puc estar més d'acord.

El capítol 9 el dedica a oferir un glossari dels termes que ha utilitzat al llarg del llibre o que formen part del desenvolupament de les exposicions i que ens ajuden a definir alguns dels aspectes de la museografia. Vull destacar el terme *beneficiari*, que contraposa al de visitant. Ho fa perquè opina que el museu aporta un creixement personal constatable, estigui previst o no i sigui o no com a visitant. El museu, per a aquelles persones a les quals es dirigeix de forma reiterada, és una organització d'acció social, educativa i transformadora. En canvi, hi trobo a faltar la definició del terme *narració* —o relat o història, com vulgueu—. Si bé parla de la narrativa implícita en el guió d'una exposició, per a mi és l'eix que garantirà o no l'èxit en la seva plasmació. Si tenim clara quina és la història que volem explicar, que va molt més enllà de definir uns conceptes clau i que ens permet *seguir* el beneficiari —em faig meu el terme—, haurem resolt molts dels problemes que comporta el seu desenvolupament. Des de ben petits ens hem quedat bocabadats davant d'històries orals, visuals o escrites. Si no hi ha una història ben travada, no hi ha exposició. En tot cas, un cúmul d'objectes i fenòmens que atabalen més que expliquen.

Perquè el llibre no quedi com un mer plantejament teòric —que no ho és!—, fruit d'una elucubració personal, ens ofereix unes eines per al procediment bàsic de desenvolupament i gestió d'una exposició al capítol 10. Ho fa des de la premissa que una exposició no és res més que el “resultado de articular un propósito comunicativo concreto a través de los recursos del lenguaje museográfico” (p. 109). Per fer-ho, a la pàgina 110 ens proposa un esquema de les fases que comporta el desenvolupament i la gestió d'una exposició, recalcant una altra de les idees que l'autor ha expressat en múltiples ocasions: la necessitat de saber distingir clarament la gestió estratègica de la gestió executiva, cosa que massa sovint no passa. Es fa palès que ha col·laborat en moltes exposicions i sap de què parla. La fitxa de la pàgina 113 per desenvolupar els diferents àmbits d'una exposició a partir del seu guió n'és un exemple clar.

Atesa la diversitat de fórmules que els museus apliquen per al desenvolupament i la gestió de les exposicions, l'autor reivindica la figura de la direcció d'exposicions, perfil professional encara no reconegut i que és molt diferent dels de coordinador o comissari, ja que hauria de liderar la gestió executiva d'un projecte expositiu. Fa la llista de les funcions que hauria de tenir un/a director/a d'exposicions, figura que actualment solen exercir els comissaris, dissenyadors o coordinadors, que haurien d'exercir altres funcions. En la mateixa línia, també ens proposa una estructura per als crèdits d'una exposició al capítol 11.

Aquest és un llibre senzill de llegir per curt, concís i clar. Lliure de cites, fet que no significa mancat de rigor bibliogràfic, cosa que es pot comprovar al capítol de recursos —per què no en diu referències bibliogràfiques?—, amb una llarga llista de monografies i articles.

Un llibre que, per sobre de l'acord o no que pugui generar la classificació i descripció dels recursos que proposa,

porta a la consideració sobre què és una exposició i, sobretot, a com els museus i les altres institucions que duen a terme exposicions han de fer una reflexió profunda del que són i dels recursos que hi intervenen si volen aconseguir els objectius que es proposen. Per cert, no sempre ben definits.

A blue rectangular box containing the word "Copyright" in white text.

Copyright