

# El Museo de la Educación del futuro: ocho metáforas

*Sjaak Braster*

*Utrecht University / Erasmus University Rotterdam, Países Bajos*

## Introducción

Hoy en día, los museos se encuentran en una situación interesante. Por un lado existe una oferta abrumadora. Realmente los hay de todo tipo y de todos los tamaños. Pero frente a la gran oferta de museos, el interés público a menudo deja mucho que desear. Comercialmente muchos museos no existirían si no fueran subvencionados por instituciones externas, como las autoridades nacionales o locales. Lo mismo vale para los museos más famosos del mundo: las colecciones nacionales de arte en las capitales, como el Louvre de París, el British Museum de Londres, el Prado de Madrid y el Rijksmuseum de Ámsterdam. Estos museos determinan nuestra concepción de lo que es un museo: una colección de artefactos cuya exhibición a un público lo más amplio posible se considera importante desde el punto de vista cultural (Greenwood, 1888; Bennett, 1985). El objetivo de ello se corresponde con el pensamiento ilustrado del siglo XIX. Los museos tienen como objetivo enriquecer al hombre en el sentido cultural (Kuntz, 1996). Entre otros, lo hacen mostrándole una colección lo más amplia posible de productos culturales de diferentes lugares y periodos. Pero también educándolo como miembro de una comunidad que precisamente debe valorar los productos culturales de esa comunidad. De esta manera, los museos contribuyen también a la formación de identidades nacional, regional o local (Hill, 2005). En cierto sentido eso también vale para los museos que se han especializado en un asunto o tema determinados, como los museos de la educación. También estas instituciones simbolizan determinados valores.

Tras la Segunda Guerra Mundial, en el año 1946, y según el *International Council of Museums* (ICOM), el término museo significaba “*all collections open to the public, of artistic, technical, scientific, historical or archaeological material, including zoos and botanical gardens, but excluding libraries, except in so far as they maintain permanent exhibition rooms*” (ICOM, 2009). Esta definición se modificó varias veces a lo largo de los años. En el 2007, según el ICOM, la definición más reciente es “*a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment*” (ICOM, 2009). En esta nueva definición un museo es más que una exposición pública de artefactos. Como organización, un museo hace más que conservar. También se ocupa de la adquisición de nuevos objetos y de realizar o encargar la realización de investigaciones. Tampoco la educación ya es el principal objetivo: al menos igual de importante es entretener al público.

## Tendencias sociales

Un museo tiene una función social, pero al mismo tiempo se ve influido por las fuerzas sociales. Los museos no operan en un vacío. Hay diferentes tendencias que influyen en los museos actuales. Enumeramos cinco (Social en Cultureel Planbureau, 2004):

- individualización;
- informalización;
- informatización;
- internacionalización;
- intensificación.

La individualización hace referencia a un proceso sociológico en el que el individuo y la libertad de elección del individuo han cobrado más importancia que en el pasado. La informalización se refiere a la desaparición de las relaciones organizativas existentes y la creciente importancia de las redes informales, ya sean virtuales o no. La informatización hace referencia a la introducción de la tecnología de la información y comunicación en prácticamente todos los aspectos de la vida social. La internacionalización guarda relación con la creciente influencia de las organizaciones internacionales, entre ellas la Unión Europea, y de empresas multinacionales que producen y venden sus *brands* en todo el mundo. Por último, la intensificación se refiere al creciente énfasis en el sentimiento propio y la experiencia personal como principio rector de la conducta.

Estas cinco tendencias se entrelazan de diferentes maneras y se refuerzan mutuamente. Si queremos decir algo sobre la manera en que podrían organizarse los museos de la educación en el futuro, deberíamos tomar como punto de partida estas tendencias sociales. En la misma línea, podemos recurrir a ocho metáforas, que se pueden considerar como los tipos ideales que en su día diferenció Max Weber. Funcionan además como puntos de anclaje para un debate sobre el futuro de los Museos de la Educación. En anteriores trabajos he identificado y distinguido al menos las siguientes metáforas (Braster, 2008):

- el museo como almacén;
- el museo como crucero;

- el museo como holocubierta;
- el museo como catedral;
- el museo como proyecto de arquitectura;
- el museo como parque de atracciones;
- el museo como centro comercial;
- el museo como *lounge bar*.

## El museo como almacén

En primer lugar, la metáfora del “museo como almacén”. El museo es un depósito de artefactos (Foto 1). No se presta atención a la presentación del material. Los objetos pueden ser encontrados a través de un sistema de búsqueda, y contemplados o estudiados por el público, que en la mayoría de los casos estará formado por profesionales. No obstante, sin la ayuda del personal del museo no es posible obtener una buena visión general de la colección.



FOTO 1. *El museo como almacén (1894)*

El museo es como un archivo en el que el material está guardado en cajas. La colección total se compone de varias colecciones parciales adquiridas con el paso del tiempo. No existe una colección específica de artefactos. Hacen referencia a un determinado tema, por ejemplo educación y formación, pero por lo demás no cuentan con ningún sistema. El público deberá encontrar su propio camino en el laberinto de objetos. El museo como depósito se corresponde sobre todo con la definición de museo proporcionada por ICOM en 1946. El almacén tiene poco valor como modelo para el futuro. Además, en estos momentos ya no es muy difícil colgar archivos completos en Internet. El Consejo Escolar del Estado de Holanda lo ha hecho así recientemente con todos los informes educativos elevados al gobierno holandés durante el periodo 1919-2008. Éste es el comienzo de una base de datos sobre la Memoria de la Educación Holandesa (<http://www.onderwijserfgoed.nl>) que se ha hecho accesible al público por medio de una introducción histórica que contextualiza los documentos presentados (Van der Ham, 1994; Braster *e. a.*, 2004).

## El museo como crucero

En segundo lugar, la metáfora del “museo como crucero”. Un crucero se caracteriza por sus grandes dimensiones, magníficas salas, amplias terrazas y múltiples piscinas, pero durante la travesía la mayor parte de la nave permanece invisible para el pasajero. Éste se entretiene con una partida de *shuffle board* en la cubierta-solarium, jugando al póquer en el casino o cenando en el salón comedor. Pero, por ejemplo, no visita la sala de máqui-

nas, mientras que de hecho ésta constituye el corazón del barco. También los lugares donde trabajan el capitán y su tripulación permanecen invisibles. Para los interesados en la navegación hay mucho que ver en un *cruiseship*, sólo que no lo ven. En este sentido las experiencias de los pasajeros permanecen limitadas. Lo mismo vale para las numerosas escalas que hace el crucero durante su recorrido. El orden de visita de los diferentes muelles está previamente establecido, al igual que el tiempo disponible para visitar las pintorescas ciudades cos-



FOTO 2. El museo como crucero (2009)

teras. Después de admirar fugazmente los *high lights* locales, se pone rumbo al siguiente puerto, para terminar finalmente en el lugar donde comenzó toda la aventura.

El Museo Holandés de la Educación de Róterdam, ubicado en la antigua Biblioteca Municipal, tiene todo el aspecto de un crucero (<http://www.onderwijsmuseum.nl>). Nos embarcamos en un viaje imaginario por el pasado de la enseñanza, visitando hermosas salas ordenadas cronológicamente. De un colegio de frailes del siglo XII pasamos a una escuela rural del siglo XVII. A continuación se presenta una “escuela modelo” de principios del siglo XIX y seguidamente vemos cómo el nuevo modelo clásico de enseñanza se aplica en las aulas de principios del siglo XX (Foto 2). Finalizamos con un aula de los años sesenta del siglo XX, en la que vemos cómo el enfoque centrado en el profesor es sustituido por un enfoque orientado hacia el alumno. Sólo los iniciados penetran hasta las catacumbas de la antigua Biblioteca, donde antaño se encontraban las estanterías de libros. Quien ha disfrutado de este privilegio, se siente como un niño en el desván de su abuelo. Cada armario encierra un nuevo descubrimiento: cuadernos escolares, tinteros, plumas, bancos de escuela, láminas murales, libros de lectura, etc. Demasiados para citarlos todos. El visitante habitual no ve estas cosas. Sólo ve el material que los expertos consideran interesante mostrar. Este modo de ordenar el material de exposición es cómodo para el visitante del museo, pero en una época en que la gente quiere hacer cada vez más sus propias elecciones y en que el poder de las autoridades ya no se acepta sin más, sin duda se requiere otra fórmula. Las siguientes metáforas sí ofrecen puntos de referencia.

## El museo como holocubierta

En tercer lugar, la metáfora del “museo como *holodeck*”. El término procede de la serie de ciencia ficción *Star Trek*. En esta serie el personal de una nave espacial disfruta de su tiempo libre en un entorno virtual que puede ser adaptado a los deseos individuales de los usuarios. En una holocubierta el usuario puede interpretar un papel protagonista en una aventura en la que los compañeros de juego ya no son personas de carne y hueso, si-

no hologramas. Por lo tanto, figuras virtuales, generadas por ordenadores. Estos ordenadores se manejan con *touch screens* y *voice control*. Gracias al ritmo vertiginoso de los desarrollos en el campo de la tecnología de la información y comunicación, hace tiempo que estos dos últimos dispositivos dejaron de ser futuristas (Deloche, 2003). Hoy en día muchos museos ya saben hacer uso de Internet (Schweibenz, 1998). Partes de las colecciones se pueden contemplar en casa delante del ordenador (Keene, 1998). En la página web de la *British Library* incluso se pueden pasar virtualmente las páginas de algunos libros (<http://www.bl.uk/onlinegallery/ttp/ttpbooks.html>). En el futuro todas las piezas de museo se podrían ver *online* en el cuarto de estar (Witcomb, 2003). La ruta que el visitante sigue a través de la colección se podría establecer individualmente, pudiéndose elegir también los caminos virtuales que otros eligieron antes que nosotros. Un sistema semejante ya se utiliza en las páginas web donde se pueden guardar fotografías digitales. Mediante *tags* los usuarios conectan entre ellos determinados datos. De esta manera se originan patrones a seguir que son generados por los visitantes, y no por los especialistas del museo mismo. Y para aquéllos que todavía quieran visitar un edificio tradicional, se han creado espacios por los que uno puede desplazarse entre hologramas de niños y profesores del pasado en situaciones escolares que podemos activar nuevamente según nuestras preferencias.

## El museo como catedral

En cuarto lugar, la metáfora del “museo como catedral”. Una catedral es un majestuoso edificio con una función espiritual. Es un lugar de inspiración y reflexión en las prisas cotidianas. Los museos, que generalmente están ubicados en el bullicioso centro de las zonas urbanas, pueden ser un lugar parecido. Por lo tanto, ninguna *fata morgana* virtual, sino un oasis de paz y reflexión en el corazón de una ciudad. Poco a poco las iglesias se van vaciando, pero eso no significa que en el futuro la gente ya no busque espiritualidad. Los museos pueden lograr que la gente reflexione sobre la existencia del hombre mostrando no sólo los productos materiales, sino también las consecuencias de los actos del hombre. Algunos museos de la guerra ya desempeñan una función semejante. Museos de este tipo lanzan un aviso a las nuevas generaciones. Mostrar situaciones de enseñanza del pasado también puede hacer que la gente reflexione sobre el futuro. Al mismo tiempo, la catedral tiene una función comunitaria. Quien busca la protección de almas afines, se sentirá como en casa en una catedral. De este modo, un museo también puede desempeñar la función de una comunidad social.

## El museo como proyecto de arquitectura

En quinto lugar, la metáfora del “museo como proyecto de arquitectura”. Independientemente de las posibilidades virtuales que ofrece Internet, un museo en primer lugar es un edificio, un depósito con objetos materiales. El diseño del depósito es de vital importancia para la experiencia del visitante del museo. No sólo cuenta el interior, sino también cada vez más el exterior. Todo el mundo conoce el Museo Guggenheim de Bilbao, que se asemeja a una alcachofa realizada en cromo brillante. Esta reciente obra del ar-

quitecto Frank Gehry es mucho más que un edificio en el que se expone arte. El nuevo museo forma parte de un espectáculo urbanístico que tiene más que ver con la identidad del País Vasco que con la búsqueda de un lugar donde colgar cuadros. ¿Porque cuántas personas, de las que conocen el edificio, saben realmente qué obras alberga el Guggenheim de Bilbao? De hecho, el contenido de un museo como proyecto de arquitectura tampoco es tan importante.

El museo cobra más peso si, gracias a su imagen, puede formar parte de un proceso de revitalización urbana. Otro ejemplo de ello es el *Centre Pompidou* de París, construido con anterioridad. En su libro *Towards a New Museum*, Victoria Newhouse (1998) afirmaba que la arquitectura constituye el factor determinante para el éxito o el fracaso de un museo desde el punto de vista estético y financiero. Un edificio de diseño ingenioso que está integrado en su entorno directo, puede atraer turistas, con todas las ventajas económicas que ello conlleva. Por supuesto, queda por ver si una antigua biblioteca municipal puede desempeñar una función semejante, como en el Museo Holandés de la Educación de Rotterdam. En este caso, un reciente proyecto arquitectónico muestra su faceta más posmoderna al diseñar un nuevo edificio de líneas futuristas que se colocará

encima del viejo edificio (Foto 3). El recientemente inaugurado Museo de la Salud de Oegstgeest, en Holanda, sí fue adaptado para cumplir el requisito de que el visitante tiene que poder hacer un viaje por el cuerpo humano. La figura humana sentada de ladrillo, del tamaño de una casa, que forma parte del edificio del museo, constituye un ejemplo ilustrativo.

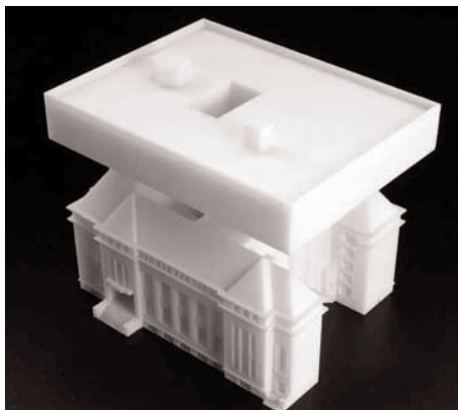


FOTO 3. *El museo como proyecto de arquitectura*



FOTO 4. *El museo como parque de atracciones*

## El museo como parque de atracciones

En sexto lugar, la metáfora del “museo como parque de atracciones”. El concepto en el que se basan los parques de atracciones como *Disney World* o el parque holandés de cuentos de hadas *De Efteling* se puede traducir sin ningún problema en términos museísticos. El museo pasa a ser entonces un lugar donde los padres (divorciados) pueden disfrutar de un fin de semana con sus hijos. Todo gira en torno a la aventura, vivir el pasado. El Museo Holandés de la Educación dio un pequeño paso en esa dirección posibilitando que los niños interpretasen un papel en un aula de 1930 (Foto 4), al igual que el Museo de Hamburgo

reproduce con sus pequeños visitantes situaciones escolares de 1880, pero se pueden reconstruir más escenarios educativos con la participación de padres e hijos. En Australia, por ejemplo, se ha construido todo un pueblo de la época de la *gold rush*, donde los visitantes, equipados con cacerolas, pueden sacar oro de un arroyo (<http://www.sovereign-hill.com.au>). En *Staten Island* en Nueva York, también se ha construido un pueblo entero, incluida una escuela, donde los figurantes interpretan un papel como herrero, carpintero o maestro de escuela. En un entorno semejante uno se sumerge realmente en la historia –si bien es cierto, construida– de un periodo determinado.

### El museo como centro comercial

En séptimo lugar, la metáfora del “museo como centro comercial”. Los museos no son organizaciones con ánimo de lucro, pero son pocos los que no cuentan con una tienda. Los turistas extranjeros que visitan Ámsterdam suelen regresar a casa con un póster de una de las obras maestras del Museo Van Gogh. Estas obras también aparecen en camisetas o tazas de café, que también se venden como rosquillas (Foto 5). La reproducción de arte está en auge. Además, cada tienda cuenta actualmente con su propia colección de *gadgets*. El museo de educación naturalmente vende si-



FOTO 5. *El museo como centro comercial*

labarios, el museo de historia natural ofrece una colección de animales prehistóricos y en el museo de asistencia sanitaria y enfermería encontramos incluso una viejecita con un andador a la que se puede dar cuerda. En tiempos en que las empresas multinacionales continuamente desarrollan nuevos productos para nuevos mercados, es de esperar que la función de la tienda de los museos cobre más importancia. En este sentido no es de sorprender que las tiendas de los museos se conviertan en centros comerciales donde se venden artículos que de un modo u otro guardan alguna relación con el tema del museo. En estos momentos el Museo Holandés de la Educación tiene un *stand* en la Exposición Nacional de la Educación, en el que varias editoriales educativas muestran sus productos. En el futuro, las empresas que se centran en el mercado de la enseñanza, tales como las editoriales, los productores de material escolar o los constructores de escuelas, podrían abrirse un hueco en el museo de la educación que, con ello, se convertiría en un centro multifuncional con el material educativo más antiguo y más moderno.

### El museo como *lounge bar*

En octavo lugar, la metáfora del “museo como *lounge bar*”. Un local semejante se presta estupendamente para relajarse en un interior moderno. Ver y conocer otras personas es un objetivo importante. Si seguimos esta línea, el museo también se convertirá en un lugar donde se pueda cenar y tomar una copa. Muchos de los museos más grandes ya dis-

ponen de un restaurante, pero en el futuro esta función se podría ampliar. Entonces un museo no sólo sería un lugar de *wining & dining*, sino también un trampolín hacia el *mating & dating*. Generalmente, las parejas se enamoran porque comparten las mismas preferencias e intereses. Los amantes de la enseñanza pueden encontrarse en un museo de la educación (Foto 6). Una pasión compartida puede desembocar en una relación sentimental. La creación de un entorno museístico acogedor hace milagros en el mercado del amor y la felicidad. Entonces un museo no debe ser sólo un lugar donde cuelgan piezas de exposición, sino también un lugar donde la gente pueda pasar el tiempo.



FOTO 6. El museo como lounge bar

## Por último

Ni que decir tiene que debemos tener cuidado a la hora de hacer predicciones sobre el futuro. No obstante, esperamos que las metáforas esbozadas sean una fuente de inspiración en el ulterior desarrollo del camino que emprenderán los museos de la educación en el futuro. En cualquier caso, en la época posmoderna, los museos de la educación, almacenes inaccesibles de objetos educativos, han perdido su valor original.

## Bibliografía

- Bennett, T. (1995). *The birth of the museum: history, theory, politics*. London: Routledge.
- Braster, J. F. A. y C. G. L. Vermeerssen (2004). *De Onderwijsraad en de herziening van het adviesstelsel*. Den Haag: Onderwijsraad.
- Braster, J. F. A. (2008). Metaforen voor het onderwijsmuseum in de toekomst. *Lessen*, 3 (2), 18-21.
- Deloche, B. (2003). *El museo virtual*. Gijón: Ediciones Trea.
- ICOM (2009). *Development of the museum definition according to ICOM statutes (2007-1946)*. Recuperado desde [http://icom.museum/hist\\_def\\_eng.html](http://icom.museum/hist_def_eng.html)
- Greenwood, T. (1888). *Museums and art galleries*. London: Simpkin, Marshall and Company.
- Hill, K. (2005). *Culture and Class in English Public Museums, 1850-1914*. London: Ashgate.
- Keene, S. (1998). *Digital collections: Museums in the information age*. London: Butterworth-Heinemann.
- Kuntz, A. (1996). *Das Museum als Volksbildungsstätte. Museumskonzeptionen in der Deutschen Volksbewegung 1871-1918*. Münster: Waxmann Verlag.
- Newhouse, V. (1998). *Towards a New Museum*. New York: Monacelli Press.
- Schweibenz, W. (1998). *The "Virtual Museum": new perspectives for museums to present objects and information using the Internet as a knowledge base and communication system*.



- Saarbrücken: Universität des Saarlandes. Recuperado desde [http:// is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual\\_museum\\_ISI98.htm](http://is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual_museum_ISI98.htm)
- Sociaal en Cultureel Planbureau (2004). *In het zicht van de toekomst. Sociaal en Cultureel Rapport 2004*. Den Haag: SCP.
- Van der Ham, W. (1994). *Onder wijzen. Vijfzeventig jaar Onderwijsraad (1919-1994)*. SDU: Den Haag.
- Witcomb, A. (2003). *Re-imagining the museum: beyond the mausoleum*. London: Routledge.