

GLOSSARI A DEBAT

Coleccionismo

El coleccionismo de arte tiene una estrecha relación con la historia y con el estatus político, cultural y económico del país en el que se produce. Es un fenómeno complejo y, como tal, presenta numerosas posibilidades de interpretación. Pero fuese cual fuese el punto de vista elegido, cualquier acercamiento a la historia del coleccionismo en nuestro país serviría para acercarse a su “personalidad colectiva” y hasta para “señalar aciertos y desaciertos de la acción cultural”. (María Dolores Jiménez-Blanco, "El Coleccionismo de arte en España. Una aproximación desde su historia y su contexto", Cuadernos de Arte y Mecenazgo).

Derechos de autor

La propiedad intelectual protege las creaciones originales producto del intelecto y corresponde a sus autores por el mero hecho de crearlas. Los derechos de autor son las facultades, morales y de explotación, que se le reconocen al autor de una obra original. Se considera autor a la persona natural que crea una obra literaria, artística o científica. En determinados casos las personas jurídicas también pueden ser titulares de derechos de autor, aunque nunca se les puede considerar creadores. (Según la definición de CEDRO - Centro Español de Derechos Reprográficos).

Exposición

El término “exposición” significa tanto el resultado de la acción de exponer como el conjunto de lo expuesto y el lugar donde se expone. “Partamos de una definición de exposición tomada en préstamo del exterior y no elaborada por nuestros esfuerzos. Este término designa a la vez el acto de presentación al público de ciertas cosas, los objetos expuestos y el lugar donde se lleva a cabo esta presentación” (Davallon, 1986). La exposición, entendida como continente o como lugar donde se expone (del mismo modo que el museo aparece como la función y también como el edificio), no se caracteriza por su arquitectura, sino por el lugar en sí mismo. Cuando la exposición se presenta como una de las características fundamentales del museo constituye un campo

mucho más vasto, puesto que puede ser montada por una organización lucrativa (mercado, negocio, galería de arte) o no; puede estar organizada en un lugar cerrado, pero también al aire libre (un parque o una calle); in situ, es decir, sin desplazar los objetos (es el caso de los sitios naturales, arqueológicos o históricos). Desde esta perspectiva, el espacio de exposición se define no sólo por su continente y por su contenido, sino también por sus usuarios -el público visitante- es decir las personas que entran en ese espacio y participan de la experiencia global junto a otros visitantes. El lugar de la exposición se presenta así como un espacio específico de interacción social, susceptible de ser evaluado. Es esto lo que testimonia el desarrollo de las encuestas de visitantes o de público, así como la constitución de un campo de investigación específico vinculado a la dimensión comunicacional del lugar, pero también al conjunto de interacciones específicas existentes en el mismo o al conjunto de representaciones que puede evocar. La exposición se presenta en nuestros días como una de las funciones principales del museo, el cual, según la última definición del ICOM, “adquiere, conserva, estudia, expone y transmite el patrimonio material e inmaterial de la humanidad”. La exposición participa a través del modelo PRC (Reinhardt Akademie) de la función general de comunicación, que incluye también las políticas de educación y de publicaciones. Desde este punto de vista, la exposición surge como la característica fundamental de la institución en la medida en que es el lugar por excelencia de la aprehensión sensible, sobre todo por su puesta en presencia (visualización, mostración, ostensión) de elementos concretos que permiten su presentación (un cuadro, una reliquia) o evocan conceptos o construcciones mentales (la transustanciación, el exotismo). Si el museo es un lugar de musealización y visualización, la exposición es la “visualización explicativa de hechos ausentes por medio de los objetos, así como de elementos de la puesta en escena, utilizados como signos” (Schärer, 2003). Los artificios que constituyen la vitrina y el cimacio, sirven para separar el mundo real del mundo imaginario del museo. No son más que indicadores de objetividad que garantizan la distancia (para crear una distanciamiento, como decía Bertold Brecht, a propósito del teatro) y para señalar al visitante que está en otro mundo, en un mundo artificial, en el mundo del imaginario. La exposición, entendida como el conjunto de cosas expuestas, comprende tanto los musealia, objetos de museo o “cosas verdaderas”, como los sustitutos (calcos, copias, fotos, etc.), el material expográfico conexo (los elementos de presentación como vitrinas o paneles de separación del espacio), los elementos de información (textos, films o multimedia) así como la señalización utilitaria. Desde esta perspectiva, la exposición funciona como un sistema de comunicación particular (Mc Luhan y Parker, 1969; Cameron, 1968) que descansa sobre “cosas verdaderas” acompañadas por otros artefactos que permiten abarcar mejor su significado. En este contexto, cada uno de los elementos presentes en la exposición (objetos de museo, sustitutos, textos, etc.) puede ser definido como un expôt. Es tan sólo cuestión de reconstituir la realidad, ya que ésta no puede ser transferida a un museo (una “cosa

verdadera”, en un museo, es ya un sustituto de la realidad). Una exposición sólo ofrece imágenes analógicas de la realidad y las comunica a través de dicho dispositivo. En el seno de la exposición los objetos expuestos funcionan como signos (semiología) y la misma exposición se presenta como un proceso de comunicación, la mayor parte del tiempo unilateral, incompleto e interpretable, a menudo de maneras divergentes. En este sentido, la exposición se distingue de la presentación en la medida en que el primer término corresponde, si no a un discurso plástico o didáctico, por lo menos a la mayor complejidad de la puesta a la vista (mise en vue), mientras que el segundo se limita a un escaparate (por ejemplo, en un mercado o en una gran tienda) que se podría calificar como pasivo, aún cuando en uno u otro sentido, la presencia de un especialista (vidrierista, escenógrafo, expógrafo) se hace necesaria desde el momento en que se desee un cierto nivel de calidad. Estos dos niveles -la presentación y la exposición- permiten precisar las diferencias existentes entre la escenografía y la expografía. En la primera, el que la concibe parte del espacio y tiende a utilizar los expôts para amoblarlo, mientras que en la segunda se parte de los expôts para buscar el mejor modo de expresión, el mejor lenguaje capaz de hacerlos hablar. Estas diferencias de expresión han variado a través del tiempo, de acuerdo con los gustos y las modas y según el grado de importancia que les otorgan quienes realizan el montaje (decoradores, diseñadores, escenógrafos, expógrafos). También varían según las disciplinas y el objetivo propuesto. El vasto campo constituido por las respuestas formuladas a la cuestión de “mostrar” y de “comunicar” permite el esbozo de una historia y una tipología de exposiciones que podemos concebir a partir de los medios utilizados (objetos, textos, imágenes en movimiento, entorno, elementos electrónicos; exposiciones “monomediáticas” y “multimediáticas”); a partir del carácter lucrativo o no de la exposición (investigación, blockbuster, exposición espectáculo, exposición comercial); de la concepción general del museógrafo (expografía del objeto, de la idea o del punto de vista), etc. En toda esta gama de posibilidades se encuentra implícito el visitante-observador.

Institución

s. f. (del latín institutio, convención, establecimiento, disposición). De manera general, el término institución designa una convención establecida de mutuo acuerdo entre los hombres y, aunque de carácter arbitrario, se encuentra históricamente datada. Las instituciones constituyen un conjunto diversificado de soluciones aportadas por el hombre a los problemas planteados por las necesidades naturales vividas en sociedad (Malinowski, 1944). De manera más específica la institución designa, principalmente, a un organismo público o privado establecido por la sociedad para responder a una necesidad concreta. El museo es una institución por cuanto se trata de un organismo regido por un sistema jurídico de derecho público o privado (ver los términos Gestión y Público). En efecto, ya sea que se fundamente en la noción de dominio público (a partir

de la Revolución Francesa) o de fideicomiso (public trust en el derecho anglosajón) muestra, más allá de las divergencias, un acuerdo mutuo y convencional entre las personas que la componen. El término institución, cuando está asociado al calificativo “museal” (en su relación con el museo), se emplea frecuentemente como sinónimo de “museo” a fin de evitar repeticiones frecuentes. El concepto de institución es medular en lo que concierne a la problemática del museo que distingue tres acepciones precisas. 1. Existen dos niveles de institución, acordes con la naturaleza de las necesidades que satisfacen. Estas necesidades pueden ser biológicas y primarias (necesidad de comer, reproducirse, dormir, etc.) o bien secundarias, como resultantes de las exigencias de la vida en sociedad (necesidad de organización, defensa, salud, etc.). Dos tipos de institución, igualmente apremiantes, responden a estos dos niveles: por una parte, el alimento, el casamiento, el alojamiento y por la otra, el estado, el ejército, el hospital. Mientras responda a una necesidad social (la relación sensible con los objetos) el museo pertenece a la segunda categoría. 2. El ICOM define al museo como una institución permanente al servicio de la sociedad y de su desarrollo. En este sentido, constituye un conjunto de estructuras creadas por el hombre en el campo museal, organizadas con el fin de establecer su relación sensible con los objetos. La institución-museo, creada y mantenida por la sociedad, se basa en un conjunto de normas (medidas de conservación preventiva, prohibición de tocar los objetos o de exponer sustitutos presentándolos como originales.) fundadas sobre un sistema de valores: la preservación del patrimonio, la exposición de obras de arte y de especímenes únicos, la difusión de los conocimientos científicos actuales, etc. Subrayar el carácter institucional del museo significa -por ejemplo- reafirmar su rol normativo y la autoridad que ejerce sobre la ciencia y las bellas artes o la idea de que permanece “al servicio de la sociedad y de su desarrollo”. 3. Contrariamente al inglés que no hace una distinción precisa y de manera general, al uso que se le da en Bélgica y Canadá, los términos institución y establecimiento no son sinónimos. El museo como institución se distingue del museo concebido como establecimiento, lugar particular y concreto: “El establecimiento museal es una forma concreta de la institución museal” (Maroevic, 2007). Se observa que la polémica acerca del término institución, aún su pura y simple negación (como es el caso del museo imaginario de Malraux o del museo ficticio del artista Marcel Broodthaers), no trae aparejada al mismo tiempo la salida del campo museal, en la medida en que este último se puede concebir fuera del marco institucional. En su significado más estricto, la expresión “museo virtual” (museo en potencia) da cuenta de experiencias museales al margen de la realidad institucional. Es por esta razón que muchos países, principalmente Canadá y Bélgica, han recurrido a la expresión institución museal para distinguir un establecimiento que no presenta el conjunto de características de un museo clásico. “Por instituciones museales se entienden los establecimientos sin fines de lucro: museos, centros de exposición y lugares de interpretación que, además de las funciones de adquisición, conservación, investigación y

gestión de colecciones asumidas por algunos, tienen en común el hecho de ser lugares de educación y de difusión consagrados al arte, a la historia y a las ciencias” (Sociedad de Museos y Observatorio de la Cultura y las Comunidades de Québec, 2004). 4. Por último, el término “institución museal” se puede definir, al igual que una “institución financiera” (el FMI o el Banco Mundial), como el conjunto de organismos nacionales o internacionales que rigen el funcionamiento de los museos, tales como el ICOM o la antigua Dirección de Museos de Francia.

Museo

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo. (Según los estatutos del ICOM adoptados por la 22ª Asamblea general en Viena, Austria, el 24 de agosto de 2007)

Nuevas museografías

En Es Baluard, desde 2013, cada cambio en la museografía de la Colección Permanente ha sido una investigación sobre nuevas narrativas y tipos de relaciones con los visitantes-interlocutores. Hasta el momento, hemos producido con las colecciones del museo diez proyectos expositivos a gran escala que han permitido diferentes análisis transversales como un recorrido crítico y experimental.

Público

Como sustantivo, la palabra “público” designa el conjunto de los usuarios del museo (el público de los museos) pero también, por extrapolación a partir de su destino público, el conjunto de la población a la cual cada establecimiento está dirigido. Presente en casi todas las definiciones actuales de museo, la noción de público ocupa siempre un lugar central: “institución (...) al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público” (ICOM, 2007). Es también una “colección (...) cuya conservación y presentación revisten gran interés para el conocimiento, la educación y el placer del público”. (Ley sobre los Museos de Francia, 2002), más aún: “una institución (...) que posee y utiliza objetos materiales, los conserva y los expone al público según horarios regulares”. (American Association of Museums (USA), Programa de Acreditación, 1973); la definición publicada en 1998 por la Museums Association (UK) ha reemplazado el adjetivo “público” por el sustantivo pueblo. La noción misma de público asocia estrechamente la actividad del museo con sus usuarios, es decir, aquellos a quienes se supone va a beneficiar, aún sin recurrir a sus servicios. Los usuarios son, por supuesto, los visitantes -el gran público- en quienes se piensa en primer término, olvidando que no siempre representaron el rol central que el museo les reconoce actualmente, hasta el punto de que existe un gran número de públicos específicos. Lugar de formación

artística y territorio de la república de los sabios en primer lugar, el museo no estuvo siempre abierto a todos, sino que lo hace progresivamente en el curso de su historia. Esta apertura, que conduce a su personal a interesarse cada vez más en todos los visitantes, aunque también en la población que no frecuenta los museos, favorece la multiplicación de los ejes de lectura del conjunto de esos usuarios, de lo que dan cuenta los nuevos nombres surgidos a lo largo del tiempo: pueblo, gran público, público numeroso, no-público, públicos alejados, impedidos o disminuidos, utilizadores o usuarios, visitantes, observadores, espectadores, consumidores, audiencia, etc. El desarrollo del campo profesional de los evaluadores de exposiciones, algunos de los cuales se presentan como “abogados” o “portavoces del público”, da testimonio de esta tendencia actual de fortalecer el tema de los públicos en el funcionamiento general del museo. Se habla así, desde fines de la década del '80, de un verdadero “viraje hacia los públicos”, de la acción museal con el fin de mostrar la creciente importancia de la frecuentación y la toma de conciencia de las necesidades y las expectativas de los visitantes (este punto corresponde a lo que se llama “recorrido comercial del museo”, aun cuando ambos no van forzosamente a la par). – ICOM

Sociedad

En su acepción más amplia, la sociedad es el grupo humano comprendido como un conjunto -más o menos coherente- en el cual se establecen sistemas de relación e intercambio. La sociedad a la cual se dirige el museo puede ser definida como una comunidad de individuos organizada en un espacio y un momento dados, alrededor de instituciones políticas, económicas, jurídicas y culturales comunes, de las cuales forma parte y con las cuales construye su actividad. 1. A partir de 1974, a continuación de la Declaración de Santiago de Chile, el museo se presenta para el ICOM como una institución “al servicio de la sociedad y de su desarrollo”. Esta propuesta, históricamente determinada por el nacimiento del concepto de “país en vías de desarrollo” y su calificación, durante los años '70, como un tercer conjunto entre los países del Este y los países occidentales, presenta al museo como agente de la evolución de la sociedad, ya se trate de la cultura (el uso del término llegó hasta a incluir un significado propio de la época: el desarrollo agrario) o del turismo y la economía, como sucede en la actualidad. En este sentido, la sociedad puede ser entendida como el conjunto de habitantes de uno o varios países, léase del mundo entero. Particularmente, es el caso de la UNESCO, la promotora más comprometida a escala internacional en el mantenimiento y desarrollo de las culturas, el respeto por la diversidad cultural, así como en el progreso de los sistemas educativos, dentro de los cuales el museo se encuentra naturalmente categorizado. 2. Si bien, a primera vista, la sociedad se puede definir como una comunidad estructurada por instituciones, el concepto de comunidad difiere en sí mismo del de sociedad, puesto que una comunidad se presenta como un conjunto de personas que viven en colectividad o se asocian porque tienen ciertos puntos en común

(lengua, religión, costumbres) sin agruparse necesariamente alrededor de estructuras institucionales. De manera general, uno y otro término se diferencian, sobre todo, en razón de su dimensión. El término comunidad se usa generalmente para designar a los grupos más restringidos pero también más homogéneos (la comunidad judía, gay, etc. de una ciudad o de un país), mientras que el de sociedad es evocado a menudo para conjuntos más vastos, a priori más heterogéneos (la sociedad de este país, la sociedad burguesa). Precisando, el término *community*, utilizado regularmente en los países angloamericanos, no posee realmente un equivalente en francés, ya que atañe al “conjunto de personas e instancias que responden a diferentes denominaciones: 1) los públicos, 2) los especialistas, 3) (las) otras personas que juegan un papel en la interpretación (prensa, artistas...); 4) los que contribuyen al programa educativo, como ser los grupos artísticos; 5) (los) depósitos y lugares de conservación, en especial las bibliotecas, los organismos encargados del abastecimiento, los museos” (American Association of Museums, 2002). El término se traduce al francés unas veces como “colectividad”, otras como “población local” o “comunidad” y también como “medio profesional”. 3. Con este espíritu se desarrollan desde hace algunas décadas dos categorías de museos: los museos de sociedad y los museos comunitarios, a fin de subrayar el lazo específico que ejercen sobre su público. Estos museos, reemplazando tradicionalmente a los museos de etnografía, se presentan como establecimientos que desarrollan una fuerte relación con sus públicos, integrándolos al centro de sus preocupaciones. Si bien la naturaleza de sus respectivas problemáticas acerca esos diferentes tipos de museos, su forma de gestión difiere, al igual que su relación con los públicos. La denominación “museos de sociedad” reúne a “los museos que comparten el mismo objetivo: estudiar la evolución de la humanidad en sus componentes sociales e históricos y transmitir las señales, los puntos de referencia, para comprender la diversidad de las culturas y de las sociedades”. (Barroso y Vaillant, 1993). Tales objetivos fundamentan al museo como un lugar realmente interdisciplinario y abren camino a exposiciones que tratan sobre temas tan variados como la crisis de la vaca loca, la inmigración, la ecología, etc. El funcionamiento del museo comunitario -que puede participar en el movimiento de los museos de sociedad- se encuentra vinculado en forma más directa con el grupo social, cultural, profesional o territorial que representa y que se supone es el encargado de animar. Dirigido a menudo de manera profesional, puede también descansar únicamente sobre la iniciativa local y la lógica de la donación. Los problemas que debate atañen directamente al funcionamiento y a la identidad de su comunidad. Es principalmente el caso de los museos del vecindario o los ecomuseos.

Transparencia

No existe una definición clara de Transparencia, aunque desde distintos organismos se ha concretado en "el proceso por el cual la información de las condiciones existentes

permite su acceso para la toma de decisiones y acciones, de manera visible y entendible" (OECD). Desde el IAC se ha profundizado en la transparencia de las instituciones artísticas a través del Grupo de Trabajo de Transparencia en el sector artístico y documentos generados. Aquí la información completa.