

Análisis del trato del patrimonio filosófico en equipamientos patrimoniales

Jordi Arcos Pumarola

Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB
Barcelona, España

Recibido: 23 Mayo 2016; Reenviado: 14 Junio 2016; Aceptado: 21 Junio 2016. e-ISSN: 2014-4458

Resumen

■ Los equipamientos patrimoniales dedicados a la filosofía conforman una minoría en el panorama del turismo cultural ya que el patrimonio filosófico, dada su inmaterialidad y su complejidad, no goza de una extensa tradición a la hora de comunicarse mediante el discurso expositivo. El presente artículo busca sentar las bases para facilitar la puesta en valor del patrimonio filosófico en equipamientos patrimoniales. Para ello, se realiza en primer lugar un análisis de los recursos museográficos utilizados en distintas exposiciones de temática filosófica con el objetivo de investigar si la puesta en escena que realizan estos centros es capaz de llegar a transmitir conocimientos de manera didáctica a los visitantes y, por lo tanto, se da un uso adecuado al patrimonio filosófico en cuestión, aprovechando sus potencialidades. En segundo lugar, mediante los resultados de este análisis y el marco teórico que nos ofrece la museografía didáctica, se ofrece un listado de buenas prácticas a tener en consideración a la hora de conceptualizar y desarrollar un producto turístico-cultural basado en este tipo de patrimonio para facilitar la creación de exposiciones que permitan visibilizar correctamente la riqueza patrimonial de la filosofía.

Palabras clave:

Didáctica del patrimonio, Educación patrimonial, Patrimonio inmaterial, Patrimonio filosófico, Turismo cultural

Abstract

■ The heritage centres dedicated to philosophy are a minority in the cultural tourism context, since the philosophical heritage, given its immateriality and its complexity, does not have a large tradition in being communicated through the exhibition context. This paper aims to ground the bases for a suitable highlighting of the philosophical heritage in heritage centres. With this ultimate goal, the article offers in the first place an analysis of the museographic resources used in philosophical exhibitions, in order to verify if the proposal of such centres is able to communicate the exhibition's content in a didactic way to its visitors, and to confirm, thereby, the adequacy of the use that they make of such philosophical heritage. In the second place, using the results of that research and the theoretical frame of the didactic museography, the article presents a good practice manual for the conceptualization and development of cultural and touristic products based in such heritage, with the intention that it will contribute to the development of exhibitions able to emphasize the richness of the philosophical heritage.

Key Words:

Heritage didactics, Heritage education, Immaterial heritage, Philosophical heritage, Cultural tourism

Introducción y objetivos

■ Si dirigimos nuestra mirada al legado cultural heredado desde la filosofía, hemos de juzgar como innegable que nos encontramos ante una expresión de nuestra cultura que puede ser clasificada como patrimonio, ya que, si la idea de patrimonio se asocia a cosa de valor (Ballart & Tresserras, 2001), podemos, en el legado filosófico, identificar distintos valores. Por ejemplo, dada su capacidad para transportarnos y darnos a conocer cosmovisiones de otras épocas o culturas (Izuzquiza, 1999), podemos otorgar a determinadas expresiones filosóficas un valor histórico. Podemos identificar, también, valor de manufactura cuando atendemos a las distintas y complejas argumentaciones y sistemas filosóficos armados por los grandes nombres de esta disciplina, así como valor de singularidad cuando vemos la idiosincrasia particular de los diferentes puntos de vista defendidos a lo largo de la historia de la filosofía (Arcos, 2016).

No obstante, este patrimonio parece infrautilizado dentro del ámbito del turismo cultural y específicamente, en el campo museístico, ya que si lo comparamos con otras tipologías patrimoniales con más tradición, como es el caso de, por ejemplo, el patrimonio artístico; el número de centros patrimoniales dedicados a uno y otro es totalmente dispar, así como también lo es su peso e influencia en el campo del turismo cultural en destinos urbanos. En este sentido, vemos como los grandes museos de arte, historia e incluso ciencia son considerados grandes atractivos para el visitante, mientras que, las grandes capitales de la historia de la filosofía no utilizan su relación con esta disciplina del conocimiento para promocionarse dentro del contexto turístico.

Prueba de ello, la encontramos en el documento de Morère i Perelló (2013) titulado *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*, donde los autores con el objetivo de llevar a cabo un estado de la cuestión sobre el rol de los museos en el contexto del turismo cultural, realizan una clasificación sobre las tipologías temáticas de los museos que pueden encontrarse en el estado español. En esta clasificación encontramos, en primer lugar, los museos arqueológicos, seguidos por los etnográficos, los de bellas artes, los de historia, etc. Sin que en ella aparezcan listados los museos de temática filosófica.

Tomando este estado de la cuestión como punto de partida, consideramos que el patrimonio filosófico es un activo cultural susceptible de ser aprovechado para la atracción de visitantes interesados en esta expresión cultural, especialmente en el momento actual en que la noción de patrimonio inmaterial ya tiene más de 10 años de recorrido y es un concepto consolidado (UNESCO, 2003).

Hoy en día el paradigma ha cambiado y sabemos apreciar no solo a los objetos, sino también a las distintas expresiones culturales, no nos resulta extraño, pues,

pensar que otorgamos a las cosas valor “[...] no sólo por su belleza o por el valor de los materiales muebles o inmuebles, sino también por su significado, por los conocimientos que nos aportan, por su exotismo y por la capacidad que tienen de emocionarnos.” (Coma & Santacana, 2010, pág. 38). Este cambio de perspectiva ha provocado que, durante estos años, se hayan realizado diferentes investigaciones en el campo de la didáctica del patrimonio para conocer y ayudar al desarrollo de recursos pedagógicos para transmitir la riqueza y conocimiento que nos proporciona el patrimonio inmaterial. En este sentido, un buen ejemplo lo encontramos en el libro recién citado, *Ciudad Educadora y patrimonio, Cookbook of heritage*, de los investigadores Laia Coma y Joan Santacana, que ofrece una recopilación de distintos modelos educativo-patrimoniales para poner en valor distintos tipos de patrimonio, entre ellos el inmaterial.

Esta reivindicación de la importancia del patrimonio inmaterial ha coincidido en el tiempo con el auge de los dispositivos móviles. Estos aparatos, que en el ámbito turístico han tenido una repercusión espectacular transformando todas las fases del viaje, se descubren, no sin suscitar algunos recelos entre puristas, como unas plataformas con grandes potencialidades para el campo educativo patrimonial, ya que “Si se examina el potencial de estas máquinas nómadas, es fácil, pues, darse cuenta de que son instrumentos también para fijar imágenes, conceptos, para comparar, para informarse, para verificar datos, etcétera. Es decir, favorecen el pensamiento analítico de sus usuarios.” (Coma, Llonch, & Santacana, 2014, pág. 45).

El *m-learning*, pues, se ha convertido en una asignatura obligatoria para aquellos equipamientos patrimoniales que quieran poner en valor su patrimonio de una manera actual y aprovechando todas las herramientas y canales a su alcance para comunicar a un mayor número de público.

En este contexto, el presente artículo se compone de dos objetivos generales. En primer lugar, se analizarán y valorarán los recursos museográficos utilizados en distintas exposiciones de temática filosófica para investigar si la puesta en escena que realizan estos centros es capaz de llegar a transmitir conocimientos de manera didáctica a los visitantes y, por lo tanto, se da un uso adecuado al patrimonio filosófico en cuestión, aprovechando sus potencialidades. Este análisis se centrará en los recursos museográficos que componen la exposición pero también tendrá en consideración y verificará el uso de otros canales y recursos de mediación como pueden ser la mediación humana o el *m-learning*.

En segundo lugar, una vez tengamos a nuestra disposición el análisis del trato de la exposiciones analizadas hacia el patrimonio filosófico y valoremos si puede considerarse, o no, didáctico, nos dispondremos a proponer cuáles tendrían que ser las “normas” para facilitar la mediación entre el patrimonio y visitante a la hora de conceptualizar

y construir propuestas museográficas exitosas a nivel didáctico. Así pues, el segundo objetivo de este trabajo será elaborar un dossier de buenas prácticas de mediación y difusión del patrimonio filosófico.

Metodología

■ Para dar respuesta a estos objetivos, dada la poca literatura existente sobre la manera en cómo debe transmitirse la filosofía en espacios expositivos museísticos, nuestro trabajo tomará el carácter de una investigación exploratoria.

Esta investigación utilizará metodología cuantitativa con el objetivo de que las características de la comunicación museográfica de la filosofía bajo un prisma pedagógico puedan ser analizadas en base a resultados visibles y cuantificables, de manera que sea más sencillo identificar y hacer visibles tendencias y prácticas comunes. Así, estas características de las exposiciones se analizarán a partir de instrumentos que nos permitan clasificar, codificar y medir la distinta información recogida sobre las exposiciones y su forma de presentarse ante los visitantes. De esta manera, identificaremos qué recursos museográficos utilizan, a qué tipo de público se dirigen, si utilizan diferentes niveles discursivos, etc.

Los equipamientos patrimoniales que serán analizados en el marco de nuestro trabajo pertenecen a la base de datos desarrollada en el artículo *Turismo cultural y patrimonio filosófico: un estado de la cuestión* (Arcos, 2016) y se determinarán a partir de un muestreo subjetivo. El objetivo de este muestreo es que dentro del análisis se encuentren representadas las distintas tipologías de equipamiento patrimonial de temática filosófica que podemos encontrar en el continente europeo a día de hoy. Así pues, aún y encontrarnos ante una muestra reducida, será representativa de la realidad de los equipamientos patrimoniales y exposiciones de temática filosófica en la actualidad.

Instrumento de investigación

■ A continuación, vamos a detallar los instrumentos utilizados en la presente investigación. En primer lugar, el instrumento de investigación principal: el cuestionario. En segundo lugar, el instrumento de investigación secundario: una ficha de observación que se ha utilizado en aquellos equipamientos que han podido ser visitados por el investigador, con el objetivo de poder contrastar las respuestas recibidas mediante el cuestionario.

Instrumento de investigación principal: el cuestionario

La técnica de investigación principal de esta investigación es la encuesta. Así, para conocer y poder evaluar la

calidad e idoneidad museográfica de las propuestas de los centros patrimoniales y exposiciones escogidos, nos hemos puesto en contacto con los responsables de los mismos para acercarnos a la exposición a través de la mirada de sus creadores con el objetivo de conocer las características de esta y la opinión de sus responsables sobre su valor pedagógico.

El instrumento de investigación es un cuestionario compuesto por veintiocho preguntas. De estas, catorce son abiertas, nueve semi-cerradas y cinco cerradas. Estas preguntas se dividen en cuatro grandes bloques:

- **Bloque A: Información general del equipamiento**
Este bloque tiene el objetivo de recopilar información general sobre el equipamiento: año de creación, institución o empresa encargada de su gestión, afluencia de visitantes, misión, etc.
- **Bloque B: Análisis de la comunicación de la temática filosófica en la exposición**
En este bloque nos preocupamos de la relación entre los elementos museográficos, el guión museográfico que sigue la exposición y la estrategia pedagógica mediante la que se quiere conseguir que el visitante adquiera unos ciertos conocimientos. Así, con la voluntad de ser capaces de valorar el trabajo pedagógico de la exposición, hemos preguntado por el público objetivo de la exposición, los elementos museográficos que contiene, la temática principal y la estrategia pedagógica que se utiliza para llegar al visitante.
- **Bloque C: Mediación humana y otros elementos de mediación del centro patrimonial**
Mediante la información recogida en este bloque, se quiere conocer si estos centros utilizan otras vías de mediación como podrían ser el factor humano o herramientas pertenecientes a las nuevas tecnologías para enriquecer la propuesta expositiva del museo.
- **Bloque D: Valoración final**
Este último bloque va dirigido a conocer la opinión y valoración de los responsables encuestados sobre la idoneidad de la exposición.

En las siguientes páginas vamos a presentar las preguntas que componen los diferentes bloques de nuestro cuestionario.

Tabla 1 Bloque A del cuestionario

Bloque A: Información general del equipamiento	
1. Nombre y cargo de la persona que responde el cuestionario	
2. Fecha en que se ha realizado este cuestionario	
3. Nombre del equipamiento	
4. Ubicación del equipamiento	
5. Año de creación del equipamiento	
6. Institución o empresa encargada de la gestión del equipamiento	
7. ¿Cuál es el objetivo principal de este equipamiento?	
8. Afluencia de visitantes al equipamiento (del último año o último recuento existente)	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Bloque B del cuestionario

Bloque B: Análisis de la comunicación temática filosófica en la exposición	
9. Estructura y secuencia que se sigue a la hora de exponer la temática del museo ("guión museológico")	<ul style="list-style-type: none"> a. Cronológico b. Biográfico c. Por ámbitos temáticos d. Otros (especificar)
10. Temática principal que aparece en los contenidos de la exposición	<ul style="list-style-type: none"> a. Biografía de un personaje relevante b. Explicación de un sistema o concepto filosófico c. Contexto histórico y social relacionado con un autor de filosofía en concreto d. Influencia de un autor en la filosofía y sociedad posteriores. e. El modo de vida del autor en cuestión (Condiciones de vida, entorno...) f. Etapa concreta de la historia de la filosofía g. Otros (especificar)
11. ¿Cuál de las siguientes estrategias se aplican a la exposición con el objetivo de transmitir sus contenidos? Justifique su respuesta	<ul style="list-style-type: none"> a. A partir de una cuestión inicial persigue generar interés y la reflexión en el visitante b. Quiere implicar al visitante con aquello que se cuenta en la exposición a partir de empatizar con él. c. A partir de la interacción del visitante con los elementos del museo o pequeñas preguntas, quiere generar conocimiento en él. d. Ofrece al visitante una reproducción de elementos y objetos con la voluntad de transportarlo a un ambiente relacionado con el autor. e. Presenta un concepto general y, a partir de ahí, se llega a nociones más concretas y especializadas. f. Otros (especificar) <p>Justificación</p>

Bloque B: Análisis de la comunicación temática filosófica en la exposición

12. Elementos museográficos que encontramos a lo largo de la exposición para presentar los contenidos

- a. Objetos originales
- b. Paneles con texto
- c. Imágenes y/o fotografías
- d. Escenografía o atrezzo
- e. Audiovisuales
- f. Módulos interactivos
- g. Otros (especificar)

13. ¿Cree que estos elementos son suficientes para transmitir la temática principal del centro a sus visitantes? Justifique la respuesta

- a. Sí
 - b. No
- Justificación:

14. ¿Con cuál de estos tres conceptos identificaría la propuesta museográfica de la exposición?

- a. Tradicional (Vitrinas, carteles informativos...)
- b. Didáctico (Intención de contextualizar para ayudar a la comprensión de la temática tratada al máximo público posible)
- c. Interactivo (Elementos museográficos que permitan aprender de una manera activa)
- d. Otros (especificar)

15. ¿Cuál de estos tres tipos de aprendizaje cree que se utiliza más a lo largo de la exposición?

- a. Visual
- b. Auditivo
- c. Cenestésico

16. ¿Cree que los elementos museográficos con los que cuenta la exposición son los ideales para realizar el objetivo principal de la estrategia pedagógica identificada en la pregunta 11? Justifique la respuesta

- a. Sí
 - b. No
- 16.1. En caso de respuesta negativa, ¿Qué elementos incorporaría a la exposición para realizar esta estrategia pedagógica?

Justificación:

17. ¿En qué idiomas se encuentran los textos de la exposición?

18. ¿Se utilizan durante la exposición diferentes niveles de discurso?

- a. Alto (público experto)
- b. Mediano (público general)
- c. Bajo (Público infantil y escolar)
- d. Otros (especificar)

19. ¿Cree que a partir de los elementos que presenta la exposición, una persona sin conocimientos previos podría conocer alguna cosa sobre la obra filosófica del autor de la casa museo? Justifique la respuesta.

- a. Sí
 - b. No
- Justificación:

Bloque B: Análisis de la comunicación temática filosófica en la exposición

20. ¿Para qué tipología de público cree que se dirige principalmente la visita a este centro patrimonial?

a. Público infantil y/o escolar
b. Público especializado
c. Público general
d. Turistas
e. Otros (Especificar)

21. ¿Qué papel considera que juega el visitante durante la exposición?

a. Activo
b. Pasivo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Bloques C y D del cuestionario

Bloque C: Mediación humana y otros elementos de mediación del centro patrimonial

22. ¿Cuenta la casa museo con algún tipo de oferta de visitas guiadas?

a. Sí
b. No

23. En caso afirmativo. ¿Qué tipología de visitas guiadas ofrece?

a. Visita guiada clásica
b. Visita teatralizada
c. Juego de rol
d. Taller
e. Otros (especificar)

24. En caso afirmativo, ¿para qué tipo de público se ofrecen estas visitas?

a. Público infantil y/o escolar
b. Público especializado
c. Público general
d. Turistas
e. Otros (especificar)

25. En caso afirmativo, ¿cuál es el perfil profesional de las personas que realizan las visitas?

26. En caso afirmativo, ¿utilizan estas personas algún tipo de material de apoyo para sus explicaciones? Especifique cuál.

27. ¿Existe algún elemento de mediación tecnológica que complemente la visita? Por ejemplo, audioguías, aplicaciones móvil, códigos QR, etc.

Bloque D: Valoración final

28. En general, ¿Cree que la tipología de recursos museográficos que presenta la exposición y la manera de presentar y secuenciar los contenidos de ésta, ayudan de la mejor manera posible a cumplir el objetivo principal de este centro patrimonial?

Fuente: Elaboración propia

Instrumento de investigación secundario: la ficha de observación

Complementariamente al cuestionario, se realizó un análisis en primera persona por parte del investigador de las exposiciones de temática filosófica que pudieran ser visitadas durante la realización del trabajo de campo con el instrumento de investigación principal. La técnica de investigación utilizada en esta segunda fase fue, pues, la de observación directa y su instrumento de investigación la ficha de observación. Esta ficha de investigación se divide en los siguientes cinco bloques:

- Bloque A: Información general**
 En este primer bloque, se muestra información general sobre el equipamiento, la fecha de observación y el investigador que ha realizado la ficha.
- Bloque B: Elementos museográficos de la exposición**
 Mediante este bloque recogemos información cuantitativa sobre los elementos museográficos de los que está compuesta la exposición, así como la tipología de museografía que presenta el equipamiento. De esta manera, podemos determinar, a nivel técnico, ante qué tipo de exposición nos encontramos.
- Bloque C: Elementos museológicos de la exposición**
 En esta parte de la ficha de observación, analizamos la temática principal de la exposición, así como la estrategia de guión utilizada para crear un mensaje coherente respecto la temática en cuestión.
- Bloque D: Consideración pedagógicas sobre la exposición**
 Este es el bloque más extenso y, en él, se analiza la secuencia de presentación de contenidos, si existen estrategias para adaptar el discurso a distintos niveles de público, por el tipo de aprendizaje principal que ofrece el equipamiento, etc. Los resultados de los bloques B, C y D, se pueden contrastar con los del bloque B del instrumento de investigación principal.
- Bloque E: Estrategias complementarias de mediación**
 Este último bloque toma nota sobre la existencia de otras estrategias de mediación en las exposiciones analizadas, principalmente, mediación humana y museografía nómada. Este bloque puede contrastarse con los resultados obtenidos en el bloque C del instrumento de investigación principal.

Tabla 4 Bloque A de la ficha de observación

Bloque A: Información general

Nombre del centro patrimonial o de la exposición itinerante		Observaciones
_____	_____	_____
Nombre del investigador		
_____	_____	_____
Fecha de observación		
_____	_____	_____
Número de ficha de inventario		
_____	_____	_____

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Bloque B de la ficha de observación

Bloque A: Información general			
Tipo de museografía	Tradicional	<input type="checkbox"/>	Observaciones
	Didáctica	<input type="checkbox"/>	
	Interactiva	<input type="checkbox"/>	
Tipología y nombre de los elementos museográficos de la exposición	Objetos originales	<input type="checkbox"/>	Observaciones
	Paneles informativos con texto	<input type="checkbox"/>	
	Imágenes y/o fotografías	<input type="checkbox"/>	
	Escenografía o <i>atrezzo</i>	<input type="checkbox"/>	
	Audiovisuales	<input type="checkbox"/>	
	Módulos interactivos	<input type="checkbox"/>	
	Otros	<input type="checkbox"/>	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Bloque C de la ficha de observación

Bloque C: Elementos museológicos de la exposición			
Guión museológico	Cronológico	<input type="checkbox"/>	Observaciones
	Biográfico	<input type="checkbox"/>	
	Por ámbitos	<input type="checkbox"/>	
	Otros tipos de ordenación	<input type="checkbox"/>	
Temática principal de la exposición	Biografía de un personaje	<input type="checkbox"/>	Observaciones
	Época de la historia de la filosofía	<input type="checkbox"/>	
	Explicación de un concepto o sistema filosófico	<input type="checkbox"/>	
	Contexto histórico-social relacionado con un autor en concreto	<input type="checkbox"/>	
	Influencia de un autor en la filosofía y sociedad posterior	<input type="checkbox"/>	
	El modo de vida del autor en cuestión	<input type="checkbox"/>	
	Otros	<input type="checkbox"/>	

Fuente: Elaboración propia

Presentación y discusión de resultados

■ En este apartado vamos a mostrar los resultados que han surgido de las respuestas obtenidas mediante nuestro instrumento de investigación principal. Cuando sea necesario, contrastaremos estos resultados a los obtenidos con la ficha de observación.

Exposiciones analizadas

■ Nuestra muestra está compuesta por seis exposiciones, cuatro de ellas pertenecientes a distintos centros patrimoniales, siendo, las otras dos, exposiciones itinerantes. Las exposiciones que han sido analizadas son las siguientes:

Tabla 7 Bloque D de la ficha de observación

Bloque D: Consideraciones pedagógicas sobre la exposición			
Secuencia de presentación de contenidos	Se presenta una afirmación muy general y se explica detalladamente a lo largo de la exposición <hr/> El visitante recibe conocimientos a partir de distintas interacciones que se le proponer durante la exposición <hr/> Sin intermediación se exponen los objetos originales o elementos de escenografía <hr/> Se intenta crear un vínculo empático con el visitante <hr/> Partiendo de una gran pregunta inicial, se inicia una reflexión entre el visitante y la exposición <hr/> Otros <hr/>		Observaciones
Tipo de aprendizaje	Auditivo <hr/> Visual <hr/> Cenestésico <hr/>		Observaciones
Tipología de público a la que se dirige la exposición	Público infantil <hr/> Público general <hr/> Público experto <hr/> Turista <hr/>		Observaciones
Nivel de conocimientos requeridos por parte del visitante en relación a los niveles discursivos de la exposición	Bajo <hr/> Medio <hr/> Alto <hr/>		Observaciones
Papel del visitante durante la exposición	Pasivo <hr/> Activo <hr/>		Observaciones

Fuente: Elaboración propia

- Casa Museo Unamuno – Salamanca**
 Esta casa museo es una buena representante de la tipología mayoritaria de centro patrimonial de temática filosófica. Esto es, una casa museo ubicada en un espacio y entorno históricos en el lugar donde residió el autor. Cabe destacar, también, que esta casa museo depende de la Universidad de Salamanca y, por tanto, cuenta con el apoyo de expertos académicos. Esta exposición fue analizada mediante los dos instrumentos de investigación.
 Persona de contacto: Marta García Gasco – Becaria de Gestión de la Casa Museo Unamuno.
- Fundación María Zambrano – Vélez-Málaga**
 Esta fundación ha sido escogida porque, aún y no ser una casa museo al uso, es un espacio dedicado a una filósofa que cuenta con una sala de exposiciones propia, donde se ponen en valor distintos objetos que guardan relación con la vida y obra de la autora. Esta exposición fue analizada mediante los dos instrumentos de investigación.
 Persona de contacto: Dolores Esther Gámez Bermúdez – Responsable de administración de la Fundación María Zambrano.

Tabla 8 Bloque E de la ficha de observación

Bloque E: Material Complementario de mediación			
Existencia de material de mediación de apoyo para ayudar a comprender elementos de la exposición. Señalar cuáles a observaciones	Sí No	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Observaciones
Tipología visitas guiadas	Visita guiada clásica Visita teatralizada Juego de rol Talleres Otros	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Observaciones
Público objetivo de estas visitas	Público escolar Público especializado Público general Turistas Otros	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Observaciones
Material de apoyo a las visitas guiadas	Sí No	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Observaciones
Complementos tecnológicos a la visita	Sí No	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Observaciones

Fuente: Elaboración propia

- Casa Museo Unamuno – Fuerteventura**
Casa Museo dedicada, nuevamente, a Miguel de Unamuno. No obstante, este centro patrimonial está ubicado en las Islas Canarias, donde Unamuno fue desterrado en 1924 por Primo de Rivera dadas las críticas del intelectual a la dictadura. Esta casa museo está gestionada por una institución más lejana al ámbito académico y más cercana al mundo del turismo.
Persona de contacto: Iñaki Cabrera Perdomo – Auxiliar de Servicio de Centros de Ocio.
- Raimundus christianus arabicus: Ramon Llull i l'encontre de cultures**
Exposición itinerante realizada por profesionales del mundo académico y con la colaboración del Instituto Europeo de la Mediterránea i el Centro de Documentación Ramon Llull perteneciente a la UB.
Persona de contacto: Albert Soler Llopart - Profesor titular de literatura catalana medieval en la UB. Comisario de esta exposición.
- Was die Welt bewegt – Arthur Schopenhauer in Frankfurt**
Exposición itinerante realizada en Frankfurt am Main con motivo de la conmemoración del 150 aniversario de la muerte del filósofo alemán.
Persona de contacto: Michael Fleiter – Responsable de relaciones públicas en el Institut für Stadtgeschichte de Frankfurt am Main.
- Denkwelten e. V. – Jena**
Museo que basa su propuesta museográfica en centrarse en la presentación, a través de técnicas propias de la museografía, de las ideas y conceptos de los diferentes autores, prescindiendo de la contextualización biográfica en la mayoría de casos.
Persona de contacto: Tobias Weilandt. Responsable de relaciones públicas de Denkwelten e.V. y profesor de la Universidad de Marburg.

Así pues, aunque nos situemos delante de una muestra reducida, encontramos en ella una gran diversidad de tipologías de equipamientos patrimoniales: casas museo,

salas de exposiciones, exposiciones itinerantes, museos sobre conceptos, etc. Trabajaremos, por lo tanto, con una muestra muy diversa.

No obstante, a la hora de extraer conclusiones de nuestro análisis tendremos que tener en cuenta que la mayoría de centros patrimoniales de temática filosófica responden al modelo clásico de casa museo, el cual, en nuestra muestra, resulta infrarrepresentado.

Presentación y discusión de resultados

■ A continuación vamos a presentar los resultados obtenidos mediante el cuestionario. Como hemos explicado, nuestro cuestionario estaba compuesto por cuatro bloques. El primero nos ha servido para obtener información básica respecto el equipamiento, así como sobre la persona encargada de responder a nuestras preguntas. A continuación, vamos a profundizar en los resultados obtenidos en el segundo bloque de nuestro cuestionario relacionados con los recursos museográficos utilizados en la exposición y la estructura del discurso y mensaje de la misma. Pasemos, a continuación, a conocer los resultados obtenidos.

Estructura y secuencia del guión museológico

En relación a la estructura del guión museológico de la exposición, se ofrecían tres posibles respuestas: cronológico, biográfico o por ámbitos temáticos.

Las respuestas muestran que la tendencia más abundante es ofrecer un guión museológico estructurado en relación a la biografía del personaje al cual está dedicado el centro patrimonial, hecho que sucede en cuatro de los seis elementos analizados.

Dentro de estos cuatro casos, cabe destacar la singularidad de la propuesta de las exposiciones itinerantes que apuestan por una estructura del mensaje de la exposición

a tres bandas o multiseccional que tiene la intención de profundizar en distintos aspectos y temáticas referentes a los personajes protagonistas de las exposiciones y no solo en sus biografías.

En el caso de la Casa Museo Unamuno de Salamanca nos encontramos con una de las características recurrentes de las casas museo. Por un lado, la razón de ser del centro patrimonial es su relación biográfica con un personaje destacado, en este caso, Miguel de Unamuno. Como podemos ver en la figura 1, los pocos elementos museográficos que existen en la casa museo, más allá de los meramente escenográficos, están dedicados a la biografía del pensador vasco.

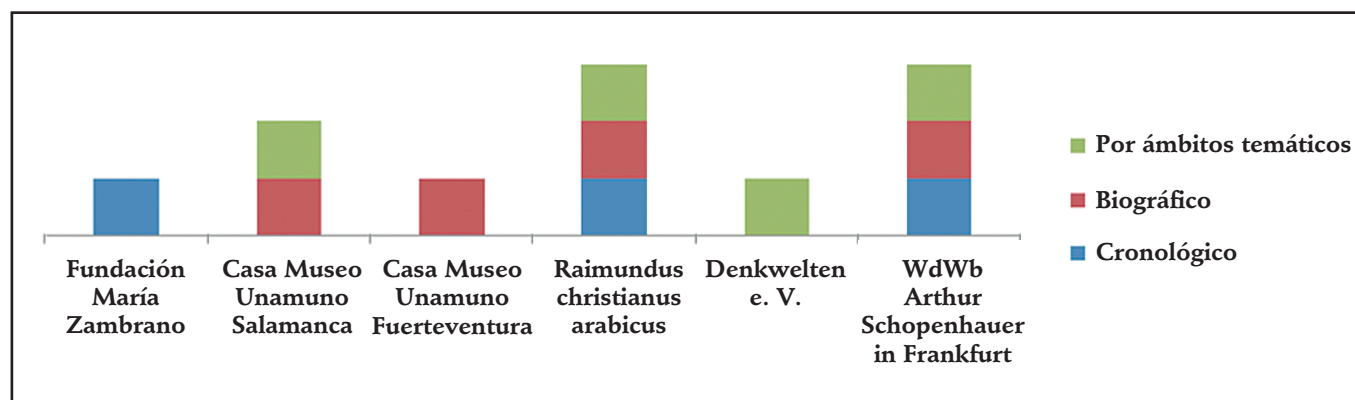
No obstante, debido a que se ha respetado la estructura de la casa original donde vivió Unamuno y se ha optado por una museografía austera y que consta prácticamente

Figura 1 Panel informativo que señala eventos singulares de la vida de Miguel de Unamuno



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Resultados pregunta 9 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

solo de elementos escenográficos, el guión museográfico en si tiene una estructura que diferencia ámbitos temáticos. Así, por ejemplo, si nos encontramos en la sala de estar, hablaremos de las conversaciones que mantenía Unamuno con las diferentes personalidades de la época en ese lugar, tratando su vida política; si nos encontramos en la biblioteca, nos fijaremos en sus lecturas y en su vida académica, etc. En este sentido, encontramos razonable que se defina la estructura del guión museológico de este espacio como principalmente biográfica, pero a la vez dividida, de manera derivada, por ámbitos temáticos.

Por lo que respecta a la sala de exposiciones de la Fundación María Zambrano, después de la observación directa a partir del instrumento secundario, no existe, desde la perspectiva del investigador, una estructuración clara de la exposición más allá de la simple ordenación de los objetos según su naturaleza, exponiéndose por un lado los libros, por otro las fotografías, por otro objetos, etc.

Figura 2 Sala de exposiciones de la Fundación María Zambrano, donde vemos como la exposición sitúa los objetos en vitrinas, las imágenes en la pared, etc. Sin seguir un orden claro



Fuente: Elaboración propia

A su vez, la propuesta de *Denkwelten* se distingue del resto apostando íntegramente por un guión museológico estructurado únicamente por ámbitos temáticos. Así pues, esta primera pregunta nos ofrece la Tabla 10.

Temática principal que aparece en los contenidos de la exposición

En la pregunta 10 preguntamos por el contenido principal de las distintas exposiciones analizadas. Propusimos a los responsables distintos temas y, mayoritariamente, escogieron más de una temática por exposición (Tabla 11).

En este caso vuelven a diferenciarse, por un lado, las exposiciones itinerantes, ya que no se ocupan solo del personaje o de los conceptos, sino que tienden a mostrar también, en la exposición, el contexto histórico y las nociones filosóficas pertinentes presentando, por lo tanto, una gran diversidad temática.

Las casas museo, en cambio, limitan, principalmente, su temática a la biografía del personaje en cuestión y a su modo de vida. Esta apuesta provoca que la temática más repetida sea la biografía de un personaje.

Denkwelten, por su parte, es el único de los elementos estudiados que prescinde totalmente de esta temática y apuesta, en cambio, por la explicación de sistemas filosóficos y épocas de la historia de la filosofía como núcleo central de sus exposiciones.

Estrategias para la comunicación de los contenidos de la exposición

En la siguiente pregunta de nuestro cuestionario preguntábamos por las estrategias para comunicar los contenidos de la exposición que utilizaban principalmente los distintos centros. En la Tabla 12 veremos las respuestas obtenidas.

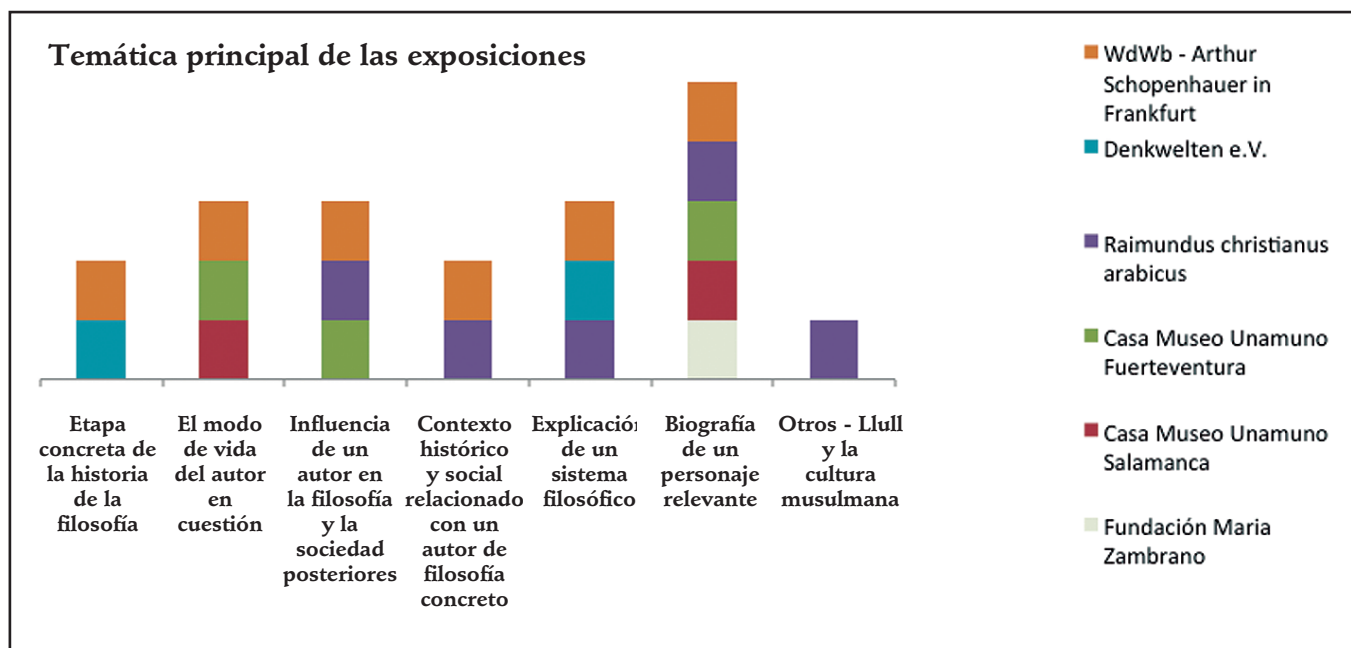
Como vemos, no hay una tendencia propia para los distintos grupos hasta ahora identificados, no obstante, nos sorprende que ninguno de los equipamientos analizados haya optado por ofrecer una estrategia en la que

Tabla 10 Clasificación de estructuras de las diferentes estructuras de guión museológico identificadas

Casas Museo	Exposiciones itinerantes	<i>Denkwelten e.V.</i>
La estructura de su guión museológico coloca en el centro la biografía del personaje al que están dedicadas	Como las casas museo están dedicadas a un personaje relevante. No obstante, intentando profundizar más en su obra podemos afirmar que tienen una estructura de guión museográfico múltiple	La forma de su guión museográfico prescinde de apuntes biográficos y se estructura alrededor de ámbitos temáticos o conceptos

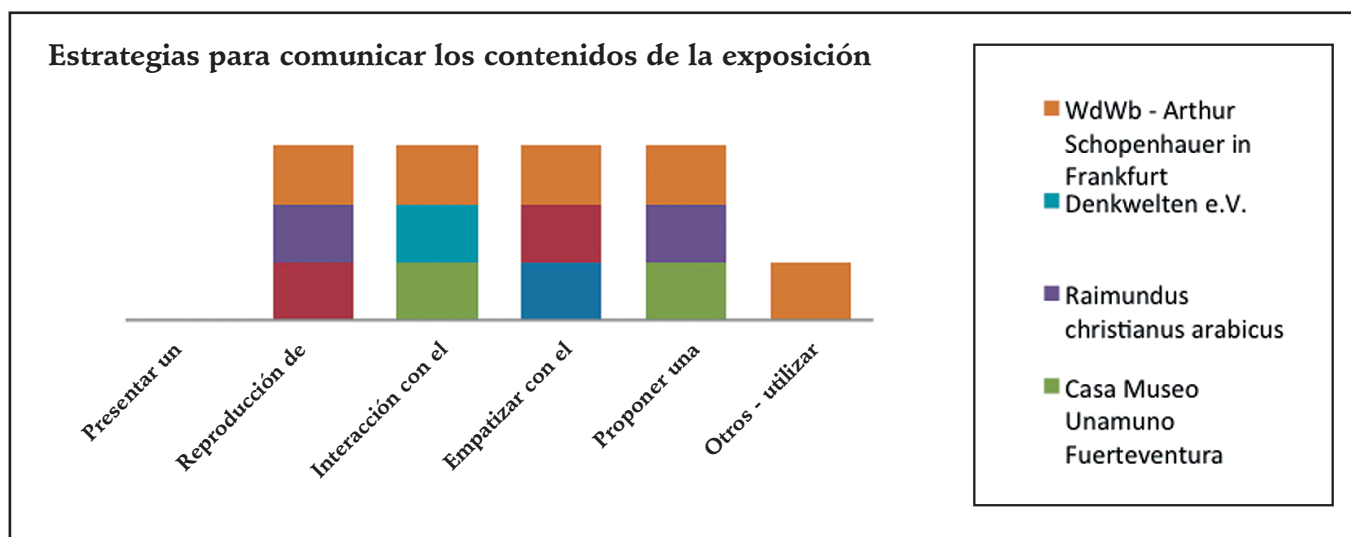
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Resultados pregunta 10 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Resultados pregunta 11 del cuestionario



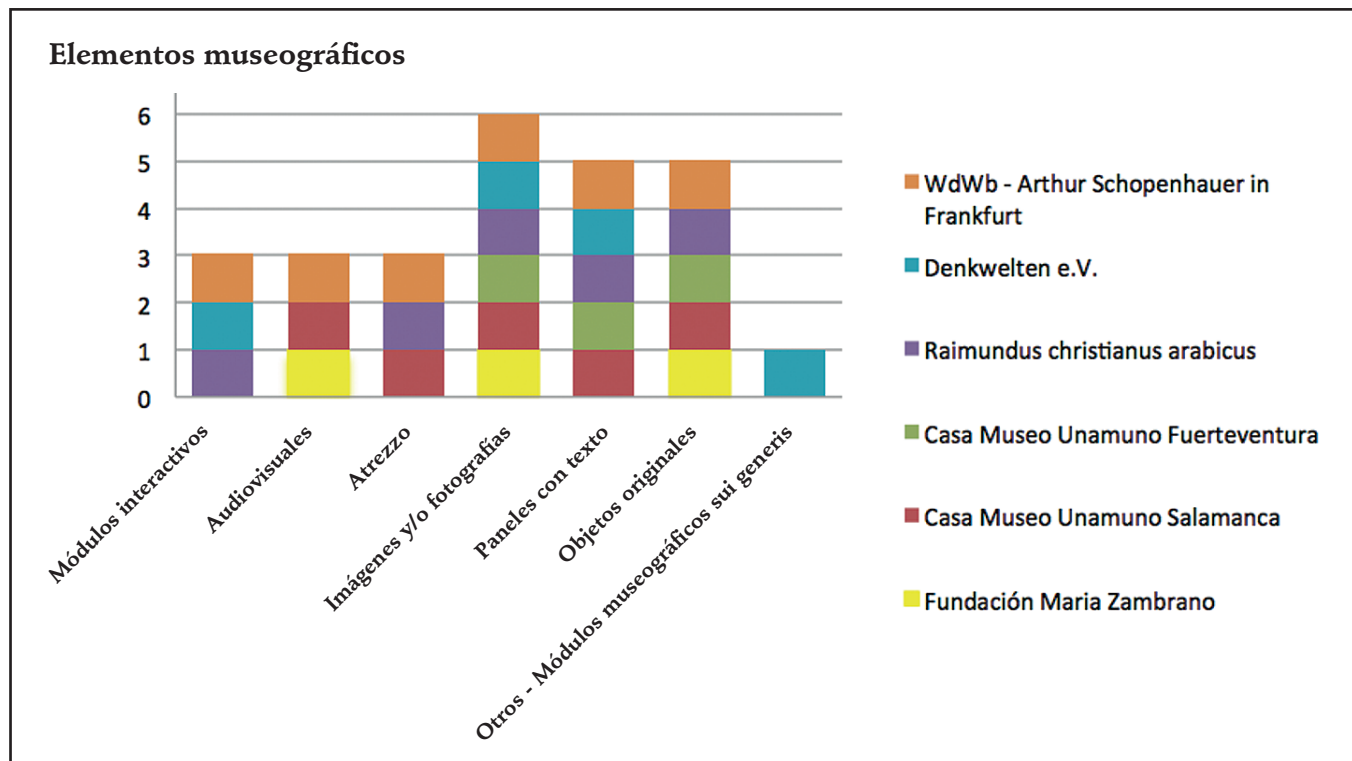
Fuente: Elaboración propia

se presente un concepto general que nos vaya llevando a nociones más concretas. Una estrategia de este tipo se echa en falta especialmente en los centros patrimoniales como la Fundación María Zambrano o la Casa Museo Unamuno de Salamanca.

Estos centros han señalado como objetivo principal del equipamiento “[...] difundir el legado y la obra de

[Unamuno]” o “Dar a conocer la figura de María Zambrano y el porqué de su reconocimiento a nivel mundial...”. No obstante, han apostado, únicamente, por estrategias pedagógicas más sentimentales como, por ejemplo, empatizar con el visitante o, en el caso de Salamanca, transportar el visitante al ambiente original del autor. Es evidente que, para acercar la obra de Unamuno o entender los motivos del reconocimiento de Zambrano en

Tabla 13 Resultados pregunta 12 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

el mundo filosófico y cultural, es necesario ir más allá del personaje y adentrarse, aunque de manera introductoria, en su obra. Por esta razón señalamos que estos espacios deberían buscar nuevas estrategias en relación a sus objetivos.

Elementos museográficos utilizados

En la pregunta 12 queríamos conocer los distintos elementos museográficos que componían las distintas exposiciones. En la Tabla 13 vemos las respuestas que nos dieron los responsables de los distintos museos.

En este caso, vemos como todas las exposiciones investigadas utilizan diferentes tipologías de elementos. Destacando, por encima del resto, las imágenes y fotografías recurso que encontramos en todas ellas. A continuación, se encuentran los paneles con texto y los objetos originales como los recursos museográficos más repetidos.

Por lo que respecta al *atrezzo*, vemos que se utiliza en las dos exposiciones itinerantes, así como en la Casa Museo Unamuno de Salamanca, hemos de realizar una corrección a las respuestas que nos han aportado nuestros entrevistados, ya que ni la Casa Museo Unamuno de Fuerteventura ni la Fundación María Zambrano han respondido afirmativamente, pero, tal y como se puede ver en las siguientes imágenes, sus exposiciones sí que incluyen elementos de *atrezzo*.

Figura 3 Elementos escenográficos en la Fundación María Zambrano

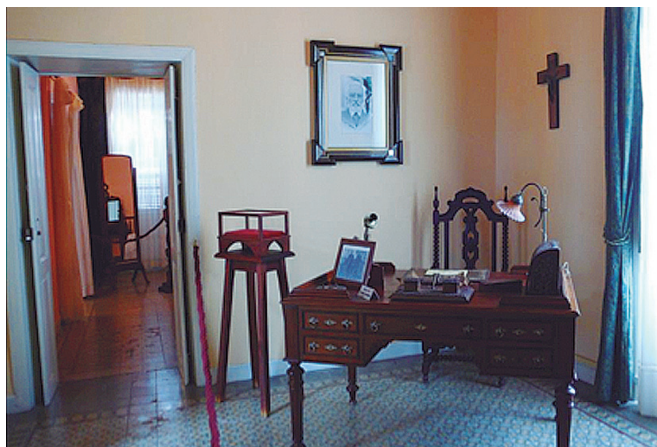


Fuente: Elaboración propia

Esto hace del recurso escenográfico, junto con los paneles y los objetos originales, la segunda tipología de recurso museográfico más utilizado.

Una vez nos alejamos de los recursos museográficos más clásicos y nos preocupamos de elementos más actuales, como es el caso de los audiovisuales o los módulos

Figura 4 Casa Museo Unamuno de Fuerteventura



Fuente: José Mesa

interactivos, estos ya no son tan utilizados por las distintas exposiciones. Así, solo se utilizan audiovisuales en la Casa Museo Unamuno de Salamanca, en la Fundación María Zambrano (en ambos casos con carácter introductorio) y en la exposición sobre Schopenhauer, siendo, en esta última, donde existe una mayor diversidad de recursos.

Por lo que respecta a los módulos interactivos, los encontramos únicamente en las exposiciones itinerantes y en *Denkwelten*, sin aparecer en las casas museo.

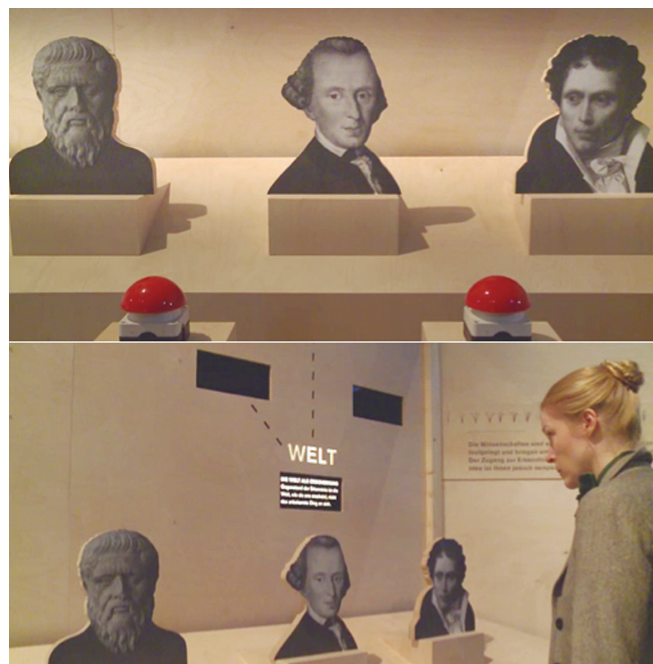
El caso de *Denkwelten* es singular, ya que vemos que en el cuestionario se ha especificado la existencia de módulos museográficos *sui generis* o creados *ex profeso*, es decir, módulos museográficos creados con la intención de representar, por si mismos o a partir de la interacción con el público, un concepto específico de la filosofía.

Por ejemplo, en la Figura 6 encontramos una instalación escenográfica abstracta que tiene la intención de representar el significado de la primera frase del *Tractatus lógico-philosophicus* de Wittgenstein.

Así pues, la museografía de *Denkwelten*, aún y poderse agrupar bajo otros conceptos, hemos visto que tiene un componente intencional a la hora de ser conceptualizada y construida y no solo expone el conocimiento que se quiere transmitir al visitante, sino que ella misma es una representación de este conocimiento y aquello que debe ser interpretado, es decir, en este caso los elementos museográficos no son solo contenedores, sino también contenido.

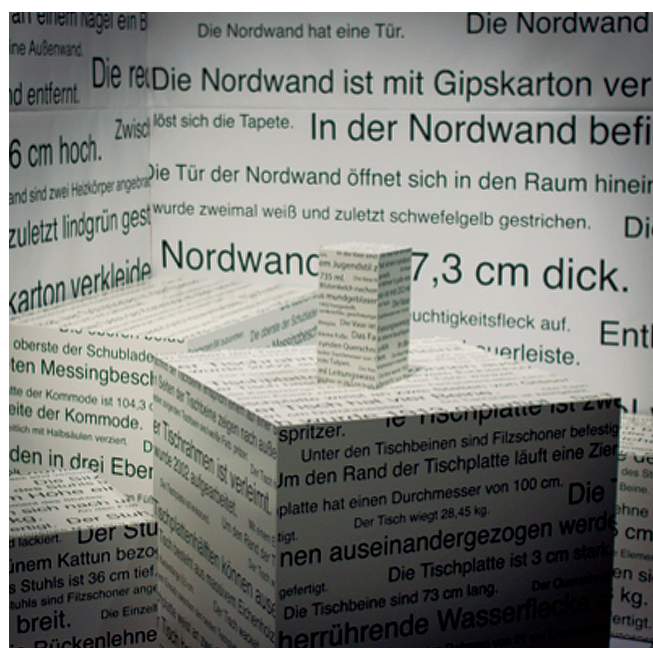
En la tabla 14 (en la siguiente página) podemos ver un resumen de cómo pueden agruparse las exposiciones analizadas según los elementos que utilizan.

Figura 5 Imágenes de un módulo interactivo en la exposición sobre Arthur Schopenhauer



Fuente: <http://www.stadtgeschichte-ffm.de/>

Figura 6 Recurso escenográfico de Denkwelten



Fuente: Denkwelten e.V. / M. Siegel

En la pregunta 13 les pedimos a los responsables de las exposiciones que valoraran si los elementos de cada una

Tabla 14 Clasificación de estructuras de las diferentes estructuras de guión museológico identificadas

Casas Museo y Fundación María Zambrano	Exposiciones itinerantes Llull – Schopenhauer	Denkwelten e.V.
Los elementos museográficos utilizados son básicos y no incluyen elementos interactivos. Cuando se utiliza un elemento audiovisual tiene un carácter meramente introductorio para contextualizar la visita	Los elementos museográficos de estas exposiciones son más variados que los que encontramos a las casas museo y intentan incorporar la interactividad como factor de conocimiento	A parte de ofrecer elementos interactivos, los elementos museográficos son creados con la intención de poder ser ellos mismos una representación de aquello que se quiere transmitir, convirtiéndose, así, en los mismos objetos expositivos

Fuente: Elaboración propia

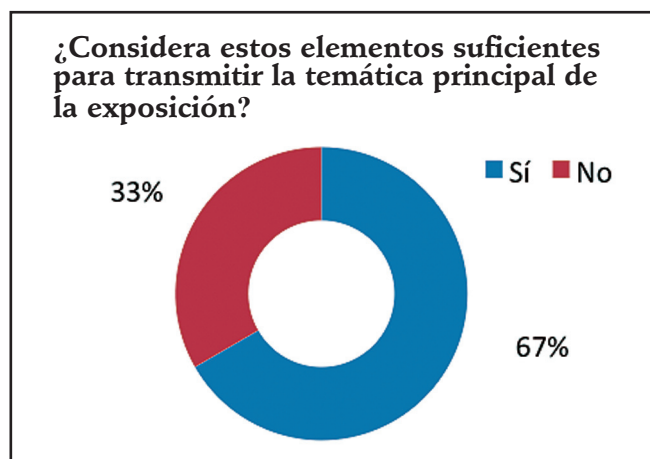
de ellas era los idóneos para transmitir los contenidos de la exposición con el siguiente resultado, que podemos observar en la Tabla 15.

Como vemos, cuatro de los seis equipamientos patrimoniales se mostraron satisfechos con los elementos existentes, mientras que los otros dos creen necesaria una mejora de los recursos de la exposición. Estas dos personas que contestaron de manera negativa fueron los responsables de las casas museo de Unamuno en Salamanca y Fuerteventura. Vemos, pues, que desde las mismas casas museo se intuyen debilidades a la hora de evaluar la exposición didácticamente. En la pregunta 14, en la que, en otro ejercicio de autoreflexión, se pedía a los responsables que definieran la propia exposición según los conceptos de museografía tradicional, didáctica o interactiva, obtenemos, de nuevo, una clara distinción entre las casas museo, que se definen como didácticas y tradicionales y las exposiciones itinerantes y la propuesta de Denkwelten que utilizan el adjetivo interactivo. En esta pregunta se confirma, de nuevo, que en las propuestas alternativas a las casas museo se persigue una implicación mayor del visitante y un aprendizaje a través de la interactividad.

Esta diferencia museográfica se confirma en las respuestas de la pregunta 15, en donde se interrogaba sobre el tipo de aprendizaje que se plantea al visitante de cada una de las exposiciones, obteniendo las siguientes respuestas. Ver Tabla 16.

El canal visual es, como vemos, el canal mayoritario, especialmente en el campo de las casas museo, que lo han escogido con unanimidad. En cambio, los representantes alemanes de la muestra, la exposición de Frankfurt sobre Schopenhauer y Denkwelten nos dan respuestas distintas. Los primeros afirman que se utilizan los tres canales por igual a partir de los módulos museográficos que se encuentran en su exposición. Prueba de ello son

Tabla 15 Clasificación Resultados pregunta 13 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

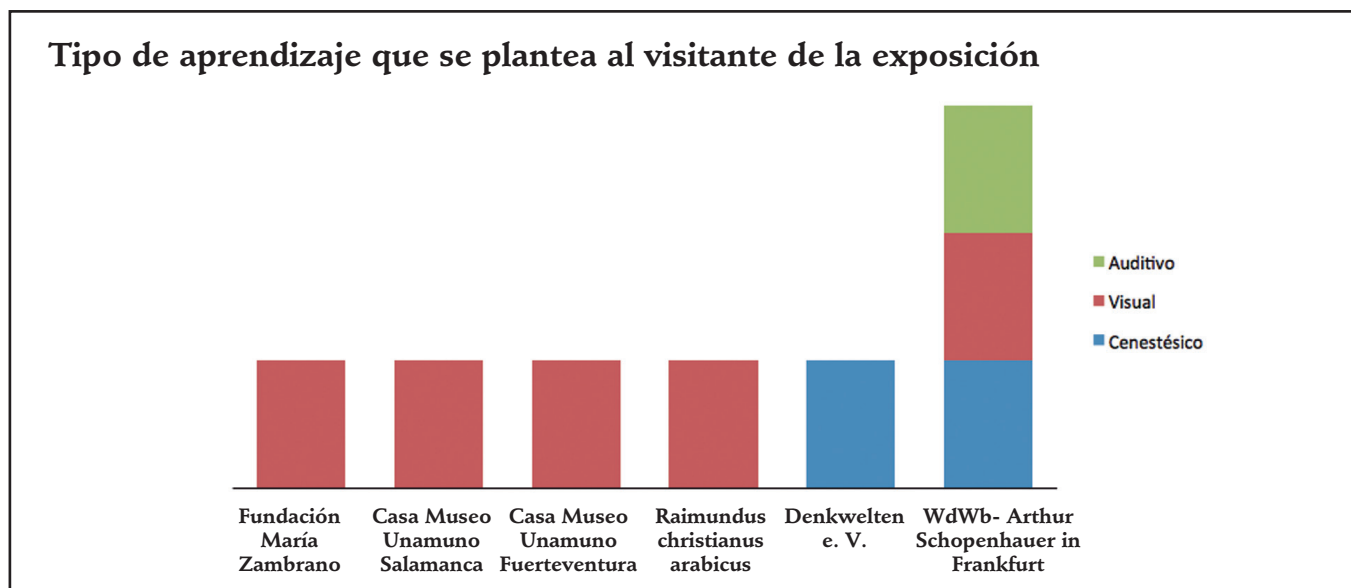
sus estaciones de audio, disponibles en el siguiente enlace: http://www.stadtgeschichte-ffm.de/veranstaltungen/ver_hinweise/schopenhauer_2.html.

En el caso de Denkwelten, en consonancia con la importancia que tiene la noción de interactividad en relación a su propuesta, el canal que han escogido como principal es el cenestésico.

Público objetivo de la exposición

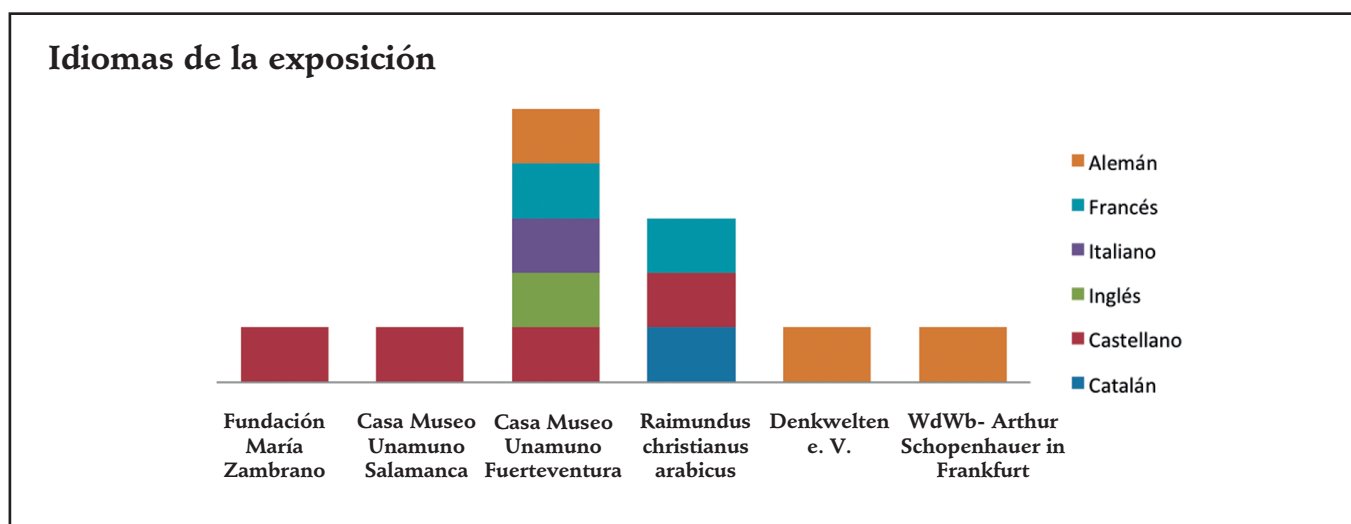
Las preguntas 17, 18, 19 y 20 del cuestionario van dirigidas a conocer qué público objetivo define cada uno de los equipamientos patrimoniales analizados y que herramientas utilizan para llegar a él. Finalmente, en la pregunta 21, queremos saber qué tipo de papel se espera que realice el visitante durante la visita.

Tabla 16 Resultados pregunta 15 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Resultados pregunta 17 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

En la primera pregunta de las mencionadas, la 17, preguntamos por los idiomas en los que se presentaba la exposición, obteniendo los resultados que observamos en la tabla 17.

Se observa en este gráfico que la mayoría de las exposiciones analizadas se presentan, únicamente, en el idioma local. Las únicas dos exposiciones que se ofrecen en una diversidad de idiomas son la exposición sobre Ramon Llull, en virtud de su carácter itinerante

por diversos países del Mediterráneo, y la Casa Museo Unamuno de Fuerteventura que, va dirigido a un público turista. Sorprende el hecho que solamente este último centro patrimonial ofrezca su exposición en inglés, hecho que demuestra el poco interés de estos espacios para atraer un público extranjero.

En la pregunta 18, sobre los distintos niveles de exposición, todas las exposiciones respondieron que ofrecían un mensaje de nivel medio, es decir, para un público

general. Únicamente la Casa Museo Unamuno de Fuerteventura y Salamanca afirmaron ofrecer niveles de discurso alternativos. Nos encontramos, pues, que en la mayoría de las exposiciones no hay una gradación de discurso y, por lo tanto, la experiencia puede resultar dificultosa o demasiado llana para diferentes tipologías de público, como pueden ser el infantil, el experto o aquél formado por personas con dificultades cognitivas.

En el caso de la exposición sobre Schopenhauer, hemos de destacar que, aunque no existan distintos niveles de discurso en la exposición, existe un cuaderno didáctico adaptado al público infantil. Este cuaderno toma la forma de un cuestionario con preguntas multirespuesta que tratan distintos ámbitos temáticos de la exposición. De esta manera, se les propone, a niños y niñas, distintas preguntas adaptadas que les permitan entender y reflexionar alrededor de la temática de la exposición. Este cuaderno didáctico puede consultarse en la siguiente dirección web: http://www.stadtgeschichte-ffm.de/download/didaktischer_lehrpfad_schopenhauer.pdf.

En la pregunta 19 preguntamos por la opinión de los responsables encuestados sobre si una persona sin conocimientos previos podría entender y sacar provecho de la exposición teniendo en cuenta los elementos y estrategias museográficas utilizadas. Las respuestas recogidas fueron una afirmación unánime. No obstante, existían divergencias claras para justificar el porqué. Mientras que en las exposiciones itinerantes y *Denkwelten* se justificaba la afirmación en base a la calidad del trabajo realizado a la hora de tejer el discurso de la exposición y al *feedback* recibido por los visitantes, en las casas museos nos encontrábamos con unas respuestas que iban más en la línea de resaltar el carácter evocativo de alguno de los objetos de la exposición. En la pregunta 20, se pedía definir cuál era el público objetivo de la exposición. Las

respuestas, recogidas en la Tabla 18, nos muestran que el público general es al que se quieren dirigir todas las exposiciones. La Casa Museo Unamuno de Salamanca, así como las dos exposiciones alemanas quieren, además hacer llegar su mensaje a un público infantil y escolar (Prueba de ello es, por ejemplo, el cuaderno didáctico presentado anteriormente). Las dos exposiciones alemanas mencionadas, junto con la Fundación María Zambrano, presentan como público objetivo también a los especialistas en la materia.

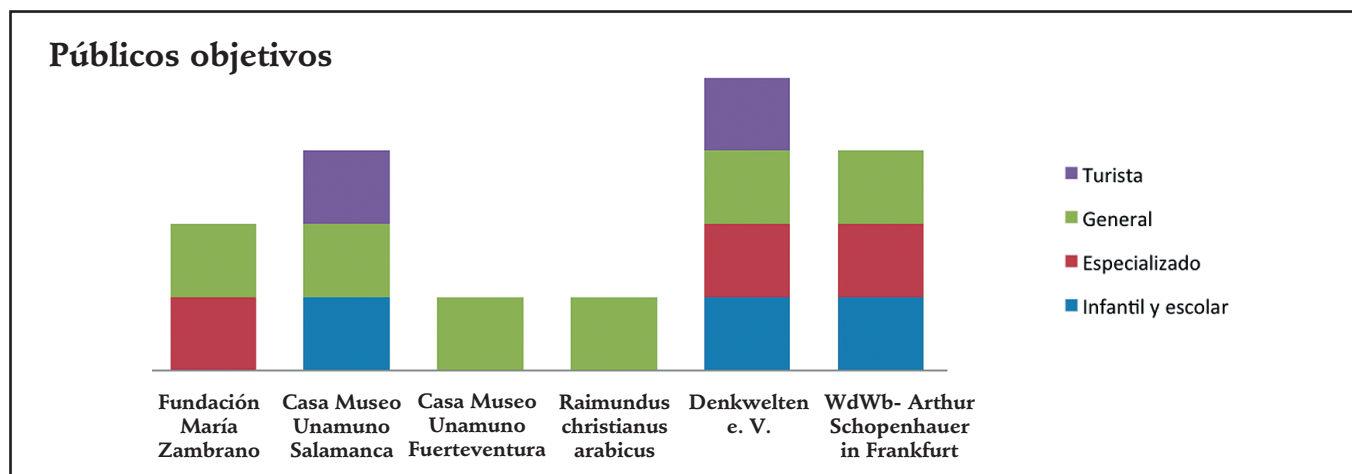
Finalmente, los turistas son considerados público objetivo por *Denkwelten* y la Casa Museo Unamuno de Salamanca. Es de resaltar y contradictorio, no obstante, que las dos exposiciones no ofrecen sus contenidos en otra lengua que no sea la local, hecho que dificulta el acceso al público turista.

Finalmente, en la pregunta 21, respecto qué papel se espera que realice el visitante durante la visita, se confirman las dos tendencias que hemos ido viendo a lo largo del cuestionario. Por un lado nos encontramos con las casas museo y la Fundación María Zambrano que tienen un visitante que juega un papel pasivo, sin interactuar con ninguno de los elementos de la exposición de manera directa. Por otro lado, a las exposiciones itinerantes y en *Denkwelten*, como hemos visto, la situación del visitante es totalmente opuesta, jugando, este, un papel activo y que requiere de su actividad para aprovechar la totalidad de la exposición.

Mediación humana y otros elementos de mediación

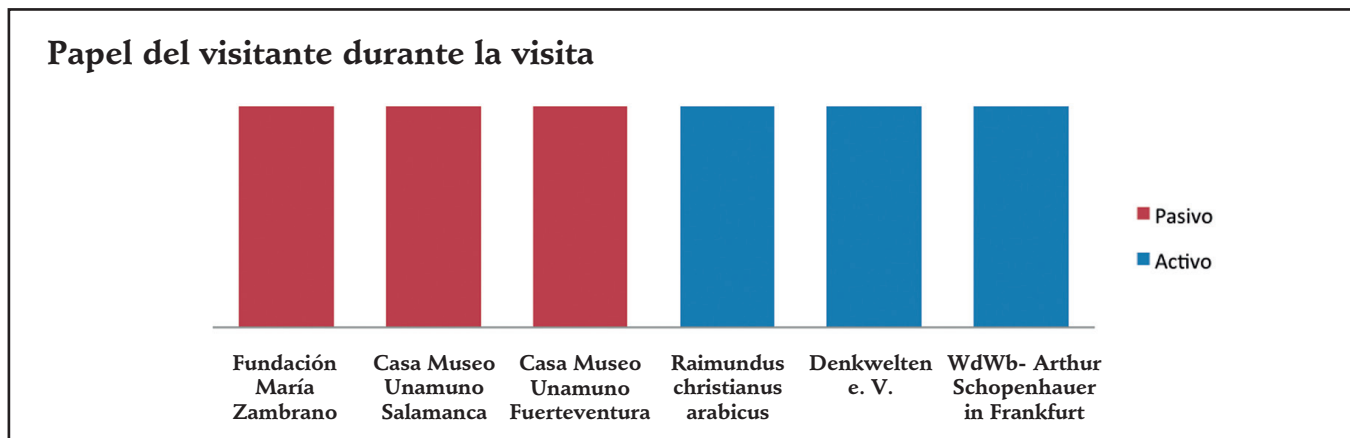
En este punto vamos a describir las respuestas obtenidas a partir del bloque C del cuestionario, mediante el cual se realizó un diagnóstico del uso de la mediación humana y otras herramientas didácticas en estos centros.

Tabla 18 Resultados pregunta 20 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 Resultados pregunta 21 del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

Por lo que respecta a la mediación humana, solo 4 de las 6 exposiciones analizadas ofrecen algún tipo de visita guiada. Estas son: *Denkwelten*, la Casa Museo Unamuno de Salamanca y las dos exposiciones itinerantes. La Fundación María Zambrano y la Casa Museo Unamuno de Fuerteventura no tienen, por lo tanto, ningún servicio de guías que permita ampliar la información que nos ofrece la museografía de estos espacios.

En los cuatro casos en que se ofrecen visitas guiadas, no obstante, éstas toman la forma de visitas guiadas clásicas. Así, no nos encontramos ni con visitas teatralizadas, ni juegos de rol, ni talleres, ni otras formas de mediación humana.

El público mayoritario al cual van dirigidas estas visitas es el general, aunque en distintas ocasiones se contemple también el público infantil y escolar, turistas o público especializado. Las personas encargadas de realizar la visita son, mayoritariamente académicos, excepto en el caso de *Denkwelten* donde las visitas son realizadas por estudiantes. Estos guías, excepto en el caso de la Casa Museo Unamuno de Salamanca donde el guía utiliza un audiovisual como introducción a la visita, no se sirven de ningún material de apoyo para ayudar a hacer más comprensibles sus explicaciones.

Ante la pregunta por la existencia de material de mediación tecnológico como pueden ser aplicaciones móviles o códigos QR, la respuesta fue negativa en todos los casos.

Recopilación y resumen de resultados

En la siguiente Tabla 20 (en la siguiente página) se sintetiza la información recibida a lo largo del cuestionario, de manera que se puedan visualizar las diferentes tendencias identificadas a lo largo de nuestra investigación.

Conclusiones

Análisis de la comunicación museográfica del patrimonio filosófico: una problemática de contenido

■ En nuestra investigación hemos visto como se definían tres grupos diferenciados con, cada uno de ellos, unas características museográficas específicas.

En primer lugar, tenemos el grupo conformado por las casas museo, el mayoritario en el campo de la museografía aplicada al patrimonio filosófico. En estos espacios, el guión museográfico gira alrededor de la biografía del personaje al cual está dedicada y esta es la temática principal del museo. Esto genera, no obstante, una problemática respecto el contenido del museo. ¿Qué es aquello que quiere transmitir realmente una casa museo? ¿Es realmente digna de ser musealizada la vida cotidiana de un filósofo? ¿No sería más adecuado utilizar alguna anécdota relevante de su biografía como excusa para introducirse dentro de su obra?

Aunque, como hemos visto, las casas museo tienen la voluntad de hablar sobre el legado de la persona a la que deben su existencia, utilizan, de cara al visitante, mayoritariamente, una estrategia pedagógica basada en la empatía, pero que no va más allá, ya que le faltan los recursos museográficos necesarios para valorizar la obra filosófica de sus autores en el contexto expositivo.

La propuesta de estas casas museo, aún y utilizar recursos que se pueden emplear en una exposición que cumpla con los cánones de la museografía didáctica, podemos ubicarla dentro de aquello que hemos definido como museografía tradicional. El motivo de esto es que vemos en las casas museo un contenido, la escenografía tradicional de la casa, casi intocable, que ha de hablar por sí mismo (Uccella, 2013). Esta actitud puede considerarse

Tabla 20 Tabla resumen de la investigación

Casas Museo y Fundación María Zambrano	Exposiciones itinerantes Lull – Schopenhauer	Denkwelten e.V.
Guión museológico centrado en el personaje	Guión museológico que entrecruza diversas temáticas	Guión museológico estructurado por ámbitos temáticos o conceptos
Temática principal: biografía de un personaje relevante	Temática principal: aunque estén dedicadas a un personaje concreto, lo tratan desde diversos puntos de vista y, por lo tanto, contienen diferentes temáticas	Temática principal: sistemas filosóficos y períodos históricos de la filosofía
Estrategia didáctica basada, mayoritariamente, en la empatía	La estrategia didáctica combina la empatía con el trato de temas teóricos	Estrategia didáctica totalmente interactiva
Elementos museográficos clásicos (objetos originales, paneles informativos, atrezzo, etc.)	Entre los elementos museográficos encontramos audiovisuales que van más allá de ser meramente introductorios y elementos interactivos	Elementos museográficos que devienen los mismos objetos de la exposición
Definición de la museografía de estas exposiciones: tradicional y didáctica	Definición de la museografía de estas exposiciones: interactiva	Definición de la museografía de estas exposiciones: interactiva
Canal de aprendizaje: visual	Canal de aprendizaje: combinación de los tres (visual, auditivo y cenestésico)	Canal de aprendizaje: cenestésico
Niveles de discurso: medio	Niveles de discurso: medio.	Niveles de discurso: medio
Papel del visitante durante la exposición: pasivo	Papel del visitante a la exposición: activo.	Papel del visitante durante la exposición: activo

Conclusiones del Bloque C

- La figura de la visita guiada no es utilizada mayoritariamente por las casas museo. En cambio si que se utiliza a las exposiciones itinerantes.
- La tipología de visita guiada es siempre clásica.
- El público mayoritario al cual se dirigen las visitas guiadas es el público general.
- El perfil profesional de los mediadores es académico. No encontramos, en ningún caso, la figura del guía profesional.
- No se utiliza material de mediación como apoyo a las visitas.
- No se utiliza ningún tipo de herramienta de mediación tecnológica, hecho que descarta la museografía nómada.

Fuente: Elaboración propia

adecuada cuando estamos hablando de obras de arte, ya que ellas mismas son el patrimonio que vamos a ver cuando entramos en un museo de arte. No obstante, en las casas museo de temática filosófica, el malentendido

reside en que los muebles originales que tocó el filósofo no son aquello que nos mueve a visitar la casa, no son, por si mismos, patrimonio y, mucho menos, tienen alguna conexión con la obra filosófica del autor.

Figura 7 Panorámica de la exhibición “überdacht!” en Marburg



Fuente: Denkwelten e.V. / M. Siegel

Una propuesta mucho más madura la encontramos en el campo de las exposiciones itinerantes. En estos casos, el guión museográfico de la exposición tiene la intención de abordar múltiples temas, una propuesta mucho más coherente con la complejidad propia de abordar una obra filosófica. También vemos como, además de los recursos museográficos básicos, se utilizan elementos interactivos y audiovisuales con la voluntad de hacer más didáctica la experiencia de la visita. Esta variedad de elementos museográficos provoca que los visitantes reciban información por más canales de aprendizaje y, a la vez, adopten un papel más activo durante la visita.

Las dos exposiciones analizadas dentro de este grupo son itinerantes, pueden adoptar, fácilmente, el formato de centro de interpretación. En estas exposiciones vemos como se comprende que el patrimonio filosófico es algo inmaterial y, por lo tanto, desde el campo de la museografía no puede ser transmitido desde las estrategias tradicionales, sino que se hace necesario utilizar los preceptos de la museografía didáctica para sacar a la luz, a la exposición, aquello que queremos poner en valor y transmitir al público.

Precisamente, en esta lucha para definir el contenido museográfico de aquello que es la temática filosófica encontramos la última propuesta, la del grupo *Denkwelten* que, creando la exposición desde cero, intenta musealizar las mismas ideas de la filosofía. Sin duda, el gran valor de *Denkwelten* reside en el esfuerzo académico para definir y dotar de forma a los distintos conceptos filosóficos y transmutarlos a la fisicidad mediante módulos museográficos.

No obstante, como podemos ver en la imagen, ver Figura 7, el entorno didáctico necesario para que una persona lejana al mundo de la filosofía pueda comprender el sentido de estos módulos es escaso y, para una visita autónoma, sería necesario un esfuerzo museográfico que los dotará de un contexto en que su significado fuera inequívoco.

Así pues, por lo que respecta al campo de la museografía, vemos como las exposiciones itinerantes analizadas parecen ser las que generan un producto cultural más amplio y rico, con un guión claro (Llonch & Santacana, 2011), con recursos didácticos adaptados a diferentes públicos y, por lo tanto, capaz de generar una experiencia didáctica exitosa a un número de público más numeroso.

En nuestra investigación nos interesamos, también, por el uso de otros tipos de mediación en estos centros patrimoniales como la mediación humana y la museografía nómada. Es de resaltar que, del grupo de casas museo, solo la Casa Museo Unamuno de Salamanca utiliza la mediación humana. Este fue uno de los centros patrimoniales visitados por el investigador y, sin duda, el hecho que hubiera una persona encargada de guiar la visita mejoraba considerablemente la experiencia. No obstante, ni en la Casa Museo Unamuno de Fuerteventura ni en la Fundación María Zambrano se utiliza la mediación humana.

Si que se utiliza la figura del guía en las exposiciones itinerantes analizadas y en *Denkwelten*. En los cuatro casos, la tipología de la visita guiada es clásica y es realizada por académicos. Cabe decir, no obstante, que esto último puede comportar que, en ocasiones, el mensaje que se comunica pueda resultar demasiado denso, ya que la visita no es efectuada por un profesional de la mediación en espacios patrimoniales sino en ámbitos académicos formales. Este hecho puede ser, también, la causa de que no se utilice material de apoyo para las explicaciones durante estas visitas.

Como nota final a este breve resumen, comprobamos como en ninguno de los casos analizados se utilizaban elementos de mediación tecnológicos.

Así pues, como conclusión a la investigación, vemos que en las casas museo, tipología de centro patrimonial mayoritaria para este tipo de patrimonio (Arcos, 2016), existen unas claras limitaciones de recursos

museográficos para visibilizar y poner en valor el patrimonio que pretenden comunicar. Mediante el análisis de las exposiciones itinerantes y de la propuesta de *Denkwelten*, hemos visto que es posible crear un producto cultural de tipo expositivo que intente solventar, de manera más o menos acertada, esta no-presencia del patrimonio filosófico en los espacios patrimoniales. No obstante, la tendencia general es clara y está formada por casas museo que presentan una museografía tradicional y en las que no se establece un vínculo comunicativo entre el visitante y el patrimonio filosófico. Asimismo, es recomendable investigar y explorar la posibilidad de llevar a cabo proyectos educativo patrimoniales en el campo de la filosofía que utilicen los recursos ofrecidos por el m-learning, dada la actual inexistencia de productos en este sentido.

Bosquejo de un listado de buenas prácticas para la creación de exposiciones dedicadas al patrimonio filosófico

Una vez hemos identificado, como resultado de nuestra investigación, una problemática común generalizada a la hora de poner en valor el patrimonio filosófico que consiste en no identificar correctamente donde reside el valor del patrimonio filosófico y, por lo tanto, no hacer visible para el visitante la riqueza de este patrimonio, vamos a bosquejar un listado de buenas prácticas a tener en cuenta a la hora de realizar una intervención museográfica dedicada al patrimonio filosófico.

- Definir y concretar aquella faceta del patrimonio filosófico que se quiere poner en valor. A la hora de crear una exposición de temática filosófica, tendremos que determinar, exactamente, en qué queremos focalizar nuestro mensaje. Existen diversas perspectivas sobre el patrimonio filosófico útiles para construir guiones productos culturales aptos para el turismo cultural (Arcos, 2016). El objetivo es crear un mensaje conciso y concreto que hacer llegar al público.
- Evitar, en la medida de lo posible, el abuso de tecnicismos propios del mundo académico de la filosofía y intentar, siempre, utilizar textos, audios y otros recursos comprensibles por un público amplio. El mensaje, no obstante, deberá conservar el máximo rigor científico.
- Tener clara la naturaleza inmaterial del patrimonio filosófico. Esto es, utilizar los objetos de la exposición con el objetivo de que den apoyo al mensaje que estructura la exposición y no colocar en ellos el peso de la exposición.
- Utilizar recursos museográficos para contextualizar aquello que queremos explicar y, asegurarnos, así, que se puede establecer un vínculo comunicativo con el público.

Este listado está basado y contiene, en sí mismo, los principios de la museografía didáctica, esto es, buscar un terreno común entre la exposición y el público, construir un guión claro, ordenar la exposición alrededor de este y no someter el mensaje al diseño estético de la exposición (Llonch & Santacana, 2011).

Motivo de ello es que, desde esta investigación defendemos que el marco teórico y el abanico de herramientas que pone a nuestra disposición la museografía didáctica es el contexto idóneo para la aparición de la filosofía en el discurso expositivo, ya que, dada la inmaterialidad de esta, es condición de posibilidad para la aparición de la misma en un contexto como el expositivo, que no se someta a las restricciones de los objetos (Sola, 1987) y que busque los recursos más idóneos en cada momento para que el visitante pueda recibir un mensaje coherente, sólido y capaz de transmitir un patrimonio cultural que, en ocasiones, dada su intangibilidad y complejidad, es infrarrepresentado en el ámbito cultural y sometido a una invisibilidad social.

Referencias

- Arcos, J. (2016). Turismo cultural y patrimonio filosófico: un estado de la cuestión. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, II (3), 41-62.
- Ballart, J., & Tresserras, J. J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.
- Coma, L., & Santacana, J. (2010). *Ciudad educadora y patrimonio. Cookbook of heritage*. Gijón: Trea.
- Coma, L., Llonch, N., & Santacana, J. (2014). ¿La escuela y el museo contra el futuro? En L. Coma, & J. Santacana, *El m-learning y la educación patrimonial* (págs. 37-47). Gijón: Trea.
- Izuzquiza, I. (1999). Enseñar filosofía en tiempos de reforma: una escuela de sensibilidad. *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*. n. 20, 41-50.
- Llonch, N., & Santacana, J. (2011). *Claves de la museografía didáctica*. Lleida: Milenio.
- Morère Molinero, N., & Perelló Oliver, S. (2013). *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.
- Sola, T. (1987). Concepto y naturaleza de la museología. *Museum*, no 153, 45-49.
- Uccella, F. (2013). *Manual de patrimonio literario*. Gijón: Trea.

UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. París.

Nota biográfica

■ Licenciado en Filosofía por la Universidad de Barcelona y Máster en Innovación de la Gestión Turística, en la especialidad en Gestión del Patrimonio Cultural y Natural, por la Escuela Universitaria CETT-UB.

Actualmente desarrolla su actividad laboral como docente en este centro, así como investigador dentro del marco de la Cátedra de Turismo, Hotelería y Gastronomía CETT-UB. Sus ámbitos de investigación comprenden, como temas principales, el turismo cultural y las estrategias para la puesta en valor del patrimonio, especialmente en lo referente al patrimonio literario y filosófico.

Datos de contacto

Jordi Arcos Pumarola
Escola Universitària d'Hoteleria i Turisme
CETT – UB
Email: Jordi.arcos@cett.cat