

# El nuevo Museo Arqueológico Nacional, a la búsqueda de nuevos públicos

Andrés Carretero Pérez  
Museo Arqueológico Nacional,  
Madrid

Andrés Carretero Pérez, miembro del Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos, es actualmente director del Museo Arqueológico Nacional. Con anterioridad ha dirigido el Museo del Traje y el Museo Nacional de Antropología (Museo del Pueblo Español), además de haber ejercido como Director de Museos Estatales del Ministerio de Cultura y Subdirector General de Museos y Exposiciones de la Comunidad de Madrid.

andres.carretero@mecd.es

**Resumen:** El Museo Arqueológico Nacional ha renovado su imagen física y expositiva teniendo como principal meta de la reforma un acercamiento a sus usuarios y la ampliación de los perfiles de sus visitantes tradicionales. El texto, fuera de cualquier perspectiva teórica, revisa algunas de las actuaciones emprendidas.

**Palabras clave:** Renovación expositiva, Rehabilitación arquitectónica, Exposición comunicativa, Accesibilidad, Museo Arqueológico Nacional.

**Abstract:** The Museo Arqueológico Nacional has updated its image and exhibits in a renovation project whose primary aim is to make the museum more accessible to users and broaden the profile of the traditional target visitor. Quite apart from any theoretical perspective, this article focuses on some of the initiatives undertaken.

**Keywords:** Exhibition renovation, Architectural renovation, Communicative exhibition, Accessibility, Museo Arqueológico Nacional.

Entre 2008 y 2014 el Museo Arqueológico Nacional ha sido objeto de una profunda remodelación, seguramente la más intensa de toda su historia. Y desde luego la reforma que ha contado con

mayor número de profesionales implicados, de las más diversas especialidades, y tanto empleados públicos como de empresas privadas, en una simbiosis efectiva.

El Museo está preparando diversas publicaciones, entre ellas un número monográfico de su boletín, que presentarán la operación desde diferentes puntos de vista. En esta ocasión quiero centrarme en el comentario de la reflexión, a menudo implícita, no verbalizada, que sobre el público incluye el proyecto.

Puede parecer obvio hoy en día decir que un museo está destinado a sus visitantes y usuarios, pero en perspectiva histórica la aplicación práctica de esa idea ha sido lenta y podemos considerarla reciente.

De hecho, el MAN anterior a la actual reforma es en gran medida un museo “pre-público”, un centro que apenas contaba con servicios específicos dedicados a los usuarios más allá de la propia exposición, y no por un problema particular de la institución. Al final de la década de 1960 e inicio de la de 1970 cuando, con Martín Almagro Basch como director, se realiza la anterior gran reforma del museo, que ha servido de modelo museográfico a una amplia red de museos arqueológicos, la práctica museística en España era todavía (con las excepciones que se quiera apuntar) muy simple. Apenas se hacían exposiciones temporales, las tiendas o



Figura 1. "España, un gran yacimiento".  
Foto: Luis Asin.

cafeterías no tenían presencia habitual, ni siquiera los talleres, visitas guiadas o actividades escolares eran usuales. ICOM estaba definiendo todavía la existencia, organización y funciones de los departamentos de Educación y Acción Cultural. Aunque después el MAN contaría con uno de los primeros DEAC de los museos españoles, muchas de las decisiones que se tomaron previamente (en espacios, discurso, organización interna...) influyeron en su capacidad de actuación y sus posibilidades de desarrollo a lo largo de los años.

Por otra parte, los museos históricos, y en particular los museos arqueológicos, siempre vinculados a la investigación, han tenido sempiternas dificultades para establecer los códigos de la transmisión y difusión de sus contenidos científicos, para comunicarse con el público. A diferencia de los museos de contenido más artístico o estético, que han adquirido fama de ser más "fáciles" apelando a la sensibilidad del espectador frente a la obra de arte sin más explicaciones interpuestas que una simple cartela descriptiva, dando por supuesta una empatía del usuario con

la obra maestra, los museos de contenido histórico, cronológico, y en general todos aquellos que exponen objetos "cotidianos", es decir, objetos no concebidos originariamente como expresión artística, sino con finalidad práctica, y necesitan apoyar la exhibición de tales objetos con informaciones contextuales (procedentes de la investigación) para que sean comprensibles, para acceder a su significado histórico o cultural, son el paradigma del museo aburrido, cansado para el espectador, siempre llenos de largos carteles con textos no siempre accesibles a los conocimientos previos de la mayor parte de los visitantes: el museo erudito.

Si revisamos los escasos estudios de público que se han realizado en el Museo Arqueológico Nacional, encontramos que, en 1997-1998 (García Blanco *et alii*, 2002), el 53 % de los visitantes eran titulados superiores o doctores, y el 30,7 % tenían como mínimo un nivel de enseñanza secundaria. Sólo un 16,3 % tenían estudios elementales o no tenían estudios. Es decir, estamos ante unos visitantes de nivel educativo "alto-medio", y en su mayor parte relacionados con las Humanidades

El equipo ha tenido claro todo el tiempo que, sin vulgarizar, sin simplificar, debía potenciarse de manera genérica el interés por acudir al museo y facilitar el acceso a la información y al aprendizaje de los contenidos de la exposición

<sup>1</sup> Realizado sobre la exposición temporal *Tesoros del Museo Arqueológico Nacional* que acompañó al inicio de las obras de rehabilitación entre mayo de 2008 y julio de 2011. La meta de esta exposición, que reunía los 388 objetos o conjuntos más significativos de la colección en una superficie cercana a los 1000 metros cuadrados, era evitar que el Museo estuviera demasiado tiempo alejado del público y durante tres años convivió con la actividad constructiva (y con sus ruidos en muchos casos) con un éxito llamativo, llegando a alcanzar los 150 000 visitantes anuales, por lo que la amplitud de la muestra no es muy diferente del anterior estudio.

y Ciencias Sociales, es decir, las áreas de conocimiento más cercanas a la temática del Museo. Y en este colectivo existe una gran fidelidad al Museo: un 48 % por ciento de los encuestados repite visita al Museo, y de ellos más de la mitad lo han hecho en el último año, es decir, nos encontramos ante auténticos asiduos o visitantes fidelizados.

Estos resultados pueden parecer llamativos, aunque no se alejan demasiado de los que obtenemos en otros museos de la muestra de aquel estudio, pero si nos remitimos al análisis de 2008-2009<sup>1</sup> (*Conociendo a nuestros visitantes...*, 2011) comprobamos que la distancia se agranda: el número de licenciados universitarios y doctores o equivalentes sube al 69,7 % de los usuarios, el 25 % tienen estudios medios, y sólo el 4,4 % estudios elementales o sin estudios.

Teniendo en cuenta que en estas fechas, según el Instituto Nacional de Estadística, tan sólo el 22,8 % de la pobla-

ción española tenía estudios superiores (y a ese segmento pertenece el 69,7 % de nuestros visitantes), mientras que el 31,8 % tenía estudios elementales o no tenían estudios (grupo al que sólo pertenece el 4,4 % de nuestros visitantes), detectamos rápidamente la sobreabundancia de usuarios con estudios frente a la ausencia de quienes carecen de ellos.

Remito a los interesados a las publicaciones correspondientes para más detalles. No nos hace falta ahora profundizar en los datos para señalar que la mayor parte de nuestros visitantes procedían de un segmento reducido de la población. La mayor parte del público potencial quedaba fuera del área de acción del Museo.

Esta situación no podía dejar de ser objeto de reflexión en la reciente remodelación del Museo. Si el destinatario de la actuación del Museo es su público, debíamos facilitar la tarea todo lo posible para atraer al mayor número de segmentos posible, para que nadie

Figura 2. "Orígenes". Foto: Doctor Sombra.



se sintiera excluido, para dar una oportunidad al “público general”. Aunque lamentablemente no se han podido realizar evaluaciones previas ni formativas a lo largo del proceso, el equipo ha tenido claro todo el tiempo que, sin vulgarizar, sin simplificar, debía potenciarse de manera genérica el interés por acudir al Museo y facilitar el acceso a la información y al aprendizaje de los contenidos de la exposición. Y para ello debíamos tratar de compatibilizar las necesidades de los numerosos niveles de escolares de enseñanza reglada, de 6 a 16 años, el variado abanico cultural del público adulto y los intereses de los visitantes internacionales, muy abundantes en la ciudad y cuyo interés por la historia española suele ser muy relativo, buscando más la contemplación esteticista que el aprendizaje propiamente dicho.

Repasemos algunas de las acciones emprendidas:

En estrecha relación con la reforma propiamente arquitectónica se ha replanteado la **utilización de los espacios** y la incorporación y/o **mejora de servicios generales** del Museo. La renovación ha permitido crecer unos 4 000 metros cuadrados, y la mayor parte se han destinado a funciones relacionadas de manera directa con el público: incremento de la superficie de la exposición permanente (2 300 m<sup>2</sup>), dotación de una sala de exposiciones temporales (639 m<sup>2</sup>), sala de actividades didácticas (150 m<sup>2</sup>), salón de actos y sala de conferencias (de 362 a 637 m<sup>2</sup>), biblioteca (de 750 a 1330 m<sup>2</sup>), cafetería (238 m<sup>2</sup>), ampliación del espacio de la tienda (de 55 a 158 m<sup>2</sup>). Los espacios internos, salvo pequeñas excepciones, apenas han variado su superficie, aunque sí su posición dentro del inmueble, ya que se ha tratado de agrupar, de dar continuidad, a las áreas públicas.

Segunda consideración ha sido la propia **reordenación del discurso ex-**

La renovación ha permitido crecer unos 4 000 metros cuadrados, y la mayor parte se han destinado a funciones relacionadas de manera directa con el público

Figura 3. “El universo paleolítico”. Foto: Mika Cartier.



<sup>2</sup> Respondiendo a la clásica pregunta de dónde acaba un museo arqueológico, de hasta dónde abarcamos cronológicamente en la exposición, se ha decidido obviar esos límites tradicionales que sitúan “el fin de la Arqueología” en la Edad Media, sea en su comienzo o su final, y hemos decidido prolongar la cronología, ya que ningún momento histórico escapa hoy a la metodología arqueológica, y hemos llevado la exposición hasta una fecha significativa para el propio Museo: 1867, año de creación de la institución por Isabel II. Ciertamente muchos de los objetos que se exponen en las salas de Edad Media y Edad Moderna no tienen un origen arqueológico, pero tampoco lo tienen muchos de los elementos de apoyo que se usan en la exposición de otros períodos históricos o contextos culturales. El MAN se plantea como un museo histórico y el adjetivo de su nombre debe ser interpretado en clave del siglo XIX, más con la idea de “antigüedades” que con el sentido que actualmente asignamos a lo “arqueológico”. No tendría sentido plantearse un museo disciplinar en el que sólo pudiéramos narrar la parte del pasado conocida “con metodología arqueológica”.

**positivo** para facilitar la comprensión del mismo por los visitantes. En el antiguo montaje, el acceso al Museo por la escalinata central generaba un recorrido en gran medida radial, en cierto modo desordenado, poco acorde con la secuencia “lineal” del discurso cronológico, y la amalgama de la cronología de la historia de España con las secuencias cronológicas de Egipto, Grecia, Etruria... generaban cierta confusión en los usuarios.

La decisión de situar la entrada principal de los visitantes en el ala sur del edificio, para facilitar la accesibilidad física mediante rampas, y la utilización de los dos patios del inmueble como núcleos de comunicación vertical, ha permitido reordenar los recorridos, facilitando tanto la percepción de linealidad cronológica como el acceso rápido a cada uno de los períodos o contextos culturales en caso de visita monográfica.

El **discurso general**, “recomendado” para la visita al Museo, se ha estructurado jerárquicamente en:

- Áreas temáticas (3)
  - Módulos expositivos (14)
    - Unidades temáticas (67)
      - Unidades expositivas (229)

Las **áreas temáticas (AT)** son tres:

- *Arqueología y patrimonio*, introducción a los contenidos del Museo, con vitrinas que muestran los materiales básicos de nuestras colecciones (arcilla cocida, piedra y metal) y su amplio arco cronológico, dos grandes audiovisuales multipantalla que nos hablan del desarrollo cultural humano (“Espacios, tiempos y culturas”), de la Arqueología como ciencia y su proyección social (“La Arqueología, una ciencia para conocernos”), y otro final (“España, un gran yacimiento”) que sintetiza, con imágenes de yacimientos o monumentos, abundante cartografía histórica y un mínimo de información textual, el desarrollo cultural de la actual España.
- *España, lugar de encuentros culturales*, que supone un largo recorrido, que ocupa más de dos tercios del total de la exposición, por la historia del territorio de la actual España, desde la hominización hasta el siglo XIX<sup>2</sup>. Si el visitante sigue el periplo cronológico recomendado obtiene una visión diacrónica, una larga secuencia desde el Paleolítico a Isabel II, que le permite analizar cómo ha ido variando la configuración cultural y política de la ac-



Figura 4. Escultura Ibérica. Foto: Luis Asin.

tual España a lo largo del tiempo, y la larga serie de “encuentros culturales” de tal proceso histórico.

– *De gabinete a museo*, la tercera gran área, recoge aquellas colecciones que no se vinculan directamente a la historia española, pero están relacionadas con la historia del Museo por diversas causas: tras una breve historia de la institución (*Donde habita nuestro pasado*), a la que se asocia la explicación de la presencia de colecciones de culturas circunmediterráneas, varias salas “geográficas” hablan de las culturas de Oriente Próximo Antiguo, Egipto, Nubia y Grecia, para acabar con un área monográfica dedicada a la moneda y su significado cultural, primera vez que el Museo expone la moneda desde una perspectiva distinta de la simple numismática histórica descriptiva.

Estas áreas temáticas, organizativas, en muchos casos no percibidas por el visitante, se subdividen en **módulos expositivos (ME)**, de contenido básicamente cronológico en la segunda área (*El universo Paleolítico, Paisajes y sociedades de la Prehistoria reciente, Las novedades del Primer Milenio a. C., La formación de los pueblos prerromanos, Iberia: mosaico cultural, Hispania romana, Antigüedad Tardía, Mundo medieval, Edad Moderna*), y geográfico-cultural en *De gabinete a Museo (Donde habita nuestro pasado, Oriente Próximo Antiguo, El Nilo: Egipto y Nubia, Grecia, La moneda, algo más que dinero)*. Son estos catorce módulos los que el público reconoce como ordenación básica de la exposición, los que aparecen expresamente en los directorios, marcan con sus colores de identificación los planos de salas, etc.

Figura 5. “Las poblaciones ibéricas”. Foto: Doctor Sombra.





Figura 6. "Grecia". Foto: Gabriel López Pérez.

¿Cuántos objetos son necesarios para transmitir el amplio índice de nuestra exposición, para cubrir los cerca de 10.000 metros cuadrados de las salas? El Museo expone unos 13.000 objetos, una mínima parte de su fondo general

A su vez, cada uno de los módulos expositivos, de temática amplísima, se subdivide en **unidades temáticas (UT)** que definen los contenidos básicos que interesa transmitir. Por ejemplo, el ME Iberia, mosaico cultural se subdivide en las unidades: *Territorio e identidad, Las poblaciones ibéricas, Los pueblos celtas, Asentamiento y estabilidad de las poblaciones púnicas, La cultura talayótica, y De Iberia a Hispania;* o *La moneda, algo más que dinero* tiene las siguientes unidades temáticas: *Dinero y moneda, Dinero sin moneda, Imagen y moneda, ¿Cómo se fabrica la moneda?, Pesar y contar, Billetes y bancos, ¿Cómo se estudian las monedas?*

Y cada unidad temática desciende a los detalles de aspectos puntuales, lo que hemos llamado **unidades expositivas (UE)**. Otro ejemplo, la UT Reinos cristianos (del ME Mundo medieval) se subdivide en asuntos tales como *De reductos a centros de poder, Señores vasallos y hombres libres, Configuración de la ciudad medieval, El triunfo de las imágenes: iglesias y catedrales, Mundo funerario y Una nueva apertura a Europa,* que tratan de sintetizar las características básicas de

la cultura medieval cristiana; o la UT El mundo funerario egipcio incluye las UE *Las necrópolis egipcias, Imágenes y textos funerarios, Rituales funerarios, El dominio del difunto. La cámara sepulcral, La supervivencia del difunto.*

Estamos ante una división conceptual, una jerarquía que no pretende una descripción plana y exhaustiva, estilo manual, de los hechos históricos, sino en la que se han seleccionado aquellos rasgos o fenómenos que, dentro de cada nivel, se consideran esenciales para que el visitante pueda conocer las transformaciones más significativas de cada etapa sin verse abrumado por los datos.

Esa división tampoco trasciende a un equilibrio espacial o de volumen de colecciones o información. Cada unidad utiliza el espacio expositivo necesario, variable, 1500 m<sup>2</sup> en los módulos de Prehistoria, 900 en los de Hispania romana, por ejemplo. Con bastante frecuencia una unidad expositiva coincide con una vitrina o soporte expositivo, aunque una sola unidad puede englobar varias vitrinas y (más raramente) viceversa.



Figura 7. "Grecia" Foto: Fernando Velasco Mora.

Llegados al momento de la traslación de estas ideas a la materialidad expositiva, el primer factor son las **coleccionables**. ¿Cuántos objetos son necesarios para transmitir el amplio índice de nuestra exposición, para cubrir los cerca de 10 000 metros cuadrados de las salas? El Museo expone unos 13 000 objetos, una mínima parte de su fondo general. Algunos visitantes dicen que son pocos, echan de menos algunas piezas de la antigua exposición o les gustaría ver muchas más; otros visitantes ven un gran abigarramiento en muchas salas... Hemos intentado que fueran los menos posibles, muchos menos que en el anterior montaje, evitando las grandes tipologías o la reiteración de tipos de objetos similares, salvo cuando escenográficamente resultaba adecuado para facilitar la comprensión de los contextos arqueológicos o históricos. Si un objeto explica un concepto es suficiente.

Es bien sabido que desde la transferencia de las competencias en materia de Arqueología a las Comunidades Autónomas apenas ingresan nuevas colecciones en el Museo Arqueológico Nacional, salvo por ocasionales compras. La colección

del Museo es básicamente suficiente para el discurso establecido, pero cuando ha parecido necesario para documentar nuevos hallazgos o interpretaciones se ha recurrido a depósitos de un buen número de instituciones que, de manera generalizada, han colaborado gentilmente o, sin miedo, a la fabricación de réplicas de elementos únicos (como puedan ser los huesos del "niño de la Gran Dolina" de Atapuerca). El apoyo explicativo a estas colecciones incluye un buen número de recursos difíciles de priorizar, ya que cada uno tiene su cometido o utilidad particular. Podemos comenzar el comentario por las **ilustraciones**, por el acompañamiento de imágenes, desde los pequeños dibujos a línea que se integran en las cartelas para dar indicaciones del uso, la decoración o las transcripciones de los objetos, hasta los paneles, a veces de varios metros cuadrados, que cubren grandes superficies en las unidades contextualizando acciones, ecosistemas, paisajes, viviendas, tipos físicos, etc. Sin duda, una imagen vale más que mil palabras y es una forma mucho más adecuada de acceder a la ampliación de información que un texto.



Hemos intentado evitar que el territorio estuviera ausente de la exposición como ocurre a menudo. Los mapas son un apoyo constante en casi todas las unidades expositivas

Figura 8. Grecia, visión general.

Foto: Gabriel López

Figura 9 (página siguiente). "Hispania romana".

Foto: Luis Asin.

El estilo, tamaño y contenido de las ilustraciones varía a lo largo de la exposición para evitar la monotonía, siendo más grandes y abundantes cuanto más nos alejamos en el tiempo; y el trabajo lo han realizado cuatro equipos diferentes de ilustradores, especializados en distintas técnicas y estilos. Un tipo particular de ilustración es la **cartografía**. Hemos intentado evitar que el territorio estuviera ausente de la exposición como ocurre a menudo. Los mapas son un apoyo constante en casi todas las unidades expositivas, mostrando la distribución o el movimiento de los fenómenos culturales representados, desde *mapas mundi* a detalles de pequeñas regiones: ¿qué rutas mediterráneas siguieron los colonizadores fenicios y griegos?, ¿de qué zona provienen los verracos?, ¿qué área geográfica abarcaba la cultura ibérica?, ¿dónde se situaba la provincia bizantina de Spania?, ¿cuál era la ruta del galeón de Manila?... A diferencia de las ilustraciones contextuales, hemos intentado que la cartografía, variando en colores y signos de leyenda según las necesidades, tuviera una misma apariencia estética, fuera reconocible de manera inmediata para el visitante en cualquier punto de la exposición.

Un recurso mucho menos utilizado han sido las **escenografías y maquetas**, las primeras utilizadas casi siempre para la reconstrucción de contextos funerarios, las segundas para elementos arquitectónicos o recreaciones topográficas de la ubicación en el territorio de poblados o ciudades. Aún más excepcionales son las recreaciones realistas de tipos humanos, que solo se ha utilizado para mostrar dos especies *presapiens*: el *Homo ergaster* ("niño de Turkana") y una mujer *neanderthal* de la Cueva del Sidrón. Si el sistema es eficaz para transmitir información, resulta claramente artificial, ya que el público sabe que no existen en la realidad tales tipos, que son reconstrucciones, recreaciones a partir de los huesos hallados y los análisis posibles, y los percibe como entes imaginarios. En consecuencia ha parecido conveniente limitar la utilización de todos estos recursos escenográficos, demasiado "teatrales".

Más eficaz, quizás porque vivimos en una sociedad cada vez más "visual", es el recurso a las proyecciones audiovisuales. Como he señalado anteriormente (Carretero, 2013) el audiovisual, estático, de duración predeterminada y discurso





imprevisible para el espectador, que le obliga a mantenerse quieto en un lugar durante la visualización, tiene difícil encaje en el recorrido expositivo, que es “la contemplación en movimiento”. Si, suplementariamente, tratamos de dar un aspecto realista a la información histórica, con imágenes reales de los yacimientos o monumentos, actores disfrazados de magdalenenses, celtas o soldados

romanos, sólo conseguiremos un efecto teatral como el de las escenografías y, por el propio *atrezzo* y técnicas de realización, las filmaciones envejecerán rápidamente.

Llevando un camino diferente, en nuestros audiovisuales sólo aparecen personajes reales cuando hablamos desde el presente en tono documental (investigadores que explican pro-

Figura 10. “Edad Media”. Al-Andalus.  
Foto: Luis Asin



yectos, arqueólogos en acción...) o se realiza alguna recreación intencionada (simulación de una primitiva fundición de cobre, p.e.). En el resto hemos recurrido a una combinación de imágenes fijas, generalmente dibujos, con movimientos de cámara sobre las ilustraciones que muestran las acciones deseadas, imágenes en 3D o navegaciones aéreas sobre el territorio recreado, e incluso dibujos animados propiamente dichos, que dan un aspecto más atemporal al material.

Los contenidos de los audiovisuales son muy variados según el contexto histórico o cultural: la recreación de un poblado del Bronce final, la exploración fenicia del Mediterráneo, la religiosidad céltica, la arquitectura romana, la vuelta al día del dios Ra llevando las almas de los muertos a su juicio o la mitología griega vista por Hesiodo...

En muchas filmaciones, para ayudar mejor a su contextualización, se ha utilizado la estética, el estilo creativo de cada uno de los momentos históricos, creando animaciones que dan vida a sus figuras estáticas, de modo que el audiovisual sobre la navegación fenicia parte de los relieves del palacio de la ciudad de Dur Sharrukin (actual Khor-sabad, Irak), el dios Ra y toda la narración está tomada de la decoración de un sarcófago de la exposición, y las figuras de la religiosidad celta surgen de la decoración de las propias cerámicas celtibéricas. Una serie particular de audiovisuales son los que hemos llamado "prólogos", cinco proyecciones situadas en el inicio de los grandes bloques del recorrido cronológico (Prehistoria, Protohistoria, Hispania romana, Antigüedad Tardía-Edad Media y Edad Moderna) que, en cuatro minutos, sintetizan la evolución cultural que el espectador podrá contemplar en las salas que siguen, por lo que sirven de introducción y de ordenación del recorrido.

Como en el caso de las ilustraciones, para evitar la monotonía, cuatro empresas audiovisuales se han repartido la realización de los diferentes "estilos" de producción. Hemos llegado por fin a los textos. La idea (y parece que ha funcio-

nado) era que la **información textual** no resultara agobiante por su abundancia o tamaño, y que el visitante, después de ver las piezas, recorra ilustraciones, mapas, audiovisuales, etc., antes de preguntarse qué más información hay sobre el asunto en cuestión y se interese por leer.

Como en la jerarquía expositiva, existe una jerarquía textual, que incluye:

- Áreas temáticas [sólo título]
- Módulos expositivos (150 palabras)
- Unidades temáticas (120 palabras)
- Unidades expositivas (120 palabras)
- Conjunto de objetos (450 caracteres / 72 palabras + descripción de objetos)
- Objeto con cartela de pieza destacada (450 caracteres / 72 palabras)
- Objeto con cartela interpretativa (250 caracteres / 40 palabras)
- Objeto con cartela descriptiva (variable, pero siempre menor que el nivel superior).

La redacción se ajustó a unas normas de estilo comunes para todos los autores, algunas indicaciones básicas de redacción y contenidos (como por ejemplo reducir al mínimo la descripción de elementos observables por el espectador en el propio objeto, evitar el uso de términos en lenguas clásicas y en general distintas del castellano e inglés de referencia), cada nivel de texto se sometió a unas extensiones máximas y cada uno de los textos generados por los departamentos científicos fue leído y revisado por varias personas, muchas de ellas ajenas al propio proceso de creación de la museografía para asegurar su comprensión por colectivos no familiarizados con la terminología histórica y sociológica.

Los textos suelen encontrarse en posiciones secundarias dentro del montaje y con tamaños de letra (lamentándolo en algunos casos) que tratan de evitar que la cartela pese más que el objeto al que acompaña o que el texto de unidad

Más eficaz, quizás porque vivimos en una sociedad cada vez más "visual", es el recurso a las proyecciones audiovisuales

expositiva se convierta en el elemento más visible de la vitrina...<sup>3</sup>

A pesar de estas restricciones autoimpuestas, en una exposición tan grande hay muchas, muchas palabras: 446 983 para ser exactos, es decir, unas 800 páginas de procesador de texto, un auténtico manual de historia.

En esas normas de escritura y revisión de textos, como en el resto de los recursos expositivos, se ha prestado un cuidado permanente a la evitación del sexismo en el lenguaje o en las representaciones gráficas. Por lo demás no puede hablarse de un discurso de género, salvo en casos específicos muy evidentes históricamente, como la Grecia clásica (Cabrera, 2014), pero el nivel de reconocimiento que el Museo presta a la mujer en la historia le sitúa en “las mejores posiciones” de los montajes recientes de museos arqueológicos (Querol, 2014; Querol y Hornos, en prensa).

No hemos aspirado en ningún momento a que los usuarios lean al completo ese volumen de texto. Para simplificar la tarea se ha editado una **guía** (en español, francés e inglés) que, en 138 páginas profusamente ilustradas, sintetiza el discurso de la exposición en breves capítulos. Pero en todo caso, sabedores de que, una buena parte del público no es amigo de la lectura, hemos completado la narración con guías multimedia.

Las **guías multimedia**<sup>4</sup>, herederas de las tradicionales audioguías, permiten añadir a la locución imágenes, fijas, en secuencia o en video, que ayudan a mejorar la explicación sobre contextos u bienes culturales particulares. En nuestro caso, hasta el momento se han incluido unas 300 entradas, de alrededor de dos minutos de duración, distribuidas de manera más o menos uniforme a lo largo de toda la exposición, lo que supone ¡10 horas de locución! y provee de una visión exhaustiva de los muchos aspectos tratados en la exposición, en un “concentrado extra” generado por la acción conjunta de los departamentos científicos y el Departamento de Difusión.

Estas locuciones, y las que se incorporen en el futuro, permiten ade-

más generar visitas guiadas o temáticas (“Esenciales”, “33 imprescindibles”, “Arqueología de la muerte”...) que ayudan en la visita a quienes buscan temas específicos o disponen de un tiempo limitado para el recorrido.

Las pantallas completan los datos con videos, imágenes de las salas dirigiendo la atención del usuario hacia las vitrinas u objetos reseñados en cada momento, pero también permite insertar subtítulos en diversos idiomas y videos en Lengua de Signos Española (LSE) para las personas con discapacidades auditivas, al igual que los audiovisuales y áreas públicas cuentan con bucles magnéticos.

Actualización inevitable en los tiempos en que todos manejamos un *Smartphone*, las guías multimedia se pueden alquilar en tabletas en la tienda del Museo, pero también pueden descargarse directamente a los teléfonos personales, sea desde la red WiFi del Museo o, por medio de la conexión de datos de cada dispositivo, desde un servidor externo, de modo que es posible venir con la visita organizada y “escuchada” desde casa.

Y en fin, para quienes se ven obligados a sustituir la visión por el tacto, o para quienes tienen el gusto de tocar, se han instalado a lo largo del recorrido un total de 17 **estaciones táctiles** con reproducciones y relieves que, abordando temas puntuales, tratan de ofrecer información histórica básica de cada momento histórico (las herramientas paleolíticas, la aparición de la cerámica o de los metales, la arquitectura medieval, la escritura en Oriente Próximo y Egipto...). Ante la ineficacia de grandes textos en lenguaje braille, estas estaciones cuentan con sus propias audiodescripciones, incluidas en las guías multimedia, y elaboradas con los técnicos de la ONCE para, aprovechando su experiencia, mejorar al máximo su eficacia.

Por último, por más que se intente establecer un discurso “neutro”, “intermedio”, “accesible”, “general”, “asequible”, “fácilmente comprensible”, etc., es difícil interesar a todos los segmentos de público por igual, por lo que trata-

<sup>3</sup> Lo cual no siempre ha sido fácil de resolver gráficamente si tenemos en cuenta que la exposición del Museo ha pasado a ser bilingüe, y todos los textos de sala (como los subtítulos de los audiovisuales, la señalética o los planos de mano) se ofrecen en español y en inglés para facilitar la accesibilidad a los usuarios extranjeros.

<sup>4</sup> No podemos dejar de citar la colaboración desinteresada, en el desarrollo de las guías multimedia, de la Fundación Orange, ONCE y CNSE. Con sus aportaciones económicas, de trabajo o apoyo técnico han sumado sus fuerzas a las del equipo del Museo para mejorar la accesibilidad de muchos colectivos.

mos de completar la visita con **actividades** en las propias salas destinadas a usuarios con intereses diversos: piezas del mes, visitas guiadas en *Tardes en el museo*, recorridos didácticos para escolares (dirigidos por voluntarios), visitas temáticas, visitas-taller para familias... Con esta planificación de atención a los destinatarios se realizó la museografía, en un lento trabajo que nos ha llevado más de tres años, pero que se ha visto recompensado por una masiva afluencia de usuarios tras la reapertura.

Si el Museo Arqueológico Nacional apenas alcanzaba los 200 000 visitantes anuales antes de la reforma, en los primeros seis meses de apertura ha llegado al medio millón, sin especiales campañas publicitarias, para las que no había presupuestado, pero con una buena acogida en los medios de comunicación y un continuo boca a boca que va pasando la noticia de un visitante a otros futuros; con expresiones de satisfacción de muchos de los usuarios y repetidos comentarios de “tenemos que volver”. ¿Habremos atinado?, ¿habremos instalado una exposición con una estructura comunicativa que atienda de manera eficaz a amplios segmentos de público? El próximo estudio de público, esperamos que cercano, nos ayudará a comprobarlo.

## Bibliografía

- CABRERA BONET, P. (2014): “Identidad y género, modelos y contramodelos. El nuevo discurso expositivo de Grecia en el Museo Arqueológico Nacional”, *Revista ICOM-CE*, 9: 102-115.
- CARRETERO PÉREZ, A. (2013): “La renovación del Museo Arqueológico Nacional. 2008-2013”, 8.º *Encuentro Internacional de Museografía (Toledo, 25-27 octubre 2012)*, Madrid, ICOM España: 121-146.
- CONOCIENDO A NUESTROS VISITANTES. *El Museo Arqueológico Nacional*. Madrid. Ministerio de Cultura. 2011. 105 pp.
- GARCÍA BLANCO, Á.; PÉREZ SANTOS, E., Y ANDONEGUI, MARÍA DE LA O (2002): “Los visitantes de museos. Un estudio de público en cuatro museos: MAN, MNAD, MC y MNA”. Documento inédito. 328 pp.
- IZQUIERDO PERAILLE, I. (2014). “A vueltas con el género... Hablando de mujeres en los museos de arqueología”, *Revista ICOM-CE*, 9: 14-27.
- QUEROL, M.ª Á. (2014). “Mujeres del pasado, mujeres del presente: el mensaje sobre los roles en los modernos museos arqueológicos”, *Revista ICOM-CE*, 9: 44-55.
- QUEROL, M.ª Á., Y HORNOS, F. (en prensa): “La representación de las mujeres en el nuevo Museo Arqueológico Nacional: comenzando por la Prehistoria”, *Complutum. Serie Extra*.
- SANZ GAMO, R., Y FONTES BLANCO, F. (2014): “«Mover» un museo. Una experiencia en el Museo Arqueológico Nacional”, *Boletín MAN*, 29-31: XX-XX.