

Congreso 2026

¿Y QUÉ PASA CON EL DELEITE?

Viernes 25 de septiembre de 2026

Auditorium Alfieri – Musée Fabre de Montpellier y Zoom

El pasado mes de abril se publicó un estudio nacional, realizado por el IFOP para la Fundación Art Explora, en colaboración con France Culture, dedicado a las prácticas culturales de los franceses. Este estudio, llevado a cabo entre más de 4000 personas, revela una buena noticia: nuestros conciudadanos consideran de forma muy mayoritaria (en un 86 %) que la cultura es esencial. Sin embargo, el optimismo se desvanece rápidamente: sus prácticas culturales han sufrido una fuerte caída en ocho años y el 20 % de ellos no ha tenido ninguna durante los últimos doce meses. Dentro de este panorama poco alentador, los museos no son una excepción. En 2017, el 62 % de los encuestados afirmaba haber visitado un museo o una exposición durante el año. En 2026, este porcentaje se sitúa en apenas el 43 %. El acceso a la cultura no parece más complicado hoy que en 2017, y el 66 % de los franceses lo considera fácil, una cifra que se mantiene intacta desde el último estudio. Entonces, ¿cómo se explica este retroceso? Entre los motivos alegados, la falta de ganas ocupa el primer lugar. Las limitaciones de la vida cotidiana (falta de tiempo, la rutina de las agendas...), la anticipación (necesidad de informarse sobre la programación, de preparar la visita...) y la experiencia potencialmente decepcionante (miedo a la decepción, incomodidad durante la visita, masificación...) son factores que desincentivan la práctica cultural y la asistencia al museo.

Desde hace muchos años, los museos han desarrollado una oferta rica, respaldada por una rigurosa experiencia científica que fundamenta su credibilidad ante el público. Asimismo, han multiplicado las propuestas de mediación centradas en la difusión de contenidos pedagógicos fiables y accesibles. Han sabido jugar con excelencia la carta educativa, asumiendo plenamente esta misión de desarrollo y puesta en común de conocimientos, asignada en la definición de museo del ICOM desde 1974. Esta misión fundamental sigue estando inscrita en la última definición votada por el ICOM en Praga en 2022:

«Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican de manera ética y profesional, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.»

Sin embargo, un término que también apareció en 1974 y que se mantuvo en la definición de 2007 ha desaparecido en favor de la palabra «disfrute» (en el texto original en francés, *divertissement* o *entretenimiento*): nos referimos al «deleite» (*délectation*), un concepto considerado probablemente demasiado obsoleto.

En un momento en que el estudio de Art Explora pone de relieve una especie de desencanto con la cultura, y mientras proliferan las reflexiones en torno a la denominada mediación sensible en los museos de Francia y del mundo, nos ha parecido importante volver a examinar las nociones de placer y emoción que conllevan la visita al museo y el encuentro con los lugares, las obras y las personas. En una época sacudida por las crisis y la inseguridad psíquica, donde los ritmos diarios fragmentan la atención y donde la salud mental ha sido declarada gran causa nacional, ¿cómo pueden los museos ser habitados como espacios de refugio, propiciar una forma de asombro y contribuir al bienestar de sus visitantes? Es evidente que los museos cuentan con numerosas bazas para reavivar el deseo: sus colecciones, vectores de emociones; sus espacios, lugares protegidos; su tiempo, el de la desaceleración; y su manera de estar en el mundo, en la encrucijada entre el intelecto y la fisicidad. Por lo tanto, ¿cómo despertar el deseo de museo? ¿Cómo establecer las condiciones para que emerja? ¿Cómo mantenerlo a largo plazo?

¿No sería el «deleite» una noción que rescatar para proponer discursos justos y sensibles, que conjuguen el intelecto y lo emocional, con el fin de reconstruir un vínculo privilegiado y esencial entre estos lugares y sus públicos, y así desarrollar y enriquecer estas relaciones?