

Museos para gente irracional

Por: Reinaldo Niebles

Para empezar: Tres cucharadas de crisis narcisistas

Algunos autores han sugerido que la humanidad ha tenido varias crisis narcisistas. Ese momento terrible en el que descubrimos evidencia contundente que nos aleja de nuestra preciada pero probablemente inadecuada autoimagen y nos hace enfrentar nuevas realidades que generalmente nos desclasan. Quizá la primera de ellas llegó de la mano de Galileo Galilei (1564 – 1642), quien burló la hoguera a pesar de habernos sacado del centro del universo en el que nos había puesto la Iglesia Católica, y nos relegó a lo que más tarde Sagan llamaría “un punto azul pálido”. Otra crisis narcisista ciertamente fue gerenciada por Darwin (1809 – 1882). Sea Darwin o no el autor de las ideas básicas de la selección natural, es un buen representante de quienes pensaron en que fue una serie de mecanismos lo que nos permitió arrastrarnos desde una charca a lo que somos hoy, y no la mano generosa de Dios moldeando su propia imagen y semejanza. Una tercera crisis a nuestro amor propio vendría de una idea exótica de un tipo exótico: Freud (1856 – 1939), sugirió una idea radical cuyos alcances apenas comenzamos a entender: No somos nosotros quienes llevamos las riendas de nuestros deseos. Las ideas de Freud que infortunadamente carecían de lo que hoy consideraríamos un fundamento empírico serio, se resumen en una compleja frase de Schopenhauer más tarde parafraseada por Einstein: “Un hombre puede hacer lo que quiera pero no desear lo que quiere”.

Estamos así ante un ser humano que vive en cualquier parte del universo, tiene ancestros evolutivos poco glamorosos y está fuera del control de sus deseos. Una visión del hombre ciertamente lejana del ideal que perfectamente resumido en el Hamlet de Shakespeare: “¡Qué obra maestra es el hombre! ¡Cuán noble es su razón! ¡Cuán infinito en facultades! En su forma y movimiento, ¡Cuán expresivo y maravilloso! En sus acciones, ¡qué parecido a un ángel! En su inteligencia, ¡qué semejante a un dios! ¡La maravilla del mundo! ¡El arquetipo de los seres!”.

Vivamos o no en un arrabal del universo o seamos o no la perfecta creación de dios, en este texto nos interesa especialmente la intuición de Freud sobre nuestra faceta irracional. Esta intuición ha cobrado una relevancia especial debido a que los hallazgos de las ciencias cognitivas en los últimos 50 años han sugerido justamente que la mente humana está lejos del ideal del racionalismo.

Ahora ya no son sólo intuiciones freudianas, hay sólida evidencia para una nueva visión de la mente. Esta nueva visión de la mente, fuertemente apalancada por cantidades ingentes de investigación en neurociencias y cognición supone desafíos inéditos a quienes conciben diseñan y producen experiencias de aprendizaje en contextos formales e informales, desafíos que debido a la enorme inercia de nuestras concepciones anteriores las instituciones demorarán en abrazar a menos que se gestionen exploraciones, experimentos y rompimientos desde la manera como se concibe la mente del público, usuarios o visitantes hasta los elementos interpretativos y de montaje en nuestras exhibiciones.

Siempre me ha parecido un buen ejemplo de diseño para una mente irracional los indicadores de cinturón de seguridad o los sistemas mecánicos que te obligan a ponértelo a pesar de ti mismo. De acuerdo a la evidencia racional son innecesarios estos sistemas. Los humanos racionales y responsables usaremos el cinturón de seguridad porque queremos proteger nuestra vida y la seguridad de los que dependen de nosotros. ¿La cruda verdad? Hay que diseñar sistemas con la presunción de que la gente no va a usarlo. Es una suerte que quienes diseñamos experiencias y exhibiciones para museos no estemos al frente del diseño de sistemas con cinturones de seguridad. El diseño de exhibiciones, recursos educativos, etc., parten del supuesto de una mente racional que quiere leer, quiere aprender, quiere respetar la reglas y dispositivos. Como lo sabe cualquiera que haya estado en cualquier posición en el equipo de cualquier museo o centro de educación informal, nada hay más cotidiano que lidiar con la conducta frenética y apática.

Nuestra mente irracional al vuelo

El hallazgo más notable de esta nueva visión de una mente irracional es que buena parte de nuestra vida psicológica incluyendo aquella que habitualmente estaba etiquetada como "funciones superiores" (aprendizaje, memoria, razonamiento, toma de decisiones) están fuera del control consciente. Hay coincidencia entre los autores en que en el modelo emergente de una mente fundamentalmente irracional operan dos sistemas en simultáneo. El primer sistema, que opera por default y se asimila habitualmente a la intuición, es un sistema inconsciente, altamente sensible al contexto y las expectativas, que permanentemente toma decisiones "al vuelo" y del que dependen la mayor cantidad de nuestros juicios y decisiones. El segundo sistema, con mucha menor potencia, incluye nuestros procesos conscientes que son sensibles a la información y está filtrado por nuestros principales procesos atencionales. En la propuesta del artista conceptual Jonathan Rosen, es factible concebir estos sistemas como un mono pequeño y ridículo (sistema racional) que tiene la ilusión de control, pero que en realidad cabalga un tigre de decisiones y acciones inmediatas totalmente fuera del control racional.

Muchos y variados conceptos de las ciencias cognitivas contemporáneas se alinean claramente a esta visión. Un ejemplo de ellos con las concepciones implícitas. Un concepto que supone que el aprendizaje puede darse en un nivel de lo racional que viene a ser superficial y que difícilmente afecta los aspectos más profundos de nuestras teorías personales. Esto explicaría en buena parte porque las cosas que supuestamente aprendemos en el colegio o la universidad no modifican nuestras ideas de sentido común en un nivel más profundo. Muchos de nosotros tenemos ideas de “novatos” en dominios científicos que se alejan con mucho de las ideas científicas (“expertas”) a pesar de haber recibido instrucción académica sistemática. ¿Por qué? Una respuesta plausible es que la educación se orienta especialmente al “mono”, nuestra mente racional y consciente que es sensible a la información, pero no llegan a afectar al “tigre” lo que produciría un verdadero cambio conceptual profundo y generaría aprendizajes significativos, duraderos y transferibles.

Los museos y otras instituciones que gestionan experiencias de aprendizaje, ya sea en contextos totalmente informales o en espacios formales, tienen una gran oportunidad de configurarse para que sus exhibiciones, dispositivos de aprendizaje y experiencias en general, se dirijan a los componentes más profundos y fundamentales de nuestra mente: el “sistema tigre”. Esto supone claro una revisión estructural de los marcos teóricos y metodológicos en los que se sustentan los museos. Conviene recordar que ésta visión de una mente irracional, se basa en un conjunto de premisas profundamente contra intuitivas de nuestras concepciones habituales sobre la mente y el aprendizaje. ¿Cómo se ve una exhibición diseñada para influir sobre nuestra intuición y no sobre nuestra mente consciente?, ¿qué recursos deben disponerse para lograr cambios conceptuales en nuestras teorías implícitas y no en el conocimiento que podemos verbalizar? Algunas de las claves y estrategias sorprenden por su simpleza, el verdadero desafío es revisar los elementos de diseño para vencer la inercia.

Heurística de la mente irracional

Nuestras creencias en que los seres humanos somos poseedores de una mente racional son tan poderosas, que la palabra irracional connota de manera automática significados negativos. Pero autores como Dan Ariely han mostrado sistemáticamente que irracional no significa caos. La mente irracional es también predecible y por lo tanto anticipable y eventualmente controlable.

¹ Para una revisión de las ventajas de una mente irracional véase el trabajo de Dan Ariely, TheUpside of Irrationality.

Fueron los trabajos de Daniel Kahnemany Amos Tversky (premios nobel de economía) quienes popularizaron una serie de experimentos que muestran como nuestras decisiones más simples están basadas en “atajos mentales” y no en razonamientos elaborados. La mente necesita ser eficiente y lo logra usando heurísticos mentales que no son otra cosa que cursos de acción interiorizados o automatizados producto de nuestra experiencia en el mundo y de nuestra larga historia evolutiva como especie. Un buen ejemplo es nuestra pobre competencia en el manejo de los grandes números. A lo largo de nuestra historia evolutiva debimos aprender a manejar bien pequeños números pero no grandes números. De manera que si ahora nos enfrentan a un problema como ¿En qué hospital se atendería usted, en el A donde se mueren uno de cada dos pacientes que ingresan, o en el B dónde se salvan 500 de cada mil? Se sorprendería de cuantas personas encuentran inimaginable la opción A mientras que les parece conveniente la opción B a pesar de que en términos de probabilidad son exactamente la misma.

Otros heurísticos de nuestra mente han sido bien documentados, por ejemplo nuestra propensión a elegir como “seguros” elementos conocidos y familiares a pesar de la evidencia, nuestra tendencia a operar conservadoramente en nuestras decisiones, la incompetencia al juzgar problemas de probabilidad o la sensibilidad de nuestros conceptos y categorías a la información inmediata. Hay un típico experimento que desarrollo con mis estudiantes de Pensamiento y Lenguaje en la Universidad del Norte de Barranquilla para lograr que a través de una “prueba reina” empiecen a reconocer el papel de los heurísticos en el funcionamiento de nuestra mente. Tomamos 50 tarjetas con fotografías de jóvenes de aproximadamente la misma edad y complexión tomadas de forma accidental en un centro comercial a las que removemos el fondo. Estas tarjetas son presentadas a una muestra de mujeres en 3 experimentos distintos. En el primero las mismas 50 tarjetas son presentadas sin información adicional pidiendo a la muestra que dividan a los jóvenes en “Atractivos y No atractivos”. Esta división suele ser variable pero ronda el 50%. En el siguiente experimento se presentan las mismas 50 tarjetas a parte de la muestra indicándoles que se trata de jóvenes de una carrera prestigiosa como administración de empresas o finanzas de una buena universidad. Los “Atractivos” aumentan notablemente, pero cuando las mismas 50 tarjetas son presentadas como estudiantes de una carrera poco prestigiosa de universidades poco reputadas, los “Atractivos” prácticamente se extinguen. Frente a experimentos como este incluso los más escépticos comienzan a hacerse preguntas.

Museos para gente irracional

¿Pero cómo se empieza a transferir estas ideas sobre la mente al diseño de experiencias en museos? He aquí algunas claves para empezar:

1. En una experiencia diseñada para gente irracional se parte de las concepciones de las personas sobre el o los temas en cuestión. No se parte de las construcciones de expertos o del entusiasmo de los diseñadores. Lo que cuenta es descubrir la agenda mental de los potenciales usuarios para lograr diseñar en forma contingente a estas ideas ya sea que queramos cuestionarlas, evolucionarlas o conflictuarlas. La exploración de concepciones puede hacerse desde elementos tan simples como solicitar a las personas dibujos o construcciones de los conceptos o ideas a tratar o explorar su "Top of Mind" solicitando en un rápido ejercicio las primeras ideas que vengan a su mente sin censura. Las oportunidades y metodologías son muchas y variadas, y puede empezarse como se empiezan todas las exploraciones contemporáneas poniendo en Google "Concepciones implícitas" tendrá en 0,30 segundos más de 6.000 resultados para empezar.
2. Otra de las claves que ofrece esta nueva perspectiva de la mente para el mundo de los museos es en relación con los contenidos. Aún podemos ver en los museos más modernos del mundo lo que bien podría llamarse una "neurosis de contenidos" lo cual ocurre cuando el diseñador o el experto curador deciden los contenidos a incluir que casi siempre son todos los posibles. El resultado? Fichas y fichas de contenido que difícilmente podrían asimilarse en una experiencia de educación formal, mucho menos en un espacio informal. Los contenidos deben ser mínimos, estratégicos y en todo caso un pretexto para apalancar experiencias. Una crítica general que surge frente a esta postura viene de la inercia de que los museos tienen que "enseñar cosas". Una postura desde la mente irracional sostiene que todo lo que podemos hacer es disponer un conjunto de experiencias, mejor si no son basadas en texto y activar procesos de descubrimiento. Todos tenemos de una u otra manera la claridad de que la experiencia del usuario es fragmentaria e incompleta pero seguimos diseñando en forma lineal y secuencial, cuando nuestro cerebro opera en forma paralela y distribuida.
3. Un tercer elemento tiene que ver con la interacción social. Nuestro cerebro es de lo peor con la lógica y de lo mejor con lo social. El investigador cognitivo Michael Gazzaniga ha calculado que ocupamos un 90% de nuestro "presupuesto cognitivo" en tareas que implican lo social. Pero pocas experiencias en museos fomentan de manera explícita e intencional el intercambio social como mecanismo de mediación o interpretación. Nuestros cerebros son más capaces de procesar, activar y codificar información cuando hay implicadas otras personas

Aún hoy las exhibiciones y otros recursos se diseñan para favorecer una experiencia profundamente individual con la ilusión de un compartir posterior que no va a darse.

4. Un aspecto crucial es el de la evaluación. Una experiencia de aprendizaje basada en una concepción avanzada de la mente integra la evaluación como parte de la experiencia bajo la sospecha de que nos puede salir mal y no de que estamos haciéndolo bien. Pero la evaluación de la experiencia es el "eslabón perdido" de la educación informal. Nuestra experiencia muestra que las actividades de evaluación están generalmente ausentes y cuando están se dirigen a la experiencia racional y consciente más que a las estructuras profundas. Abundan las encuestas y sondeos verbales que ignoran que la mayor parte de la experiencia relevante de un sujeto no es verbalizable. Estamos llenos de pensamientos inefables, lo cual es una muestra de que no podemos fiarnos del reporte verbal. Una escena que se repite con frecuencia es la de diseñadores o educadores felices con sus encuestas que muestran que el 90% o más de las personas que visitan la exhibición aprenden de manera significativa. Obtienen este dato de una pregunta como "¿Cree usted que la visita a esta exhibición le permitió una experiencia de aprendizaje significativo?"

Muchos están ya diseñando desde esta nueva y desafiante visión de la mente. Las primeras impresiones resultan siempre molestas pues están cargadas de ideas contra intuitivas y políticamente incorrectas. Pero esta visión irracional de la mente ofrece oportunidades inéditas para el diseño y la educación, caminos y respuestas mucho más potentes para modificar conductas y actitudes, una vez que se ha llegado a saborear las premisas básicas, la mirada por el retrovisor nos hará indefectiblemente pensar "¿Cómo diablos pudimos ser parte de semejante estupidez convencional?" Una probadita puede darse en las fascinantes ideas que ha explorado la gente de www.thefuntheory.com