

4. Cedularios y textos

Silvia Monserrat Ramírez Maruri

Resumen

En virtud de que el museo tiene como labor conservar y exhibir objetos con un valor agregado, el visitarlo lleva consigo una gran expectativa: se espera descubrir algo nuevo o diferente de lo que se aprecia en la cotidianidad. De ahí que los profesionales de museos deban optar por nuevas estrategias que logren una conexión con aquellos que caminan por las salas de estos. Por medio de objetos, imágenes y textos, los diferentes públicos se enfrentan con aquello que los especialistas quieren difundir y comunicar, cuya fascinación debe suavizarse y transmitirse sin merma de los datos concretos que los hace de gran interés para el gremio intelectual. Con base en esa premisa, los textos que el visitante leerá en las exhibiciones deben tratarse desde el presente del espectador, y compartir los motivos que hacen valioso al objeto en la actualidad.

Este artículo, sin entrar en detalles sociológicos y a partir del posicionamiento del público como pieza fundamental para las planeaciones dentro del museo, da un vistazo general a investigaciones de estudios de públicos relativas a los cedularios y textos, trata de conseguir una sinergia entre ellos y señala, a su vez, ciertos puntos de utilidad para todo aquel que escriba, diseñe y piense en exposiciones que generen una experiencia particular y, de esta forma, incidan directamente en la memoria de los visitantes, promoviendo un constante retorno al recinto museístico. Con el fin de obtener los mejores resultados durante y después de la visita al museo, hay que concebir las cédulas como mediadoras entre los objetos y el público, siempre incitando a la interacción en la tríada público-objetos-texto.

Introducción

Cuando el público se adentra en un museo, se encuentra con ciertas piezas que lo llevan a diferentes experiencias de visita, según sus expectativas, intereses, contexto y bagaje personal (Falk y Dierking, 1992), lo que permite que el visitante le atribuya cierto valor a los objetos que se presentan en las salas. Las cédulas y los textos tienen como función ser el mediador inmediato entre el público y los objetos; a falta de algún guía personal, un catálogo, audioguía, etc., las palabras escritas sobre una base son las que acercarán al visitante el contenido de la exposición y le darán explicaciones que comuniquen la importancia, la historia y la esencia de dichos objetos.

Durante la década final del siglo pasado y al inicio de este, se ha propuesto al público como centro de todas las actividades que lleve a cabo la institución museística, esto con la finalidad de atender sus necesidades sociales, físicas y de aprendizaje. Al hablar de cédulas y textos, y en el logro de que, a través de una experiencia favorable, el visitante aprehenda y comprenda los distintos componentes de la exhibición en el museo, el lenguaje juega un papel fundamental.

Al existir un proceso de comunicación en el que el público funge como elemento activo en la recepción y la retroalimentación por medio de sus comentarios y observaciones para la mejora continua del museo, se cumplen los fines de este, establecidos por el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés): “Adquirir, conservar, estudiar, exponer y difundir el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo” (ICOM, 2007, s. p.).

Con base en esta premisa, las cédulas y los textos son parte esencial para la comunicación de las ideas concebidas por el equipo encargado de la elaboración de la exposición. Con el lenguaje correcto y el diseño adecuado, se puede atrapar la atención del público visitante, dejar en su pensamiento nueva información para su

vida cotidiana y establecer una relación entre él y los objetos observados durante su estancia en el museo.

Hay que reflexionar constantemente sobre las cédulas como recursos mediadores, y auspiciar que el tiempo de visita de los públicos constituya una posibilidad de diálogo e intercambio de opiniones fundado en ellas. Por ello, con el objeto de cubrir las necesidades de sus públicos mediante la generación y la estimulación de su interés sobre nuevos aprendizajes, la institución debe estar permanentemente abierta a la evaluación y mejora de los textos que exhibe.

El equipo responsable de la redacción de las cédulas en una exposición debe encontrar la forma de decodificar una idea inicial, formular un mensaje y ponerlo sobre una superficie previamente diseñada para que lo comprenda la mayoría de la gente que se aproxime a ella.

En este artículo se revisará lo que se ha escrito sobre el tema; asimismo, se brindarán algunas recomendaciones para aplicar en los museos donde el profesional que se encuentre trabajando en ellos pueda integrar ideas que deriven en un acercamiento de los distintos públicos al contenido de la exposición. Siempre en acato de las necesidades de los visitantes, el modelo idóneo de las cédulas en una exposición, en vez de rígido, debe ser ágil y consistente (Belcher, 1997, p. 204), pues aquellos ya no deben funcionar únicamente como receptores de conocimiento, sino también como sus productores y participantes.

Cédulas, mediadoras entre visitante y objeto

*La narración de las cédulas puede afectar los sentimientos,
las actitudes y las acciones de los visitantes.*

Joshua P. Gutwill (2006)

De entre varios países, los Estados Unidos tienen la tradición de realizar estudios de públicos en museos, observando los comportamientos de este para una futura relación con el *marketing cultural* y el consumo. Por ello este país resulta un referente del tema.

Por ejemplo, los investigadores Falk y Dierking (1992) toman en cuenta las experiencias previas, durante y posteriores a la visita para contestar algunas preguntas como: ¿Qué hacen los públicos de museos? ¿Por qué se elige visitar un museo y no realizar otras actividades? Ambos proponen una experiencia total, en la cual se involucra lo personal, lo físico y lo social, y se considera, aunque no todos los públicos son iguales, que existen ciertos patrones repetidos en ellos, precisiones que hay que retomar al momento de planear una exposición. “*We can only see what is illuminated at any given instant; nothing else exists*” (Julian Jaynes, citado por Falk y Dierking, 1992); se tienen que encontrar los mecanismos adecuados para que “brille” la información a los diferentes públicos y, así, se alcance la comunicación supuesta. De la misma forma, estos autores aseguran que el encargado de la exposición debe tener la capacidad para predecir la forma en que la gente interactuará con los objetos.

Cédulas en función del visitante

Teniendo en mente la noción de un antes y un después del encuentro del visitante con el museo, y con el propósito de un mayor aprovechamiento y una mejor exposición de herramientas para la comunicación de los contenidos del museo, hay tres cuestiones que no se deben perder de vista cuando se piensa en exponer las cédulas de objetos con carga informativa e interpretativa:

1. Indagar si para el visitante será atractiva la cédula expuesta y se acercará a leerla.
2. Cuestionar si la cédula será entendible para todos los visitantes.
3. Analizar si la cédula cumple con los objetivos de comunicación de información.

Por lo anterior, el trabajador del museo debe considerar la experiencia total del visitante, con el fin de poner en marcha los mecanismos adecuados a sus necesidades de aprendizaje, cumpliendo, desde luego, con su objeto de ser uno de los medios por los cuales se comunica la información de la exposición.

Las cédulas son algo más que solo “dadoras de información”: operan como mediadoras entre el visitante y el objeto, son la luz que da visibilidad a la idea central de la exposición. Son “*story tellers*”, como Kathleen McLean (1996) las ha llamado; son la voz de la exposición; las que hablan de los objetos y de su historia a través del tiempo, del porqué se encuentran dentro del museo y de cuál es su función vital en la sociedad.

Al concebir al público como receptor, se deben prever, asimismo, las condiciones en las que este ingresa para recorrer una exposición. McLean (1996) critica que no se piense en el museo como un espacio incluyente, y que sus exhibiciones se dirijan solo a aquellos que ya tienen un conocimiento previo del tema, eliminando las explicaciones pertinentes para comunicar el mensaje que contiene el museo.

Esta autora analiza las cédulas y considera que hay dos elementos que se deben tomar en cuenta al momento de su conformación: los de comunicación y los de diseño. En los primeros el contenido es lo más importante: debe ser entendible y capaz de comunicar la idea principal, mientras que en los segundos el formato y su fácil lectura —visualmente hablando— llevan al cumplimiento de la comunicación del mensaje (McLean, 1996): tener en mente estos dos aspectos hará mucho más fácil que se establezca un diálogo con el espectador.

Tipos de cédulas

Una cédula puede alentar procesos comunicativos en relación con su mensaje, si al público que visita la exposición se le orienta de forma correcta y amable, así como si se le motiva a la participación e interacción con la información presentada y los elementos expuestos, lo que arroja como resultado la generación de un recuerdo y un aprendizaje útil en un futuro (McLean, 1996, p. 107).

La autora habla de cinco estilos de cédulas: conceptuales, gráficas, interactivas, emocionales y físicas, cada una con una característica en especial. Sin embargo, no debe olvidarse que cada cédula debe tener un propósito compartido y uno en particular, es decir, sea cual sea su estilo, tiene que cumplir su función como cédula introductoria, explicativa, descriptiva, de anécdota, de identificación o de créditos (McLean, 1996, p. 108) y, a su vez, mirar siempre hacia un horizonte común. Así como existe un equipo que formula la exposición con una misma meta, las cédulas conforman un equipo intangible que debe conversar con el público; con esta premisa, se logrará revelar esa gran idea inmersa en el marco de cada muestra.

McLean plantea que “las cédulas deberían empezar con la experiencia actual a la mano” (1996, p. 109), esto con el fin de incluir al espectador y “engancharlo” con la información exhibida, es decir, actuar en todo momento en un contexto en el que la cédula sea parte de la exposición y no permanezca ajena al ambiente. Propone también que las cédulas no deben estar repletas de información, sino, por el contrario, dividirse en párrafos y procurar una lectura amena.

Recursos didácticos en cédulas

El uso de preguntas

En uno de los estudios llevados a cabo en relación con la interacción museo-visitante con las cédulas, de Joshua P. Gutwill (2006), se analiza el comportamiento del público frente a estas en el museo de ciencias Exploratorium de San Francisco, en

“ Con el lenguaje correcto y el diseño adecuado, se puede atrapar la atención del público visitante, dejar en su pensamiento nueva información para su vida cotidiana y establecer una relación entre él y los objetos observados durante su estancia en el museo. ”



► Figura 1. Ejemplo de cédulas como detonadoras de interés. Preguntas como recurso para atraer la curiosidad de los públicos

Fotografía: Óscar Gutiérrez, CNCPC | © INAH, 2015

los Estados Unidos. El autor se cuestiona acerca de la utilidad de incluir preguntas (preguntas con respuesta, preguntas con sugerencias y mixtas: preguntas y sugerencias) en los textos: al observar la reacción de los visitantes ante ellas, se percató de que podrían ser una verdadera distracción para la obtención de conocimiento (Gutwill, 2006) (figura 1).

Ejemplo:¹

- Suggestion: The text gave visitors suggestions of things to try, similar to the original label:
By gently rolling the largest ring, try to get it to stumble around.
- Question: The text asked visitors questions in a challenge format:
Can you get the largest ring to stumble around?
- Question and suggestion: The text posed challenges in the form of questions and then gave suggestions for meeting the challenges:
Can you get the smallest ring to stumble around?
(Try gently rolling it)

En síntesis, advirtió que las preguntas llegan a intimidar a los visitantes. Descubrió que las cédulas híbridas son una buena opción para la guía del conocimiento que se quiere comunicar, pues permiten conducir la visita y, a su vez, hacer partícipe al visitante para que sea él quien construya su conocimiento (Gutwill, 2006).

El investigador concluye que las cédulas han de alentar a la exploración de la exposición presentada en el museo, así como incitar a la participación, al disfrute y a la interacción por medio de un diálogo constante entre recinto y visitante. Con las

¹ Ejemplos de preguntas propuestas por Gutwill, 2006:
Sugerencia: *El texto ofrece a los visitantes de actividades a realizar similares a la cédula original.*
Cuidadosamente gire el anillo más largo, trate de hacerlo coincidir.
Pregunta: *El texto realiza preguntas en un formato de desafío.*
¿Puede hacer que el anillo más grande coincida?
Pregunta y sugerencia: *El texto plantea retos en forma de preguntas y ofrece sugerencias para responder a los desafíos.*
¿Puede hacer que el anillo más pequeño coincida? (Intente girarlo delicadamente.)

preguntas, las cédulas tienen un mayor acercamiento con el visitante, pues además de que hacen posible que reflexione sobre lo que encuentra al recorrer el museo a partir de sus conocimientos, le resulta agradable que se le sugiera alguna posibilidad que ayude a contestar su duda (Gutwill, 2006).

¿Y la lectura de cédulas?

La autora Beverly Serrell (1996) apuesta por evaluaciones de las cédulas para observar si se está logrando la comunicación planteada o no. Estas deben realizarse tanto previamente como durante y después de la exposición. Para ello, Serrell posiciona al espectador como elemento fundamental para su análisis, y como aquel que marca la pauta de todos los posibles cambios que realizar en una cédula. Por ejemplo, mide el tiempo que el espectador toma para leer una de ellas, con el fin de determinar las palabras que deben contener, induciendo a una lectura idónea que brinde la información necesaria para acatar la idea general de la exposición.

Serrell reflexiona, asimismo, acerca del papel del museo, al que concibe como un lugar en el que no solo se va a leer sino también se involucran sensaciones, por lo cual han de tomarse en cuenta todas las motivaciones posibles al momento de pensar en los textos con múltiples conceptos (Serrell, 1996).

Observa a los visitantes y percibe que, aunque parezca que el visitante se encuentra leyendo por completo la cédula, probablemente, debido al tiempo que permaneció frente a ella, solo la esté “escaneando” (Serrell, 1996, p. 127). La autora asegura, a su vez, que entre más cortas y concretas sean las cédulas, el visitante tendrá mayor posibilidad de entenderlas, puesto que las leerá completas.

Recursos gráficos dentro de las cédulas

Serrell propone cuatro sugerencias para que las cédulas sean comprensibles para todos: “acortar el número de palabras, clarificar conceptos, simplificar mensajes y eliminar términos confusos” (1996, p. 129).

Cédulas e imágenes

Si en algún momento se pretende utilizar imágenes en las cédulas, se debe pensar en los dos elementos que las constituirían: imágenes y texto, como detonadores de un mismo propósito, puesto que con esta unión es posible alcanzar un mejor resultado (Serrell, 1996, p. 149). También habría que considerar las asociaciones pertinentes que podrían generarse para llegar a la mente de las personas y hacer que recuerden la información con mayor facilidad (*ibid.*, p. 150).

De acuerdo con Serrell, para la construcción del pensamiento las palabras y las imágenes correctas conforman una “nueva pieza de información” (Serrell, 1996, p. 150) que no debe ser la descripción de la pieza, pues mientras la imagen puede estallar un sinfín de significados para el visitante, las palabras “ayudan a reforzar, clarificar y decodificar la imagen” (*ibid.*, p. 163) (figura 2).

Tipografía

Al tratar el tema de la tipografía de las cédulas, Serrell resalta la importancia de su diseño, puesto que es capaz de desviar o confirmar los conceptos expuestos en ellas. Asegura que “Los redactores necesitan entender al menos lo básico de tipografía y legibilidad” (Serrell, 1996, p. 189). Esto será indispensable si el redactor tiene como intención facilitar el acceso a la información que quiere mostrar por medio de su texto. Como “La legibilidad, la idoneidad, el diseño y efectividad están infuidos por la tipografía” (p. 191), una que fuese incorrecta arruinará incluso el más pulcro y adecuado de los textos. Algunos elementos que la autora menciona para la legibilidad de los textos son: el “tamaño de la letra, el espaciado entre las palabras, entre

1 Limpieza

El polvo tiene efectos en los libros. Cambia el color de las hojas, favorece la formación de hongos, bacterias e insectos, así como el desgaste de la superficie. El primer paso para estabilizarlos fue limpiarlos, hoja por hoja.

Al retirar el polvo se produce un cambio evidente. Se realizan distintos tratamientos para determinar cuál es más efectivo sin perjudicar el material.

Algunos deterioros son invisibles a simple vista, pero se pueden percibir cuando una hoja de pergamino se ha craquelado en fragmentos diminutos.



► Figura 2. Ejemplo de cómo se complementan texto e imágenes dentro de una cédula
Fotografía: Óscar Gutiérrez, CNCPC | © INAH, 2015

“Las cédulas son algo más que solo “dadoras de información”: operan como mediadoras entre el visitante y el objeto, son la luz que da visibilidad a la idea central de la exposición.”

las letras, entre las líneas, la distancia, la combinación de colores y la iluminación” (p. 195). Cada uno de estos elementos resulta de gran importancia para que la persona que se detiene en ellos tenga una facilidad de lectura.

Extensión, tipografía y colores

Por su parte, Hooper-Greenhill (1998) afirma que la longitud de las líneas no debe rebasar los 45 caracteres (entre 8 y 10 palabras) y, asegura, no es imprescindible justificarlo. De la misma forma, Serrell (en Mosco, 2012) afirma que la justificación del texto solo a la derecha propicia un ágil cambio de renglón al momento de la lectura.

En cuanto a los colores, Hooper-Greenhill afirma que textos con fondo oscuro y letras claras podrían ser más cansados para el ojo al momento de leer, lo que causa que personas salten de esa cédula a otra que les sea menos conflictiva. Según esta autora, la gente lee de “doscientos cincuenta a trescientas palabras por minuto”, y “el cerebro humano sólo es capaz de retener siete unidades de información con margen de dos hacia arriba o hacia abajo” (Ham y Miller, en Hooper-Greenhill, 1998, p. 180), por lo cual recomienda que una exposición esté dividida solo en esa cantidad de partes, es decir, siete conceptos.

A su vez, sugiere que el texto se escriba con mayúsculas y minúsculas, debido a que una lectura de sólo mayúsculas es cansada, lo que propiciaría que el visitante no diera un correcto sentido a la cédula. Señala que la tipografía adecuada será aquella que es común a la mayoría de las personas, es decir, la que más se ocupa para textos (Hooper-Greenhill, 1998, p. 182).

El espectador en un museo, a comparación de cuando se encuentra leyendo un libro o un catálogo (p. 173), es un ente en continuo movimiento, no se encuentra estático, por lo que el equipo encargado de la exposición debe brindar las condiciones pertinentes para el disfrute de los públicos, haciéndolos sentir parte del contenido y, con ello, generando una exitosa conexión entre ambos.

La cédula en contexto

Para generar una experiencia significativa durante el andar del visitante dentro del museo, lo común y la cotidianidad son fuertes referentes al momento de recordar lo visto en la exposición: “Los visitantes intentan, en ocasiones desesperadamente, relacionar lo que están viendo con sus propias experiencias” (Falk y Dierking, en Hooper-Greenhill, 1998, p. 185). Por su parte, McManus (citada por Hooper-Greenhill, 1998) desarrolla en sus distintos estudios el concepto *eco-textual*, afirmando que las cédulas están relacionadas directamente con el contexto que las rodea, esto es, quedan inmersas en las conversaciones entre los visitantes dentro de las salas de un museo.

Nunca se debe olvidar el vínculo entre la realidad y lo que se expone en un museo. El visitante tiene un contexto y un criterio que se debe considerar para aumentar, eliminar o cambiar elementos dentro de la exposición.

Un ejemplo de la investigación de estos temas se encuentra en el Museo de Grenoble, en el que se observaron algunas cuestiones que tienen que ver con el comportamiento de los visitantes en relación con el contenido del museo mediante entrevistas semidirectas, cuestionarios y entrevistas, obteniendo como resultado que se señalara la peculiaridad de las cédulas por explicar temas que a través de otros medios no se lograría, por lo cual se propone que estas sean lo suficientemente claras para su comprensión por todo tipo de visitantes (Eidelman, Roustan y Bernadette, 2013, p. 218).

El público entrevistado primeramente estuvo de acuerdo con la unión de la información y las palabras exactas para comunicar el mensaje, así como con el diseño de los textos, que les resultó completamente relevante para comprender más acerca del tema expuesto (*ibid.*, p. 218). Así, junto con estas aseveraciones, se señala que los expertos en el tema que trata el museo no asisten a este para comprender más sobre dicho tema, sin embargo, aquellos que no poseen los conocimientos específi-

cos necesitan los textos para complementar la información de lo expuesto. Por ello, se deduce “Más que una confirmación: los escritos de mediación son determinantes para los visitantes no expertos” (p. 225), esto es, las cédulas deben poseer un lenguaje que permita la comprensión para la mayoría de las personas, incluidas las que cuentan o no con un conocimiento previo del tema.

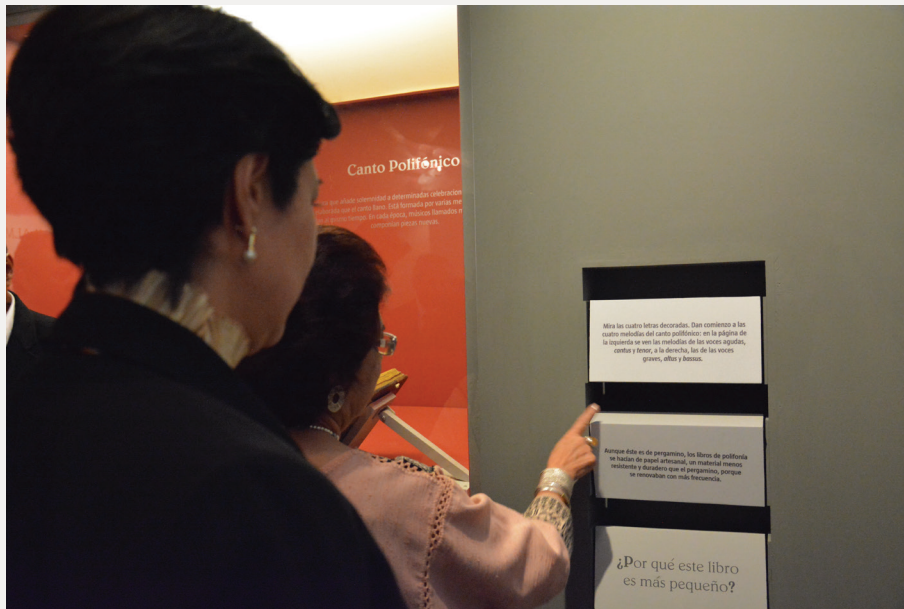
Esto debe ir de la mano de la comprensión e inmersión del contexto del espectador, es decir, el lugar en el que se encuentra la exposición: las creencias, los valores, la forma de vida, entre otras particularidades que caracterizan a la sociedad en la que se encuentra, de forma que se podrán proponer vínculos entre la información y los visitantes que, sin ser expertos en el tema, tengan una relación directa con lo expuesto y sus experiencias diarias (figura 3).

Contexto latinoamericano. Conexión con el espectador

Cédulas interpretativas

En América Latina, por ejemplo, algunas investigaciones se han centrado en asociar de forma significativa cédulas e individuos. Autores como Manuel Gándara Vázquez y Alejandra Mosco (2012) proponen la vinculación directa con el “yo” de los visitantes a través de las cédulas interpretativas, resaltando una nueva concepción tanto del visitante como pieza fundamental en el proceso de formulación de la exposición como de la posición del museo como comunicador de información e ideas a partir del reconocimiento del público como lector activo.

Manuel Gándara (2014) postula que en las cédulas, más que una “señalización” de los objetos patrimoniales, debe existir una “interpretación”, es decir, que no solo se muestre, sino se interprete y se comuniquen los valores por los cuales el objeto obtiene importancia para su conservación; de lo contrario, al usuario no se le plantea, tras su visita, una vinculación directa con el patrimonio.



► Figura 3. Cédulas en contexto. No solo brindan información del objeto expuesto, sino que lo relacionan con la experiencia de estar frente a él. Véase la pregunta dentro de la cédula: ¿Por qué este libro es más pequeño?, que alude a una comparación con otros objetos expuestos

Fotografía: Óscar Gutiérrez, CNCPC | © INAH, 2015



► Figura 4. Cédula introductoria del Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Palenque, INAH

Fotografía: cortesía de Alejandra Mosco, 2014

Pensando en estos lectores, se debe considerar la viabilidad de los textos en función de todo aquel que cruce sus ojos frente a ellos. “Toda exposición debe permitir al menos tres lecturas: para especialistas, para el público general y para el público infantil. La redacción de los textos debe ser clara y su vocabulario accesible” (Denver y Carrizosa, 1999, p. 28). Se deben diferenciar los textos de apoyo de la cédula introductoria, pues esta última abre el panorama general para que aquellos, como su nombre lo dice, ayuden a entender los diferentes subtemas que en su conjunto apuntan a una idea concreta. Para su correcta visibilidad, “El tamaño de la letra debe ser de más de 1 cm” (*ibid.*, p. 28) (figura 4).

Conexión con el presente

En un manual museográfico, en que se dan algunas sugerencias para la planeación, el diseño y la comunicación museográfica se afirma que se debe tener una “Conexión con el presente” (Sánchez y Castro, 2014). Esto ayuda a que exista un vínculo más directo entre espectador y texto, logrando transmitir un mensaje, su apropiación y un aprendizaje que se recuerden después de la visita. De la misma forma, consta que la conexión tangible con el presente se relaciona con las circunstancias físicas y abstractas en las que se encuentra el visitante.

En México no se conoce de exhaustivos estudios acerca del tratamiento de las cédulas tomando de referencia al público como elemento primario para su actualización y mejora, por lo cual muchos recintos museísticos fallan en la comunicación de su mensaje; sí existen, sin embargo, algunos acercamientos al tema, lo que ha despertado el interés de las instituciones museísticas por mejorar el diálogo con sus distintos públicos.

Nuevas propuestas han surgido con este paradigma de centrar el trabajo de las cédulas en los distintos públicos con exaltación del nexo con ellos del valor agregado de los objetos para su disfrute y entendimiento. Un ejemplo, ya mencionado, es la tesis que plantea Alejandra Mosco, dirigida por el doctor Manuel Gándara Vázquez,

que propone cédulas en las que la interpretación sea la herramienta más fuerte para comunicar la información de la exposición. Ya Mosco concluiría con la afirmación de que la interpretación temática consiste en retomar los valores del patrimonio que se quieren dar a conocer y elegir los códigos adecuados para extenderlo a los públicos y, así, “crear conexiones intelectuales y emocionales entre el público y el patrimonio, que inspiren la sensibilidad, conciencia y compromiso para su conservación” (Mosco, 2012, p. 128) (figura 5).

Esto va un paso más allá del solo diseño, que produce buenos resultados cuando se enfoca en el contenido basado en la comprensión y la presencia del lector.

También en México surge el interés sobre la importancia de las cédulas en una exposición en el ámbito científico, pues una correcta comunicación con el visitante lo encamina a interactuar con lo exhibido, así como a adentrarse de forma empírica en ese mundo de la ciencia (Berruecos, 2008). Lourdes Berruecos Villalobos afirma que “Las cédulas tienen que aportar información pertinente y puntual puesto que el público destinatario dispone de un tiempo limitado para realizar la visita del museo y se le ofrece la opción de leer múltiples cédulas”; afirma que “El público que se interesa en leer las cédulas está atraído por lo expuesto en el museo y busca comprenderlo mediante la lectura de las mismas” (Berruecos, 2008, p. 212).

En este campo existía la preocupación constante por la necesidad de contar con una guía para interactuar y promover la participación directa del público visitante, la cual ofreciera instrucciones correctas o información correspondiente con los objetos expuestos en el museo. Sin embargo, si se cuenta con cédulas con un contenido, diseño y posición —dentro de la sala de exposición— adecuada, se logra la interacción deseada.



Welcome to Palenque

Palenque, una de las ciudades mayas más importantes del periodo Clásico (250 a 900 d.C.), fue la capital de una poderosa dinastía que gobernó extensas regiones de los actuales estados de Chiapas y Tabasco. Sobresalió por la calidad de sus obras arquitectónicas y escultóricas, además de las numerosas y bien conservadas inscripciones glíficas que han aportado información invaluable para comprender la historia de esta cultura.

Este museo alberga los objetos recuperados en las excavaciones realizadas durante el último siglo y medio en la antigua ciudad y están agrupados de acuerdo al edificio o conjunto arquitectónico en que fueron encontrados. De esta forma, y gracias al trabajo de los especialistas, podemos dar una mirada a las actividades rituales, políticas y cotidianas de los palencanos.

Esperamos que la visita a este museo les brinde la oportunidad para comprender el significado y el uso de las diversas construcciones de la zona arqueológica –declarada patrimonio cultural de la humanidad–, así como para apreciar la grandeza alcanzada por los mayas.

Palenque, one of the most important Maya cities of the Classical Period (250 to 900 A.D.) was the capital city of a powerful dynasty that ruled vast regions of the current states of Chiapas and Tabasco. This center stood out for the high quality of its architectural works, sculptures, and various well-preserved glyph inscriptions that have provided researchers with invaluable information to understand the history of this culture.

This museum exhibits the objects recovered from the excavations made during the last 150 years in the ancient city, and they are grouped by the buildings or architectural groups of buildings where they were found. In this way and thanks to the work of the specialists, we can glance the ritual, political and every-day activities of the old inhabitants of Palenque.

We hope that your visit to this museum gives you the opportunity to understand the meaning and use of the several constructions of the archaeological zone (declared World Heritage), as well as to envision the grandeur of the Maya civilization.

► Figura 5. Detalle de la cédula introductoria del Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Palenque, INAH

Fotografía: cortesía de Alejandra Mosco, 2014

El estudio de los lectores

En un estudio realizado por Héctor G. Riveros y Julián Betancourt (2006), se exponen algunas consideraciones que deben tenerse en los museos de ciencias. Después de haber observado a un grupo de estudiantes asistentes, concluyeron que estos son de dos tipos: los enviados por la escuela y aquellos que, interesados en la ciencia, acuden por voluntad propia. Comentan que los primeros toman las cédulas como “referencia única”; como de ella obtienen toda la información, pasan la mayor parte del tiempo copiándola en algún cuaderno. Esto porque se considera “un importante complemento para la educación formal” (Riveros y Betancourt, 2006, s. p.).² Estos autores afirman que “las cédulas tienen un carácter atrayente, se exige esfuerzo y creatividad en la elaboración de los mensajes” (Riveros y Betancourt, 2006, s. p.), por lo cual, si se desarrollan de forma consciente, se tendrá una buena comunicación con ese público.

En el museo hay movilidad, esto es, los textos no se leen como se hace con un libro (Riveros y Betancourt, 2006), por lo que hay que tener en cuenta, a partir de la observación, la posición del espectador al leer las cédulas: de pie, sentado, caminando, hablando, etcétera.

Como ejemplos de análisis de cédulas en México, existe un estudio realizado en el Museo Nacional de Arte, así como un intento por exhibir una cédula bien realizada. En el primero se llevó a cabo la evaluación de la exposición *El cuerpo aludido*, donde se tomó al público como el punto clave y se observó su comportamiento ante las piezas y las cédulas exhibidas.

² Hecho que ha llevado a algunos museos a retirar los cuadernos a la entrada e invitar al público a buscar el cedulario en internet (por ejemplo, el Museo del Caracol), con el fin de que no se copie toda la información en sala y se tenga otro tipo de interacción. “Museo del Caracol. Cedulario”, documento electrónico disponible en <www.caracol.inah.gob.mx/index.php/cedulario>, consultado el 5 de diciembre de 2014.

El factor de la imposición indirecta del museo como un lugar del saber ejerce cierta carga abstracta sobre sus visitantes, por lo cual ha de tenerse cuidado con la información que se maneje en las cédulas: en ellas debe existir coherencia y concordancia con una idea concreta que aparezca como constante en la integridad de la exposición y sea visible por cualquiera que la recorra (Schmilchuk y Rosas, 2006).

Durante la investigación de Schmilchuk y Rosas se tomaron en cuenta varias opiniones de los visitantes, de modo que se apreciaron cabalmente los errores y aciertos de la museografía y se llegó a conclusiones tales como que los visitantes perciben de distinta forma la existencia de las cédulas, pues al final son ellos, dependiendo del interés por el que están en la exposición, quienes se acercarán o no a leerlas.

Ambas investigadoras afirman que las cédulas deben responder de forma armónica no solo a la museografía sino también a las dudas que le surjan al visitante, así como fungir como una posible guía para realizar su recorrido. En consecuencia, toman en cuenta tres factores muy importantes al momento de pensar en las cédulas de una exposición: “Ubicación, extensión y contenido”. Dentro de la primera se encuentran la iluminación y la posición frente al lector; la segunda alude a si es corta o larga, si la cédula se lee rápidamente o no, y el tercero, el contenido, aborda el lenguaje y las palabras precisas para la correcta transmisión de la información expuesta (Schmilchuk y Rosas, 2006, p. 12).

En lo que se refiere al público, distinguen cinco tipos de lectores: el —llamémosle así— : solo lector, que utiliza las cédulas como una guía para su exposición; el lector selectivo, cuya interacción con las cédulas consiste en tomarlas únicamente cuando le surge alguna duda que desee aclarar al momento de observar las obras; el lector no activo, es decir, aquel al que, por carecer del hábito de la lectura, las cédulas no le representan un elemento vital para su recorrido, y, por último, el lector en conflicto, al que le impone el estar ante una cédula por temor a no comprender lo que en ella está escrito, además del no lector, aquel que no obstante que carece del hábito de la lectura, le resulta interesante el tema de la exposición (*ibid.*, pp. 17-20).

Estas proposiciones y observaciones acerca de la tipología de los lectores de cédulas configuran un área de exploración muy importante para el museo, pues ya no se observan los distintos tipos de cédulas como lo más importante de una exposición, sino los distintos públicos y su interacción con ellas, respondiendo a las preguntas ¿quién lee las cédulas?, ¿cómo las leen?, ¿cómo se da la interacción con el contenido de las cédulas? La correcta sinergia ente el contenido y el continente de las cédulas es imprescindible para la correcta transmisión del mensaje, adaptándose a la variedad de las necesidades de los lectores (Schmilchuk y Rosas, 2006).

Como es imposible hacer cédulas para cada uno de los lectores, se tiene que encontrar el punto neutro que atienda las necesidades de la mayoría. De la misma manera, como esos lectores no leerán todas, hay que establecer relaciones entre cada una de ellas para que, si bien no se dependerá de leer todas y el mensaje se entenderá aun si solo se lee una, el visitante quede motivado para leer las posteriores, comprensibles en su conjunto. A esta cuestión se le ha llamado *hipertexto*: hace referencia al mensaje implícito en las cédulas en zonas arqueológicas y museos, donde, sin importar el orden en el que se lean, debe entenderse la idea principal (Gándara Vázquez, en Mosco 2012, p. 432). Lo anterior permite establecer un vínculo de sentido que propicie la generación de nuevas ideas y/o percepciones sobre el tema expuesto. En suma, si se elige leer solo una cédula, esta tiene que dejar en el individuo alguna idea relacionada con la exposición que pueda emplear en un futuro, ya sea en una conversación, en algún proyecto, tarea, etc.; los intereses de los lectores, aunque diversos, siempre apuntan hacia la busca de algún conocimiento nuevo dentro de la exposición.

Son los lectores los que tienen que ser analizados y escuchados, y adecuar todas las características de las cédulas para su correcta composición nos lleva a pensar en la inclusión como factor imprescindible al momento de producirlas. Al hablar de inclusión en los museos encontramos, entre otras posibilidades, los museos comunitarios, los cuales, como su nombre lo dice, trabajan con la comunidad; en ellos las

cédulas y los textos no deben estar alejados de la comunidad a la que le hablan, ni actuar de manera independiente, exclusiva y ajena, sino mantener la línea de integrarse en un conjunto que tiene un mensaje que comunicar.

Las cédulas como equipo

La propuesta en los textos y las cédulas es formar parte de un sistema integral en cuyos contenidos esté inmersa la sociedad, ya aportando símbolos y signos que refuercen su identidad, ya sintiéndose parte de lo que en ellas está escrito: “Un factor importante del texto museográfico comunitario es la integración del contexto en el texto” (González, 2002, p. 12). Esto dará como resultado una mayor apropiación de la información presentada dentro de la institución museística (González, 2002). En México son varios los casos de museos de este tipo donde se busca que la comunidad forme parte de la composición de esta información, provocando su inclusión, interés y, como beneficio adicional, la difusión del inmueble.

Un gran acercamiento por parte de instituciones como el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) fue la evaluación y ejemplificación de una correcta cédula; en un apartado de la *Gaceta de Museos*, se hacen mención especial a “La cédula del mes”, con el fin de subrayar los aciertos en su elaboración y presentación.

Un ejemplo es la cédula introductoria del Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Palenque, pues, se asegura, contiene los datos precisos para la comprensión del lugar desde el inicio de su visita. En este artículo, Manuel de la Torre Mendoza propone que, “al elaborar una cédula museográfica, es necesario tener en mente tres factores: la información disponible sobre el tema, el contenido del museo (su colección, su discurso y su concepto) y el público lector” (2004, p. 27), por lo que la cédula de introducción debe estimular al público a hacer su recorrido con mayor entusiasmo por descubrir lo que se le va a mostrar. Sin embargo, acotando los términos anteriores, es pertinente invertir los factores, posicionando en primera instancia al público y, a partir de él, la forma en la que a través de las cédulas se maneja el contenido del museo y la información disponible sobre el tema.

“La cédula del mes” mencionada en el texto es:

Bienvenidos a Palenque, una ciudad maya del periodo Clásico

Palenque, una de las ciudades mayas más importantes del periodo Clásico (250 a 900 d. C.), fue la capital de una poderosa dinastía que gobernó extensas regiones de los actuales estados de Chiapas y Tabasco. Sobresalió por la calidad de sus obras arquitectónicas y escultóricas, además de las numerosas y bien conservadas inscripciones glíficas que han aportado información invaluable para comprender la historia de esta cultura.

Este museo alberga los objetos recuperados en las excavaciones realizadas durante el último siglo y medio en la antigua ciudad y están agrupados de acuerdo con el edificio o conjunto arquitectónico en que fueron encontrados. De esta forma, y gracias al trabajo de los especialistas, podemos dar una mirada a las actividades rituales, políticas y cotidianas de los palencanos.

Esperamos que la visita a este museo les brinde la oportunidad para comprender el significado y el uso de las diversas construcciones de la zona arqueológica —declarada patrimonio cultural de la humanidad—, así como para apreciar la grandeza alcanzada por los mayas.

Gaceta de Museos, tercera época, junio-septiembre de 2004, núm. 32, Conaculta-INAH, México

Como se puede observar, se le habla directamente al público y se le invita a acercarse a la información sobre la cultura maya a partir de su visita al Museo de Sitio de la Zona Arqueológica de Palenque. Asimismo, la cédula da breves datos que inspiran a adentrarse en esos objetos descubiertos, despertando el interés del conocimiento y comprensión de esta cultura en el futuro.

Tal vez esta nominación de “La cédula del mes” estimule a más instituciones a la formulación idónea del contenido de sus cédulas, estableciendo diálogos entre lo que se está exhibiendo y la información de estas, concebidas ya no como entes aislados, sino como un equipo que en sinergia comunica ideas concretas a los diferentes públicos.

Recomendaciones

Aunque aún hay muchas fuentes por revisar, con base en las investigaciones citadas previamente concluyo con algunas recomendaciones que todo redactor-diseñador de cédulas debe tener en cuenta al momento de comenzar con el proceso de producción de estas en una exposición.

El equipo dentro de los museos, además de ser multidisciplinar, debe colaborar en conjunto para interactuar eficientemente con sus públicos. En cada institución el trabajo en equipo siempre es importante, pues de esa forma ninguno de los que participan en el proceso de la exposición es ajeno al contenido, ni a su línea discursiva, lo que se ve reflejado en un trabajo de buena calidad en cuanto a la comunicación directa y retroalimentada con el público visitante.

Aunque las cédulas se separan en contenido y diseño, ambas áreas deben estar en completa unión. La prueba y error los llevará a la asertividad al momento de concretarlas en la exposición.

Redacción y comunicación de ideas

- Tener una idea principal y regresar a ella cada vez que sea necesario. Partir de lo general a lo particular, lo que lleva al visitante a ir descubriendo nuevos caminos que le permiten recordar mayores detalles de la exposición sin perder la idea principal de la exposición
- Si se pretende incluir preguntas en las cédulas, siempre deben ir acompañadas por una sugerencia que despierte la curiosidad y la motivación del visitante por experimentar, conocer y aprender lo que se le propone
- El contenido expresado en las cédulas debe ser completamente entendible, es decir, se debe tener en cuenta el público meta; sin embargo, se debe usar vocabulario común para todo tipo de público
- Hay que emplear frases atractivas, que sean fáciles de recordar, retengan la atención del visitante y le parezcan interesantes para comentar en el momento de su visita o posterior a ella
- Cada cédula propuesta debe tener un propósito en particular; cada una debe ser entendible por separado y, en conjunto, constituir un mensaje común: el de la exposición

- La información tiene que ir acompañada por las palabras exactas y comprensibles, pensadas y formuladas en el mismo camino del proceso de producción de la exposición
- La cédula debe comprender al visitante para que la comprenda. Es decir, el equipo debe crearse en cuestionamiento y reflexión del público
- Clarificar conceptos, simplificar mensajes y eliminar términos confusos (Serrell, 1996)

Diseño

- Si se utilizan palabras e imágenes, siempre han de usarse aquellas como apoyo de estas y no la imagen como apoyo del texto, pues, de lo contrario, estará indicando por sí misma que el texto no se entiende
- El tamaño de la letra debe ser de más de 1 cm. Es la medida adecuada para una buena lectura, no solo para “escanear” el texto (Denver y Carrizosa, 1999)
- El tipo de letra que se utilice tiene que ser común para la gente, como Arial, Helvética o Gill Sans (Hooper-Greenhill, 1998)
- Relacionar las cédulas ya sea con imágenes tangibles o imágenes abstractas que colaboren a un mejor recordatorio de la información por parte de la gente
- Pensar en las cédulas como parte esencial de la exposición; a pesar de que se trabajan de manera particular, siempre forman parte de un equipo donde, junto con más elementos, dan uno o más mensajes
- La longitud de las líneas no debe rebasar los 45 caracteres, esto es, entre 8 y 10 palabras (Hooper-Greenhill, 1998)
- Utilizar fondo claro con letras oscuras, en vez de un fondo oscuro con letras claras, facilitará la lectura y evitará el cansancio en el proceso. El fuerte contraste favorece la lectura por parte del visitante, pues no se mimetiza la letra con el fondo, causando confusiones
- Acortar el número de palabras (Serrell, 1996). Aunque el discurso sea bastante extenso, hay que encontrar la manera de decir mucho con pocas palabras y no utilizar muchas para que al final no se diga nada en concreto

Consideraciones finales

Por razón de que el público es el principal motivo por el que se realiza una exposición dentro de un museo, se debe tener compromiso con la forma en que se comunican los contenidos, lo que obliga tanto a prestar atención a las diversas experiencias de los visitantes al recorrer el espacio expositivo como a ubicar las necesidades que se pueden cubrir desde los ámbitos museográfico y museológico.

Al pensar en el cederario, la exposición debe considerarse como un trabajo en equipo: todas aquellas manos que intervengan en el proceso de investigación, curaduría, museografía —entre otros departamentos involucrados desde la concepción de aquella, el proceso de montaje, su inauguración, la recepción por parte de los públicos, hasta el cierre— deberán estar al pendiente de lo que ocurre en la muestra. Puesto que una buena comunicación debe ser principio fundamental para la formulación de la exposición, su idoneidad se verá reflejada en la medida de la sinergia en la que interactúen los objetos, las imágenes y los textos, lo que determinará, a su vez, la experiencia del visitante. Todo el trabajo debe orientarse hacia la comodidad y comprensión de este, por lo cual hay que observar cómo se comporta y cuál es la forma de aprehensión de los contenidos, así como encontrar el camino adecuado para comunicarlos.

Se trata, en resumen, de ir de la mano con el visitante construyendo contenidos en conjunto y no por separado; propiciar que el museo siga en constante evolución y no se estanque en un remolino de teorías en las que solo el especialista se ve involucrado.

Por lo anterior resulta sumamente importante corroborar que la tríada público [o comunidad]-objetos-texto se visualice como un ciclo cuyo principio y fin indican oportunidades ante nuevos aprendizajes en torno de los distintos temas dentro de las instituciones, resaltando qué recursos, como las cédulas, tienen el potencial de despertar interés y curiosidad sobre la información expuesta en el museo, e in-

cidan directamente en que las experiencias sean significativas para las distintas realidades de los visitantes.

En México son pocos los museos que se han preocupado por realizar estas prácticas; el atreverse implica un estado de riesgo que se debe correr para proponer lo que antes no se ha visto en los museos de historia, ciencia, arte, etc. Se trata de experimentar en ellos y preguntar a la gente: ¿Qué siente? ¿Qué entiende? ¿Cómo le gustaría ver lo que se expone? ¿Qué propondría?

De esta forma se asegura un futuro incluyente, en el que los museos son aceptados por los públicos por razón de que los públicos son aceptados en los museos.

Bibliografía

- Belcher, M. (1997), *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*, Gijón, Trea.
- Berruecos, M. L. (2008), “La reformulación en cédulas de divulgación científica”, *Anuario de Investigación, 2007-UAM-X*, México, pp. 211-232, documento electrónico disponible en <http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/278-4267igo.pdf>, consultado el 21 de noviembre de 2014.
- Denver, P. y Carrizosa, A. (1999), *Manual básico de montaje museográfico*, Bogotá, Museo Nacional de Colombia, División de Museografía, documento electrónico disponible en <http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/manual_museografia.pdf>, consultado el 15 de noviembre de 2014.
- Eidelman, J., Roustan, M. y Goldstein, B. (2013), *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*, Buenos Aires, Ariel (Arte y Patrimonio).
- Falk, J. H. y Dierking, L. (1992), *The Museum Experience*, Washington, Whalesback Books.
- Gándara, M. (2014), “El INAH y la socialización de los valores del patrimonio en sitios arqueológicos: un breve repaso histórico”, *Gaceta de Museos*, núm. 58, México, pp. 32-37, documento electrónico disponible en <<https://revistas.inah.gob.mx/index.php/gacetamuseos/article/view/559/523>>, consultado el 24 de noviembre de 2015.
- González, L. (2002), *Discurso semiótico de la identidad en los museos comunitarios de Oaxaca*, México, ENAH, documento electrónico disponible en <<http://www.redalyc.org/pdf/351/35102505.pdf>>, consultado el 20 de noviembre de 2014.
- Gutwill, J. (2006), “Labels for open-ended exhibits: using questions and suggestions to motivate physical activity”, *Visitor Studies Today. A Publication of the Visitor Studies Association*, 9 (1), documento electrónico disponible en <http://www.exploratorium.edu/vre/pdf/Gutwill_Labels.pdf>, consultado el 6 de marzo de 2015.

- Hooper-Greenhill, E. (1998), *Los museos y sus visitantes*, Gijón, Trea.
- ICOM (2007), “Definición del museo”, documento electrónico disponible en <<http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1>>, consultado el 2 de noviembre de 2015.
- McLean, K. (1996), *Planning for People in Museum Exhibitions*, Washington, Association of Science-Technology Center.
- Mosco, A. (2012), *Metodología interpretativa para la formulación y desarrollo de guiones para exposiciones*, tesis de maestría, México, ENCRYM.
- Riveros, H. y Betancourt, J. (2006), *El público y los museos de ciencias. Algunas consideraciones*, San José (s. p.), documento electrónico disponible en <<http://www.cientec.or.cr/mhonarc/redpop/doc/msg00026.shtml>>, consultado el 25 de enero de 2015.
- Rosas, A. y Schmilchuk, G. (2006), “Exponer comunicando. Evaluación de dispositivo de interpretación de la exposición *El cuerpo aludido* (Museo Nacional de Arte, 1999)”, *Discurso visual, Revista Digital, Addenda 13*, Cenidiap/INBA, documento electrónico disponible en <books.google.com.mx/books?id=sg9ufwmdo40C>, consultado el 21 de noviembre de 2014.
- Sánchez, C. A. y Castro, B. D. (2014), *Buenas prácticas en la planeación, diseño y comunicación museográfica*, Bogotá, Ministerio de Cultura.
- Serrell, B. (1996), *Exhibit Labels. An Interpretive Approach*, Walnut Creek, Altamira Press.
- Torre, M. de la (2004), “La cédula del mes”, *Gaceta de Museos*, tercera época, junio-septiembre, núm. 32, México, Conaculta-INAH, documento electrónico disponible en <<http://www.ilam.org/ILAMDOC/gacetademuseos/32.pdf>>, consultado el 20 de noviembre de 2014.
- Walker, K. y Tallon, L. (2008), *Digital Technologies and the Museum Experience*, Walnut Creek, Altamira Press, 56 pp., documento electrónico disponible en <http://www.lkl.ac.uk/people/kevin/book_chapter7.pdf>, consultado el 25 de noviembre de 2014.