

# El afuera y el adentro de las exposiciones

Fernando Félix\*

**Los investigadores, guionistas, diseñadores y productores** de exposiciones realizan una serie de actividades relacionadas entre sí con el objetivo de crear muestras museográficas destinadas a la interpretación final de los visitantes y de la sociedad. Por esa razón consideramos de gran utilidad conocer a profundidad el entorno social y cultural en que se presentan y analizar a detalle las acciones y productos que forman parte de su complejo proceso de trabajo.

La traducción de un lenguaje a otro (el paso de la investigación al guión, del guión al diseño y del diseño a su producción física) hace necesario comprender la naturaleza de la actividad que realiza cada una de las áreas; las que nos preceden, la que nos toca realizar y las de los grupos que culminan el proceso. La variedad de interpretaciones nos hace pensar también en la diferencia y el contraste entre el encargo y óptica de los profesionales del museo y la impredecible recepción de la misma por parte de los visitantes. Finalmente, hacer una exposición y al mismo tiempo reflexionar sobre ella nos coloca en una banda de Moebius, en la que de manera permanente nos encontramos adentro y afuera de lo inmediato, adentro y afuera de nuestro trabajo específico, del museo y de nuestro *quehacer*.

## **LAS EXPOSICIONES COMO FORMAS DE INTERVENCIÓN CULTURAL**

En un sentido amplio, el diseño de exposiciones se realiza para establecer un diálogo con la sociedad y es un modo de resolver algunas necesidades culturales de la población. Son pensadas como espacios de encuentro y construcción cultural que posibilitan la difusión y apropiación del patrimonio, el acercamiento a las expresiones artísticas del pasado y del presente, y el debate sobre temas económicos, políticos, sociales y culturales.

El programa de exposiciones responde a la vocación y al plan de presentaciones museográficas que instrumenta el museo o la institución que las realiza y se enmarcan en políticas culturales más generales (oficiales, privadas, comunitarias o de la sociedad civil). Sin embargo, no es adecuado crear una propuesta sólo a partir de la mirada interna de los

profesionales de los museos; hay que acudir también al conocimiento de las necesidades culturales de los diversos sectores de la sociedad a la que el museo sirve. Es fundamental pensar en la interpretación social de las exposiciones, y su impacto en la población debe ser evaluado con indicadores que reconozcan la diversidad cultural y el derecho de los visitantes a crear su propia narración (Ranciere, 2010).

## **LA NARRATIVA DE LAS EXPOSICIONES**

Las exposiciones hacen visibles a los objetos y elaboran con ellos una narración, la cual será interpretada de maneras diversas. Las piezas se presentan y representan para la contemplación de los visitantes y la mirada tiene un papel protagonista, pero atrás de esa compleja dimensión de lo visible existe “otra más profunda, cargada de significaciones que revela principios invisibles” (Bolaños, 2003) y se relaciona con la forma como se ordenan las ideas dentro de las salas, con la elección y organización de los objetos, con su contextualización, con los elementos museográficos que los acompañan y el ambiente que se crea para la realización de la experiencia museográfica.

Se trata de la *dimensión crítica y narrativa*, como la llama María Bolaños. Por su parte, Carla Padró (2003) sugiere que podemos pensar las exposiciones como lugares para interpretar y no sólo para comunicar (o adquirir información); hay que incluir la posibilidad de interpretaciones distintas de los temas presentados en las salas y aceptar otros modos de conocimiento, reconociendo la libertad del público para elegir qué pensar y cómo experimentar en las salas.

Por esa razón, los museos buscan nuevas formas expositivas y de relación con los visitantes. Se preocupan sobre todo por crear mejores y más expresivas condiciones espaciales para los discursos y las obras, al reintegrar la dimensión de la intimidad en la experiencia museográfica y construir un refugio para el mundo de la subjetividad, de la no certeza y de la conciencia divergente. “No se trata, pues, de exponer una teoría, sino más bien de contar una historia y de evocar un cierto estado de ánimo” (Bolaños, s. f.).

## EL PROCESO MUSEOGRÁFICO

La construcción del discurso museográfico tiene, sin lugar a dudas, diversas maneras. Es desde esa posibilidad como nos interesa revisar qué ocurre cuando se crea una exposición. En el proceso para hacerlo se integran grupos especializados de trabajo, equipos interdisciplinarios capaces de llevar a buen fin complejas propuestas museográficas y de elaborar proyectos ejecutivos que contengan las indicaciones y los tiempos para producir las muestras.

Los trabajos realizados por el equipo de museografía son de diferente naturaleza, lo que obliga a realizar diversas traducciones. La pretensión del equipo debe ser crear espacios de significación con un mismo concepto: una misma temática, un mensaje principal, una propuesta de experiencia museográfica para los visitantes y una sola idea de diseño.

Un proyecto museográfico ejecutivo consta de cuatro etapas diferentes, pero igualmente significativas: la planeación, el diseño, la producción y el montaje (Félix, en prensa). Por medio de ellas se crea una serie de productos que van relacionando a los distintos grupos de trabajo hasta culminar con la inauguración de la muestra. Lo que presentamos a continuación es una propuesta basada en nuestra experiencia sobre cómo organizar y llevar a cabo el proceso.

*La etapa de planeación.* El trabajo se inicia con la elaboración o definición de la *propuesta general*, en la que se plasma la idea global de la exposición y sus objetivos. Ésta surge a partir de una reflexión sobre la importancia cultural y social de la colección y del tema propuesto. Dicho planteamiento detona un proceso de investigación que se concreta en el *guión temático*, elaborado por los investigadores

El proceso tiene como meta principal hacer una exposición en un tiempo determinado, cuyo único objetivo debería ser denominado de una misma manera. Se habla de curaduría en la etapa 1 y de museografía de la 2 a la 4, pero ¿cómo debemos nombrar a todo el proceso? De seguro “proceso museográfico” y a todos sus actores, “museógrafos”.

o curadores responsables, apoyados en un primer *estudio de público*. Este guión es una interpretación sobre el tema y la colección, y constituye la narración básica sobre la que se creará la muestra. El guión temático, como su nombre lo indica, es una presentación secuenciada de los temas, la colección, la gráfica y otros elementos museográficos; debe ser coherente vertical y horizontalmente<sup>1</sup> y contener el *mensaje* de la exposición. Se trata de una guía para la confluencia de todos los grupos de trabajo; los integra y les muestra el camino a seguir. También forman parte de esta etapa el análisis y la propuesta de adaptación de los espacios donde se alojará la muestra.

Es muy común que el grupo de investigación y de guión desee coordinar todas las acciones del proceso. Es probable que esa pretensión surja durante la primera etapa, cuando dicho grupo trabaja solo; construye y visualiza la exposición a su manera, sin compartirla con el resto del equipo. Los compromisos adquiridos al gestionar la colección, las relaciones con los artistas y con las instituciones fortalece la idea de los investigadores de que se trata de “su” exposición.

ETAPA	GRUPOS DE TRABAJO	FUNCIONES	PRODUCTOS
1. Planeación	Equipo de museografía	Detonar el proceso	1. Propuesta general
	Investigadores y guionistas	Crear la narración fundamental	2. Guión temático
	Responsables de estudios de público	Aportar elementos para dirigir la narración hacia un público específico	3. Estudio de público
	Diseñadores	Elegir, analizar y proponer los espacios, su construcción o adaptación	4. Análisis del espacio y propuesta de construcción o adaptación
2. Diseño	Diseñadores	Distribuir los temas y la colección en el espacio Establecer la experiencia museográfica	5. Guión museográfico
		Diseñar los ambientes y los elementos museográficos	6. Anteproyecto y carpeta del proyecto
3. Producción	Productores	Producir	7. Producción de todos los elementos museográficos
4. Montaje	Montajistas	Montar	8. Montaje e integración en las salas de los elementos producidos

*La etapa de diseño.* Desde la etapa de planeación los diseñadores deben conocer la investigación y el guión, y junto con los guionistas ensayar ideas que sirvan para desarrollar la trama narrativa (Appelbaum, 1998). Es conveniente ponerse en el lugar del público y utilizar la experiencia propia de aprendizaje a modo de guía. A partir de ello el equipo de diseño traducirá la narración al espacio tridimensional de manera comprensible y creativa para el futuro público.

Sucede también que el grupo de diseño, producción y montaje, que ha tenido un protagonismo menor, quiera aprovechar la ventaja y obligación de cerrar el proceso y tomar decisiones sin consenso, justificadas por la necesidad imperiosa de cumplir con los plazos establecidos. Es muy conocido el hecho de que cuando las muestras no se terminan a tiempo se les atribuya a los “museógrafos” toda la responsabilidad, aunque los retrasos no provengan de su área.

A diferencia del guión temático, que consiste en crear una estructura secuenciada de temas, el *guión museográfico* (que es el primer momento del diseño) consiste en distribuir dichos temas en las salas, construyendo nuevas referencias y creando unidades espaciales de exposición, conformadas por los objetos seleccionados, los gráficos y otros elementos de apoyo. En este segundo guión se establece también la experiencia que se propone que vivan los visitantes en las salas, de modo que se apropien del mensaje de la exposición, y se establece el sistema definitivo de información de la muestra.<sup>2</sup>

El proyecto museográfico ejecutivo parecería (aunque no lo es) un proceso tradicional de diseño en el que existe o se crea la necesidad de un producto determinado (una muestra que concrete el guión temático) que los diseñadores resuelven mediante la “carpeta de diseño” y de la producción y el montaje de la propuesta. Este esquema daría la atribución a los investigadores y guionistas de aprobar o no el diseño, como lo haría cualquier “cliente”.

A partir del guión museográfico se elabora el *anteproyecto museográfico*, constituido por las ideas generales de diseño de la exposición, las cuales serán revisadas, modificadas y aprobadas para finalmente realizar la *carpeta del proyecto*, que contendrá los planos y presentaciones ejecutivas de todos los elementos museográficos: espacios y ambientes de la muestra, mobiliario, gama de color, gráfica e iluminación.

Es lógico pensar que el área de diseño coordinaría todo el proyecto, ya que controla un mayor número de etapas y grupos de trabajo. Su posición privilegiada, debido a que se encuentra en el centro del proceso, le permite recibir los productos del primer grupo, traducirlos al espacio, diseñar los ambientes y elementos museográficos, producirlos físicamente e integrarlos en las salas por medio de las áreas de producción y de montaje sobre las que ejerce una coordinación natural.

Sobre la *etapa de producción* coincidimos con Iker Larrauri (1987), que sostiene:

La producción comprende la manufactura de las estructuras y el mobiliario museográfico, la realización de los elementos gráficos y tridimensionales de información, los acabados interiores de los espacios de exhibición, la instalación de sistemas y equipos especiales, así como la terminación de los tratamientos de conservación de las piezas. En ocasiones la producción comprende ciertas instalaciones muy complejas como son los dioramas y algunos tipos de ambientaciones, las maquetas o modelos detallados que a veces deben construirse a escala natural y con movimiento. Algunas estructuras mayores (plataformas, rampas, tabiques de separación de áreas) deberán construirse dentro de los espacios de exhibición y no en los talleres. La producción gráfica, particularmente, requiere una elaboración minuciosa y detallada, y del cuidado especializado de la tipografía. La supervisión de los museógrafos y de los especialistas sobre el tema deberá ser constante y contar con el auxilio de los arquitectos para las obras que tuvieran que efectuarse dentro de los espacios de exhibición.

En esta etapa se realizan también los guiones y la producción de los audiovisuales e interactivos que formarán parte de la muestra.

El proyecto museográfico debe ser concebido en realidad como una confluencia de diferentes especialistas reunidos para crear una narración que tenga una utilidad cultural y que responda al “plan de exposiciones” del museo. Ninguno de ellos puede tomar el control de todo el proceso porque no lo domina en su totalidad. Tampoco nadie de fuera lo puede hacer porque es un trabajo creativo que genera desde adentro sus propios caminos y soluciones. Tal vez la condición básica de un buen resultado sería la comprensión del proceso y la profesionalización de sus integrantes.

*La etapa de montaje.* En el texto citado, Larrauri nos dice que el montaje museográfico consta de tres fases: en la primera de ellas se realizan las delimitaciones arquitectónicas, se instalan las estructuras, las piezas más grandes y el sistema de iluminación. En la segunda se coloca el mobiliario y otras instalaciones medianas. En la tercera se trasladan los objetos de la colección a sus vitrinas y bases, se cuelgan las obras artísticas en los muros, se instalan los tableros de información gráfica y se ajusta la iluminación.

Sería deseable establecer una coordinación colectiva que convoque a todos los actores a reuniones generales (que complementen la organización y el trabajo de cada grupo) e implemente un programa de seguimiento y evaluación de todo el proceso.

Reunir a investigadores-curadores-guionistas, a diseñadores, así como a responsables educativos y de estudios de público puede ser una agradable experiencia interdisciplinaria.

### ¿UNA CONCLUSIÓN MUSEOLÓGICA?

Los participantes en el proceso museográfico investigan para el *quehacer*. Realizan investigaciones aplicadas destinadas a construir de manera colectiva una exposición y no investigaciones generales ni reflexiones museológicas con fines distintos al de su aplicación directa e inmediata; su actividad principal se encamina a *hacer* el proceso (Ana Graciela Beldolla, comunicación personal) y no a *reflexionar* sobre él. Sin embargo, en esos y otros momentos, de manera programada o no, todos los equipos de trabajo de un museo pueden reflexionar y realizar investigaciones sobre su propia actividad y sobre la institución y sus funciones. Corresponde realizar estas actividades (también en laboratorios de museografía y en espacios académicos formales) sobre todo a las personas que trabajan en los museos (Carretero, 1996) y son muy importantes para lograr su profesionalización.

Algunos autores afirman que la relación entre museología y museografía se puede ejemplificar con la figura de un anillo con dos caras separadas una de la otra; en el exterior se encuentra la museología y en el interior la museografía. Sin embargo, de acuerdo con lo que hemos comentado, esa relación se podría representar por medio de una banda de Moebius, en la que al mismo tiempo nos encontramos en la parte interior y exterior de la figura. El desplazamiento de un lugar a otro puede ser imperceptible: hacemos museografía y también museología. Es más divertido navegar en una banda de Moebius y disfrutar de un proceso creativo complejo y colectivo que dedicarnos a compartimentar y a separar lo inseparable ❖

\* Museógrafo, Centro de Estudios de Museos, UACM



Centro de la Imagen **Fotografía** Silvia Carbajal Huerta

### Notas

- 1 Relación lógica entre los temas y en el interior de cada uno de ellos.
- 2 La idea de este esquema proviene de Museografía, S. C. (1993).

### Bibliografía

- Appelbaum, Ralph, "Diseñar museos para el próximo siglo", en *Revista de Museología*, núm. 13, febrero de 1998.
- Bolaños, María, "La exposición como utopía: algunas experiencias ejemplares", en *Museología: crítica y arte contemporáneo*, Zaragoza, Prensas Universitarias, 2003.
- \_\_\_\_\_, "Desorden, diseminación y dudas. El discurso expositivo del museo en las últimas décadas", s. f., en línea [<http://www.mcu.es/museos/MC/MES/Revistas/Rev02/EntornoMuseoRev02.html>], consultado en agosto de 2012.
- Carretero Pérez, Andrés, "La museología, ¿una práctica o una disciplina científica?", en *Revista Museo*, núm. 1: "Selección y formación de los profesionales de museos", 1996, en línea [[http://www.apme.es/html/revista\\_01.htm](http://www.apme.es/html/revista_01.htm)].
- Félix, Fernando, "Gestión, diseño, producción y montaje de una exposición museográfica", en *Cuadernos para la gestión cultural municipal*, Conaculta/Secretaría de Cultura de Jalisco, en prensa.
- Museografía, S. C., "Guión museográfico del Museo-Espacio de Historia Mexicana", Monterrey, 1993.
- Larrauri, Iker, "Descripción de un proyecto museográfico", Quito, mimeo, 1987.
- Padró, Carla, "La museología como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio", en *Museología: crítica y arte contemporáneo*, Zaragoza, Prensas Universitarias, 2003.
- Ranciere, Jacques, *El espectador emancipado*, Buenos Aires, Manantial, 2010.



Palacio de Cortés **Fotografía** Fernando Félix