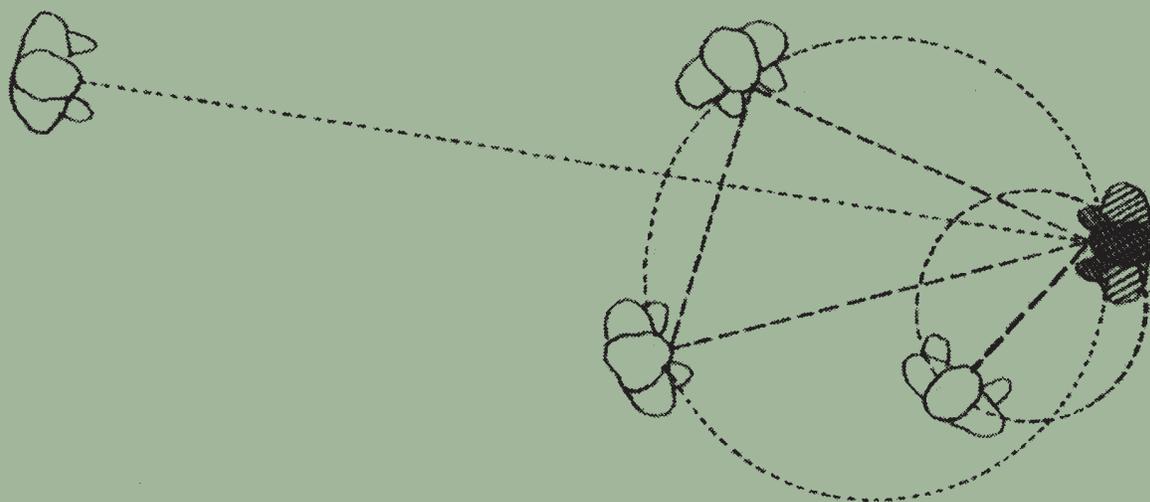


Optimización expositiva

Criterios, actitudes y aptitudes

Miguel Ángel Correa Fuentes*



Ilustraciones Tomadas de Francis D. K. Ching, *Diccionario visual de arquitectura*, 4ª ed., México, Gustavo Gili, 2002

LAS EXPOSICIONES SON, INDUDABLEMENTE, EL ROSTRO DE LOS MUSEOS.

Es frecuente que los visitantes que incursionan por primera vez en esta oferta cultural piensen que los museos son sinónimo de exposiciones y que la actividad museal se limita a ellas.¹

Las exposiciones son el elemento central de la comunicación museal pero tan sólo son una de las actividades de difusión que el museo realiza.² Sin embargo, la expectativa que provoca cada nueva exposición (sea temporal o permanente) le otorga a esta actividad el papel museístico protagónico.

Las exposiciones permiten el contacto entre el museo y el público. El visitante es el receptor final de este producto cultural y es, también, el que legitima los esfuerzos de la institución.³

Las exposiciones propician la *aprehensión* del patrimonio cultural dentro de los museos (o fuera de ellos) y le confieren a éstos la actualización que les permite mantenerse vigentes, tanto en su oferta como en su vitalidad sociocultural.

La importancia que tiene la actividad expositiva radica en esa realidad: su producto es la presencia que ayuda a mantener en boga al museo.

Las exposiciones cíclicas, pensadas con cuidado, contribuyen de manera importante a mostrar un semblante museístico vigoroso, escorzado y templado que le otorga renovación y continuidad a esta institución en el horizonte cultural.

Hablar de optimización es referirse a posturas que definen los criterios de perfectibilidad expositiva. Es hablar de actitudes y aptitudes.

Hasta hace poco la preocupación del museo, o de cualquier instancia que deseaba realizar exposiciones, recaía, principalmente, en obtener el éxito artístico de las mismas. Los esfuerzos se centraban en contar con un museógrafo renombrado que, con sus poderes secretos, ejecutara obras museográficas magistrales.

Esta visión, donde la presencia del *maestro* con su genialidad, sensibilidad y alardes artísticos garantizaba el *prestige* de la exposición (y de los organizadores mismos), ha sido cuestionada por sus limitantes discursivas e interpretativas con el público común.⁴

Si bien en la museografía son importantes los resultados estéticos (la museografía mexicana destacó internacionalmente por el uso imaginativo del espacio, el color y la luz),⁵ en la actualidad existen otros aspectos de igual importancia que, aunados a la estética, permiten concebir de manera integral a las exposiciones, considerando otros factores y preocupaciones museológicas.

Una de esas preocupaciones es reconocer al destinatario de cada exposición como el elemento primordial para lograr la conquista comunicativo-museológica.⁶ La intención de hablar con el idioma cultural del público es una tarea fundamental para lograr un proceso de diálogo satisfactorio.

Por otro lado, la eficacia del acopio y administración de los recursos disponibles, así como la eficiencia en el control de todas las actividades que permiten cumplir oportunamente con el compromiso expositivo, son aspectos que otorgan una plataforma –sólida o débil– sobre la que se erige la exposición.

Un aspecto relevante se refiere al trabajo equilibrado entre la curaduría, la museografía y las instancias organizadora y patrocinadora. La toma de decisiones en el desarrollo expositivo se ve afectada de manera seria si la injerencia de una de estas instancias predomina sobre las demás. El trabajo horizontal de todas ellas, en cambio, permite concertar satisfactoriamente todos los objetivos e intereses depositados en la exposición.

La optimización requiere, por tanto, de una verificación meticulosa de *todos* los objetivos durante *todo* el proceso, de un ejercicio horizontal de las decisiones entre las instancias que orientan la construcción de la exposición, de una administración y programación rigurosa, de la eficientización comunicativa, de un resultado estético satisfactorio y de la conservación apropiada del patrimonio cultural inmerso en aquélla.⁷

II

Los componentes esenciales que conforman la creación de una exposición son los siguientes:

El *tema y mensaje*, los puntos de partida. La idea que origina una exposición, así como la orientación que se pretende dar, surge de una o de diversas fuentes: la dirección misma del museo, a través de la misión y programas expositivos; sugerencias o peticiones del público interesado, especialistas o estudiosos del patrimonio; designaciones políticas o intereses varios.

El *guión museológico* (también denominado guión temático o científico), desarrollado por el curador o investigador responsable. Este documento guía los objetivos, el mensaje, los contenidos, las secuencias y los apoyos gráficos, objetuales, textuales, interactivos, audiovisuales, etcétera. También determina la postura ideológica o filosófica desde la cual se abordará la exposición.⁸ En el guión se pueden insertar los propósitos investigadores de la museología o desarrollar intereses indagadores durante su aplicación.

El *corpus* del patrimonio cultural que se va a exhibir es otro de los factores vitales del proyecto expositivo. La museografía ha priorizado tradicionalmente a los objetos museables como elementos centrales de exhibición; sin embargo, hay sectores del patrimonio cultural que se sustentan en conceptos o procesos y no tienen objetos o colecciones que los representen. En ocasiones se requiere de otro tipo de recursos para materializar la exhibición.⁹

El estudio del *público* destinatario es una herramienta invaluable que permite conocer el rostro del visitante: sus fronteras culturales, su código de significados, sus gustos. Los resultados de este recurso, con una aplicación bien realizada, hacen posible la eficientización comunicativa.

El *espacio* para la exposición es determinante. Las formas, dimensiones, instalaciones, disposiciones e impedimentos secuenciales son el *cajón* que constriñe las resoluciones del diseño museográfico.

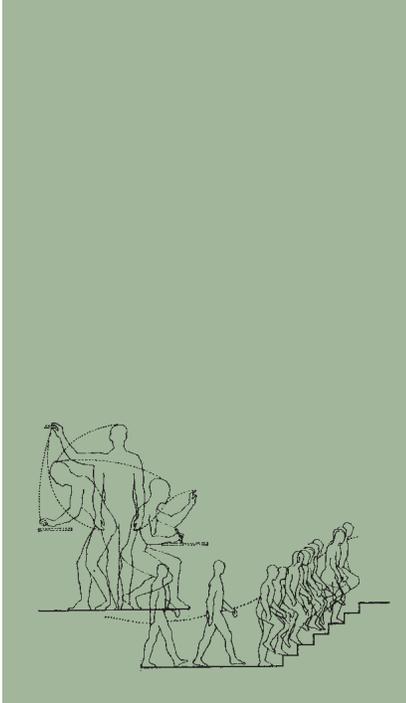
Los *conceptos museográfico y de diseño*¹⁰ guían la tridimensionalización del tema expositivo; en sí son el paso central del proceso: contienen la esencia que transpira el patrimonio abordado y también determinan su presencia y personalidad.

Los *recursos* financieros, tecnológicos y humanos disponibles determinan, en mayor o menor grado, la calidad resolutive de la exposición.¹¹

III

Una vez tomada la decisión de realizar una exposición, entran en acción los actores que la ejecutarán: director, curador, museólogo, museógrafo, restaurador, personal de producción y montajistas se agrupan para afrontar el reto expositivo.¹²

Se analizan los factores que determinarán la calidad del proyecto: el tiempo disponible, los recursos económicos asignados, los proveedores y los apoyos logísticos aporta-



dos al proceso, así como el grado de profesionalización del recurso humano involucrado.

De esta forma se desarrollan las estrategias de abordamiento expositivo, se determina la complejidad organizacional y el cronograma de actividades con sus puntos críticos.

En el proceso los problemas hacen acto de presencia: complicaciones de préstamos, aseguramiento, traslado y recepción de colecciones, objetos o equipos. Los caprichos museográficos entorpecen la evolución del montaje, las entregas puntuales de los proveedores de bienes o servicios guardan sorpresas, el flujo del presupuesto presenta desincronías.

La programación de una exposición siempre ve afectado su cronograma por las secuencias desordenadas que se suscitan en su desarrollo. Es necesario afrontar este conflicto, inevitable en todo proceso expositivo, reorganizando las actividades dentro del caos que se presenta.¹³

IV

La optimización expositiva requiere de competencia expositiva.

La claridad organizacional y de objetivos es el puntal que permite al realizador de exposiciones aprovechar con pericia los recursos disponibles.

Es relevante que el coordinador utilice hábilmente el diálogo, la argumentación y el convencimiento, ya que siempre se trabaja interdisciplinariamente, en ocasiones con equipos numerosos. También es crucial concertar y conciliar los intereses que orbitan en torno a la exposición.

El ejecutor de exposiciones, por otra parte, tiene un compromiso total y absoluto con estos eventos: son sus fetos culturales que tienen fecha y hora de nacimiento, por lo cual asume una responsabilidad ineludible.

El productor de exposiciones necesita contar con don de mando y tacto en un ambiente cordial, tomar decisiones rápidas y efectivas y hacerse de una resistencia física y psicológica ante las presiones y adversidades comunes que se presentan en el proceso.

V

En resumen, se puede decir que la optimización expositiva depende del criterio, actitud y aptitudes del realizador, y de los alcances (congruentes con el presupuesto disponible) que se fijen. Es un desafío permanente cuya solución siempre será perfectible.

Facilidad comunicativa, planificación meticulosa, claridad de objetivos, experiencia amplia, autoridad incuestionable, formación técnica y artística, conocimientos museográficos sólidos, capacidad investigadora museológica y tolerancia comprobada a la incertidumbre, son características que otorgan calidad profesional al constructor que pretende lograr la *optimización expositiva* ❖.

Notas

* Este texto parte de la consideración de que las exposiciones son medios de comunicación, superestructuras comunicativas que agrupan una compleja trama de sistemas de significación pertenecientes al visitante común (véase M. A. Correa Fuentes, "Narrativa neomuseográfica. ¿Una pretensión o una actitud expositiva?", México, ENCRUM-ИНАН, 18 de febrero de 2000), y fue realizado para el profesor Lucio Lara Plata, de la asignatura museología I de la maestría en museología –generación 1999-2001–. Un acercamiento fue publicado en GACETA DE MUSEOS, 2ª época, núms. 21-22, enero-junio de 2001, págs. 28-34.

Se considera que las exposiciones son medios o soportes *multimedia* que utilizan un *metalenguaje* (Umberto Eco) que agrupa el uso combinado de discursos diversos (orales, textuales, visuales, sonoros, olfativos, táctiles, proxémicos, kinésicos) donde el espectador *transita*, necesariamente, entre *espacios emisores* de mensajes codificados (por él comprendidos) que permiten al receptor decodificar, interpretar y reinterpretar de forma sencilla la información recibida.

Aquí se define a la museografía como la disciplina que investiga, diseña y usa técnicas de exhibición que le permiten transmitir, con el metalenguaje referido, manifestaciones del patrimonio cultural de manera tridimensionalizada y dirigida a grupos sociales específicos, siempre con objetivos lúdicos, rituales, educativos, de esparcimiento, socialización o de investigación museológica.

La museología se significa como "el estudio de las relaciones entre museo, patrimonio cultural y sociedad; como el estudio de los fenómenos museales", de acuerdo con L. Lara Plata.

Las exposiciones son el punto de confluencia entre la museología (teoría) y la museografía (práctica), son el nexo entre el museo y el público, son el puente que une la exploración teórica con la comprobación instrumentada.

La optimización expositiva se ocupa, entonces, de *optimizar los esfuerzos teóricos y prácticos* que confluyen en las exposiciones, considerando que los resultados obtenidos serán siempre perfectibles.

¹ De hecho, muchas personas –incluyendo a los novatos que trabajan en el campo de la cultura– creen que los museos se limitan a tener salas de exhibición.

² Las actividades de difusión también comprenden las publicaciones, los anuncios y señalizaciones exteriores, las campañas en medios de comunicación masiva –radio, prensa y televisión–, las promociones y vínculos con organismos, etcétera. Entre otras actividades, el museo se encarga de rescatar, catalogar, conservar e investigar el patrimonio cultural al que se aboca.

³ Sin exposiciones no hay público; sin público el museo es cuestionable. Sin exposiciones el museo puede ser cualquier instancia cultural, menos museo.

⁴ El *vedetismo* museográfico es una actitud protagónica que aún se manifiesta en el ámbito de las exposiciones; es una actitud que se olvida del *público común*, del visitante no conocedor del tema expositivo en cuestión.

⁵ L. Lara Plata, *Introducción al curso de exposiciones y sistemas de producción museográfica*, Oaxaca, Unesco-INAH, noviembre de 1996, primera entrega, pág. 1.

⁶ Cfr. M. A. Correa Fuentes, *op. cit.*, pág. 5. Este ensayo propone la utilización de una *narrativa* o relato cordial en las exposiciones, en lugar de un discurso impositivo e incompresible.

⁷ Es prudente mantener presente la optimización en todas las etapas del proceso: desde la planeación, el diseño, la producción, el montaje y mantenimiento museográficos, hasta la evaluación y corrección de la exposición. Estas etapas se tomaron del curso "Especialización museográfica: planeación, diseño, producción, montaje, mantenimiento" (ENCRYM-INAH, 1995-1996). En este escrito se agregaron las etapas de evaluación y corrección de la exposición (para los casos posibles). En su libro *Museum Exhibition, Theory and Practice* (Londres, Routledge, 1996, págs. 8-18) David Dean clasifica al proceso expositivo de la siguiente manera:

1. Fase conceptual: recolección de ideas y toma de decisiones.

2. Fase de desarrollo: planeación y producción de la exhibición.

3. Fase funcional: apertura de la exposición al público (implementación de programas educativos, mantenimiento y seguridad de la exhibición) y cierre de la misma (desmontaje).

4. Fase de evaluación: evaluación de la exhibición, del proceso expositivo, y presentación del reporte. Sugerencias para el mejoramiento del producto y su desarrollo.

⁸ Una exposición sin guión carecerá de un discurso articulado; tendrá por resultado una museografía inconsistente –incluso muda– que caerá en la simple composición espacial de objetos –con "muy buen gusto"– o en

una disposición aleatoria de obras –donde mejor "quepan" o donde más le agrade al acomodador–. Del guión museológico se deriva el guión museográfico, que integra la disposición de temas por salas o espacios.

⁹ Cfr. la propuesta de M. A. Correa Fuentes, *op. cit.*, págs. 6-7.

¹⁰ El *concepto museográfico* sintetiza el mensaje, las intenciones, acciones, acontecimientos, filosofías o ideologías que soportan al tema expositivo. El *concepto de diseño* materializa al concepto museográfico mediante el manejo de espacios, imágenes, colores, texturas, objetos y significados.

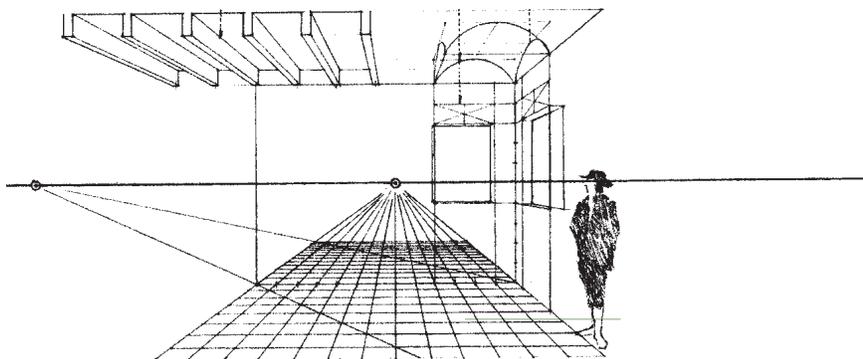
La parte neurálgica del proceso creativo de una exposición radica en la aplicación certera de tales conceptos. Muchas veces este paso es sacrificado por decisiones museográficas caprichosas que en algunas ocasiones alteran al guión museológico.

¹¹ También existen otros factores *ocultos* –hilos invisibles que actúan detrás del telón organizacional– que determinan, contundentemente, la creación de una exposición. Estos factores tienen que ver con intereses de la política oficial, privados o de organizaciones sociales que participan en el proceso.

La influencia del *poder* siempre estará presente –algunas veces mimetizado, otras evidenciado– en la creación de exposiciones y las políticas que las orientan. El poder es un factor que limita la optimización expositiva y la independencia creativa del proceso museográfico. Es una variable ineludible que se debe sortear con habilidad en cada exposición.

¹² También participan otro tipo de instancias, como los responsables de la seguridad del espacio destinado a la exposición, el patrocinador o político promotor, las instituciones participantes, los coleccionistas y los ineludibles "metiches" que, sin tener autoridad para ello, siempre rondan e insisten en opinar respecto al desarrollo expositivo.

¹³ En ocasiones se logra el control absoluto sobre toda la secuencia de las actividades expositivas y se puede finalizar de manera anticipada.



* Museólogo, MUSEO DEL TEMPLO MAYOR-INAH