

LAS grandes unidades museográficas de los siglos XIX y XX, y su modelo actual en el siglo XXI, difícilmente pueden aspirar a lo que esta Gaceta de Museos ha propuesto, como Museo Dialogal. Estas instituciones nacieron como modelo para el mundo entero, muchas veces irrepetibles y como aparatos de los Estados dominantes, imperialistas, con afán de concentración acumulativa y con millones de objetos, a la manera de grandes capitales culturales. En ellas no cabe, ni se pensó el diálogo, hoy indispensable para la sobrevivencia de la institución. El enriquecimiento de las técnicas de comunicación ayudará considerablemente, pero la virtud de la presencia del objeto en sí, será prevaeciente como lo ha sido a través de todos los tiempos en la confrontación humana con él. Esta, es emotiva fuertemente en forma inicial, llevando a lo reflexivo y si es posible hasta el lindero de la ciencia. El discurso en el museo, establecido por el científico en lo entimemático, se traduce a una narrativa o metonímica efectiva pudiendo enriquecerse, pero suigéneris, en un lenguaje de códigos espaciales, verdaderas metáforas visuales (Ver Gaceta de Museos No. 17, año 2000, «Sobre el discurso del museo»). En la plástica contemporánea, los artistas han propuesto creaciones ambientales, que han llamado «penetrables», intensamente vivenciales, a manera de las instalaciones museográficas que se inician en este país hacia 1934. El problema actual reside prioritariamente, en el establecimiento del diálogo entre quien emite y quien recibe: Museo y Público, según proponemos.

GACETA DE MUSEOS
(FLF)

NARRATIVA NEOMUSEOGRÀFICA *¿Una pretensión o una actitud expositiva?*

La reflexión museológica que en los últimos años han venido realizando los especialistas de este campo pareciera indicar que los museos se encuentran en una época de cambios. Cada circunstancia es similar a al experiencia de ascender a una colina y contemplar un valle con una panorámica extensa. Esta situación privilegiada permite observar todo aquello que acontece en el mundo de los museos. Ante esta perspectiva es fácil comprender que en realidad no transcurre una etapa de cambios (algunos museos ya lo han estado haciendo desde hace unos lustros) sino que, más bien, gracias a la reflexión museológica contemporánea es posible entender y comparar los movimientos y cambios constantes de todo lo que acontece en el horizonte del fenómeno museal de nuestros días.

Es así como hoy es fácil visualizar diversas preocupaciones museísticas. Entre otras, algunos museos siguen más interesados en conservar el tesoro que significa la autenticidad de sus colecciones que en preocuparse por ser accesibles al visitante, otros prefieren acercarse más a la educación que a lo lúdico (o a la inversa), algunos se preocupan más por la contemplación o por el espíritu de identidad, otros más están prescindiendo de objetos para efectos expositivos y otros, en fin, intentan asociarse al espectáculo, la alta tecnología y la mercadotecnia para alentar el consumo cultural en sus espacios.

Esta panorámica también permite observar la realidad económica que los museos viven actualmente: en un extremo muchos apenas sobreviven, se debaten entre la pobreza institucional y la miseria de la población local; en cambio, en el polo opuesto, hay museos que se expanden con recursos y riqueza abundantes, con excentricidad y objetivos que denotan los excesos del poder cultural.

Ante esta perspectiva, las reflexiones o discusiones en torno al futuro de los museos, más allá de los debates encarnizados por generalizar y definir con precisión el ser o deber ser del museo, necesitan abocarse al análisis de las peculiaridades de cada institución.

El horizonte museal contemporáneo evidencia que cada museo es un universo con virtudes y defectos, con limitantes inherentes a su origen y con circunstancias contextuales que lo constriñen o lo potencializan.

Cada museo es una identidad única que tiene una fórmula irrepetible. Por tanto no existen recetas universales para mejorarlo. Cada museo es un caso que atender: sus necesidades y posibilidades financieras, investigadoras, conservadoras y difusoras.

1. El patrimonio cultural que protegen los museos se limita normalmente a las colecciones. Néstor García Canclini («Los usos sociales del patrimonio cultural» en El patrimonio cultural de México. CONACULTA-FCE. 1993.p.60) hace referencia a que también es necesario incluir procesos en los proyectos museográficos (no sólo objetos) que caracterizan a ciertas manifestaciones culturales. También es relevante mencionar que los museos de ciencia manejan otro tipo de corpus: los conceptos científicos.

2. Las políticas museales (inciertas en un ámbito mayor que son las políticas culturales) son dictadas por los directivos, quienes manejan el poder de decisión en los museos. Son ejercicio de poder.

3. Las relaciones del museo con la sociedad pueden ser ejercicio de poder vertical o ejercicio democrático. Todo depende de las características y objetivos de cada museo.

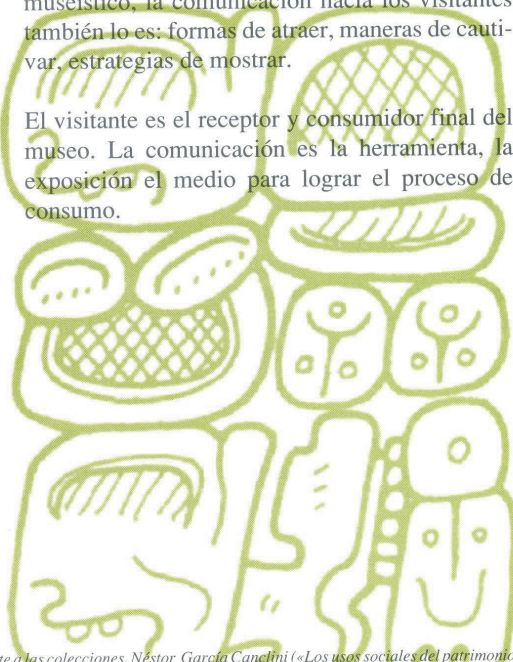
I

Todo museo tiene elementos constitutivos comunes pero con características que los diferencian entre sí: contexto, sede, visitantes, vocación científica y corpus de su patrimonio cultural (colecciones, conceptos, procesos).¹ También tiene organización funcional: misión, alcances, recursos, estrategias. Las políticas museales² agrupan y actúan todos estos componentes para darle vida y orientación particular a cada institución.

Una de las acciones relevantes de esta políticas es la manera como relacionan al museo con la sociedad³. Para ello requieren, entre otras cosas, de una comisión eficaz que le permita relacionarse tanto con su entorno cultural, como con sus visitantes.

De la misma manera que cada museo y sus políticas culturales son peculiares dentro del horizonte museístico, la comunicación hacia los visitantes también lo es: formas de atraer, maneras de cautivar, estrategias de mostrar.

El visitante es el receptor y consumidor final del museo. La comunicación es la herramienta, la exposición el medio para lograr el proceso de consumo.



Sin exposición no hay público. Sin público el museo es cuestionable. Sin exposiciones el museo puede ser cualquier instancia cultural menos museo.

De esta forma el público se transforma en componente vital y legitimizador del museo y las exposiciones en el elemento central de las políticas de comunicación museal.

La legitimización del museo a través de los visitantes puede tener altibajos, algunos museos contabilizan solamente la asistencia (entre más visitantes, mejor), otros, en cambio, se preocuparán además por valorar la calidad con que el visitante recibe la experiencia expositiva y por aumentar permanentemente esa calidad cultural. En cualquier caso, la calidad de visita es cuestión de honestidad institucional. Lo importante aquí es puntualizar que los visitantes son el detonante museístico legitimizador.

II

Hablar de público o visitantes en museos frecuentemente es referirse a una masa amorfa que no tiene rostro que se ría o se azore. Es un ente nebuloso inasible y casi siempre incomprensible. Afirmar que el museo es para todos y que el visitante común puede acudir a él para identificarse, revivir, recrear, vivificar, confrontar y reconstruir una experiencia cultural, es sólo un deseo loable.

¿Qué sabe exactamente el museo de su público legitimizador, además de sus edades y grados educativos?

¿Sabe cuál es su sentido de la vida?

¿Conoce cómo se divierte, distrae o relaja?

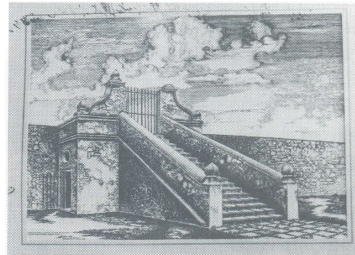
¿Conoce sus gustos, preferencias o fantasías?

*¿Sabe cómo se intercomunica y cómo interpreta los mensajes?*⁴

La vida cotidiana del individuo común (que pertenece a esa gran masa humana constituida por las clases proletaria, campesina, marginal y con ingresos medios) se desarrolla, por un lado, entre penurias para solventar sus satisfactores básicos y, por otro, dentro de un proceso globalizador⁵ en donde los medios masivos de comunicación afectan y modifican constantemente su sentido de la vida y percepción del universo: recibe información y entretenimiento de todas partes del mundo, elementos que paulatinamente integra a su cultura cotidiana.

La inmigración es otro factor que modifica los referentes culturales de las personas comunes, los cuales se amplían y se modifican dentro de un proceso de hibridación que altera persistentemente la memoria de sus fronteras culturales (lo otro ya no es claro) y los valores de su convivencia social. Hablar del visitante común en los museos es referirse a individuos inmersos en un proceso social complejo que se mantiene en una constante transformación cultural cosmopolitizadora.

Es necesario definir, estudiar, y proponer metodologías especializadas que permitan comprender con amplitud al público destinatario de los museos, y no sólo tener en mente un público imaginario. Conocer su rostro y entender su com-



Escalera de la Muralla Campeche, Cmp.

4. La respuesta a este tipo de preguntas recuerda mucho a las encuestas del marketing. En cierto modo se aplicarían algunos principios de estas encuestas, con las reservas que competen al caso de los museos.

5. Consúltese a Néstor García Canclini, *Culturas Híbridas*. Ed. Grijalbo. México, 1989. Págs. 140-190.

portamiento es el punto de partida de toda política museal. Sólo así se podrá entablar una comunicación expositiva congruente, utilizando los referentes culturales, lenguajes, códigos valores y preferencias del visitante legitimizador.

III

Conocer al público de cada museo es una tarea especializada tan particular como lo es el museo mismo.

El museólogo que se interese en el diseño y planeación de exposiciones, además de conocer claramente el perfil del visitante, requiere de una diversidad de herramientas comunicativas que le permita concebir una exposición de acuerdo al tema y corpus del patrimonio cultural en concordancia con el contexto cotidiano del visitante. Cada proyecto museográfico requiere, entonces, de soluciones comunicativas y expositivas propias.

Si se considera que las exposiciones son medios de comunicación⁶ dirigidos a los públicos inmersos en procesos culturales específicos y que son soportes multimedia a través de los cuales se intenta transmitir una información o una experiencia, entonces se comprenderá que la tarea comunicativa requiere de recursos y estrategias con respecto a la utilización de los medios que potencialmente se pueden aplicar en las exposiciones.

Cada exposición y sus elementos comunicativos requieren de un discurso⁷ cuidadosamente estudiado para cautivar y transmitir mensajes claros y certeros a su destinatario. Hasta ahora esta inten-

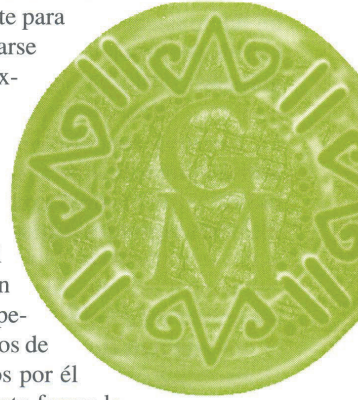
ción expositiva solamente se ha logrado parcialmente.

Si bien la museografía mexicana ha destacado internacionalmente por sus propuestas novedosas en el tratamiento de las exposiciones con el uso imaginativo del espacio, el color y la luz⁸ (el arte de exhibir arte), hoy en día este estatus no es suficiente para seducir y comunicarse con el visitante de exposiciones.

Es necesario adicionar otros ingredientes: hay que hablar con el idioma cultural del visitante inmerso en un contexto social específico y con los códigos de significados utilizados por él cotidianamente. De esta forma le será posible interpretar los mensajes y significados expositivos, proporcionarle sentido a su visita y despertar interés en explorar nuevas experiencias culturales.

El discurso museográfico difícilmente llegará al diálogo⁹. Sin embargo, lo que hasta ahora se ha manejado en la comunicación expositiva museal debe renovarse, evolucionar de un discurso (donde se dice algo impositivamente), a una narrativa (donde se relata agradablemente).

Así, hablar de narrativa aplicada a exposiciones es hablar de una de las formas de comunicación más seductoras y características de la naturaleza humana¹⁰. Hablar de una narrativa, no museográfica,



6. Ofelia Martínez. «En torno a la creación de exposiciones». *Revista Artes Plásticas*. Núm. 17, 1996. México. Pág. 8

7. Lucio Lara Plata indica que el discurso museográfico no es otra cosa más que interpretación dialógica entre los guiones museológico y museográfico, por parte del museo, y la interpretación propia del usuario (o visitante). Documento del curso-taller. Introducción al curso de exposiciones y sistemas de producción museográfica. UNESCO-INAH Oaxaca museo noviembre de 1966. Primera entrega, pag. 1.

8. *Idem*, pag. 1.

9. El diálogo implica un juego de mensajes donde el emisor y receptor alternan posiciones. La experiencia museográfica sólo aspira a otorgar cierta participación al receptor (usuario), sin que esta participación pueda llegar a ser una emisión completa del usuario hacia la exposición (que le permita a ésta interpretar y responder) para luego alternar posiciones.

10. Lauro Zavala. «Para que sirven los museos» y «La investigación sobre museos ¿existe?». *Revista Artes Plásticas*. Núm. 18, 1997. México. Págs. 68 y 70.

sino neomuseográfica¹¹, es una actitud por mejorar las relaciones visitante-museo a través de esta forma de comunicación.

Utilizar el término de neomuseografía no es un acto pretencioso, es más bien un intento por diferenciar entre lo que hasta ahora se ha conquistado en la museografía mexicana y lo que se plantea, en un futuro inmediato, como nuevos retos comunicativos por resolver en las exposiciones museográficas.

La narrativa neomuseográfica es una postura crítica y propositiva para planear y diseñar exposiciones, es una actitud expositiva para abordar y mantener vigente el patrimonio cultural.

Las posibilidades de la narrativa neomuseográfica contendrían una riqueza expresiva (por la gran diversidad de elementos extraídos de otros medios narrativos) y sus herramientas comunicativas ofrecerían posibilidades... De esta forma, las exposiciones museográficas serán, entonces, una superestructura comunicativa.

IV

La neomuseografía consistiría en explorar y aplicar elementos¹² y estructuras narrativas¹³ de diferentes medios de comunicación (como la televisión, el cine, la radio, la historieta, el teatro, entre otros) a las exposiciones. Actualmente estos medios son canales de información cotidiana y son los constructores de significados del individuo común, principalmente en las áreas urbanas que es donde se concentra la mayoría de la población humana¹⁴.

Narrar con el sentido que el público tiene de la vida, sería despertar interés por la oferta cultural que ofrecen las exposiciones, comunicando ideas en un lenguaje cercano, multisensorial¹⁵ y simbólico sobre un patrimonio cultural determinado.

Las posibilidades de la narrativa neomuseográfica contendrían una riqueza expresiva (por la gran diversidad de elementos extraídos de otros medios narrativos) y sus herramientas comunicativas ofrecerían posibilidades para abordar e incluso rescatar muchos de los temas y sectores del patrimonio cultural.

De esta forma, las exposiciones neomuseográficas serían, entonces, una superestructura comunicativa¹⁶ que agruparía una compleja estructura de sistemas de significación pertenecientes al visitante común.

11. Como nota aclaratoria se puede indicar que Lauro Zavala utiliza el término narrativa museográfica como registro personal de la experiencia del visitante de museos (consúltese «La recepción museográfica, entre el ritual y el juego.» en Posibilidades y límites de la comunicación museográfica. México.UNAM, 1993. Págs. 16 a 81). Para diferenciar esta postura, en el presente documento se utiliza el término narrativa neomuseográfica.

12. Por elementos no sólo consideramos los componentes analíticos, sino también los tecnológicos.

13. Se contempla el análisis de estructuras narrativas utilizadas en los siguientes medios: TV, cine, teatro, la radio, historietas, publicidad, tradiciones orales, novela, cuento, poesía, etc.

14. Jesús Martín-Barbero señala: «En los últimos veinte años el peso poblacional de América Latina se ha desplazado del campo a la ciudad y en bastantes países la proporción se acerca ya al setenta por ciento urbano.» También indica: «La cultura cotidiana de las mayorías desafía a fondo nuestros esquemas al apropiarse de la modernidad sin dejar su cultura oral, al estar gramaticalizada no por la sintaxis del libro, sino por los dispositivos narrativos de la radio, el cine y la televisión. La nueva sensibilidad convierte el estudio de la comunicación en tarea de envergadura antropológica.» Consúltese «La comunicación en las transformaciones del campo cultural. «Alteridades. Año 3, núm. 5, 1993. UAM-I, México. Pág. 64.

15. La experiencia visual de imágenes, objetos y lectura de textos es insuficiente para el individuo acostumbrado a recibir información espectacular a través de los medios masivos. Para que el visitante no se «aburra» en las exposiciones es necesario recurrir a otros sentidos como el olfato, el tacto, el oído y las secuencias de movimiento con sorpresa e imaginación.

16. Manuel López Monroy. «De museos y laberintos» Revistas Artes Plásticas. Núm. 17, 1996. México, Pág. 17.

V

Para comprender mejor la propuesta neomuseográfica se describe brevemente un proyecto expositivo: «Los espantos en las tradiciones orales: La Condesa de la Hacienda de San Cristóbal»¹⁷

Este proyecto es una propuesta para rescatar la tradición oral de los espantos a través de una exposición itinerante. Las leyendas de los espantos son una de las manifestaciones culturales de lo imaginario que carecen de objetos representativos que las referencien o las materialicen y que, por lo tanto, quedan fuera del alcance de la exhibición y protección patrimonial de los museos.

Las historias de los espantos pertenecen a un rubro cultural de lo imaginable e intangible y necesitan urgentemente, ser atendidas y rescatadas¹⁸ antes que el uso del tiempo libre en la vida urbana y rural modernas (inmersas en procesos de inmigración, hibridación cultural, difusión masificada y comunicación globalizada) borre de la memoria colectiva estas historias del México antiguo que tocan lo imaginario de lo supraterráneo.

Este proyecto tiene el propósito de investigar y diseñar los medios¹⁹ necesarios para crear una exposición itinerante que permita al público urbano recrear un relato mexicano de espantos, mediante una experiencia vivencial y multisensorial. La intención de investigar y diseñar esta experiencia sería aproximarse a lo que podría significar un encuentro personal real con un fenómeno sobrenatural. Una experiencia de esta naturaleza permitiría impactar profundamente al visitante y, con ello, mantener vigente esta manifestación cultural en la memoria colectiva.

La transferencia de un relato verbal de espantos a una narrativa especial, vivencial y multisensorial es una experiencia que ningún otro medio (ni televisión, ni cine, ni teatro) puede igualar a lo que la neomuseografía potencialmente ofrece.

Trasladarse paulatinamente de una introducción museográfica convencional a un contexto ancestral, misterioso y terrorífico (transitando entre las sensaciones que envuelven a un ambiente de esta naturaleza) es una experiencia exclusiva que sólo el espacio museográfico puede lograr.

Es como contar una leyenda al oído del visitante para que luego éste entre en un espacio memorablemente distante. Caminando entre fantasmas inasibles, viéndolos acercarse y —con la piel erizada— mirarlos flotar, alejarse y desaparecer; escuchando los quejidos y lamentos lastimosos de su espeluznante arrepentimiento. Oyendo el arrastre de cadenas, gemidos, aullidos y trotes de animales demoniacos, observando una mujer hermosa en un espejo y descubrir que su cuerpo se transforma en serpiente y luego en mula para después desaparecer y, repentinamente, recuperar su imagen sensual. Sintiendo la neblina y la brisa heladas, con la percepción de ese olor a viejo que la memoria otorga a estas antiguas historias.

Esta propuesta significa transitar, literalmente caminar, entre la leyenda misma. Pasar del cuento a la imaginación y de la imaginación a la vivencia realista de esta ficción escenificada. Este es un caso en que la alta tecnología (elemento predilecto de los medios masivos para lograr espectacularidad comunicativa) estaría al servicio del rescate de una antigua tradición, la cual desaparece paulatinamente por los embates de la modernidad. Paradójicamente, en este caso, serían los frutos más

17. Proyecto de Miguel Ángel Correa Fuentes para la asignatura de «Origen y Evolución de los Museos», profesoras Eline Luque Agraz, Michel y Mary Michel Manssur. Maestría de Museología generación 1999-2001. ENCRYM, INAH. Febrero 9 de 2000. Este proyecto se basa en: Carlos Vázquez Olvera. «La Condesa de la Hacienda de San Cristóbal» Yo no creo, pero una vez... Ensayos sobre aparecidos y espantos. JHG editores. México, 1997. Págs. 21-40.

18. Op. cit. Págs. 25-26.

19. Se puede considerar, para este caso, la aplicación de medios tales como las películas de tercera dimensión, rayos láser, hologramas, sistemas acústicos y lumínicos sofisticados.

preciados de la modernidad (la alta tecnología del espectáculo) los restauradores culturales de las tradiciones orales que los mismos medios están destruyendo.

Este rescate no sería solamente para México. Esta experiencia puede extenderse a leyendas e historias de espantos y aparecidos (y a todo lo imaginario) de otros países y pueblos. Esta sería una situación en la que la narrativa neomuseográfica podría motivar el gusto del público por las exposiciones rescatadoras del patrimonio cultural intangible, experimentando nuevas sensaciones y maneras de aprender nuestra herencia cultural: reviviéndola, recreándola, vivenciándola e identificándose con ella.

VI

Es prudente que las exposiciones de los museos cambien y que aborden todo tipo de manifestaciones culturales y no solamente las oficiales. Que traten todas las manifestaciones que permitan entender los modos de concebir y vivir la vida, que atiendan todos los testimonios cultural y socialmente representativos, caracterizados tanto por procesos como por objetos²⁰ o conceptos.

La narrativa neomuseográfica aspira a reconstruir significados para que las exhibiciones se conviertan en eventos con sentido significativo, acontecimientos cercanos o contrastantes de la cotidianidad de los visitantes.

La neomuseografía no pretende ser la salvación del museo. El éxito que éste logre y los usos que reciba serán dictados por las políticas culturales que lo rijan. La narrativa es sólo un instrumento de comunicación que permitiría acercarse al público común y lograr más adeptos a los espacios expositivos.

Resumiendo, se puede decir que la actitud expositiva que propone la narrativa neomuseográfica comprende dos miembros:

En una mano atenderemos privilegiadamente al público legitimizador de los museos, acercándonos, estudiándolo, identificándolo, comprendiéndolo y conociendo su sentido de la vida, su lenguaje y estructura de significados cambiantes y complejos.

En la otra mano tenemos la oportunidad de construir exposiciones con la exploración y aplicación de muchos recursos narrativos para mantener vivo el patrimonio cultural a través de una comunicación condescendiente, estrecha, de tú a tú con ese visitante común que tiene rostro, sonrisa y azoro.

Abrir la oferta, y atender a más visitantes, acercarlos al patrimonio cultural y propiciar el consumo creciente de las exposiciones es renovar la vitalidad cultural de los museos. La neomuseografía aspira a ello.

MIGUEL ANGEL CORREA FUENTES(*)
ENCRYM, INAH.

²⁰Es de vital importancia señalar que las exposiciones neomuseográficas no solamente se basarán en objetos, sino también en procesos y conceptorenoble, Fr. 1971.

(*)Conversación en el verano de 1996, durante la clase «Teoría del Museo II» en la entonces Especialización Museográfica. ENCRYM, INAH.