

VÍCTOR HUGO JASSO\*

# El lenguaje de la museografía

Patricia Torres\*\*

¿Cuáles han sido sus principales proyectos?

De 1995 a la fecha he participado en:

Reestructuraciones de los museos: de las Culturas de Oaxaca, Histórico de Acapulco “Fuerte de San Diego”, de Sitio La Quemada, Regional Potosino, Fuerte de San Miguel, Casa de Juárez, así como las salas permanentes del Museo Nacional de Antropología y del Nacional de Historia.

Exposiciones nacionales: “Ros-tros Mayas. Linaje y poder”, “Textiles Mayas”, “Mirada múltiple. Miguel Hidalgo”, “El Himno Nacional Mexicano”.

Exposiciones Internacionales: “Obras maestras de la National Gallery”, “Magna Grecia y Sicilia”, “Los Etruscos”, “China Imperial”. “África, colecciones del Museo de Arte de San Francisco”, “Iberoamérica mestiza”.

¿Cuál es la intención u objetivo de la museografía?

La museografía juega un papel primordial, ya que es la encargada de presentar al público de manera visual y sensorial un discurso científico determinado. En el contexto institucional se encarga de cumplir los principios básicos del museo: investigar, conservar, restaurar y, principalmente difundir, ya que nuestra labor consiste en “traducir” una investigación, un guión específico o una determinada curaduría en un mensaje tridimensional y plástico; es decir, nos encargamos de la interpretación del espacio, de los objetos (colecciones) y de la investigación. Podríamos decir que damos volumen a las palabras.

Es necesario recordar que los museos, sobre todo los del INAH, son un espacio legitimador de discursos. Los objetos, físicamente instalados, dispuestos en un guión lógicamente organizado, buscan crear una línea de tiempo donde la realidad se fundamenta en la materialidad de las piezas. La museografía es una manera de constituir cuerpos discursivos, a partir del patrimonio tangible e intangible.

Desde mi perspectiva, la museografía debería ser generacional, es decir, proyectada a no más de 10 años, ya que las formas y el modo de exhibir los objetos cambian a pasos agigantados; lo que en un momento fue novedoso, hoy en día resulta caduco, rebasado por los medios electrónicos y por los comentarios de los visitantes vertidos en los estudios de público.

¿Qué elementos se consideran en un proyecto museográfico?

En primer lugar, un proyecto museográfico parte de una propuesta museológica y de una investigación específica. Nuestro trabajo parte del entendimiento del discurso científico (tema, importancia y relevancia) y de las metas que se pretenden alcanzar. Una vez que hemos comprendido esta narrativa, podemos traducirla y diseñarla. Entonces planteamos un cronograma de trabajo y lo dividimos en fases: planeación, ejecución y montaje.

Planeación: aquí se define qué queremos comunicar y cómo. Se trata de la interacción entre conocimiento, experiencia y sentidos; es decir, la conceptualización de la propuesta y su planteamiento.

Ejecución: es el desarrollo creativo de dicha conceptualización.

Montaje: consiste en la puesta en práctica de dicho proceso.

¿Espera provocar un efecto determinado en el visitante cuando realiza un proyecto museográfico?

Mi propósito principal es atacar los sentidos, provocar experiencias sensoriales en el espectador. Una visita al museo es demasiado corta y se debe aprovechar al máximo; personalmente creo que como trabajadores de museos debemos invitar, seducir... Cada persona percibe el mundo de una manera diferente; sin embargo, todos somos sensibles, todos nos rendimos ante los sentidos: el mundo entra a través de ellos y esto es lo que debemos plasmar en la museografía. Sobre todo debemos tratar de explorar los sentidos para conducir al visitante hacia donde queremos.

Por ejemplo, en la exposición África, exhibida en el Museo Nacional de Antropología, nos propusimos recrear ambientes

mediante los cuales el espectador pudiera no sólo contemplar África sino sentirla, con sus ruidos, danzas, naturaleza y colorido. Consideramos que solamente de esta manera el visitante podría reconocerse en otras formas, sonidos, imágenes, olores, texturas y entender al otro, ese otro que está detrás de la colección.

Una exposición es concepto y sentidos. Debemos hacer que los objetos hablen, que las formas comuniquen, que el espectador se involucre. Se trata que a través de la exploración de los sentidos se emitan mensajes, que se repetirán a lo largo de la muestra y que el propio visitante descubrirá en la exposición, con la finalidad de que al terminar se lleve algo nuevo consigo; por ello, entre las nuevas propuestas museográficas planeamos la creación de salas narrativas, musicales, climatizadas, táctiles, sensoriales, entre otras. La experimentación con diversos recursos en exposiciones temporales, nos ha permitido generar otras formas de acercamiento entre el visitante y el objeto, lo que nos lleva a considerar que también deben integrarse a las exposiciones permanentes.

¿Qué propuestas novedosas espera encontrar en los diseños del siglo XXI?

Obviamente la tecnología es la que marcará la pauta. Los medios electrónicos son parte del lenguaje actual y debemos aprovecharlos. Pero más que el uso de tecnología de punta, debemos plantear diseños más lúdicos, que propicien el contacto directo del público con el museo y sus colecciones. Tenemos que promover la interacción y dejar atrás a la museografía conservadora que aleja al espectador del objeto; es decir, lo más importante en el montaje museográfico es resaltar las cualidades propias del objeto y no opacarlas con elementos cargados de significados. El reto es cambiar el modo de exhibir, actualizar la información con respecto a los discursos museográficos,

con la finalidad de acercar al visitante a la colección para que la conozca y la sienta propia, sin olvidar los principios básicos de la museografía, pero promoviendo una visión contemporánea y progresista. ↴

\* Diseñador Industrial. Director de Museos\*\*\* de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones, INAH.

\*\*\*La Dirección de Museos tiene como función la atención a los 112 museos que conforman la red del Instituto, así como la asesoría a museos de los gobiernos estatales, particulares, comunitarios y extranjeros; esto se traduce en el apoyo a la reestructuración, recorridos evaluativos para determinar las condiciones de los bienes muebles e inmuebles, producción museográfica de exposiciones temporales y permanentes, conservación de colecciones, creación de nuevos museos, señalética, investigación de materiales para montajes museográficos, desarrollo de programas de capacitación y atención de emergencias, entre otras tareas.

\*\* PEDAGOGA. PROGRAMA NACIONAL DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA. CNMVE.

## ÚLTIMAS NOTICIAS

# El Museo: un proyecto integral

Con el fin de darle continuidad a la incansable labor de fomentar el desarrollo profesional de quienes nos dedicamos a los museos, el Comité Nacional Mexicano del Consejo Internacional de Museos organiza el Primer Congreso Nacional de Museos ICOM México, "El Museo: un proyecto integral".

Este evento, que se celebrará del 20 al 22 de noviembre de 2004, tiene el propósito de plantear las inquietudes y aportaciones que se generan en todas las áreas de nuestros museos y las relaciones que deben establecerse dentro del mismo.

El Instituto Cultural Cabañas será el anfitrión. Guadalajara el marco del intercambio de ideas y conocimientos y de la discusión que permitirá revisar, actualizar y reestructurar nuestras ideas en torno a la

función del museo, así como del papel que juega el equipo de trabajo dentro del contexto del proceso museal.

Si estás interesado en participar, puedes escribir a la siguiente dirección: [informes@icomexico.org](mailto:informes@icomexico.org) o llamar a los tels. 55104377/55182265 ext. 246.