

## **DISEÑO DE EXPOSICIONES: aproximación a un método**

**Claudio Tam Muro**

**Planificación y diseño de museos y exhibiciones.**

**Jornadas técnicas sobre: conservación, exhibición y extensión educativa en museos. 8 y 9 de noviembre de 2007, Río Cuarto, Córdoba, Argentina**

Resumen:

Podemos conjeturar que la exhibición es como un *campo de observación estructurado*, como la realización física en tres dimensiones de una vasta red de estímulos organizados en función de un plan. Supongamos a la exhibición como un medio, como a una interfase capaz de sostener el discurso recurriendo para ello a una trama de maneras expresivas. Si aspiramos a que nuestro proyecto conmueva, promueva ideas y preguntas, reconociendo a las inteligencias y sentimientos de las personas, la reunión de planificación interpretativa y diseño conceptual puede poner a cada cosa en su lugar.

Palabras clave:

Metodología /Diseño /Inteligencias /Comunicación /Semiósfera /Matriz

## **Diseños de exhibiciones: aproximación a un método.**

**Claudio Tam Muro. Diseñador.**

*Dedicado a las conversaciones con mis amigos y colegas*

*Elaine Gurian, Magdalena Mieri y Jim Volkert.*

Los medios, al modificar el ambiente,  
suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas.  
La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar  
–nuestra manera de percibir el mundo. *Cuando esas proporciones cambian,*  
los hombres cambian.

*Marshall Mc Luhan, 1967*

Mi mesa de trabajo está cubierta de objetos –a veces creo que mi interés por los museos deriva de mi propia pasión coleccionista--. Lapiceras, libretas, piedritas, estatuillas, fotos, libros, textiles, tazas, papeles escritos y artilugios digitales y mecánicos son parte del microcosmos del que me rodeo durante el día. Todos nos rodeamos de objetos. Artefactos y naturalezas modificadas, destinados a los usos más variados, aunque podría decirse que, en el fondo, fueron destinados para hacernos compañía. Muchos de ellos en su singularidad poética podrían evocar, como las imágenes, en quienes no nos conocen, pensamientos sobre nuestros lugares e ideas sobre nuestras creencias y maneras de ordenar el mundo. Los objetos son testigos de los hechos, tienen el poder que el uso les ha dado. Nuestros objetos pueden describirnos.

Sin embargo, un objeto exhibido en un museo, con su rótulo en una vitrina, a veces parece perder este carácter práctico y de relación, para convertirse en una totalidad presente y aislada. El objeto permanece estático, mudo y sin compromiso, con el aura que le da el haber funcionado en el pasado, con su autenticidad a cuestas. Esta es la paradoja.

Posiblemente, la confianza en esta autenticidad de las colecciones sea la que mueve a las personas a visitar los museos; confianza establecida por una conexión afectiva más que cognitiva. Han pasado más de dos mil años desde que las musas en la antigua Grecia inspiraron a los sabios griegos a reunir las primeras colecciones sobre las que les agradaba conversar. Siglos después, con la modernidad, estas colecciones devendrían en el Museo, la institución caracterizada como refugio de la alta cultura, articuladora selectiva del pasado y la legitimidad, de lo exótico, la pertenencia y a la vez la exclusión. El museo se fue haciendo responsable, entre otras cosas, de resguardar las tradiciones que

se perderían con los rápidos cambios que acompañarían a la expansión de los imperios y la revolución industrial, con la consecuente extinción de paisajes y especies, con la negación de muchas culturas.

Así, desde un principio, los museos están poblados por los más variados objetos y estos acompañados por sus historias. Ya sean objetos familiares o extraños, todos y cada uno de ellos tienen algo para contar. Son memorias que hablan sobre reuniones familiares y sobre gestas heroicas, travesías por el mar y el cruce de llanuras, que describen tanto al ingenio como a la injusticia o a la alegría, son fuentes de abundantes interpretaciones que están ahí para ser escuchadas. Los objetos pueden ser narradores pero, como tales, también pueden diluirse en las disquisiciones. Son polifuncionales desde su lugar de evidencia o testimonio, ya sea por su valor simbólico y su mística o por su valor sagrado o incluso económico; son polisémicos tanto como sea la variedad de perspectivas desde donde podamos hacerles preguntas. Dentro de la exhibición el objeto no es la verdad en sí mismo, sino que es su ubicación y dependencia en relación al *contexto* lo que nos permite la apropiación de un *sentido* general. Recientemente cada vez más museos han comenzado a ensayar un nuevo papel, puliendo sus estrategias de representación, que lo proponen como un lugar de negociación cultural. Como sea. El museo que llegó a nuestros días se ha ido especializando en coleccionar, preservar, investigar y, en las últimas décadas, en *comunicar*.

Llegado a este punto, se hace importante comentar que, en la actualidad, los museos pueden ser muy diferentes entre sí y que la línea que delimita cuáles son las condiciones que definen a un museo parece desdibujada, o al menos se ha hecho flexible como para admitir nuevas figuras. Por ejemplo, si bien los objetos han sido históricamente la razón y el componente cardinal que define al museo, hoy todo parece indicar que para interpretar o explicar historias no habría una necesidad concreta de que las exhibiciones se centren en los objetos. Existen los museos de conciencia, cuyas exhibiciones (itinerantes, permanentes o temporarias) son de carácter narrativo y suelen recurrir a medios variados y poco convencionales para comunicar. Sin depender de colecciones, o porque no las poseen o por cuestiones prácticas de movilidad, estas exhibiciones por lo general se apoyan en las imágenes, la multimedia, la dramatización, la participación interactiva o los guías, tomando como prioridad construir *contextualización* para habilitar la comprensión del mensaje.

Cuando visitamos una exhibición, ya sea en una galería o una sala de museo, por lo general tenemos una primera aproximación al tema a través de percepciones globales. Nos influyen las proporciones del espacio, el color, el brillo y las penumbras, los ruidos, los títulos. Esta primera impresión sensorial es la que nos debería predisponer emocionalmente para involucrarnos con el tema. Una vez en la exhibición vendrán las aproximaciones particulares que, entretejidas en un *discurso*, contribuirán a envolvernos en la experiencia. En otras palabras la exhibición se nos ofrece a los sentidos a la manera de un *campo de observación estructurado* por donde nos movemos como exploradores.

Haciendo una analogía, bien podríamos pensar en este campo funcionando como un sistema, por ejemplo: la *biosfera*. Este concepto del biogeoquímico Vladimir Vernardsky (1863-1945), dice que los elementos, procesos y actores que constituyen la vida sobre la corteza terrestre no pueden existir en situación de aislamiento. Para Vernardsky *“la biósfera tiene una estructura perfectamente definida, que determina sin exclusiones todo lo que acaece en su interior”*. En un paralelo cultural, el semiólogo Yuri Mijáilovich Lotman, (1922-1993), denominó *semiósfera* al “espacio de las lenguas, de los signos, de los símbolos” en la que el hombre se encuentra inmerso. Lotman usa el siguiente modo gráfico para describirla, *“imaginemos una sala de museo en la que están expuestos objetos pertenecientes a siglos diversos, inscripciones en lenguas notas e ignotas, instrucciones para descifrarlas, un texto explicativo redactado por los organizadores, los esquemas de itinerarios para la visita a la exposición, las reglas de comportamiento para los visitantes. Si colocamos también a los visitantes con sus mundos semióticos tendremos algo que recordará al cuadro de la semiosfera”*.

Es interesante observar cómo funcionan las analogías y cuánto nos permiten visualizar, teniendo en cuenta que es sólo una de las tantas acciones que todos realizamos para pensar, cuando estamos frente a un desafío intelectual o cuando se nos despierta la curiosidad. Es que existe una gran variedad de modos de pensar y aprender, es decir, las personas tienen muy diversas maneras de ser inteligentes. Lo que sabemos es que las personas no construyen nuevos conocimientos de manera lineal, como cuando se apilan cubos sobre una tabla rasa, sino que lo hacen con métodos personales y a través de reestructuraciones globales: comparando, excluyendo, ordenando, categorizando, reformulando, comprobando y reorganizando. Según la perspectiva de la teoría de las Inteligencias Múltiples de Howard Gardner, cada uno de nosotros necesita realizar distintas actividades para poder pensar, por ejemplo, algunos lo harán con palabras, otros con imágenes, otros manipulando cosas, otros a través de estructuras lógicas y otros confrontando sus ideas con otras personas. Entender y considerar estas particularidades como variables en el proceso de planificar exhibiciones de museos, no sólo nos permite ampliar dramáticamente nuestro rango de posibilidades expresivas, también nos exhorta a experimentar con ellas para desempolvar la comunicación.

Así es entonces que planificar una exhibición nos enfrenta a una enorme complejidad, ante la cual es necesario hallar una metodología que nos permita encausar su gran diversidad de factores. Podríamos decir que la tarea inicialmente supone dos instancias. La primera instancia es la descomposición analítica de las interrelaciones e interdependencias entre distintas voces y componentes, como podrían serlo los resultados de una investigación; los objetos o imágenes con sus historias; la inserción social del proyecto; los intereses particulares de los organizadores y de los visitantes. La segunda instancia se trata de la optimización de los contenidos, del ordenamiento, la articulación y la síntesis de todos nuestros supuestos. Tal vez podríamos agregar a la lista de factores el análisis de los datos, que intuitivamente y en virtud de su práctica, el diseñador comienza a bocetar espontáneamente frente a un problema nuevo (es frecuente que este en el proceso de diseño, visualice

en principio una solución general sintética para un proyecto, antes de tratar de encajar situaciones particulares como en un rompecabezas. Pero no es menos frecuente que pueda plantear las líneas generales recién a partir del análisis minucioso de los componentes parciales). Este proceso de planificación de alguna manera es similar al que utilizan los arquitectos, los guionistas de cine, los web másteres, los diseñadores gráficos e industriales.

Una exhibición inaugurada, en términos de diseño, se muestra al visitante como un hecho consumado, del mismo modo que un observador ve a un objeto de diseño como una unidad. Sin embargo cualquier objeto, desde su lugar de aquello que ha sido diseñado y construido, puede también ser deconstruido en la forma de un texto en el que se hallen reunidas las frases que lo describen exhaustivamente. Esta deconstrucción nos permite captar las preguntas previas que el diseñador hizo, con cuyas respuestas configuró el listado o el *cuadro de pertinencias* que lo ayudaron a concebir el objeto a diseñar, por ejemplo: ¿Para qué servirá?, ¿Debe ser económico o lujoso, de materiales nobles o sintéticos?, ¿Es reciclable?, ¿Es lavable?, ¿Qué habilidades requiere del usuario para ser utilizado?, ¿Va a contener algo?, ¿Cuál es la edad de la franja de usuarios y qué sabemos de sus gustos? Del mismo modo, a partir de un texto escrito podemos planificar una exhibición. Un texto al que podemos hacerle diversidad de preguntas. Analizar su discurso durante la planificación nos puede proporcionar respuestas para consolidar una *matriz* de diseño. Esta matriz es una vasta planilla con la organización del listado de pertinencias, es una herramienta que nos permite visualizar y asociar de una forma práctica a todos los componentes entre sí. Ya sean estos los mensajes principales, los textos descriptivos, los objetos y las imágenes, o aquellas primeras ideas para el montaje.

### **Un caso. Museo del Chocolate, San Carlos de Bariloche.**

“Chocolate: divinidad, poder y placer” es una exhibición que explora la fascinante relación del hombre con el fruto del árbol del cacao a través de dos mil años de historia. Está dividida en cinco secciones, sobre una superficie de 250 m<sup>2</sup>, que incluyen recreaciones ambientales, vitrinas de exhibición, rincones temáticos, juegos de interacción y una presentación audiovisual con testimonios orales e ilustración de procesos. Fue inaugurada en el 2007 y su planificación y realización demandó 12 meses.

La considero como un ejemplo interesante porque prácticamente hubo que ingeniar esta exhibición desde sus bases, no se trataba de un museo con colección y contenidos previos. La idea de hacer un museo dedicado a la historia del chocolate fue inspirada posiblemente en la que desde hace algunos años parece ser una tendencia mundial: la *museificación*. Tendencia que incluye a los parques y centros temáticos como nuevo recurso económico- turístico-cultural. El Museo del Chocolate surgió en el marco de la conmemoración de los 60 años de una empresa, dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en San Carlos de Bariloche, considerada fundadora de una tradición local.

El inicio

*“La vida es como una caja de bombones, nunca sabes cuál te va a tocar”. Forrest Gump*

La tarea inmediata fue comenzar a tomar apuntes logísticos que permitieran establecer una base operativa, realizar una pesquisa sobre la historia del chocolate y sobre los museos dedicados al tema que pudieran existir en el mundo. Pesquisa que me llevó a procurar bibliografía y, principalmente, navegar semanas por buscadores de internet ensayando las palabras claves más disparatadas, en pos de proveerme del contenido más amplio posible. La información sobre personajes, mitos, cronologías y procesos fueron las primeras nociones que permitieron entrever el fuerte carácter de signo que distintas culturas le habían dado al chocolate durante siglos.

La complejidad del proyecto demandaba contar con un equipo profesional inicial que llevara adelante la planificación, el mismo quedó integrado de la siguiente manera:

- Diseñador y coordinador general. Director de arte, comunicación y montaje.
- Historiadora. Investigación e interpretación. Redacción de libro de contenidos.
- Investigadora pedagógica. Adaptación didáctica y edición de textos de exhibición.
- Asistente de investigación. Relevamiento y búsqueda de colección.

Este equipo primario luego se completó en la etapa de preproducción:

- Diseñadora gráfica. Tratamiento de imágenes, infografías y edición de originales de impresión.
- Editora de video. Animación y edición de audio y fotografías.
- Realizadores especiales: Instalaciones interactivas y recreaciones.

Durante los meses siguientes el equipo mantuvo muchas reuniones de discusión y evaluación enfocadas en determinar cuál sería el carácter del museo, cuál la historia y qué tipo de experiencia se propondría al visitante. Al principio y de manera caótica se seguían las ideas, mientras nuevos datos aparecían y se saltaba de un punto de vista a otro. En el auge de las pilas de papeles con dibujos, los documentos y las carpetas de correo electrónico, comenzó a delinearse un perfil ordenador, a partir del cual se redactaron algunos de los primeros mensajes y objetivos:

- Señalar la fragilidad del ecosistema del cacao y sensibilizar sobre el delicado equilibrio entre su naturaleza, el cultivo y la economía sustentable.
- Fascinar al visitante por la diversidad de aspectos y usos que el cacao ha evidenciado a través del tiempo en las expresiones de distintas culturas del mundo.
- Proponer distintas perspectivas acerca de la expansión mundial del consumo de chocolate.
- Evidenciar los antiguos valores simbólicos del chocolate que permanecen sublimados en el presente.

El libro de contenidos

*“Las cosas claras y el chocolate, espeso”.* Dicho popular español.

El primer producto del trabajo de investigación sobre el chocolate fue el libro de contenidos, en el que la información estaba organizada por escenarios temporales y temáticos. Estos escenarios se observaron y analizaron desde distintos órdenes y perspectivas, buscando entre los temas emergentes posibles ejes narrativos con los cuales componer un “hilo conductor” para la exhibición. Se decidió que si bien la exhibición mantendría linealidad cronológica, el eje argumental no sería evolutivo, dando prioridad al cacao y sus interpretaciones culturales, sus metáforas. Se buscaba así permitir asociaciones personales de parte del visitante con las ideas y valores de cada época. Así es que, en una nueva instancia, se volvieron a editar los contenidos en una narración que pudiera expresarse a través de no más de cinco núcleos o sub-ejes temáticos. Dentro de estos núcleos descriptivos o secciones de la exhibición, a su vez se articularían estaciones o “anclajes” con distintos niveles de información, dirigidos a visitantes con distintos intereses. Las secciones y los sub-temas de la exhibición se organizaron en esta secuencia:

**I. El equilibrio del cacao.**

El árbol del cacao en su ambiente natural.

Introducción al “Viaje del cacao”.

**II. El cacao en Centroamérica.**

*Kakawa*. El “alimento de los dioses”. Olmecas y Mayas.

*Cacahuatl*. Lo sagrado y lo económico. El mundo azteca.

Guatemala. La elaboración tradicional.

Moctezuma y Cortés. La conquista de América y el “árbol del dinero”.

*Xocolatl*. La expansión en las colonias. Una medicina que viaja a Europa.

**III. El cacao en España.**

*Chocolate*. De la pasión de la corte al consumo popular. La bebida social.

Río de la Plata. Las tertulias de Mariquita Sánchez de Thompson.

**IV. El chocolate conquista Europa.**

La bebida del Barroco.

Francia. El *glamour* de los salones. La sensualidad.

Italia. Los *chocolatieri* viajan por las cortes. La exquisitez.

Inglaterra. Las *chocolate houses*. Romanticismo y conspiración en Londres.

**V. La gran expansión.**

La barra de chocolate. Revolución industrial.

Cuáqueros: un alimento sano y nutritivo para todos.

Un *chocolatieri* en la Patagonia.

Buscar la colección

*“Una taza de esta preciada bebida permite a un hombre caminar por un día entero, sin comida.”*

*Hernán Cortés, 1519*

Mientras que se delineaba el carácter narrativo los mismos contenidos daban los indicios acerca de los objetos y colecciones que podrían ser parte de la exhibición. Conscientes de la necesidad de contar con objetos que fueran *auténticos*, --que pudieran evidenciar la narración y ser capaces de interactuar dentro del contexto del discurso--, se inició un relevamiento general en la procura de adquirirlos. Algunas piezas fueron réplicas encargadas y otras adquiridas por donación y en préstamo. Aunque, todo indicaba que nuestro acervo probablemente se encontraría en los mercados electrónicos de la red, en las tiendas de remate o de compra directa, que, increíblemente, permiten conectar entre sí a oferentes y compradores de las cosas más insólitas entre distintos rincones del mundo.

El criterio de búsqueda demandaba, por un lado concentrarse en localizar pocas pero importantes piezas que fueran claves para cada núcleo, y por otro lado estar atentos a otras piezas que pudieran reunirse en pequeñas colecciones temáticas, o que individualmente despertaran ideas fuertes o curiosidad, por ejemplo:

- Serie de piezas clave, una para cada sección, que pudieran dialogar separadas y ser comparadas entre sí, ya sea por su función, por su adaptación, estilo, decoración, material, etc., por ejemplo, recipientes para beber chocolate:
  - Centroamérica tradicional: Mayas. Jícara de calabaza para beber chocolate.
  - Siglo XVI. Virreinato: Mancerina, bandeja de plata con soporte para jícara de coco.
  - Siglo XVIII a siglo XIX. Europa: *Trembleuse*, plato con soporte para taza con doble asa.
  - Principios siglo XX. Argentina: *Submarino*. Soporte metálico con vaso y cuchara.
- Objetos que puedan formar pequeñas colecciones temáticas, por ejemplo, reunidos por ser parte de un proceso o de una historia, por sus variantes morfológicas o por su decoración:
  - Utensilios de Centroamérica para la elaboración artesanal de chocolate: piedra de moler o *metate*, granos de cacao, *comal* o tostador de cacao, batidores de madera con distintas formas y decoraciones, chocolate elaborado, etc.
  - Tazas para chocolate de porcelana de distintas procedencias, calidades y diseño: Limoges, Sevres, China, etc. Siglo XVIII a XIX
  - Jarras batidoras populares y/o réplicas de aristocráticas. Siglo XVIII a XX
  - Envases: cajas de cartón y/o lata para cacao en polvo, cajas de bombones, etc. Siglo XIX al XX

-Objetos especiales: álbumes de fotos, publicidad gráfica, posters, cuadros, maquinas, libros, por ejemplo: *Facsimil del Códice Madrid*. ADEVA. Akademische Druck- u. erlagsanstalt, Austria.

La exhibición tendría un notable carácter narrativo, por lo cual las imágenes deberían ser una de sus fortalezas. Dentro de la búsqueda de objetos se incluyeron las imágenes que la narración ya indicaba como posibles: fotos temáticas para ambientaciones o ilustraciones y gráficas para dar contexto. Para la búsqueda de estas imágenes se adoptó un criterio similar al de los objetos. Se buscaban por un lado imágenes claves multifuncionales: que fueran nucleadoras de significado y a la vez poéticas, que oficiaran como comunicadoras pero a la vez como hitos o puntos focales dentro del recorrido. Por otro lado se intentaba organizar un banco general de imágenes que permitieran el diseño de viñetas o la descripción de procesos o la ilustración de infografías --una escala de tiempo. Era indispensable que la calidad de las imágenes garantizara reproducciones en alta definición y a gran formato, por lo tanto la búsqueda se orientó a los museos, archivos, investigadores y bibliotecas que contaran con los originales y a ellos se encargó el escaneo o las transparencias fotográficas en alta resolución, previa solicitud de los derechos. Como ejemplo a continuación se listan solo algunas de las imágenes claves de la exhibición por sección, con su descripción, procedencia y destino:

- Sección I. El equilibrio del cacao.  
**Copas de árboles que protegen al cacao.**  
Árboles de Plumía, Palo blanco, Zapote y Ceiba. Suchitepéquez, Guatemala.  
Fotógrafo: Marlon García Arriaga. Guatemala.  
Cielorraso de backlight suspendido, 220 x 500 cm
- Sección II. El cacao en Centroamérica.  
**Vaso maya policromado.** Período Clásico Tardío. Años 600-900 d.C.  
Fotógrafo: Justin Kerr. EEUU.  
Ambientación backlight curva, 120 x 270 cm  
**Lámina 25 del Códice Moctezuma.** Matrícula de pago de tributos con cacao.  
Biblioteca Nacional de Antropología e Historia. México. Siglo XV  
Ambientación backlight, 120 x 90 cm.  
**Mapa de América del cartógrafo español Diego Gutiérrez.** Año 1562  
Library of Congress, Geography and Map Division. EEUU.  
Ambientación backlight, 120 x 90 cm
- Sección III. El cacao en España y el Río de la Plata.  
**Techo decorado de la Basílica de San Lorenzo.** El Escorial. Madrid.  
Fotógrafo: Fran Barrero. España.  
Cielorraso de backlight suspendido, 120 x 150 cm  
**Carlos V con perro.** Pintura de Tiziano Vecellio. Años 1532/33

Museo Nacional del Prado. España.

Ambientación backlight, 190 x 110 cm

**Mariquita Sánchez de Thompson.** Daguerrotipo de Antonio Pozzo. Año 1854

Colección de Ediciones de la Antorcha. Buenos Aires.

Ambientación backlight, 100 x 140 cm

- Sección IV. El chocolate conquista Europa.

**Le Petit Déjeuner.** Pintura de Jean-François TROY. Francia. Siglo XVIII

Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz, Alemania.

Instalación de backlight con enmarcado. 60 x 50 cm

**Interior de una casa de chocolate de Londres.** Anónimo. Escuela inglesa. 1650-1750

The British Museum. Londres, Inglaterra.

Instalación de backlight, 100 x 140 cm

La experiencia

*“Mmmmmmmmmmmmmmmmmmmmmmm....chocolate...” Homero Simpson*

Los invitados que se esperaban, según una evaluación previa de audiencia, correspondían a grupos de turismo organizado –estudiantes y adultos mayores-, grupos escolares locales, grupos familiares y visitantes independientes con distintos intereses culturales. Por lo tanto, entre otras cosas, el tratamiento espacial debía estar preparado para la circulación con tiempo regulado de numerosas personas, a su vez, el tratamiento narrativo debía dirigirse a un público que en su mayoría tendría una atención dispersa y poco propensa a las complicaciones. Esto hacía pensar que como medio de comunicación se debía reflejar la información en recursos expresivos y puestas en escena metafóricas, es decir, que pudieran estimular apropiaciones espontáneas de los principales mensajes y conceptos; sin ir en desmedro de proporcionar estaciones con información más compleja. La planta de la exhibición se distribuyó en cinco galerías interconectadas por transiciones y diferenciadas entre sí por sus cualidades ambientales.

Como en un viaje a través de escenarios temporales cada sección debía renovarse para refrescar la atención. Para dramatizar los ambientes se recurrió a pintar cada sala de un color profundo distinto, paredes, techos y vitrinas, de esta manera se buscaba hacer desaparecer la arquitectura de las galerías para poner en primeros planos a los recursos de exhibición. Se modularon los volúmenes espaciales a lo largo del recorrido, haciendo uso de cielorrasos y encuentro de paredes, las transiciones entre sección y sección se trabajaron con luz, penumbra y color. La contigüidad de salas permitía cruzarlas visualmente para conectar centros focales distantes, proporcionando la “hilación” de las secciones y potenciando la secuencia del discurso general. Veamos por ejemplo el tratamiento de una sala:

- Sección I / Ingreso. El equilibrio del cacao.

- Mensaje, objetivo:  
Proporcionar una atmósfera de protección y recogimiento simulando una escena de bosque tupido para permitir analogía antropométrica y simpatía con el árbol del cacao; expresar la sustentabilidad natural del ambiente.
- Referencia conceptual:  
El árbol de cacao crece protegido por otros árboles más altos (las *nanas* del cacao), en microclimas sombríos, cálidos y húmedos. De esta relación y la presencia de una mosquita de que lo poliniza, depende la reproducción del árbol.
- Montaje: Recreación del microclima del bosque.
  - Realización a escala natural de un árbol de cacao con follaje, frutos y suelo. Altura 320 cm, radio de copa 240 cm, superficie 330 cm<sup>2</sup>
  - Cielorraso sobre la sala: Gigantografía fotográfica de techo de copas de árboles visto desde el suelo. Lona backlight impresa y tensada a caja de iluminación, 220 x 500 cm
  - Fondo temático del sector: Gigantografía fotográfica de vista interior de un bosque de cacao. Lona backlight impresa y tensada curva a caja de iluminación, 200 x 370 cm
  - Reflector elipsoidal para proyección de sombras de árboles sobre el piso.
  - Relación visual con el siguiente sector;
- Sección II / Kakawa. El cacao para los mayas
  - Mensaje, objetivo:  
Exhibir al árbol de cacao a través de la representación simbólica de los mayas. Conmover con el valor sagrado del cacao y los cuidados requeridos para su elaboración. Propiciar el respeto por lo sagrado en otras manifestaciones culturales.
  - Referencia conceptual: El cacao en el mundo maya era considerado “el alimento de los dioses”, *Kakawa*, como tal su consumo era, para el caso de los señores y sacerdotes, profusamente ilustrado en las decoraciones de los vasos rituales. Para los investigadores descifrar el glifo que ilustra al cacao permitió iniciar la interpretación de los códices mayas.
  - Montaje. Espacio envolvente con vitrina de pedestal como evocación ritual, sobre esquina opuesta en diagonal a la escenografía del árbol del cacao.

- Fondo temático del sector: Gigantografía fotográfica de la decoración de un vaso maya con escena y representación del árbol de cacao. Lona backlight impresa y tensada curva a caja de iluminación, 120 x 270 cm
- Vitrina de pedestal cilíndrico con cúpula acrílica cilíndrica.  
Objetos: Plato de arcilla (comal) con semillas orgánicas del árbol. Exhibidas a modo de ofrenda. Diámetro 50 cm, altura 75 cm. Iluminación cenital.
- Vitrina lateral, mesada empotrada con cúpula acrílica. Ancho 250 cm.  
Objeto: Facsímil desplegado del Códice Madrid, largo 190 cm. Iluminación cenital.

Dentro del discurso general, la comunicación literaria demandó un tratamiento muy especial. La edición de los textos fue muy cuidadosa en cuanto a mantener una línea coherente de tono y estilo. Se establecieron distintas convenciones, por ejemplo, para las tipologías de redacción y las jerarquías visuales de los textos sobre las paredes, por caso, reservar el gran formato, de títulos y subtítulos, para las ideas y las metáforas breves que permitieran una comprensión general casi inmediata. Para la redacción de las distintas tipologías de textos se establecieron restricciones, por ejemplo, párrafos conceptuales descriptivos o introductorios de hasta 140 palabras, redactados en frases de hasta 60 palabras, líneas de redacción de entre 8 a 12 palabras. Los textos descriptivos y específicos se incorporaron sobre distintos formatos gráficos y en las estaciones interactivas. En estas estaciones el visitante curioso podía organizar su propio acceso a distintos niveles informativos, por ejemplo, datos estadísticos, misceláneas, detalle de procesos, costumbres, por ejemplo:

- Sección II. El cacao en Centroamérica.
  - Instalación interactiva. Juego de alineación y combinación de láminas.
  - Temas: A) Cultivo y cosecha del cacao; B) Mitos del cacao; C) Ecosistema.
  - Objeto: Cinco bloques triangulares que están conectados o “enhebrados” entre sí por un eje central horizontal, sostenido a su vez por una pata en cada extremo. Cada bloque puede girar independiente de los otros y ofrecen quince caras ilustradas de 28 x 25 cm que pueden alinearse de a cinco. Tamaño completo: altura 120 cm, profundidad 50 cm, ancho 170 cm, área de uso 250 cm<sup>2</sup>
  - Consigna: Alinear por correspondencias de color cada una de tres series temáticas.

La comunicación gráfica de la exhibición se organizó alrededor de un sistema visual que funcionaría como referente ante a cada nuevo producto de diseño, por ejemplo; con respecto a la escritura como imagen, la disposición y combinación visual de los textos rotulados sobre las paredes, el uso de las mayúsculas y minúsculas, el interlineado de la cartelería descriptiva, la ubicación de fotos e ilustraciones. Se diseñaron infografías que, a manera de esquemas conceptuales, pudieran asociar ideas variadas en cuadros comparativos o en secuencias lineales sencillas; por ejemplo, la cronología de

los últimos doscientos años sobre la evolución industrial y la creatividad en la fabricación y uso del cacao. Del mismo modo se preparó el guión para una animación en video dedicada a la elaboración tradicional y artesanal del cacao en Centroamérica, basado en fotografías del proceso, grabaciones de testimonio oral y animaciones con gráficos y viñetas.

“Chocolate: divinidad, poder y placer” ha sido un proceso de aprendizaje personal y grupal. He presentado aquí esta exhibición como el producto de un plan de acción. Como tal ha implicado ensayar y aplicar una metodología, que pudiera funcionar tanto como, estructura abarcadora de todas las variables y alternativas que éramos capaces de predecir, o en todo caso como columna de referencia ante las circunstancias imprevistas. De todo esto concluimos que cuando planificamos con ánimo creativo, permitiendo la fluidez de propuestas, con tolerancia a las ideas dispares, es más probable que estemos en condiciones de convertir una exhibición en un poderoso e innovador medio de comunicación. Llamémosle *semiósfera*, llamémosle *campo de observación estructurado* o espacio poético, una exhibición es siempre parte y a la vez una visión del mundo.

## 1- Lecturas sugeridas

- Arnheim, Rudolph. "Drawings in Design". *The Split and the Estructure*, p53. Berkeley, 1996. University of California Press.
- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*. México. 2004. Siglo XXI Editores.
- Csikszentmihalyi, Mihaly. "Why We Need Things". *History from Things, Essays on Material Culture*, p20. Washington, DC. 1993. Smithsonian Institution.
- Gardner, Howard. "Multiple Intelligences in the Wider World", *Intelligence Reframe*, cap 11. Nueva York, 1999. Basic Books, Perseus Book Group.
- Hein, George. "The constructivist Museum", *Journal for Education in Museums* No.16, p21-23. Cambridge. EEUU.1995. Group for Education in Museums.
- Henri Riviere, Georges. *La Museología, Curso de Museología/Textos y testimonios*. Madrid. 1989 Ediciones Akal S.A
- Huysen, Andreas. *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México. 2002. Fondo de Cultura Economica.
- John H. Falk, Lynn D. Dierking. " Museum Learning Defined". *The Museum Experience*, cap. 7. Washington, DC, 1992. Whalesback Books.
- LLovet, Jordi. "Elementos para una metodología de diseño". *Ideología y metodología del diseño*, cap. 4. Barcelona, 1979. Gustavo Gilli.
- Lord, Barry. *The Manual of Museums exhibitions*. Walnut Creek, 2002. Altamira Press.
- Lozano, Jorge. "La semiosfera y la teoría de la cultura". *Revista de Occidente* No. 145-146. España. 1995. Universidad Complutense de Madrid.
- Lovelock, James. *Las edades de GAIA. Una biografía de nuestro planeta vivo*. Barcelona. 1993. Tusquets Editores.
- McLuhan, Marshall. *El medio es el masaje, un inventario de efectos*. Buenos Aires. 1969. Editorial Paidos.

© Claudio Tam Muro. Diseñador y artista visual.

<http://www.tammuro.com.ar>