El *detrás de cámara* en el diseño museográfico

por Tam Muro



Resumen:

El *detrás de cámara* forma parte del contexto de subjetivación que son los ámbitos de las instituciones culturales y los museos. Toda exhibición implica, para el diseñador, un compromiso y requiere de una ética de diseño consciente que dé respuesta y que haga visibles las contradicciones y la complejidad de los contextos socio-político y culturales. El motivo de reflexión de este artículo es el impacto del criterio museológico en la experiencia del visitante.

Palabras clave: diseño consciente – comunicación – empatía – experiencia - ética

Muro, Claudio Tam. (2017). El detrás de cámara del diseño museográfico. *Códice* (32): 86-93, ISSN 1692-3766.
Boletín de divulgación científica y cultural del Museo Universitario de la Universidad de Antioquia (Muua), Colombia

La exhibición como medio de comunicación

Los museos públicos, accesibles y masivos son una realidad reciente, así como el interés de los museos por comunicarse con el público y priorizar el carácter didáctico de las exhibiciones. El tránsito del coleccionismo privado a la exposición pública implicó entre otras cosas que la arquitectura de los edificios fuera diseñada y adaptada para la nueva función de exhibir. Desde entonces, también el formato de exhibición, más aún en las últimas décadas, ha tenido numerosas variantes según el modelo de pensamiento museológico. Toda exhibición establece o reproduce un modo de lectura y organización del mundo. Por lo general, el modo que prevalece es el de orden jerárquico, donde uno puede ubicarse o ser ubicado. Por ejemplo, el museo tradicional, modulado por la cronología, es imperativo, retrospectivo y detallista. Allí la exhibición se instala como el lugar para la veneración del objeto, del relato y la continuidad simbólica de *la* cultura. Aún hoy persiste frente a una realidad compleja y cambiante, en la que se requiere desarrollar nuevas habilidades para asir el horizonte del momento presente en su entidad global; en la que la temporalidad y la inmaterialidad desdibujan el borde de las colecciones y hasta de los mismos museos.

Todas las exhibiciones son distintas, tanto por el desafío que supone cada temática en particular como por los distintos objetivos que pueden tener las instituciones. Por ejemplo, se diferencia los museos nacionales de los proyectos de turistización; los de arte contemporáneo de los de historia, las instituciones privadas con recursos financieros propios o los museos regionales de bajo presupuesto; o si se trata de museos de memoria o de museos comunitarios o barriales. Pero, como en muchos casos, fundamentalmente se diferencian por el criterio conceptual de su dirección. Estos criterios pueden ser muy distintos. Por un lado, si se trata de una dirección con criterio abierto, el museo estará dispuesto a la visión de conjunto, a ensayar, a dialogar sobre las ideas, a dar prioridad al mensaje y a la función poética, a considerar el rol protagónico de los visitantes y a la inclusión como respuesta a la diversidad. Si, por el contrario, el criterio es el de endogamia

cultural, frente al desafío las primeras y pocas ideas serán las de una disciplina rutinaria y predominará la idea de hacer lo que siempre hacemos. Esa seguridad o confort que aporta la rutina atenta contra la motivación para pensar e investigar nuevas maneras de exhibir y de considerar a los visitantes y la comunidad, esto es, constituye una manera doblegada de construir ciudadanía. Del criterio de la dirección también dependen la forma en que se trabaja dentro del museo, las relaciones laborales e interpersonales en los equipos de cada proyecto, la participación, la fluidez, la comunicación y la flexibilidad en el trabajo. Cabe preguntarse también qué modalidad de actitud producirá cada criterio en los visitantes.

Se puede decir que una exhibición es un *medio de comunicación* intrincado, un dispositivo —en términos de Foucalt— montado en un espacio específico que comunica a través de la experiencia presencial de las personas a las que convoca, que por lo general son llamadas usuarios, visitantes o público. Considerarlas también como *invitadas* sugiere una disposición distinta.

La exhibición es una realidad que nos sale al encuentro, que se percibe por los sentidos, que se experimenta en una extensión (espacio-tiempo) que se abarca con la mirada a la distancia y que en la proximidad da lugar a una aprehensión comprensiva, estética y emocional que va cobrando significación al recorrerla. Es un fenómeno que se presenta ante nosotros como una síntesis de signos, información y comunicaciones que se vale de distintos recursos: escenas, luces y sombras, palabras, objetos, imágenes, arquitectura, sonidos, movimiento. Una vivencia con la capacidad de despertar ideas y emociones, generar reacciones, promover cambios de actitud y nuevos puntos de vista en nosotros.

¿Qué es lo que distingue a una exhibición?

Una exhibición no es un libro. En ella no se puede pretender un recorrido lineal, en el que las personas deban buscar componer el significado signo tras signo, palabra tras palabra. Sin embargo, suele ser el lugar común de muchas exhibiciones cuya organización

y diseño promueven observar al mundo en una secuencia de miradas puntuales, la ilusión de progreso en una continuidad de causas y efectos. Presentan un solo argumento principal validado por juicios externos que requiere de un recorrido condicionado, lineal, secuencial y unificado para poder aproximarnos. Podemos imaginar ahora desde una perspectiva más amplia el discurso de la exhibición y compararla a su vez con otro tipo de libro, uno cuyo argumento no es el único ya que se nutre de comentarios y de notas al pie, de menciones a otros libros y referencias a otros contextos, un libro que nos permita componer otras tramas facilitando una lectura tridimensional plena de ideas interconectadas. Esta alternativa de exhibición, en lugar de realizar una transmisión unilateral domesticadora, trata de promover la capacidad de asociación y crítica de las personas, buscando provocar en esa oscilación de estímulos el diálogo interno que despierte al *deseo*.

Una exhibición tampoco es una biblioteca, la exhibición no se organiza como una sucesión de temas por su signatura topográfica. Dotar de vivencia a la exhibición supone una relación corporal con el ambiente multisensorial donde no es necesario apagar a los otros sentidos para enfocarse solo en la lectura. Sin embargo, en la exhibición también se utiliza al texto escrito como un recurso de comunicación, ya sea impreso, virtual, relatado, táctil o en audio guía. Texto, del latín *textum*, es el tejido, el entramado que liga a las partes entre sí, a modo de un *hipertexto* que facilita enlaces y se expande. El texto informa al mismo tiempo que organiza y ofrece las pautas para utilizar la exhibición. Por ejemplo, el texto de una etiqueta o nomenclador puede convertir a un objeto en palabras y a una imagen en pensamientos, puede devolver ese "…entretejido muy especial de espacio y tiempo: la aparición única de una lejanía, por más cercana que pueda estar". (Walter Benjamin, 2003:47)

Una exhibición no es una escuela y mucho menos una universidad. Las personas no precisan dominar ni pretender especializarse en los temas que en ella se exhiben. El aprendizaje no es obligatorio ni tampoco calificado; sucede, eventualmente, si algo en la exhibición sorprende o conmueve a la persona al punto de despertar la curiosidad por saber más. Una exhibición tampoco es una feria, aunque puede ser amigable y entretenida e

incluso generar la sensación de familiaridad. No es el teatro ni el circo, sin embargo en ella se puede recurrir a la dramatización e invitar a actuar e interactuar y convertirla en una experiencia social e individual, conmovedora y democrática.

Una exhibición tampoco es una película, sin embargo ambas comparten un proceso de producción que no es visible, al que podemos llamar el *detrás de cámara*. Sin embargo, a diferencia de una película, en la exhibición se trasciende el plano y se ofrece más que un solo punto estático de observación. No se considera solo como *espectadoras* a las personas invitadas, sino que en su lugar la exhibición puede ofrecer muchos puntos de acceso que inviten a participar e intervenir físicamente.

La exhibición se manifiesta ante los invitados como un campo de observación y experimentación estructurado, que hemos planificado con un orden perceptivo intencional, que invita al recorrido tomando contacto con los elementos físicos en una secuencia temporal.

Es así que, durante la vivencia de la exhibición, las personas se comportan como exploradoras, observan y van hacia los objetos que los atraen o llaman su atención, se mueven y toman decisiones dentro de los espacios, se sorprenden cuando descubren y se reconocen cuando encuentran. Para ellos, todo estará a su disposición para ser descubierto, visto, leído o tocado. Es por esto que podemos decir que durante la experiencia de la exhibición *todo* está comunicando algo.

¿Cómo es este detrás de cámara en el diseño de una exhibición?

Durante el proceso inicial del proyecto, el diseñador actúa también como un explorador que se aventura para comprender, que interpreta procurando componer y visualizar un panorama inicial. Elabora una síntesis conceptual, producto del análisis de los contenidos dentro del contexto en el que el proyecto se inserta, guiado en gran parte por su intuición o racionalidad práctica. Articula esa visión con las tres dimensiones del espacio más la dimensión del tiempo, para luego instalar una totalidad técnico-conceptual que será

tanto extensión como circunstancia y que las personas invitadas regularán y ordenarán, probablemente según sus intereses y a su antojo. El diseñador traza el mapa de un territorio con sus conexiones, centros, cruces, superposiciones y dependencias. Se trata de la cartografía que al materializarse nos permitirá adentrarnos, por ejemplo, en las contingencias de un artista en su época, en la complejidad de un suceso histórico o en la sincronía de los descubrimientos de la ciencia.

El éxito del diseño depende en gran medida de la inmersión en el tema a exhibir y de la interpretación de los contenidos investigados, de la pertinencia de los objetivos didácticos, de la consulta y del intercambio permanente en equipo; de relacionarse con la colección y evaluar la cualidad y capacidad narrativa de los objetos y de las imágenes para incorporarlas como voces; del cuidado y calidad de los textos escritos; de observar los aspectos técnicos adecuados en conservación preventiva para la exhibición de las piezas o las obras de arte; de cómo sugerir el movimiento del recorrido y dramatizar el discurso en su proyección espacial con emotividad y elocuencia. Por último, el cuidado y la consideración que se debe prestar a los usuarios, a las personas con su diversidad de capacidades y de necesidades, a su sensibilidad, intereses y conocimientos previos es el pilar más importante del diseño consciente. La respuesta de los visitantes será luego la variable de estudio más relevante de la que podremos disponer para entender cómo se ponen en juego las motivaciones y la interpretación en el uso del dispositivo que es la exhibición.

Cuando se diseña una exhibición se está diseñando una experiencia.

En todo ejercicio de diseño hay ciertas prácticas que son recomendables por ser útiles para dar fluidez a la tarea de otorgar sentido y vivencia al proyecto. Estas prácticas se suceden, se superponen y muchas veces es necesario reiterarlas. Refieren a cinco acciones que son empatizar, definir, idear, ensayar y evaluar. Frente a cada una hay ciertas cuestiones que ameritan las preguntas:

Empatía

¿A quienes vemos en el museo y a quiénes no? ¿Por dónde se mueven en el museo los visitantes, todos los lugares son accesibles para todos? ¿Cuánto permanecen, necesitan descansar? ¿Qué tipo de objetos prefieren distintas personas? ¿Qué saben? ¿Qué les gustaría saber? ¿Necesitan saber?

Ser conscientes de a quiénes nos dirigimos, indagar en sus conocimientos y experiencias previas, sus necesidades y expectativas. Así como nos figuramos un receptor universal del diseño también pensamos en invitados concretos dentro de las generalidades.

Definición

¿Cuál es la idea principal y cuál es el mensaje? ¿De qué se trata la historia, sobre qué no trata? ¿Cuál es el punto de vista? ¿Por qué lo hacemos aquí y ahora? Encuadrar el carácter del proyecto y construir sentido a partir de la información, sintetizar, descubrir patrones y hacer conexiones. Enunciar cuál es el desafío, qué es lo que nos apasiona contar y por qué.

Ideación

¿Cómo puedo asociar la experiencia y el conocimiento previo del visitante? ¿Cómo puedo utilizar las metáforas? ¿Cómo puedo evocar sentimientos o recuerdos? ¿Cómo puedo incorporar actividades para la familia? Además del texto ¿qué otros recursos puedo utilizar para comunicar? ¿Qué logros puede alcanzar el visitante? Alentar y germinar la mayor cantidad de ideas y soluciones posibles para luego escoger de entre ellas. Divergencia y convergencia, guardar el tamiz chico para el final.

Ensayo

¿Se entenderá el texto de estas instrucciones? ¿Es visible, será adecuado para una persona sentada o un niño? ¿Cómo podría sostener a este objeto? ¿Cómo podría funcionar el mecanismo? ¿Provocarán reflejos las luces, esta iluminación será

lúgubre? ¿Será estable el pedestal? ¿Qué se verá desde el ingreso?
Producir prototipos o concebir situaciones, construir maquetas y modelos de manera sencilla y económica para materializar las ideas con anticipación. Construir para pensar y ensayar para aprender.

Evaluación
¿Es espontánea la comprensión del mensaje, que ideas genera? ¿Tiene fuerza expresiva la disposición y agrupación de los objetos? ¿Se entienden los títulos como síntesis narrativa? ¿Es amigable la interacción? ¿Qué sentimientos provoca el ambiente? ¿El audio es invasivo?
Evaluar los prototipos a través de la observación de cómo las personas interactúan, interpretan o se sienten con nuestras ideas. La participación de los usuarios en la evaluación nos brinda una nueva oportunidad para practicar la empatía y conocer mejor a quiénes nos dirigimos.

El *detrás de cámara* forma parte del contexto de subjetivación que son los ámbitos de las instituciones culturales y los museos. Es allí donde la exhibición cobra esa dimensión de construcción cultural, a la vez acto social y hecho político, que crea referencias en donde es posible, o no, reconocerse. Toda exhibición implica, para el diseñador, un compromiso. Requiere de una ética de diseño que dé respuesta consciente de las contradicciones y la complejidad de los contextos socio-político y culturales; que sea crítica frente a la mercantilización de la cultura; que se preocupe por las personas; que comparta conocimiento y facilite la comprensión y formación de criterios propios; que promueva el diálogo, la participación y la convivencia, así como el respeto y cuidado de la naturaleza.

proyectos@tammuro.com.ar
www.museografia.com.ar
www.facebook.com/museografia

BIBLIOGRAFÍA

1. Andrée Blais. (1995). *Text in the Exhibition Medium.* Québec, Canada: Musée de la Civilisation.
2. Barry Lord, Gay Dexter Lord. (2002). *The Manual of Museum Exhibitions.* Walnut Creek, Estados Unidos: Altamira Press.
3. Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.* México: Itaca.
4. Brown, T. (2009). *Change by Design.* Nueva York: Harper Collins Publishers Inc.
5. Carson, A. (2015). *Eros, el dulce-amargo.* Buenos Aires, Argentina: Fiordo.
6. Chip Heath, Dan Heath. (2008). *Made to stick. Why some ideas survive and others die.* Nueva York: Random House.
7. Foucault, M. (2003). *Vigilar y Castigar.* Buenos Aires: Siglo XXI.
8. Gurian, E. H. (2006). *Civilizing the Museum.* Nueva York: Routledge.
9. Pierre Bordieu, Jean-Claude Passeron. (1998). *La Reproducción, elementos para una teoría del sistema de enseñanza.* Barcelona, España: Distribuciones Fontamara S.A.
10. Steven Lubar, David Kingery. (1993). *History from Things. Essays on Material Culture.* Washington, DC: Smithsonian Institution.
11. Witterborg, L. P. (1991). *Good Show! A practical por Temporary Exhibitions.* Washington, DC, EUA: Smitshonian Institution.