

Lauro Zavala, et al., *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1993, 155 pp.

LA INVESTIGACIÓN Y REFLEXIÓN por parte de los especialistas mexicanos en el campo de los museos sobre la labor que éstos desempeñan ha sido tradicionalmente escasa, y su difusión lo es aún más. Los sistemas de trabajo se han conformado en la práctica y con apoyo de disciplinas afines al museo: arquitectura, diseño, pedagogía, química, física, etcétera. Sin embargo, de esa experiencia laboral cotidiana no se ha llegado a una recopilación, sistematización y análisis que integre estos sistemas y métodos propios en libros o manuales que pudieran constituir un recurso para nuevas generaciones. No existe una “escuela mexicana de museografía”, porque el saber acumulado por nuestros profesionales de museos no se difunde más allá del trabajo cotidiano durante el desarrollo de los proyectos museográficos. En este sentido, el libro de Lauro Zavala, María de la Paz Silva y Francisco Villa cubre una parte de esta carencia pues da a conocer, a un público amplio, tanto los alcances teóricos de la reflexión museográfica mundial como las glosas y notas que el trabajo diario aporta.

Hasta ahora, los proyectos de investigación, en y sobre los museos, y la publicación de sus resultados se han concentrado en los catálogos de las colecciones, las historias de los continentes arquitectónicos —un gran porcentaje de ellos, monumentos históricos—, las guías y los sistemas de conservación.

Recientemente, a partir de los años ochenta, se ha iniciado —con teorías y métodos de las ciencias sociales— una serie de investigaciones, desde “fuera” del museo, sobre la recepción cultural,¹ que han perseguido evaluar el esfuerzo tan especializado del trabajo en museos, así como la aceptación o asimilación por parte del público visitante del discurso museográfico que se produce, ya que no se conoce a los públicos y menos aún se han evaluado las reacciones e inquietudes que se despiertan en ellos. Antes de estos trabajos, había informes estadísticos, difíciles de elaborar, ya que —generalmente— no se lleva un registro exacto de entradas a los museos. Tampoco hay un registro diseñado con una serie de indicadores que permitan conocer con precisión las características, necesidades educativas y expectativas del público visitante. En esta ausencia radica la reflexión central del libro *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*. De acuerdo

¹ Esther Cimet, et al., 1987, *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, Instituto Nacional de Bellas Artes, Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas (CENDIAP), Colección Artes Plásticas, Serie Investigación y Documentación de las Artes, México, 249 pp.

Néstor García Canclini (comp.), 1993, *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 41 pp.

con los autores, efectivamente, la gran diversidad de iniciativas museográficas ha sido parte de proyectos institucionales que, como ellos lo señalan, “terminan por justificar necesidades ajenas a las de los visitantes” y que, “los proyectos tienen como verdadero y único receptor natural a la misma instancia que los genera”.

Desde estas instancias se proyectan y resuelven los espacios diseñados para albergar las colecciones —sin estudios previos—, y lo mismo da que sea una casa habitación, un ex convento, ex fuerte o ex presidio. Los significados que estos espacios puedan tener para los visitantes no son tomados en cuenta. Es en esta parte donde puede formularse un par de preguntas: ¿imploran estos espacios determinados comportamientos por parte de los visitantes? ¿Qué reacciones les provocan?

La especificación del contenido y de los temas para las exposiciones tanto permanentes como temporales surge de las mismas instituciones y son éstas también las que definen qué tipo de manifestaciones culturales se conservan y las que deben exhibirse. En general, no se toma en cuenta que en su entorno haya problemas de alimentación, vivienda, salud, de conservación del patrimonio cultural, etcétera, porque no se cuenta con estudios que faciliten a los creadores del discurso museográfico conocer a sus receptores potenciales, ni los elementos que le permitan al museo comprometerse más con su contexto, con temas y actividades útiles a sus necesidades y a las expectativas del público.

Otro asunto se deriva del discurso museográfico: los códigos fijados en las distribuciones temáticas del contenido y de las circulaciones que se instrumentan, ¿son entendidas por el público visitante? ¿Qué pasa cuando interactúan los dos elementos fundamentales del museo: el *objeto* con el *público visitante*? ¿Han resultado atractivos los títulos de las exposiciones, temas o períodos históricos? ¿Qué les sugieren? ¿Por qué determinados visitantes dedican más de su tiempo a la observación de ciertos objetos? ¿Por qué leen cédulas específicas y no otras? ¿Poseen el bagaje cultural suficiente para interpretar los mensajes que se han querido brindar? La lectura, interpretación o percepción de los objetos, ¿es la misma o son diferentes?

En fin, resultan innumerables las preguntas que pueden formularse y cuyas respuestas brindarán información para proponer y apoyar variables que permitan reflexionar sobre la trayectoria de los museos. Hasta ahora se ha hecho mayor hincapié en la conservación y exhibición de colecciones y, recientemente, el desarrollo de una serie de investigaciones para conocer si este esfuerzo tan especializado que se realiza, a la par del discurso museográfico que se produce, han interesado al público que visita los museos. De hecho, por lo que toca a las exposiciones temporales, simplemente los objetos se desmontan y reintegran a las colecciones en sus lugares de origen, sin conocer el efecto educativo real entre el público que las vio.

Por esto la propuesta del libro *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica* servirá como herramienta teórica en la obtención de algunas de las respuestas sobre el comportamiento del visitante del museo y una forma diferente de estructurar el trabajo, pensando —como ellos lo señalan— “que el visitante es

(o debe ser) el origen de toda propuesta museográfica [y que] va a transformar radicalmente las prácticas profesionales en nuestro medio”.

Como el lector lo podrá constatar, en el capítulo “La recepción museográfica, entre el ritual y el juego”, Lauro Zavala propone el diseño de dos modelos propuestos para evaluar las etapas previas, paralelas y posteriores al proceso de diseño de los proyectos museográficos: el primero es el *modelo de análisis sintagmático o narrativo* que permite la reconstrucción de la experiencia del visitante desde su propia perspectiva. El segundo, el *modelo de análisis paradigmático*, accede a la interpretación de esta experiencia desde la posición del equipo que planeó, diseñó y materializó el proyecto museográfico, relacionando esta perspectiva con el contexto museográfico y cultural más amplio al que pertenece el visitante.

Un aporte importante en esta propuesta es el diseño de categorías útiles para este análisis, las cuales han sido integradas a partir de otras disciplinas como la sociología, la psicología, la antropología cultural y la etnoliteratura.

En el segundo capítulo, “Aproximaciones al estudio de las prácticas educativas en el museo”, de María de la Paz Silva, propone que en el estudio de los procesos de enseñanza-aprendizaje (en el contexto de los espacios museográficos) haya una apertura hacia nuevos enfoques en los cuales el sujeto visitante y sus necesidades estén en el centro de las preocupaciones de los que planean y diseñan los proyectos museográficos.

Al tercer capítulo, “El objeto y su importancia para la museografía”, de J. Francisco Villaseñor, le corresponde abordar la importancia del objeto, de ese testigo tangible de diversas épocas y culturas, entendiéndolo como una acumulación de experiencias y significados de las generaciones que lo concibieron, lo diseñaron y lo materializaron; es decir, como memoria del pasado y como parte de la identidad de un grupo. Se trata de esa herencia objetual que los especialistas de los museos han conservado para transmitirla de generación en generación. Asimismo, en este capítulo se formula un planteamiento epistemológico sobre la manera como los objetos son percibidos y representados por el curador de un museo (productor del mensaje), y cómo, a su vez, son percibidos y comprendidos por el visitante (receptor).

La lectura del libro es interesante porque este equipo interdisciplinario permite ver al museo desde “fuera”; es decir, investigadores de otras disciplinas de las ciencias sociales se comprometen en un proyecto para estudiar a cuatro elementos importantes constitutivos de los museos: a los *especialistas productores* del discurso museográfico; al *objeto* en interrelación con el *público visitante*, dentro de un *espacio* concebido para que en su interior se dé esa interacción de los elementos rituales, educativos y lúdicos a los que el libro hace referencia.

Hay que esperar la presentación de algún caso concreto al que se haya aplicado este modelo de análisis. Asimismo, la difusión de los otros componentes de este proyecto de investigación, próximos a publicarse: las entrevistas a equipos de museografía en el país y en el extranjero, la colección de ensayos

solicitados a los museógrafos mexicanos sobre su experiencia de trabajo y la colección de ensayos solicitados a expertos europeos sobre el museo del futuro.

Ojala que los análisis que los diversos lectores realicen de este libro, en particular los especialistas —puesto que los autores consideran al museo a través de otras disciplinas, hay conceptos que al lector le parecerán difíciles de comprender, pero aquéllos han despejado el problema apoyando sus planteamientos con una serie de glosarios en cada capítulo, cuadros sinópticos y excelentes fotografías—, provoquen, como los autores lo plantean, “iniciar el debate sobre la naturaleza cualitativa, interpretativa y contextual de los estudios de la comunicación museográfica”.

Carlos Vázquez Olvera