



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Diseño de Exposiciones: argumento y guión expositivos

Apellidos, nombre	Puyuelo Cazorla, Marina ¹ (mapuca@ega.upv.es) Merino Sanjuán, Lola ² (mamesan@ega.upv.es)
Departamento	Expresión Gráfica Arquitectónica
Centro	Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño



Presentación y resumen de las ideas clave

En este artículo se recogen los aspectos preliminares relativos a los textos que se han de tener en cuenta en el diseño de una exposición como son: el **planteamiento de un argumento expositivo** que refuerce el tema núcleo de la muestra y el **guión** que describe las soluciones ideadas y las relaciona de modo coherente con el contenido.

Se explica el **guión** como documento fundamental del proyecto en el que **se definen los principales aspectos que caracterizan el conjunto justificando su elección y se describen los detalles de modo pormenorizado de los componentes** estructurales y gráficos **que constituyen la identidad de la instalación**. A través de distintos ejemplos, se muestran estos dos tipos de texto que constituyen **documentos fundamentales** en la generación de espacios expositivos singulares: **el argumento de la exposición y el guión que lo desarrolla** en detalle como proyecto de diseño.

Los principales aspectos que se desarrollan en este artículo son los tipos de textos que se emplean desde el planteamiento del tema y el concepto de la exposición, a los textos como recurso de comunicación en la misma y a la redacción de un documento descriptivo de la instalación expositiva que formará parte del proyecto técnico.

Conviene hacer particular hincapié en la **importancia en el ámbito expositivo como proyecto de comunicación, de concebir el hecho expositivo como un reto cara al espectador o visitante que no espera únicamente recibir información, sino que busca emocionarse y distraerse**. En este sentido, el título y el argumento constituyen el primer reclamo de la muestra por lo que requieren de un lenguaje directo y fácilmente comprensible por el público objetivo.

Los temas que se relacionan en este artículo proporcionan un instrumento para abordar un concepto expositivo con criterios de profesionalidad. Éstos temas se resumen en la siguiente tabla:

Diseño de Exposiciones: argumento y guión expositivos
1. El diseño de exposiciones como proyecto de comunicación
2. Tipos de textos en el proyecto expositivo. Función y características principales.
3. El título y el argumento de la exposición.
4. El guión en el proyecto expositivo.

Tabla 1. El empleo de los textos en el proyecto expositivo.

El diseño de exposiciones culturales y didácticas, permanentes o en instalaciones temporales, está experimentando una importante demanda en las últimas décadas debido a que son parte del ocio cultural, de la educación y de la interpretación de distintos lugares. Es un hecho que el público ha aumentado su receptividad hacia este tipo de actividades que fomentan la cultura y el conocimiento y cada vez se muestra



mas sensible y exigente hacia la calidad de estos entornos expositivos. Las exposiciones culturales de todo tipo, temática y magnitud, requieren equipos de trabajo que integren en los proyectos distintos ámbitos profesionales: el comisariado, la elaboración de los textos, el diseño, la construcción o el montaje son algunos de ellos.

No obstante hay que decir que hay exposiciones en las que estas actividades no son tan evidentes y diferenciadas, o no están estructuradas por los correspondientes profesionales; unas no tienen guionista ni diseñador porque el espacio ya presenta unas determinadas condiciones expositivas; otras, en las que el guionista es el diseñador de la exposición o a la inversa. En cualquiera de los casos conviene conocer algunas características particulares de los textos básicos del proyecto expositivo.

Las exposiciones como lugares de uso colectivo, son espacios abiertos al público con los que, en mayor o menor medida, el estudiante está familiarizado. Ello asegura, en la mayoría de los casos, ciertos conocimientos previos que contribuyen positivamente y refuerzan el aprendizaje, permitiéndole identificar algunos de los aspectos que se exponen en este tema. ¿Quién no ha visitado en alguna ocasión una exposición? o ¿quién no tiene cierta idea de qué es un guión cinematográfico?

El contenido de este artículo recoge de modo sintético algunos factores relativos a los textos que intervienen de modo directo o indirecto en los proyectos de exposiciones, constituyendo un **instrumento útil para facilitar el proceso de diseño**.

Este artículo se desarrolla en una **estructura del contenido** organizada en los siguientes apartados

1. Introducción
2. Objetivos
3. El diseño de exposiciones como proyecto de comunicación.
 - 3.1 Textos para el Visitante
 - 3.2 El Guión de la Exposición
4. Cierre

1 Objetivos

Además de ampliar la cultura sobre el diseño de exposiciones este documento ofrece información particular que permite:

- Diferenciar los principales tipos de texto que se utilizan en el proyecto expositivo y sus características particulares.
- Observar la importancia del texto en el desarrollo del proyecto expositivo y en su planificación.
- Identificar y valorar el papel del título y del argumento expositivo como directriz conceptual del discurso de una exposición.
- Disponer de criterios básicos para la redacción de textos de uso directo en una exposición.
- Manejar terminología específica de este ámbito profesional para utilizar los textos en un guión expositivo y describir en detalle la trama y secuenciación



del discurso de la exposición relacionándolo con la idea y la solución constructiva propuestas.

2 El diseño de exposiciones como proyecto de comunicación

Las instalaciones expositivas temporales han ido adquiriendo mayor protagonismo en las últimas décadas debido a la confluencia de algunas cuestiones. En primer término las demandas de un consumo cultural creciente ligado al sector del ocio, que encuentra en la renovación de la oferta expositiva un recurso para re-visitar determinados lugares como museos y otros centros culturales. En segundo, el concepto de **la exposición como recurso didáctico** ligado al aprendizaje de la ciencia, la historia y la técnica. Este aprendizaje encuentra en el medio expositivo un ámbito constante para la creación y experimentación de nuevas instalaciones a medida que **fomentan el aprendizaje activo**.

En el **diseño de exposiciones**, como en cualquier acción en la que el objetivo prioritario del programa sea la comunicación, **el diseño comparte equitativamente con el argumento, la responsabilidad comunicativa y la rentabilidad cultural**.

Según las características del encargo en el que se formula el tipo de exposición que se pretende, es necesario y de gran utilidad transcribirlo y consensuarlo con el cliente, de modo que sienten las bases de un lenguaje común para el proyecto.

Entre las responsabilidades del director de diseño destacan en el proceso de ideación y configuración formal:

- Diseño de la narrativa
- Guión de la exposición
- Dirección de arte y concepto espacial
- Diseño Gráfico y 3D
- Documentación técnica y planimétrica
- Diseño de interactivos
- Diseño de sonido

En cuanto a la realización y montaje de la exposición se encuentran:

- Construcción
- Producción Gráfica
- Iluminación
- Instalaciones audiovisuales
- Maquetas
- Pavimentos
- Producción de medios audiovisuales



En muchos casos **los resultados de una exposición se miden por su capacidad de explicar o motivar una idea**. Con esta finalidad de comunicación, la exposición ha de explicar y proponer una experiencia a través de los sentidos a lo largo de un espacio físico. El lenguaje de las formas, las texturas, los sonidos, los aromas, etc. constituyen los recursos para lograr este propósito.

En las exposiciones actuales destaca la combinación de técnicas de comunicación, el desarrollo de dispositivos y recursos expositivos *adok* que se articulan en una secuenciación que tiene por objetivo incrementar el interés del espectador, además de su participación activa.

Un trabajo de conceptualización del discurso junto al desarrollo de un ARGUMENTO que defina el contenido y lo relacione con los contenidos a exponer, son el punto de partida.

3 Tipos de textos en el proyecto de diseño de exposiciones

En la planificación y diseño de una exposición se hace necesario trabajar con distintos tipos de texto y niveles de información. En este artículo con una finalidad operativa se diferencian dos tipos, según si se trata de textos que forman parte de la exposición y por tanto, son parte de sus contenidos y aquellos textos, que requiere el proyecto técnico de diseño para su definición.

3.1 Los Textos para el visitante

El protagonismo que se atribuye a los visitantes de las exposiciones y el afán de que éstas contribuyan a la adquisición de conocimientos, ha contribuido a que los planteamientos textuales formen parte esencial de los montajes expositivos.

Los **textos propios de la exposición** son de uso directo por el público visitante. **Son aquellos que tomarán la forma e identidad gráfica que se desarrolle para el conjunto y se despliegan en el espacio expositivo**. Estos textos son parte integrante de la exposición y se conciben a la par que el diseño tridimensional. Según la magnitud y presupuesto de la exposición, pueden estar elaborados por el comisario de la misma o llevados a cabo por profesionales especializados en la redacción de textos y, en todo caso supervisados por el anterior. En general el empleo de textos en las exposiciones, suelen ser irremplazable en la comunicación de muchos contenidos expositivos en los distintos niveles de aproximación a los mismos por un público diverso. Puede decirse también que son un instrumento fundamental cuando el presupuesto es limitado.

Aunque muchos de estos textos no dependen directamente del diseñador que solo ha de organizarlos y formatearlos para implementarlos en el lugar, es interesante y necesario desarrollar ciertas habilidades en su manejo que favorecerán la conceptualización y el desarrollo del proyecto.

La principal característica de un texto en el marco de una exposición, es la **claridad** que se identifica con la **facilidad con que puede ser comprendido rápidamente**. En general las exposiciones actuales se dirigen a un amplio espectro de visitantes de distinta preparación intelectual y por ello se han de utilizar niveles de información adaptados a distintos grupos de visitantes, intereses y longitud de la visita (corta, media y larga).

A la hora de componer textos de uso directo en el contenido expositivo que, aseguren cierta efectividad, es de gran utilidad tener en cuenta algunas **consideraciones de diseño**. En este sentido destacan las recomendaciones que propone el **método Ekary** (Museo Postal de Suecia) desarrollado a través de estudios y experiencias con usuarios en contextos expositivos. Observando las condiciones en que los visitantes realizan la lectura de los textos en las exposiciones, en condiciones de iluminación a veces insuficientes, ruido ambiental, de pie, caminando etc., la autora de estas pautas, insiste en la dificultad generalizada de mantener la concentración necesaria para la comprensión. Su trabajo concluye con una serie de recomendaciones que ofrecen pautas para la escritura de textos sencillos y legibles desde su composición estructural.



Imagen 1. Aplicaciones del texto en distintas disposiciones, soportes y niveles de utilización. Paneles de título y explicativos, aplicación de título de apartado y párrafos sobre paramento y como cartela de detalle en peana de exposición.

Para ello, se consideran aspectos fundamentales, la organización del texto en párrafos pequeños con ideas breves y muy definidas, el empleo de frases cortas de modo que se puedan recorrer en movimiento y de un vistazo se extraigan las palabras clave. Se enumeran seguidamente algunas de estas recomendaciones aunque se aconseja recurrir a la fuente original para profundizar en este tipo de textos de comunicación expositiva. Éstas son:

- Utilización de un lenguaje sencillo
- Orden similar al del lenguaje hablado
- Una idea principal por línea,
- No más de 3 líneas por oración.
- Párrafos cortos breves y ajustados
- Utilización de los verbos en forma activa
- Evitar oraciones subordinadas, construcciones complicadas y palabras cortadas a final de línea
- Leer los textos repetidamente y fijarse en las pausas naturales de lectura
- Condensar el significado casi hasta nivel poético

Por otra parte, el tratamiento gráfico de estos textos es esencial en el diseño de exposiciones pues determina su aspecto e incide también en su legibilidad y percepción como elementos de comunicación visual.

Los textos de uso directo en las exposiciones ofrecen distintos niveles de aproximación e información sobre el contenido. Estos textos pueden ser relativos al contexto y presentación de la exposición, descriptivos de las distintas áreas en las que se organiza la muestra, títulos de distinto nivel, descripción de los distintos apartados, cartelas de identificación de los contenidos, señalización de la misma, etc.

Con carácter operativo para el diseñador se comentan en este artículo las características de tres tipos de textos que intervienen generalmente en las exposiciones implicados en la comunicación conceptual de la misma: título, argumento y guión.

El **título** es el componente textual mínimo que representa el contenido y recoge el mensaje último sugerido de la muestra.

El tipo de lenguaje para el título ha de ser directo y emocional. Según los especialistas en lenguaje para medios, un buen título debe ser:

- Agudo
- Divertido
- Evocador
- Enigmático

Al igual que en la creación de marcas y anagramas, existen técnicas especializadas para generar este tipo de mensaje nemotécnico y como en aquellas, este elemento de texto se refuerza generalmente con la asociación de palabras e imágenes. Hay que tener en cuenta también que el título de una exposición se ha de utilizar en múltiples soportes de distintas dimensiones.



Imagen 2. Banderolas de comunicación exterior de la exposición itinerante "El enigma de la Momia" que presenta los detalles de El libro de los Muertos egipcio a través de los documentos de un enterramiento.



El **argumento** es el que define el contenido y viene avalado por los documentos a exponer. Este texto comparte con el título un primer plano en la comunicación de la exposición aportando matices al concepto de la muestra y al enfoque expositivo. Hay razones para considerar que **el argumento de la exposición concentra la comunicación** de la misma para la mayor parte del público **resumiendo** no tanto el contenido, como **la idea global que se propone**.



Imagen 3. Título, argumento y scaffolder de presentación de la exposición Retos del Diseño. El argumento sitúa el carácter comprometido de la selección de las piezas que se exponen y lo relaciona con las áreas expositivas que componen el discurso.

El argumento puede ser más o menos extenso y descriptivo. En ocasiones, se trata de una frase que clarifica y presenta el contenido. En otras, se desarrolla en una presentación no superior a tres párrafos que sitúa el carácter y contenido de la muestra.



Imagen 4. Presentación de la exposición titulada " Nunc est Bibendum. Un mito gráfico desde 1898" en el Muvim de Valencia. La exposición narra la evolución de la popular mascota neumática de la empresa Michelin creada por M. Rossillon y sus valores a lo largo de sus más de 100 años de existencia, tanto en sus aspectos plásticos como en su perfil psicológico.



Los ejemplos anteriores muestran el distinto tratamiento gráfico de estos textos como mensajes de uso directo en la exposición, su situación relativa al título y también su proximidad con la información de los créditos de la exposición.

Estos textos con los que interacciona el visitante, favorecen la asimilación progresiva del contenido último de la exposición. Relacionados estrechamente con los factores de diseño que les confieren una particular identidad visual, constituyen estímulos para el visitante que selecciona, asimila, procesa, interpreta y les confiere significado. Es importante señalar que en la actualidad, destaca el efecto que adquieren sobre el visitante los múltiples elementos de comunicación disponibles en distintos medios (folletos, mailings, webs, catálogos...) que favorecen una visión de conjunto de la exposición.

3.2 El Guión de la exposición

Este documento del proyecto expositivo debe describir la idea como una historia de la situación prevista durante la visita. Debe explicar con detalle y en un lenguaje conciso y profesional, fácilmente comprensible para las personas que han de interpretarlo, el conjunto y todos los componentes de la exposición (situaciones, tipo de imágenes, disposición y características de los textos, elementos interactivos, efectos sonoros...).

Según Hughes "el guión es un documento interpretativo que sitúa la exposición dentro de una narrativa más amplia. Describe sus elementos, las razones de la elección de los mismos, y como apoyan o refuerzan una narración o idea..." En resumen, el guión **proporciona razones para una determinada ordenación de los contenidos en el espacio, es una especie de manifiesto que desarrolla y explica el proyecto enlazando el diseño y la producción.** Cuando el guión viene planteado por el cliente que solicita la muestra, constituye la inspiración que guiará el diseño y en todos los casos, el guión es el eje teórico del proyecto sobre el que se apoyan todas las decisiones y etapas de la ideación.

Como sucede en la creación cinematográfica, de la calidad de este guión, de "su convincente y detallado contenido" (Most, 1995) depende que el equipo encargado de su materialización consiga construir y montar la exposición.

Para conceptualizar e idear una exposición se han de crear historias, buscar situaciones, hilar argumentos en una trama que desarrolle el argumento conductor. Aunque este argumento ya exista con **unos temas, textos, imágenes y objetos** más o menos definidos (que constituyen contenidos de la exposición), **en el guión éstos se han de combinar y desarrollar en una secuencia que se recorre en movimiento y que requiere un desarrollo técnico y artístico.**

Algunos conceptos tomados del **lenguaje y la técnica cinematográfica** pueden ser de gran utilidad para explicar y dar forma a este documento del proyecto expositivo.

Los elementos que intervienen en una exposición adquieren un mayor o menor significado de acuerdo al mensaje que se desee transmitir, el itinerario y las visuales ideadas en el recorrido del mismo. El espectador es conducido a lo largo de las secuencias en un espacio informativo tridimensional.

Los instrumentos disponibles son: el lenguaje, la frecuencia, el ritmo, la anécdota la sorpresa, etc. para motivar al espectador a lo largo del trayecto y sumergirlo en el argumento expositivo.



Entendido como un espacio escénico, **el espacio expositivo se muestra delimitado en el proyecto por unas determinadas escenas previamente diseñadas** que, en la actualidad, comparten múltiples recursos con otros lenguajes audiovisuales. Algunos de ellos son:

- Concepto espacial y composición ambiental
- Composición imágenes-textos/palabra
- Diseño y construcción de escenas. Como los encuadres, describen la idea global y particular que se desea construir en un determinado apartado del conjunto expositivo.
- El tiempo y su regulación en el recorrido
- Creación de ritmo en la combinación de secuencias
- Aspectos de iluminación y sonido
- Información textual
- Experiencias interactivas

Aunque la combinación equilibrada texto-imagen será a menudo la opción más aconsejable y directa con el público, los expertos en el ámbito audiovisual, indican que si hay que elegir entre el texto y la imagen, la palabra debe supeditarse a la imagen pues "Ver es más fácil que pensar, es una regla de oro".

En resumen, **el diseño de exposiciones, consiste en la formalización de un recorrido a través de los documentos disponibles y un espacio determinado**, compartiendo con el guionista la responsabilidad intencional y la rentabilidad comunicativa.

Finalmente en el caso de grandes exposiciones y exposiciones en itinerancia, conviene trabajar un documento de contenidos que recoja los objetos y/o contenidos organizados en tipos de elementos. Cuando existen piezas es estrictamente necesario para valorar el espacio que requieren, las interrelaciones entre ellas y los complementos necesarios para su exposición y comunicación. Este documento de texto se compone principalmente de exhaustivos listados con breves descripciones que han de mantenerse actualizados, ya que se trata de un documento en el que se fundamentan otros aspectos como seguros, transportes y presupuestos.

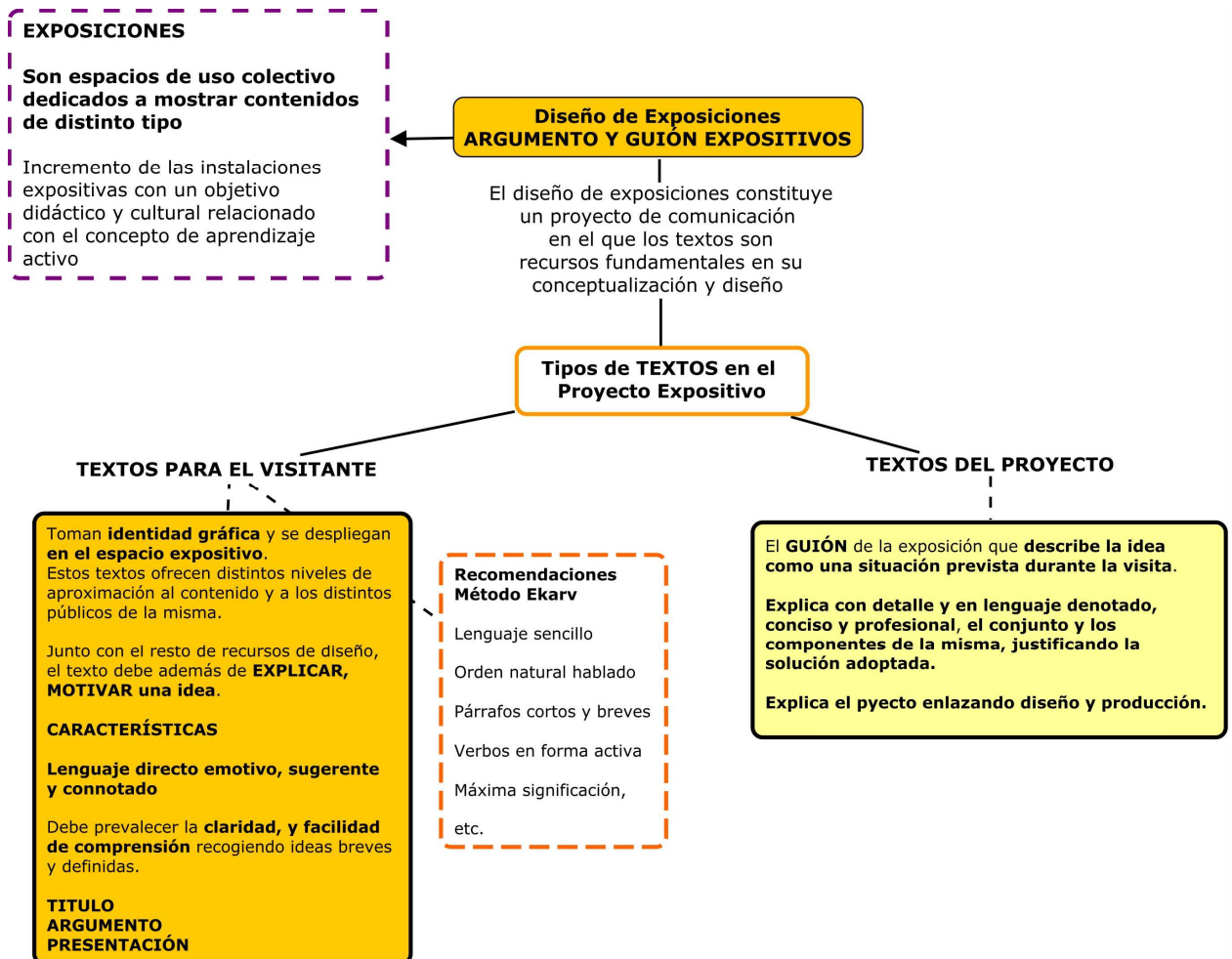
4 Cierre

A lo largo de este objeto de aprendizaje hemos comprendido la necesidad de la utilización de textos en el proyecto expositivo, la función que desempeñan y los distintos niveles y tipo de lenguaje que requieren.

Por una parte, se han tratado los textos de uso directo que forman parte de la instalación y están en el espacio expositivo a disposición de los visitantes y algunas de sus características principales para resultar accesibles y comprensibles por un público diverso.

De otra parte, como textos necesarios en la elaboración del proyecto, se ha expuesto en qué consiste el guión de una exposición y el documento de contenidos. Ambos textos son de gran utilidad en el desarrollo del proyecto de diseño y en el montaje de la instalación expositiva ya que articulan de manera argumentada las soluciones constructivas propuestas tanto en sus componentes estructurales como gráficos.

Estos temas quedan reflejados en el siguiente gráfico:



5 Bibliografía

5.1 Libros:

- [1] BROTO, Carles; Diseño de exposiciones, Ed. Links: Barcelona, 2010.
- [2] HUGHES Philip: "Diseño de Exposiciones: Nuevos conceptos", Ed. Promopress, Barcelona, 2010.
- [3] FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico; El libro del Guión, Serie Comunicación, Ed Díaz de Santos, 2005.
- [4] MOST, Jacob, Así se crean guiones, Barcelona, Rosaljai, 1995.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

[5] Atelier Brückner: "FORM FOLLOWS CONTENT" Architecture, Exhibition and Scenography, Ed. Atelier Brückner, 2003

[6] Revista ON Diseño nº 259. Museos y espacios expositivos. Diseño Nómada.

5.2 Referencias de fuentes electrónicas:

Margareta Ekav text | Mouseion: artists' reflections on museums: Guidelines

<http://mouseionexhibition.wordpress.com/exhibition-design/ekav-text/>

www.atelier-brueckner.de

www.kingmiranda.com