

El Guión comunicológico; una flor de calabaza

ERNESTO GÓMEZ ABUD

Universidad Intercontinental (México)

GfK (Colombia)

Abstract

Muchas son las preguntas que hay que resolver sobre la comunicación, su esencia de metiche insaciable hace que sacarle una radiografía sea un reto, como si al descubrirla migrara hacia nuevos paradigmas que ahora lo han abarcado todo, llegando a cuestionarnos incluso si ontológicamente ahora sea una cultura en sí. Primero debemos diseccionarla y al ver su arquitectura sabremos cómo actuar en cualquier ecología social. La Museología comunicológica es la unión de ciencias con la finalidad social de vincular drásticamente el arte exhibido con el espectador, retribuyéndole vida a la propia obra de arte partiendo de su comunicación como eje vertebral, en estrecha relación con la percepción del visitante de museos. Para poder realizar dicha definición se basa en la ciencia que ve por los museos y en la comunicología: una ciencia en construcción. En este caso en el sistema —museos de arte— tiene la finalidad de poner a la obra como principal gestor de comunicación, diagnosticando su mensaje particular, a través de su herramienta —guión comunicológico— dando la dirección comunicativa dentro de un recinto expositivo, analiza la estructura comunicológica para tener un vínculo mediático sin decirlo; y dicta cómo deben ser las sensaciones vivenciales y las experiencias expositivas. Mira primero lo que tenemos y no tenemos en común, analiza cómo ponemos en común las regularidades comunes, y hace un diagnóstico de la significación poniendo los acuerdos para que exista la comunión entre los elementos del sistema. El museo debe generar momentos intensos y desgarradores, vivenciales y feroces como el arte mismo. Y con esta nueva herramienta se puede hacer que los signos se debelen a tiempo real

LAS FLORES DEL MAL

Cuando piensas en flores hay cierta simetría que te dicta cómo regalarlas... Las rosas por ejemplo exponen su belleza a través de su repetición, por eso se regalan en ramo, en grupo, agrupadas unas con otras buscando su equilibrio estético, incluso si alguna se atreve a salir del patrón se le quitan pétalos para que entre en armonía con la docena, y así, ya todas formaditas en espejos múltiples están listas para el ramo.

En el otro extremo está la flor única, la que solita puede sin necesitar de otras de su especie. Su originalidad en sus trazos orgánicos hace que viéndola de manera individual cree, por sí sola, goce estético. La orquídea seduce por sus formas curiosas, por su imposible repetición, y se regala como si fuera irremplazable, solita dice más.

Los múltiples diseños florales nos dictan este patrón de ojeada. Piensa... cuáles permiten otra flor, o múltiples colores en sus ramos, cómo acomodas la cromática, las texturas, los botones ¿qué papel juega el plástico? ¿Y el hilito de qué color lo pones?

Pero si alguien quiere regalar flor de calabaza ¿en qué problemas se mete? ¿Las mete en ramo? ¿Separadas? ¿Cómo dicen más? Este —cómo dicen más— tiene el objetivo de descubrir lo que Hugo Hiriart (1999) nombra —regularidades—; éstas ya las descubrimos en la rosa y en la orquídea por medio de su diseño, Hiriart dice que las regularidades son las notas que se traen implícitas, como un acorde, el acorde Do por ejemplo contiene las notas Do, Mi y Sol, pero en este caso, cuál es el acorde de flor de calabaza.

Entonces tenemos dos temas, 1) El primero es saber qué las hace incomparables, poniendo en una radiografía cuáles son sus notas únicas —sus regularidades—. 2) Y segundo, como tratamos de descubrir cómo llegar al tema 1, estamos hablando de un método. Comencemos por el segundo.

Al principio hicimos contraposiciones visuales, esa fue nuestra herramienta, imaginamos un ejercicio de comparación gráfica basándonos en diseños florales, y fue esta confrontación la que nos arrojó el resultado. Si utilizamos la misma herramienta con la flor de calabaza estamos en la plataforma incorrecta, ya que los ojos, en este caso, no nos dicen todo, si entramos por su color por ejemplo, la flor de Cempazuchitl tiene el mismo pantone, por lo que tenemos que abrir la discusión a otros sentidos. Esto nos dice que el método es maleable.

Si cambiamos pupilas por papilas en el instrumento, aparece el sentido que nos muestra su gran diferencia, la flor de calabaza se come, esa es una regularidad única; ser comestible. Por lo que al regalar flor de calabaza lo mejor será darla en quesadilla, porque es en su sabor donde se encuentra su contraste, y si bien existen más flores comestibles, el impacto es inmejorable, ya que no sabe a flor de Jamaica, ni a Lila, sabe como a...

Si tuviéramos que armar una exposición de flores en un museo ya sabemos entonces cómo montar la puesta en escena. Una exposición es como un libro, tiene final, introducción, capítulos, temáticas. Y ahora que tenemos mayor información floral podemos saber qué vamos a poner primero, qué después, qué decir, dar con una introducción gustativa y visual, y sobre todo ahora que tenemos las radiografías, jugar y crear las reglas de exhibición.

Radiografía 1. Repetición, compañía, su estética conjunta, la docena, los espejos, y el orden, son los conceptos en los que se puede mover el planteamiento museográfico de las rosas.

Radiografía 2. Por parte de la orquídea, su individualidad, el minimalismo, y el diseño orgánico.

En ambos casos explotando el acorde visual descubierto. Esta puede ser la manera, el cómo explicarlo.

Y cambiando de plataforma sensorial, Radiografía 3, la flor de calabaza nos obliga a presentarla al gusto, no a los ojos, por lo que la comunicación debe ser de lengüita, y en este caso probarla, saborearla ahí mismo, y que así se exhiba, demostrando su particularidad.

Esto significa que tenemos tres radiografías que rigen toda producción de comunicación para la exposición, partimos de los hallazgos que debemos manipular y hacerlas el punto de partida temático/conceptual.

Es tu decisión cómo lo exhibes, incluso se deben romper reglas, siempre y cuando te bases en la convención de utilizar los ojos, y la lengua, además de la repetición, la individualidad y el sabor, ya demostramos que así dicen más.

Hasta aquí lo que hemos hecho es descubrir —método— cierta información particular del objeto a exhibir —regularidad— y utilizarla para presentarlo —aplicación—. Si el resultado es para las orejas pues en audio, si es para las manos pues texturas, pero si las ponemos todas mampareadas y con luz unidireccional, y además todo lo decimos con texto o en audio guía sin utilizar la información que nos proporciona la misma flor, será mejor ir al mercado de flores en vez del museo.

El tema es cómo hacer para diagnosticar su información invisible, de qué forma se construye una comunicación más clara, y cómo llegar a una comunión en un sistema de comunicación.

Si cambiamos la metáfora pasada de las flores y en su lugar ponemos obras de arte como objeto de estudio de este trabajo de investigación, sucede exactamente lo mismo, cierto tipo de arte dice más con la boca, otro explica más con los ojos, y otro le habla más a los mancos, pero para saber cuál es cuál necesitamos un método, una herramienta parecida a la que usamos con las flores.

GUIÓN COMUNICOLÓGICO

Partamos de las regularidades, eso ya lo dominamos, sólo que aquí le vamos a poner un poco de Juan Acha (1988), ya que él divide los consumos del arte en tres, 1.Estéticos 2.Artísticos 3.No estéticos y no artísticos. Yo sólo tomo los primeros dos para unirlos con las regularidades de Hiriart. Recordemos que estamos haciendo lo mismo que con las flores, pero ahora con obras de arte. Listo, tenemos entonces Regularidades Estéticas y Regularidades Artísticas.

Piensa en cualquier obra, —aquí ayuda una que te guste—, las Regularidades Estéticas RE son todas las regularidades que tienen como círculo de acción la belleza —natural, o formal, o abandono formal—:

- Trazos
- Técnica
- Manera

- Materiales
- Plástica
- Colores
- Texturas

Son todas las que apelan a los sentidos, y por lo mismo es muy probable que si la obra que tienes en mente está dentro de tu gusto lo activó alguna de estas RE.

Ahora piensa en una obra que dudes que es arte o que simplemente no te guste. Las Regularidades Artísticas RA, poseen en su círculo de acción:

- Sistema
- Clase
- Género
- Tendencia
- Concepto
- Cuestionamiento
- Conocimiento
- Ocultamiento
- Texto
- Discurso

Y a diferencia de las RE que apelan al gusto, éstas apelan a la comprensión, por lo que es muy probable que esa obra que tienes en mente ocultó su relevancia; no te la dijo y nadie te ayudó.

Aquí tenemos que empezar a trabajar, hay que fragmentarla, toda obra de arte tiene RE y RA y la podemos desmenuzar completita, pero debemos enfocarnos en saber con cuál, la propia obra, expresa lo invisible. Pensemos en la obra directamente, y concéntrate en dominar todas las regularidades que menciono, aleja por el momento al autor y piensa en cuál o cuáles son las idóneas. Recuerda que el método es maleable y se adapta a la obra, como en su momento hicimos con la flor de calabaza cambiando al gusto. Es lo mismo sólo que ahora metimos jugadores sensitivos y comprensivos para que puedas escoger.

No quiero poner ejemplos de obras de arte porque ahí el ejercicio lo hago yo, necesito que tú utilices este método con tus propios referentes.

Ejercicio 1

Piensa en una obra de arte que no sea pintura, la que quieras, restrinjo la pintura por su inmediata relación visual, necesito que pienses en otras plataformas posibles. Y la segunda restricción es que la hayas visto en un museo, después te explico por qué.

Ya estás ahí, la tienes de frente, repásala. Primero descubre lo invisible, eso lo debes saber per se, es decir esa obra trata de... o quiere decir... pero lo interesante es que te alejes de los datos curriculares, no fecha, no autor, no año, no si los de ahí son los reyes. No, eso ya lo resuelve la aburrida cédula del cualquier museo por más famoso que sea. Vamos repasa, por qué esa obra es única e irrepetible, recorre las pistas que son todas las RE y las RA, ve descartando a la que diga menos, y así hasta quedarte con las más relevantes.

Ahora que eliminaste fíjate de qué lado tienes más, empieza por decidir desde este momento si es mejor RE o RA, esto es muy importante ya que todos tus esfuerzos de comunicación si se basan en RE tendrán que ser sensitivos y si son más RA tendrán que ser comprensivos.

Hasta aquí debes tener lo siguiente: una obra que no es pintura, que viste en un museo, fragmentada en regularidades, y finalmente tu inclinación destacando las más idóneas. Ahí guárdalas, esta es nuestra espina dorsal de todo lo que viene.

Piensa en un libro, todo libro tiene autor, algunos son compiladores, otros participan activamente, muchos aburren o sorprenden, y otros transforman, esta es la función del curador en una exposición: contar historias, la puede contar como el 99% de los museos de arte de manera cronológica, o hay ocasiones en que algunos se arriesgan contando otras cosas: colores, cuestionamientos, personajes, etcétera.

Este es su trabajo, juntar y acomodar piezas, este orden es el que dirige la temática, incluso es el que pone el título a la exhibición.

Ejercicio 2

Regresa a tu espina dorsal que ya descubriste, ahora selecciona cuáles de estas regularidades RE o RA encajan con la temática general del curador. A estas las vamos a nombrar Regularidades Temáticas, RET o RAT que son las que cumplen con una carga comunicativa idónea y además se acoplan perfectamente al tema curatorial.

Quiero que pongas especial énfasis en que esta compilación es la estructura que le da soporte a la exhibición, de ahí su relevancia.

Ejercicio 3

Ahora vamos al lado olvidado, del lado del espectador, ¿quién quieres que vea la obra que estás pensando? Por ahora piensa en una sola persona que tú conozcas, él o ella pertenece a una comunidad, escolar, barrial, sentimental, que tiene códigos específicos, actúa y se comunica de manera determinada, habla y escribe un lenguaje especial. Por ahora lo que nos interesa saber es a qué mediáticas está acostumbrado (a) —digital, textual, escenográfico, corporal, etcétera— con cuál siente más, con cuál se emociona, qué le gusta, qué le entristece, tú lo sabes porque la conoces.

Ya que hiciste tu breve investigación saca una conclusión clave, diagnostica qué mediática es la que necesitamos; un Medio, que sea el transmisor perfecto para comunicarle cualquier cosa —puede ser el teléfono, un mail, tocándolo, asustándolo para que ponga atención, desnudándolo porque así entiende determinados temas— usa tu conocimiento y ya que lo tengas únelo con alguna RET o RAT, piensa en esa posible unión, ¿una RET por teléfono? ¿una RAT sin ropa? Si encaja es que tenemos nuestro Medio Ancla MA que será el puente que nos ayudará a llegar para que este personaje entienda o sienta lo invisible de la obra.

Hagamos un recuento: tenemos R, RE, RA, RET, RAT, MA, ahora sólo falta la unión.

Ejercicio 4

Quita todo y quédate con una, quédate con una regularidad que cumpla con todo lo que hemos recorrido —la obra, el orden, el tema, el medio—, siempre pensando en que este diagnóstico le funcione a la persona que quieres.

Quédate con la que plasme todo lo que hemos hablado y esa será nuestro Horizonte Mínimo de Interpretación HMI. Este registrará toda producción de comunicación dentro de una exposición de arte. Llegamos a la mitad...

Ahora ya tienes tus reglas, ahora a romperlas ¿recuerdas repetición, individualidad, y quesadilla? Es momento de traducir y utilizar toda esta información en experimentos comunicológicos dentro de la exposición en museos de arte.

Guión comunicológico

Título de la exposición:

Lugar de exposición:

Tipo de exposición:

Tiempo de exhibición:

Director/a:

Curador en Jefe:

Comunicólogo en Jefe:

Museógrafo en Jefe:

1. Investigación preliminar
 - a. Delimitación de los visitantes y usuarios
 - b. Ecología de la comunicación del museo
2. Calendario de Actividades
3. Planteamiento
 - a. Originalidad y Lineamientos de la investigación museológica
 - b. Ira investigación Comunicológica del arte y el tema curatorial
 - c. Problemáticas comunicológicas en la percepción del arte a exhibir dependiendo de los visitantes del museo
 - d. Experimentos comunicológicos previos
4. Producción
 - a. Recomendaciones para explotar las Regularidades Estéticas y Artísticas del Artista en la nueva investigación museológica
 - i. Delineación del Medio Ancla
 - ii. Utilización de la obra seleccionada
 - b. Aplicación del Horizonte Mínimo de Interpretación HMI general
 - c. Aplicación del HMI Introdutorio o previo a la exhibición
 - d. División temática definitiva
 - i. Experimento Comunicológico del HMI tema 1 (RETP) (RATP) (MA)
 - ii. Experimento Comunicológico del HMI tema 2 (RETP) (RATP) (MA)
 - iii. Experimento Comunicológico del HMI tema 3 (RETP) (RATP) (MA)
 - e. Aplicación del HMI refuerzo posterior —recomendado—
 - i. Mensajes de refuerzo específico recomendados
5. Conclusiones y Observaciones comunicológicas desglosadas para cada visitante
6. Evaluación y reflexión teórica sobre los aciertos y errores en la intervención en comunicación de la exposición

Este es un método maleable y corregible, lo ubico en los museos porque en su propia definición tienen la palabra comunicación que actualmente no hacen, la confunden con informar, e incluso en los grandes museos no hay esfuerzos teóricos que desarrollen estrategias puntuales con sus visitantes.

Esta metodología ya fue aplicada en 2005 en el Museo del Carmen México en la exposición. Arte, un Caníbal Silencioso, donde corrió con tal éxito que nadie insultó —como era costumbre— el trabajo fotográfico de Joel Peter Witkin.

Como fuimos descubriendo, tiene la finalidad de poner a la obra como principal gestor de comunicación, diagnosticando su mensaje particular, a través de su herramienta —guión comunicológico— dando la dirección comunicativa dentro de un recinto expositivo, analiza la estructura comunicológica para tener un vínculo mediático sin decirlo; y dicta cómo deben ser las sensaciones vivenciales y las experiencias expositivas.

Mira primero lo que tenemos y no tenemos en común, analiza cómo ponemos en común las regularidades comunes, y hace un diagnóstico de la significación poniendo los acuerdos para que exista la comunión entre los elementos del sistema.

El museo debe generar momentos intensos y desgarradores, vivenciales y feroces como el arte mismo. Y con esta nueva herramienta se puede hacer que los signos se debelen a tiempo real.