



la aventura
de aprender

CÓMO HACER una exposición

úblicas a
tido están
s, como el
tina, o la
de gestión
como el
berí.

mbién se
rbano, los
la ciudad.
as fotos
ques sin
ctos de
edaron a
anudación,
na merma
os para la

una exposición

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

Dirección General de Evaluación y Cooperación Territorial
Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF)
Recursos Educativos Digitales



La **Aventura de Aprender** es un espacio de encuentro e intercambio en torno a los aprendizajes para descubrir **qué prácticas, atmósferas, espacios y agentes hacen funcionar las comunidades**; sus porqués y sus cómo o en otras palabras, sus anhelos y protocolos.

Este proyecto parte de unos presupuestos mínimos y fáciles de formular. El primero tiene que ver con la convicción de que **el conocimiento es una empresa colaborativa, colectiva, social y abierta**. El segundo abraza la idea de que **hay mucho conocimiento que no surge intramuros de la academia** o de cualquiera de las instituciones canónicas especializadas en su producción y difusión. Y por último, el tercero milita a favor de que **el conocimiento es una actividad más de hacer que de pensar** y menos argumentativa que experimental.

Estas guías didácticas tienen por objetivo **favorecer la puesta en marcha de proyectos colaborativos que conecten la actividad de las aulas con lo que ocurre fuera del recinto escolar**.

Sin aventura no hay aprendizaje, ya que las tareas de aprender y producir son cada vez más inseparables de las prácticas asociadas al compartir, colaborar y cooperar.

<http://laaventuradeaprender.intef.es>

Proyecto concebido y coordinado por

Antonio Lafuente

para INTEF

<https://intef.es>

Obra publicada con licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0



Licencia Internacional.

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Derechos de uso

El texto de esta guía ha sido creado expresamente para este artículo.

Foto de portada: una chica en la visita a la exposición *Ciudades Habitables, Ciudades de Futuro*.

Fotografía: Juan Diego Gómez Garrido. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Para cualquier asunto relacionado con esta publicación contactar con:

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado
C/Torrelaguna, 58. 28027 Madrid.

Tfno.: 91-377 83 00. Fax: 91-368 07 09

Correo electrónico: lada@educacion.gob.es

ÍNDICE

Introducción	4
Materiales	6
Pasos	7
Consejos	21
Recursos	22

QUIÉN HACE ESTA GUÍA

Beatriz García González

Directora de contenidos, gestora de proyectos y facilitadora de procesos. Desde hace más de 15 años se dedica a transitar distintos ámbitos relacionados con la cultura, la creatividad y la innovación. Ha sido directora de proyectos en distintas empresas como e-cultura, e-burbulla y Micelios.

Desde estas organizaciones ha tenido la suerte de poder desarrollar su curiosidad y pasión por temas muy diversos, siempre a través del trabajo en equipo y la materialización de más de 50 proyectos de innovación social y cultural.

En la actualidad forma parte del equipo de Teamlabs, liderando el proyecto Lit, entorno a la Facilitación del aprendizaje y la innovación.

Twitter: [@BeaGarciaGzlez](https://twitter.com/BeaGarciaGzlez)



Fotografía Gabriel Lago Blasco

INTRO DUCCIÓN

Esta guía trata de ofrecer una visión completa del proceso creativo y de gestión que conlleva la puesta en marcha de un proyecto expositivo, desde la idea inicial hasta el desmontaje.

A partir de una manera de pensar y hacer exposiciones en las que estas no son un fin en sí mismas si no un medio para construir relatos colaborativos en un espacio físico, la guía se organiza siguiendo la secuencia lógica en la organización de cualquier exposición.

Las primeras preguntas que esta guía os ayudará a plantearos son ¿Qué queremos contar?, ¿a quién se lo queremos contar y, ¿para qué queremos contarlo?. A continuación, las cuestiones a resolver tienen que ver con ¿cómo vamos a contarlo? Y por último, pero no menos importante, ¿cuánto costará contarlo?.

No os voy a engañar, poner en marcha un proyecto expositivo es un proceso bastante exigente, necesitaréis emplear tiempo, trabajar duro y, aún así, habrá momentos de mucha incertidumbre. Por eso, la recomendación inicial es que emprendáis una aventura de este tipo en compañía, conformad un pequeño (o gran) equipo que aporte al proyecto distintas capacidades y, sobre todo, apoyo y compromiso para sacarlo adelante.

¿Estáis preparados/as? Pues... ¡empezamos!

¿QUÉ ES UNA EXPOSICIÓN?

Seguro que antes de empezar a leer esta guía, ya habíais visitado una (o muchas) exposiciones, en compañía de vuestra familia, durante el curso escolar o con amigas/os.

En función el tipo de exposiciones en las que hayáis estado, tendréis una idea u otra de qué es una exposición. No os preocupéis, es normal que suceda esto ya que la palabra exposición alberga múltiples significados, el diccionario de la Real Academia de la Lengua recoge hasta diez distintos, la mayoría sin mucha relación con el tema que nos ocupa en esta guía.

Para no liarnos mucho con definiciones, podemos decir (tomando prestado de la [Wikipedia](#)) que una exposición es una convocatoria pública en la que se muestran objetos de diversa temática que tienen interés para un determinado grupo de personas o para gran parte de la población.

Pero, además, dentro de esta definición, existen diferentes tipos de exposiciones, en función del enfoque y la intencionalidad de quien pone en marcha el proyecto expositivo.

En los museos y pinacotecas más conocidos, las exposiciones se centran en mostrar obras de arte u objetos de gran valor, bien por el material del que están hechos, por su diseño y estética, por la

autoría de los mismos, porque representan algo especial en el presente o por lo que representaron en el pasado en algún lugar concreto.

Esta forma de abordar las exposiciones procede del coleccionismo, donde las muestras responden a una función de prestigio o de reconocimiento social para sus propietarios. Están pensadas por los que mandan, los poderosos o los que acumularon riquezas en el pasado y, además, ofrecen pocas posibilidades para interactuar o participar de manera activa dentro de la exposición.

No tocar, no hacer fotos, no hacer ruido.... todos estos son carteles habituales en algunas exposiciones. En este tipo de muestras solo algunos/as expertos/as en la temática pueden interpretar el mensaje, mientras que el resto de las personas nos quedamos como meras espectadoras de unas piezas que, se supone, son capaces de proporcionar información sobre lo importantes o interesantes que son por sí mismas, independientemente de quiénes seamos nosotros/as y nuestras inquietudes, intereses o experiencias previas.

Por su parte, en los espacios expositivos dedicados a las ciencias, es frecuente encontrar justo los carteles contrarios: tocar, pulsar botones, girar manivelas... en resumen, utilizan herramientas procedentes de la educación formal para tratar de hacer comprensible la complejidad de los contenidos.

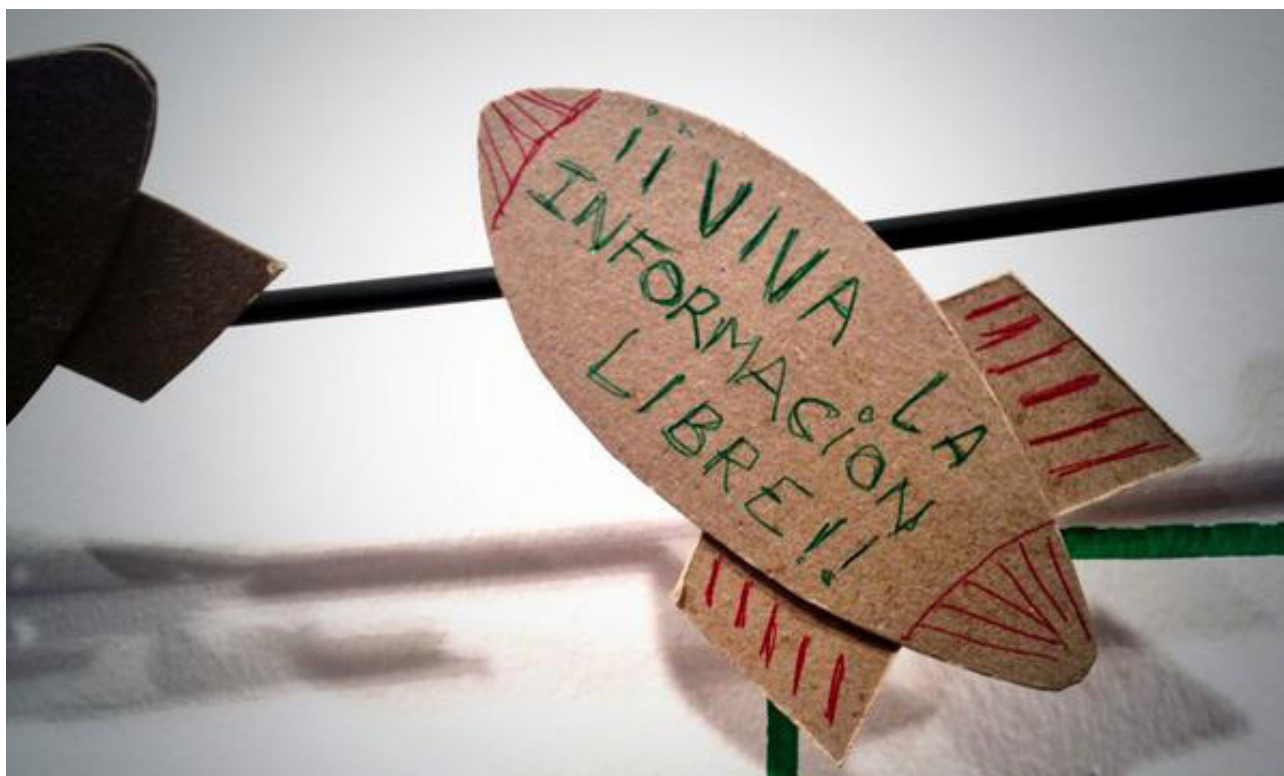
Pero, hay otra forma de entender las exposiciones, una en la que el público, las personas, de-

jamos de ser sujetos pasivos y pasamos a ser protagonistas activas. Exposiciones concebidas como un medio para expresarnos, como un lugar de encuentro para la conversación, el intercambio de ideas y la crítica constructiva.

En estas exposiciones son menos importantes los objetos que se exponen que lo que se comparte, las relaciones que se generan y las oportunidades para manifestarnos, ser escuchados/as, exponer nuestras opiniones, transmitir nuestros intereses y generar comunidad en torno a un tema.

Una de las principales diferencias es que, quien propone el proyecto expositivo, no trata de imponer su punto de vista si no de implicar a las personas alrededor de un tema, busca que cada cuál extraiga sus propias conclusiones y realice sus propias aportaciones. En definitiva, la exposición se concibe como una invitación a la reflexión y al diálogo, en lugar de tratar de estimular la simple comprensión de una temática.

Es en este tercer tipo de exposiciones en el que se centra esta guía, entendiendo que el foco de interés de crear una exposición no está en los objetos sino en las personas y en cómo podemos construir relatos que nos ayuden a entendernos, a contarnos desde donde somos e, incluso, a descubrir quiénes queremos ser y cómo podemos explorar todas estas posibilidades de manera creativa.



Detalle del espacio de recogida de opiniones de la exposición *Madrid [re]Activa*. Fotografía: Beatriz García Gzlez. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

MATERIALES

PLAN DE TRABAJO

Llevar a cabo un proyecto expositivo conlleva un esfuerzo considerable, antes de poneros en marcha es importante contar con una hoja de ruta que os ayude a haceros una idea de todo el trabajo que tenéis por delante.

Para hacerlo, basta con que tracéis en una hoja las acciones a desarrollar y marquéis un horizonte temporal para cada una de ellas. Este sencillo ejercicio facilitará vuestro trabajo y, además, os servirá para disminuir la inseguridad de si estáis empleando bien vuestro tiempo y los (seguramente escasos) recursos económicos.

ESPACIO

Uno de los aspectos diferenciales de una exposición es que sucede en un espacio, por lo que, sí o sí, necesitaréis contar con uno. En casi todos los barrios o pueblos existen espacios públicos a los que podéis acceder mediante acuerdos de cola-

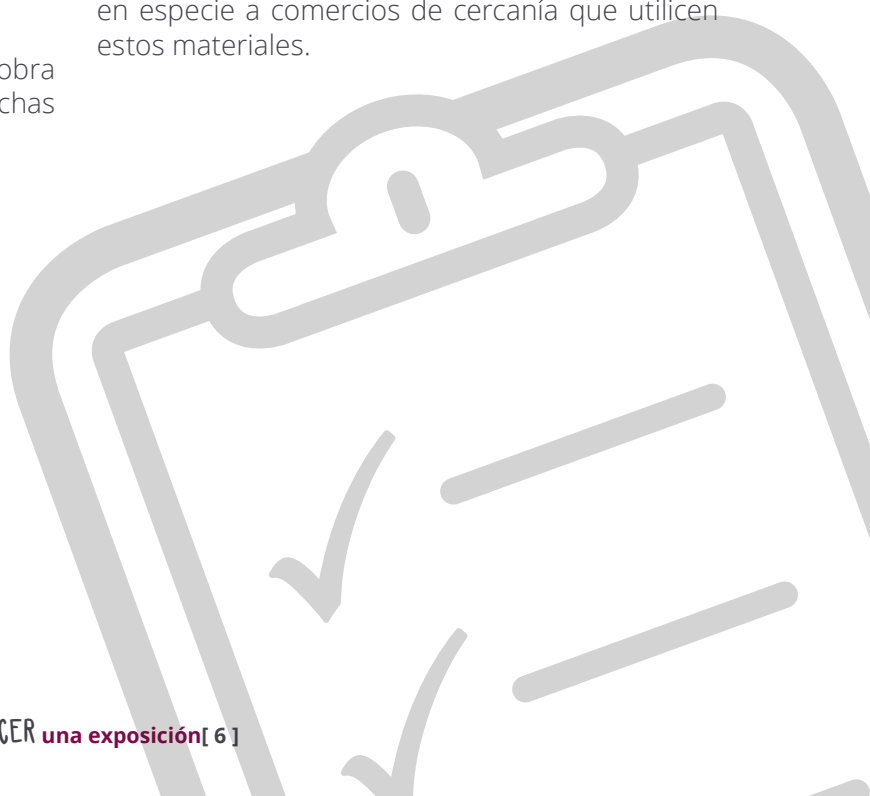
boración. Incluso es probable que vuestro centro educativo cuente con un espacio que, aunque no esté pensado para acoger exposiciones, pueda reconvertirse con cierta facilidad en el entorno idóneo para vuestro proyecto.

SOPORTES Y MATERIALES

Para que el espacio narre vuestro relato necesitaréis recursos expositivos. No hace falta que estos sean ni muy caros, ni muy sofisticados.

Cartón, papel, plásticos reciclados, palés de obra y otros materiales de deshecho tienen muchas

posibilidades expresivas y son muy económicos. Además, siempre podéis solicitar colaboraciones en especie a comercios de cercanía que utilicen estos materiales.



PASOS

ELABORACIÓN DEL RELATO

Este primer paso responde a tres preguntas fundamentales: qué queremos contar, a quién se lo queremos contar y por qué queremos contarlo.

Estas preguntas son clave pero, no de aplicación exclusiva en la creación de exposiciones, se pueden adaptar a cualquier proyecto cultural que queráis poner en marcha, como por ejemplo un festival de música o un ciclo de cine.

Aunque la secuencia que os describo es lineal, comenzando por el tema, después las personas para las que hacemos el proyecto y, a continuación los objetivos que nos llevan a ponerlo en marcha, el proceso en realidad no funciona así, si no que es circular. Podéis empezar por plantearos cualquiera de estas tres preguntas como comienzo ya que, cada una de las decisiones que toméis va a afectar al resto. Eso sí, no tendréis un buen proyecto expositivo hasta conseguir coherencia entre las tres partes.

¿QUÉ QUEREMOS CONTAR?

Dado que en esta guía abordamos las exposiciones como un medio a través del cuál expresarnos, en primer lugar es necesario trabajar aquellas ideas que queráis transmitir y, a partir de ahí seleccionar los recursos, objetos y todo aquello que mejor os ayude a apoyar vuestro relato.

Si os habéis decidido a poner en marcha una exposición, es probable que ya tengáis una idea de qué tema os interesa abordar... ¿seguro que estáis todas/os pensando en lo mismo?

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Una vez que estéis de acuerdo en el tema, es decir, sabéis lo que queréis contar, es el momento de profundizar en los contenidos.

Tendréis que llevar a cabo una pequeña investigación que nutra vuestro proyecto expositivo de contenidos de calidad, actualizados, fiables (procedentes de fuentes veraces) y en diferentes formatos.

De manera resumida, el proceso de investigación se puede dividir a su vez en tres fases:

1. Buscar información relacionada con la temática de la exposición
2. Seleccionar la información más relevante para el propósito del proyecto.
3. Organizar la información, crear nuevas conexiones y construir sentido de valor para las personas a las que queremos llegar.

¿Por dónde empezar a conseguir información? Un buen punto de partida puede ser la búsqueda en internet de exposiciones previas sobre el mismo tema.

A partir de aquí, bucead en otros formatos que trabajen con el tema, todo lo que se haya escrito o difundido mediante audiovisuales en torno a vuestro tema os puede interesar: revistas especializadas, de divulgación, artículos de opinión, blogs y, porqué no, también comics. ¡Ojo! Recordad registrar bien toda la información para que quede constancia de la veracidad de vuestras fuentes documentales.

La observación directa del tema de la exposición en la realidad también puede ofreceros puntos de vista novedosos o más relevantes para lo que queréis contar. Para saber cómo realizar un buen

Antes de empezar a profundizar en la temática, es importante que el grupo que vais a trabajar estéis de acuerdo en cuestiones que van a ser relevantes y, sin duda, los contenidos lo son. Buscad un momento para que cada una/o verbalice cómo imagina el tema y porqué es importante para él/ella, esto os evitará mal entendidos y frustraciones a mitad de camino.

trabajo de campo, tenéis muchísimas claves en la guía "Cómo hacer una mini-etnografía".

Antes de seguir avanzando, recordad que la temática, los objetivos y las personas deben estar en coherencia. Para aseguráros, podéis formularos esta pregunta:

¿Cómo se vinculan vuestros contenidos con los objetivos y las personas que queréis involucrar en la exposición?

Si la respuesta os parece sólida, es el momento de seguir avanzando, en caso contrario, necesitaréis dedicar más tiempo a seguir profundizando en los contenidos de la exposición.



Exposición Lois Pereiro, *Lírca Punk*.

Dos chicas consultando información sobre la obra del poeta gallego. Fotografía: Elena J. Gómez.

Licencia [CC-BY SA 4.0](#)

DEFINICIÓN DE IDEAS PRINCIPALES, ESTRUCTURACIÓN POR TEMAS Y SUBTEMAS

Si el foco de vuestra exposición está en las personas, es necesario generar una estructura y un hilo conductor que permita a quienes participen en la misma seguir el relato que queréis transmitir sin perderse.

En algunas ocasiones, las características de la temática hace necesario establecer diferentes áreas temáticas que faciliten la comprensión ordenada

del mensaje. Para ello, es importante asegurarse de que cada área es coherente y resulta relevante por sí misma y en relación al mensaje general de la exposición.

Una vez establecidas estas áreas, será el momento de integrar las colecciones y objetos en el relato, seleccionando aquellas piezas que mejor ilustren lo que se quiere transmitir.

¿QUÉ ES UN COMISARIO DE EXPOSICIONES?

Quizá la palabra comisario os evoque más a una serie policíaca que a la creación de una exposición. Pero seguro que el término en inglés, "curator" o "content curator" sí lo habéis escuchado alguna vez.

El término procede del mundo del arte y los museos, aunque desde hace unos años se ha popularizado su uso en los entornos digitales. Dentro de una exposición, el/la comisario/a es la persona encargada de investigar, buscar contenidos rele-

vantes, filtrar esos contenidos, organizarlos y generar nuevas conexiones mediante la unión de textos, imágenes, personas, procesos, anécdotas y, en definitiva, generando un relato que dote de sentido a toda la información que se quiere incluir en la exposición.

¿Os suena verdad? Espero que sí ya que, la invitación en este primer paso es a que os convirtáis en auténticos/as "curators".

¿A QUIÉN SE LO VAMOS A CONTAR?

Antes de empezar a diseñar la exposición es importante hablar de los/as usuarios/as, es decir, las personas a las que queremos transmitir el relato. Aunque hablo de usuarios/as lo habitual es hablar de público o de visitantes...

Pero sí, hablo de usuarios/as como una invitación a pensar de qué manera podemos conseguir diseñar exposiciones que, antes de plantear recursos expositivos y cerrar los contenidos, tengan en cuenta a las personas a las que se dirige la exposición, como un paso previo que sirva de guía y os haga cuestionarnos cada uno de los siguientes pasos.

De manera habitual, en los proyectos culturales se tiende a hablar del público general, a cuantas más personas lleguemos mejor, sobre todo si el

proyecto sale adelante con recursos económicos públicos.

Sin duda el objetivo de llegar a toda la sociedad es muy loable, pero lo cierto es que esta manera de abordar el proyecto expositivo es completamente opuesta a cualquier estrategia de trabajo con públicos ya que, hace muy difícil llegar a las personas que queremos tener cerca de nuestra exposición de la manera adecuada, lo que a su vez minimiza el impacto de la exposición.

Definir desde el principio a quién os vais a dirigir os permitirá diseñar y elaborar el relato de una manera mucho más adecuada y mejor conectada con los gustos y expectativas de las personas usuarias de la exposición.

A PRENDIENDO DE OTRAS DISCIPLINAS, CENTRARSE EN UNA "PERSONA"

En marketing y ventas, la "persona" representa un nicho de mercado relevante. En el caso de las exposiciones, a un grupo de usuarios/as relevante al que le interesará vuestra exposición.

Pero, ¿por qué buscar una "persona"?

Como comentaba, un proyecto que pretende funcionar para todo el mundo, probablemente no

será muy atractivo para nadie. Además, si no sabéis para quién estáis haciendo la exposición, no sabréis qué aspectos son fundamentales y necesarios y cuales son secundarios.

Y, ¿cómo podéis definir a vuestra "persona"?

La mejor manera de aprender de vuestros/as usuarios/as es a través de la realización de entrevistas.

Para preparar las entrevistas:

1. Realizad un listado con los temas sobre los que queréis recopilar información.
2. Enumerad los temas siguiendo una secuencia lógica.
3. Elaborad las preguntas que queréis hacer sobre cada tema.

A la hora de organizar las preguntas, podéis tener en cuenta:

- a. Las preguntas de fácil respuesta al inicio de la entrevista ayudan a motivar a la persona entrevistada.

DE LAS EXPOSICIONES "PARA" A LAS EXPOSICIONES "CON"

Si de verdad queréis que vuestra exposición sea un lugar de diálogo y de generación de comunidad, tendréis que plantearos la apertura de vías que permitan participar a las personas a las que se dirige la exposición en su creación y gestión. Además, siempre es mejor hacerlo desde el inicio, no solo durante la visita, cuando ya está todo diseñado.

La participación del público en la creación y gestión de proyectos expositivos es una de las grandes asignaturas pendientes y, es probable que este sea uno de los motivos por los que las exposiciones han ido ganando peso como recurso turístico y perdiéndolo como recurso cultural al servicio de la ciudadanía.

Pero, este hecho también es una buena oportunidad para empezar a trabajar de otra manera, comenzando por abordar la complejidad del propio concepto de participación.

No se trata de disponer en la exposición recursos didácticos que ayuden a las personas que la visiten a rehacer el trayecto de investigación realizado por los especialistas, por los/as que saben del tema.

Se trata de adoptar otro punto de partida y confiar en las posibilidades que se abren si intentamos que las personas que queremos que visiten la exposición se conviertan en "co-autoras" de la propuesta expositiva. Esto significa ceder parte de la autoría de la exposición, de lo que queremos contar, abrirlo para que se enriquezca con opiniones múltiples.

Plantearse trabajar desde la comunidad en un proyecto expositivo parece lógico y, muy atractivo, pero, para no quedaros en "sucedáneos", es necesario empezar a generar comunidad desde el momento en que tenéis la idea de exposición y favorecer la participación activa en el proceso de creación.

- b. Utilizad una frase o concepto significativo cuando vayáis a cambiar de un tema a otro.
- c. Dejad para el final las preguntas menos importantes o aquellas que pueden no ser contestadas.
- d. Evitad preguntas cerradas (de respuesta Si/NO). Las preguntas abiertas, es decir, aquellas que permiten a la persona entrevistada responder lo que desee con sus propias palabras, ofrecen a menudo anécdotas que ayudan a comprender sus intereses.

Esto implica dedicar tiempos y esfuerzos en mantener a la comunidad "enganchada" al proyecto y, desde mi experiencia, es una tarea fácil de imaginar y difícil de mantener ya que, no todo el mundo se anima a participar o está acostumbrado a hacerlo.

Pero esto no es una llamada a la desmotivación, si no a la reflexión, a tener claro desde el inicio que no será sencillo y que, una vez apostéis por esta forma de trabajar es importante mantenerse fiel a ella.

Y, antes de avanzar, revisemos de nuevo los contenidos de la exposición

¿Es este enfoque el que interesa a vuestros/as usuarios/as?

¿Estáis seguros/os de vuestro tema principal? ¿Y de los subtemas? ¿Qué falta? ¿Qué aspectos han pasado a ser irrelevantes?



Interactivo del Centro de Interpretação do Parque Natural de Montesinho. Fotografía: Pedro Fernández. Licencia CC-BY SA 4.0

¿PORQUÉ QUEREMOS CONTARLO?

Ya tenéis el contenido de la exposición y habéis definido las/os usuarias/os que queréis que participen en la misma. Es el momento de plantearos porqué queréis hacer la exposición y qué queréis conseguir.

Establecer una justificación para vuestra exposición es un paso **imprescindible**, ya que constituye el argumento que explica su esencia y justifica su pertinencia, a la vez que se convierte en referencia a la que remitirse en la concepción y creación de todas y cada una de sus partes.

Esta justificación os ayudará a manteneros firmes en vuestra decisión de sacar adelante el proyecto expositivo, a conectar con las personas que queréis que participen y también, a conseguir otro tipo de apoyos necesarios como la difusión de la exposición o la obtención de recursos económicos y en especie.

Algunas preguntas que podéis haceros para ayudaros a reflexionar y buscar sentido al tema que os interesa abordar:

¿Qué aporta de nuevo esta exposición al tema?

¿Dónde está el punto de vista diferencial?

¿Por qué es importante para vosotras/os contar este relato?

¿Qué queréis provocar en las personas que visiten la exposición?

Mientras que la temática puede ser compartida por otras exposiciones, sus objetivos son específicos y encierran el mensaje diferencial que queréis lanzar. Os propongo algunas acciones que pueden ayudaros a pensar en estos objetivos:

Dar a conocer // Criticar // Denunciar // Indignar // Proponer // Activar // Movilizar...

Y una vez más, antes de avanzar, es importante revisar la coherencia entre las partes:

¿Qué tal cuadran estos objetivos con vuestros contenidos?

¿Se adecuan a vuestros/as usuarios/as?

¿El tema principal que organiza el contenido es el que mejor responde al objetivo?

¿Hay un hilo conductor?

Si la respuesta es no, o no estáis seguros/as, tendréis que plantearos si es necesario profundizar más en los contenidos, revisar el trabajo realizado.

Si, por el contrario la respuesta es sí, entonces es el momento de empezar a diseñar.



Una chica interactuando con uno de los paneles manipulativos de la exposición *Lois Pereiro, Lírica Punk*.
Autora: Elena J. Gómez. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

LOS SOPORTES DEL RELATO

El segundo paso de esta guía responde a una única y sencilla (que no fácil) pregunta: ¿cómo lo vamos a contar?. Si el primer paso es de aplicación a cualquier proyecto cultural, este segundo paso sí es específico de las exposiciones y de su principal particularidad: **la exposición es un relato en un espacio.**

La invitación es a que activéis vuestras capacidades de diseño y pongáis a prueba vuestra creatividad a lo largo de esta parte del proceso. Pero, ¡jojo!, el diseño expositivo no tiene nada que ver con “hacer que un espacio quede bonito”, no es una simple organización estética.



¿EN QUÉ CONSISTE DISEÑAR EXPOSICIONES?

Lo fundamental del diseño expositivo es aportar soluciones que ayuden a entender el mensaje de la exposición. El diseño tiene que reforzar los objetivos del proyecto expositivo y, sobre todo, tener en cuenta el tipo de interacciones que queréis que se generen entre las personas.

Si hay una apuesta firme por la participación de las/os usuarias/os, será necesario que la exposición se perciba como un espacio seguro en el que tendréis que tener previstos espacios para la acogida y otros que ofrezcan oportunidades para la colaboración o el intercambio de ideas.

ANTES DE EMPEZAR, DOCUMENTAR EL ESPACIO

Antes de iniciar un proyecto expositivo, es necesario entender el espacio de trabajo.

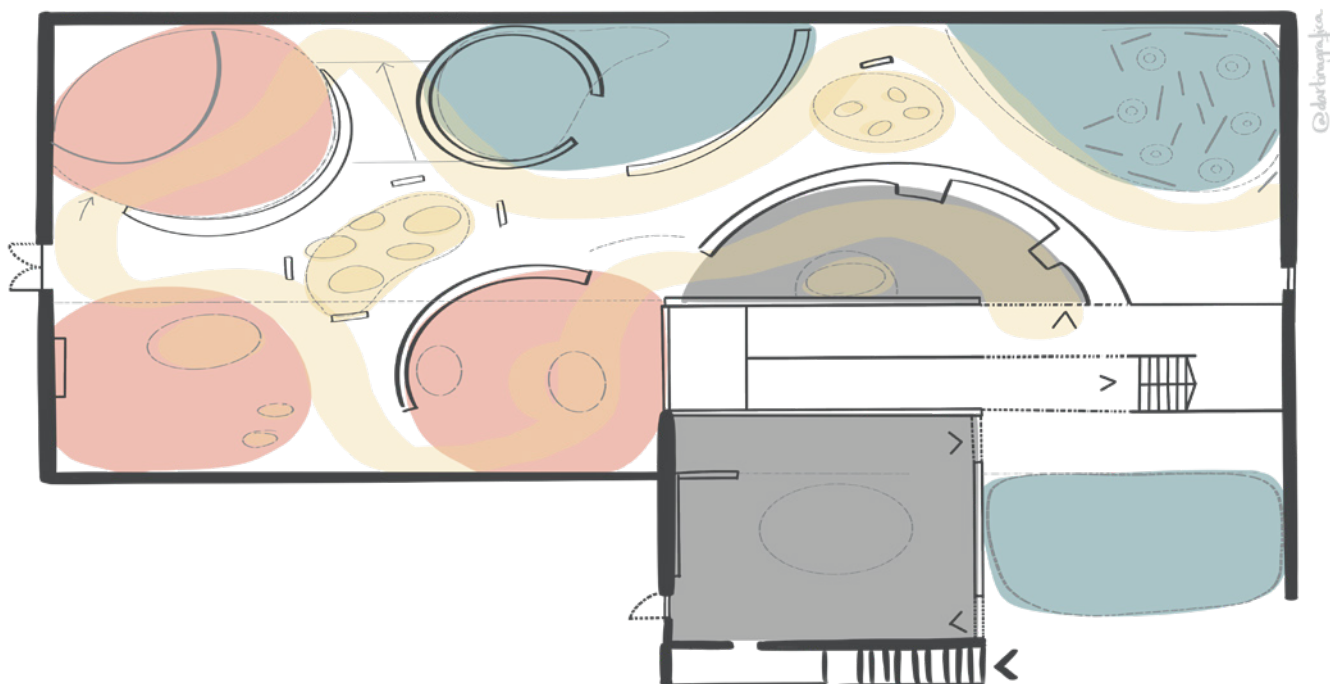
Lo ideal es siempre poder tener un contacto físico con el espacio. Pero, una simple visita no permite profundizar, necesitaréis disponer de documen-

tación a la que poder recurrir a medida que vayáis avanzando, por lo que es fundamental que contéis con planos y fotografías que os ayuden a asentar vuestro proyecto expositivo.

EL RELATO EN EL ESPACIO: ZONIFICACIÓN

Consiste en realizar una **distribución temática, a partir del programa de contenidos**, que facilite la comprensión ordenada del mensaje expositivo, formando unidades coherentes y significativas en sí mismas.

La zonificación temática suele representarse mediante planos, no hace falta saber manejar ningún software de arquitectura, con lápiz, papel y una dedicación prudencial de tiempo a la toma de medidas en el espacio, es más que suficiente para contar con un plano decente.



Ejemplo de zonificación. Dibujo a mano de Dartina Gómez. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

EL RELATO EN EL ESPACIO: RECORRIDOS

Se trata de trazar un recorrido de visita que facilite la adquisición ordenada y coherente de los contenidos y el mensaje de la exposición.

A tener en cuenta:

1. No entrar en contradicción con el espacio.
2. Tendencias naturales de desplazamiento.
3. Lectura occidental: de izquierda a derecha y de arriba abajo.

¿QUÉ TIPOS DE RECORRIDOS SE PUEDEN PLANTEAR?

Recorrido libre, permite recorrer el espacio sin seguir una secuencia de ordenación previa. El recorrido y el tiempo de visita es auto-administrado y las personas se desplazan a su antojo entre los diferentes recursos presentados.

Recorrido estructurado, propone una secuenciación ordenada y coherente de los contenidos y recursos que se quieren mostrar para que la comprensión del mensaje expositivo sea efectiva.

Recorrido sugerido, un recorrido demasiado estructurado puede generar malestar en las perso-

nas. Un término medio entre el primer y segundo tipo de recorrido es aquel que permite a las personas tomar decisiones sobre su recorrido y el tiempo que van a estar en el espacio.

Antes de continuar, algunas preguntas sobre las que reflexionar:

¿Qué ventajas e inconvenientes le veis a cada tipo de recorrido?

¿En función del tipo de exposición que estáis creando cuál es el más adecuado?



Adaptación de los modelos de circulación propuestos por Lehbruck. Dibujo a mano de Dartina Gómez. Licencia CC-BY SA 4.0

DISTRIBUCIÓN DE RECURSOS EN EL ESPACIO

A la vez que vais diseñando los recorridos y zonificación, será necesario que vayáis pensando qué recursos irán en cada parte.

Algunas cuestiones a tener en cuenta:

1. Las personas tendemos a economizar nuestros desplazamientos: disponed los recursos de manera próxima.
2. Jugad a favor del espacio para que el recorrido parezca lo más natural y libre posible.
3. Las personas tendemos a guiarnos por lo que llama nuestra atención: disponed los recursos estrella de tal manera que garantice que se recorre la exposición entera.
4. Regulad bien los tiempos de permanencia, las zonas de participación o de audiovisuales es mejor situarlas en espacios amplios y cómodos.

RECURSOS EXPOSITIVOS Y MEDIADORES COMUNICATIVOS

De manera general, en el diseño expositivo se distinguen dos tipos de recursos:

1. Recursos expositivos
2. Mediadores comunicativos

RECURSOS EXPOSITIVOS

Son aquellos que se emplean para la exposición de objetos, principalmente peanas y vitrinas.

A tener en cuenta en la elección:

1. Un diseño que permita que las piezas que se exponen se vean bien.
2. Una altura y proporciones adecuadas para que se puedan observar las piezas con comodidad.
3. Sistemas de anclaje seguros.



Exposición *Muros Mira ao Mar* (Muros, A Coruña). Fotografía de Sergio Lago. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

MEDIADORES COMUNICATIVOS

Son aquellos recursos que transmiten contenidos, es decir, en los que se apoya el mensaje de la exposición.

Es conveniente realizar una combinación de diferentes mediadores comunicativos para cada área, en función de su idoneidad para transmitir el mensaje de la exposición.

ROTULACIÓN,

es la presentación de vuestro proyecto, debe sintetizar de modo visual y atractivo el mensaje de la exposición.

Como recomendación, buscad un nombre expresivo e impactante, que invite a participar y deje claro de qué va vuestra exposición.



Logotipo de la exposición *Lois Pereiro, Lírica Punk*.
Autora: Elena J. Gómez. Licencia [CC-BY SA 4.0](#)

PANELES GRÁFICOS,

se utilizan para explicar contenidos de forma gráfica y sencilla mediante la combinación de textos e imágenes.

Es importante que los paneles se organicen de manera visual y con distintos niveles de lectura en los textos. Utilizar llamadas de atención os puede ayudar a generar interés hacia lo que queréis contar.



Paneles gráficos de la exposición *Travel it*.
Fotografía: Juan Diego Gómez. Licencia [CC-BY SA 4.0](#)

AUDIOVISUALES,

son un recurso muy eficaz para transmitir mensajes complejos, mantienen la atención mejor que la lectura y, os pueden ayudar a contar más en menos tiempo.

Hablar de audiovisuales puede sonaros a “superproducción de Hollywood”, pero recordad que un teléfono móvil también tiene cámara y que existen múltiples aplicaciones gratuitas para editar lo que grabéis.

También puede ser una gran oportunidad para incluir otras voces o experiencias en la exposición. Eso sí, recordad siempre contar con el consentimiento de las personas que grabéis.



Fotograma del audiovisual de la exposición *Somos rurales, a mucha honra*. Autor: Pedro Fernández, [@ideasonboxes](#).
Licencia [CC-BY SA 4.0](#)

INTERACTIVOS,

permiten mostrar información amplia sobre uno o varios temas y, por lo general, se basan en pantallas digitales que ofrecen un conjunto fijo de opciones. Si habéis decidido apostar por la interacción como participación en el relato, este tipo de recursos no se considerarían interactivos en realidad.

Pero, a partir de esta idea, sí podéis pensar otras formas de hacer interactivos que permitan una participación en la construcción del relato, a través de los dispositivos móviles o con materiales dispuestos en el propio espacio expositivo, que permitan elegir, votar, dejar comentarios u opinar.



Panel con pantalla interactiva en la exposición *Ciudades Habitables, Ciudades de Futuro*. Fotografía: Juan Diego Gómez Garrido. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Espacio de participación a través de collages en la exposición *Mercado Atlántico de Creación Contemporánea*. Fotografía: Xabier Belho. Licencia [CC-BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

MAQUETAS, DIORAMAS E INSTALACIONES,

las maquetas son una representación a escala de un elemento real, las clásicas representan edificios o terreno, pero también se pueden utilizar para expresar conceptos abstractos.

A su vez, los dioramas son un conjunto de elementos tridimensionales dispuestos en una escenografía de tal manera que reproduzcan una escena del pasado, del presente o, por qué no, del futuro. Tienen un gran potencial visual, por lo que en muchas exposiciones son considerados como recursos estrella .

Quizá estos recursos están algo pasados de moda pero, a partir de los mismos, podéis explorar otras posibilidades expresivas con vuestros propios recursos, las instalaciones artísticas son una buena fuente de inspiración.

ANTES DE AVANZAR, DE NUEVO, TOCA REVISAR...

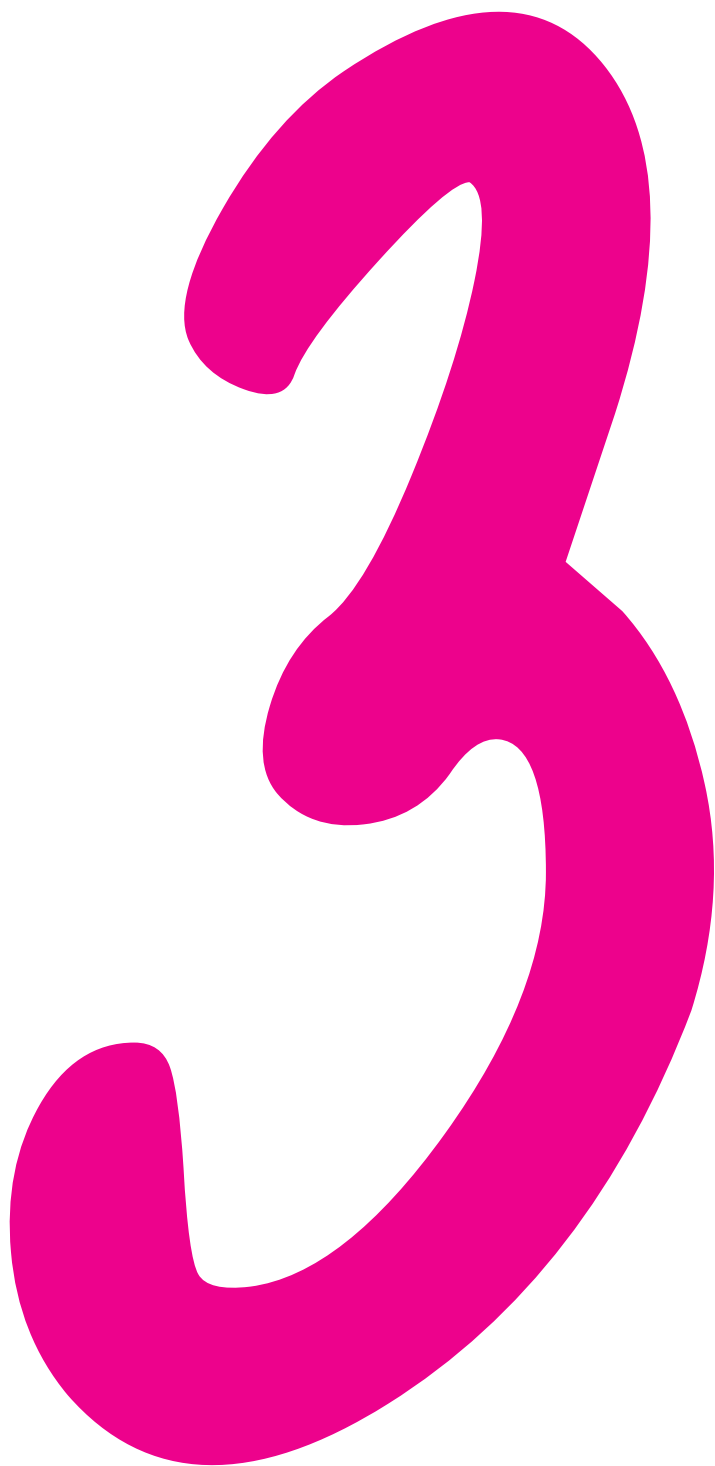
Ya tenéis el proyecto expositivo diseñado, hasta aquí, habréis invertido mucho tiempo e ilusión pero aún no habréis gastado dinero. Rehacer recursos una vez hayáis empezado a fabricar supondrá un mayor desgaste para el grupo de la exposición y, sobre todo, perderéis la confianza de las personas que os hayan prestado su apoyo aportando recursos de cualquier tipo.

LA PRODUCCIÓN DEL RELATO

Ya tenéis un buen proyecto y, seguro que estáis deseando que empiece a tomar forma en el espacio pero, aún es necesario que os toméis un tiempo para pensar cómo lo vais a hacer.

Este último paso responde a una única pregunta ¿Cuánto costará contralo? eso sí, la pregunta contiene dos respuestas que conllevan acciones diferentes.

Por un lado, tendréis que pensar cuánto tiempo y trabajo os va a costar montar la exposición y, por otro lado, necesitaréis detallar qué necesitáis y cuanto dinero os va a costar.



¿CUÁNTO COSTARÁ LA EXPOSICIÓN? PRESUPUESTO

Es necesario que presupuestéis el coste de la ejecución material del proyecto diseñado, cuanto más detallado sea este presupuesto más tranquilidad tendréis a la hora de fabricar y montar la exposición.

Para eso, es importante que desgloséis todos los elementos que habéis definido en el proyecto, si puede ser con materiales y medidas, mucho mejor.

Por ejemplo, podéis agrupar los elementos según su función dentro de la exposición:

1. Adecuación del espacio (pintura para las paredes, cables o gletas).

2. Mobiliario (mesas para exponer objetos, sillas, bancos o proyector y pantalla).
3. Recursos expositivos, todo aquello que tengáis que fabricar para la exposición, como el rótulo, paneles o recursos tridimensionales.

Como recomendación, detallad siempre el número de unidades y, utilizad este mismo documento para ir incluyendo los proveedores de cada elemento. Si tenéis recursos económicos y vais a invertirlos en fabricación o fotoimpresión, recordad pedir siempre más de un presupuesto para comparar precios.

¿CUÁNTO COSTARÁ LA EXPOSICIÓN? MONTAJE Y DESMONTAJE

El montaje y desmontaje implica una serie de tareas que no suelen variar mucho de un proyecto a otro, lo que sí es variable es el tiempo que hay que dedicar a cada una de las tareas en función de la complejidad del proyecto o de las dimensiones del espacio.

Antes de empezar, conviene que contéis con una herramienta clave: **el cronograma de montaje, mantenimiento y desmontaje**.

Como recomendación para elaborarlo, empezad siempre por los trabajos de adecuación: sacar los elementos que estén en el espacio y no necesitéis, pintar paredes o limpiar. A continuación abordad los trabajos que tengan que ver con paneles gráficos y, por último, aquellos recursos que sean más delicados.

Además de montar la exposición, tendréis que asegurar que una persona del equipo pase por el espacio cada día para colocar las cosas que no estén en su sitio y asegurarse de que todo funciona.

También tendréis que incluir el desmontaje... ¡ojo! no os podéis descolgar del proyecto tras la inauguración, es importante que tengáis previsto el tiempo de recogida una vez termine la exposición.

Y, con todo esto previsto, ¡ya podéis empezar a montar la exposición!

Recordad dedicar tiempo suficiente para que todo quede bien, que todo el esfuerzo que conlleva la creación de una exposición se vea reflejado en el resultado final.



Montaje de la exposición *Madrid [re]Activa*. Fotografía Beatriz García Gzlez. Licencia CC-BY SA 4.0

1

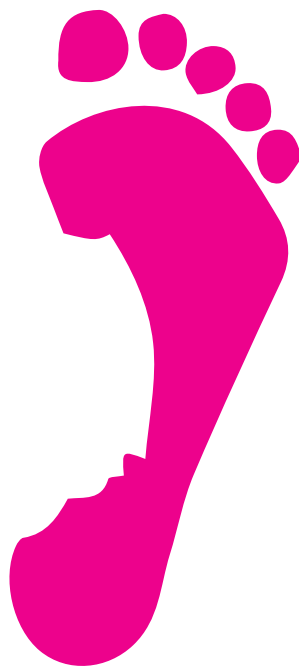
ELABORACIÓN
DEL RELATO

2

LOS SOPORTES
DEL RELATO

3

LA PRODUCCIÓN
DEL RELATO



RESUMEN

CONSEJOS

ABORDAR TEMAS UNIVERSALES DESDE LO CONOCIDO,

El bulling en vuestro colegio, los botellones y el consumo de drogas en el barrio, micro-machismos en vuestro día a día... no hace falta que busquéis lejos para encontrar temas que de verdad importan.

Vuestra realidad cercana es clave para la construcción de la narrativa de vuestra exposición. Además, es la mejor forma de conectar con las personas para quienes realicéis la exposición, con sus intereses, preocupaciones y sensibilidades.

DISEÑO EXPOSITIVO,

Que el medio no se convierta en un fin. El relato debe ser comprensible a través de un recorrido por un espacio, si queda muy *cool* pero no responde a los objetivos de la exposición, no es un buen diseño.

Las personas en el centro, tratad de ponerlos en el lugar de las personas para las que estáis haciendo el proyecto, pensad cómo se sentirán, si la disposición de los recursos es cómoda, si habéis previsto tantos recursos que el recorrido es agotador o si contáis con espacios de participación.

RECURSOS ECONÓMICOS,

No es necesario contar con grandes presupuestos para realizar buenas exposiciones. Muchas veces, más dinero implica más presión y menos libertad creativa y de decisión sobre el enfoque del proyecto.

Y, sobre todo, no olvidéis:

ANTES DE EMPEZAR... PLANIFICAR

RECURSOS

• SOBRE EL PRIMER PASO:

AA.VV. (2020), Miradas sobre diseño participativo, en *Diseño y Diáspora*, podcast 71. [Disponible on-line.](#)

Ferrándiz, F. (2019), *Cómo hacer una mini-etnografía*. Ministerio de Educación y Formación Profesional. [Disponible on-line.](#)

Hernández, F. (2010), *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Trea.

Salgado, M. (2013), *Diseñando un museo abierto: Una exploración sobre la creación y el compartir de contenidos a través de piezas interactivas*. Florida : Wolkowicz Editores. [Disponible on-line.](#)

• SOBRE EL SEGUNDO Y TERCER PASO:

Alonso Fernández L. Y García I. (2010), *Diseño de exposiciones: Concepto, instalación y montaje*. Madrid: Alianza.

Equipo EVE (2019), Transformando Exposiciones en Experiencias, en EVE Museos e Innovación. [Disponible on-line.](#)

Rico, J.C. (2006), *Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas*. Madrid: Sílex.

ESPACIOS PÚBLICOS, menguantes

PARÁLISIS URBANÍSTICA

...públicas a
...tido están
...s, como el
...tina, o la
... gestión
... como el
...berí.

...mbién se
...rbano, los
... la ciudad.
...as fotos
...ques sin
...ctos de
...edaron a
...anudación,
...na merma
...os para la

