

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



"GUIA MUSEOGRAFICA DE LA CIUDAD DE MEXICO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO

PRESENTAN

MARCELA DEL PILAR BOTAS HIDALGO
JOSEFINA GONZALEZ DE COSIO LEAL

DIRECTOR DE TESIS:
MEXICO, D.F.

LIC. RUBEN CAMARENA TORRES

1992

278531
1
lej

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INTRODUCCION.....	9
CAPITULO I. EL DISEÑO	11
1.1. QUE ES EL DISEÑO.....	11
1.1.2 HISTORIA DEL DISEÑO GRAFICO.....	12
1.1.3 LA EVOLUCION DEL DISEÑO GRAFICO.....	14
1.1.4 DISEÑO Y CREATIVIDAD.....	15
1.1.5 ELEMENTOS BASICOS DE UN DISEÑO.....	15
1.1.6 DISEÑO EDITORIAL.....	18
CAPITULO II. EL MUSEO	21
2.1 DEFINICIONES DE MUSEO.....	21
2.1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS.....	21
2.1.2 ORIGEN DE LOS MUSEOS MEXICANOS.....	26
2.1.3 FUNCIONES DE LOS MUSEOS.....	33

2.1.4 CLASIFICACION DE LOS MUSEOS.....	34
2.2 EL VISITANTE	35
2.2.1 MANERAS DE VISITAR UN MUSEO Y SU PROCESO DE INFORMACION	36
2.2.2 EL MUSEO COMO MEDIO DE EDUCACION	37
2.2.3 ENCUESTAS Y ESTADISTICAS	38
2.3 LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE MEXICO	42
2.3.1 MUSEOS DE CIENCIA Y TECNOLOGIA	42
2.3.2 MUSEOS ARTISTICOS	44
2.3.3 MUSEOS DE HISTORIA	57
CAPITULO III. EL NIÑO	65
3.1 PSICOLOGIA INFANTIL.....	65
3.1.1 CRECIMIENTO Y EVOLUCION	66
3.1.2 PERCEPCION Y SENSACION	66
3.1.3 LA CURIOSIDAD	67
3.2 EL NIÑO Y EL ARTE	68
3.2.1 LA EDAD DE LOS NIÑOS Y EL AMBIENTE EN QUE VIVEN	68

3.2.2 MIRAR Y VER.....	69
3.2.3 LA PERCEPCION DEL COLOR EN EL NIÑO	69
3.2.4 EDUCACION ARTISTICA	70
3.2.5 EDUCACION ESTETICA.....	71
3.2.5 EL NIÑO DE PRIMERO A SEXTO DE PRIMARIA	72
3.2.6 EL USUARIO	79
CAPITULO IV. ANALISIS DE RECURSOS.....	81
4.1 MEDIOS DE DIFUSION	81
4.1.1 RADIO.....	81
4.1.2 TELEVISION	81
4.1.3 PERIODICO	81
4.1.4 CATALOGOS PARA EXPOSICIONES	82
4.1.5 CARTELES	82
4.1.6 EL FOLLETO.....	82
4.1.7 GUIA	85
4.2 LA NATURALEZA DEL COLOR	85
4.2.1 EL COLOR EN LAS ARTES GRAFICAS	86

4.2.2 SINTESIS ADITIVA Y MEZCA SUSTRACTIVA.....	86
4.2.3 LA TEMPERATURA DE LOS COLORES.....	88
4.2.4 LENGUAJE DE LOS COLORES	90
4.2.5 CONTRASTE	91
4.3 TIPOGRAFIA Y MENSAJE.....	92
4.3.1 BREVE HISTORIA DE LA TIPOGRAFIA	92
4.3.2 ELEMENTOS DE LA TIPOGRAFIA.....	94
4.3.3 LEGIBILIDAD	97
4.3.4 TIPOS DE TIPOGRAFIA	98
4.4 CARACTERISTICAS TECNICAS.....	100
4.4.1 EL PAPEL	100
4.4.2 LA ILUSTRACION	103
4.4.3 TECNICAS DE IMPRESION.....	107
4.4.4 PUBLICACIONES EXISTENTES	109
4.5 EMPAQUE.....	117
4.5.1 CARACTERISTICAS TECNICAS	118
4.5.2 MATERIALES.....	119

CAPITULO V. PROPUESTA DE DISEÑO (ADULTOS).....	122
5.1 DESCRIPCION DEL CONTENIDO	122
5.1.1 FORMATO DEL FOLLETO.....	124
5.1.2 RETICULA.....	126
5.1.3 ELEMENTOS GRAFICOS	127
5.1.4 COLOR.....	129
5.1.5 TIPOGRAFIA.....	129
5.1.6 FOTOGRAFIAS.....	130
5.1.7 EL PAPEL	130
5.1.8 DISEÑO DE PORTADA Y CONTRAPORTADA.....	131
5.1.9 DISEÑO DE INTERIORES.....	132
5.1.10 DISEÑO DE MAPAS	133
5.1.11 TECNICA DE IMPRESION	134
5.2 EMPAQUE.....	134
5.2.1 FORMATO DEL EMPAQUE	134
5.2.2 MATERIALES.....	136
5.2.3 TIPOGRAFIA.....	136

5.2.4 COLOR.....	136
5.2.5 TÉCNICA DE IMPRESION	137
5.2.6 DISEÑO DE TAPA.....	137
5.2.7 DISEÑO DE LOMO	137
CAPITULO VI. PROPUESTA DE DISEÑO (NIÑOS)	139
6.1 DESCRIPCION DEL CONTENIDO	139
6.1.1 FORMATO DEL FOLLETO.....	141
6.1.2 RETICULA.....	143
6.1.3 COLOR.....	145
6.1.4 ELEMENTOS GRAFICOS	146
6.1.5 TIPOGRAFIA	146
6.1.6 LA ILUSTRACION	147
6.1.8 DISEÑO DE PORTADA Y CONTRAPORTADA	148
6.1.9 DISEÑO DE PAGINAS INTERIORES	150
6.1.10 DISEÑO DE MAPAS	151
6.1.11 TÉCNICA DE IMPRESION	152
6.2 EMPAQUE.....	152

6.2.1 FORMATO DEL EMPAQUE	152
6.2.2 MATERIALES.....	154
6.2.3 TIPOGRAFIA	154
6.2.4 COLOR.....	154
6.2.5 TECNICA DE IMPRESION	154
6.2.6 DISEÑO DE TAPA.....	155
6.2.7 DISEÑO DE LOMO	155
CAPITULO VII. COSTOS DE PRODUCCION Y CANALES DE DISTRIBUCION.....	157
7.1 COSTOS DE PRODUCCION Y CANALES DE DISTRIBUCION.....	157
CAPITULO VIII. CONCLUSIONES.....	159
8.1 CONCLUSIONES.....	159
BIBLIOGRAFIA	160
DICCIONARIOS	160
LIBROS DE CONSULTA	160
MANUALES Y PUBLICACIONES	163

NO HAY PAK

8

11

INTRODUCCION

El objetivo principal de ésta investigación es, el aumentar la afluencia a los museos en la Ciudad de México, sobre todo a los más desconocidos, despertando el interés de los visitantes potenciales a través de un diseño cautivador, conteniendo información de fácil manejo y que resalte los principales puntos de interés en cada uno de los museos.

La idea surgió a partir de la percepción de la notable ignorancia del público en general hacia la existencia de gran número de museos, como de su contenido, ya que algunos, los más grandes sobre todo, tienen la suerte de ser más conocidos y por tanto más visitados, quedando renegados los de menor difusión.

En el capítulo primero se define el diseño gráfico y el diseñador gráfico, así como lo que es el diseño editorial y su importancia en ésta investigación.

En el segundo capítulo se habla de la creación y evolución de los museos en México y el mundo, así como sus funciones, tipos de museos y sus

visitantes. Se presentan también algunas estadísticas sobre las visitas y los visitantes a los museos de la Ciudad de México.

En el tercer capítulo se habla a cerca de la psicología infantil así como de la percepción del niño, la educación artística, la educación estética y la importancia de los museos en la educación primaria.

En el cuarto capítulo se habla de los medios de difusión como radio, televisión, periódico, folleto, etc., analizando cada uno de éstos. En éste mismo capítulo se hace un análisis de los elementos gráficos que deben de ser considerados como son, el color, contraste, tipografía, papel y técnicas de impresión.

En el quinto y sexto capítulo se presenta el desarrollo de ambos proyectos (niños y adultos) en cuanto al formato, composición, color, tipografía, etc.

Por último se establecen los costos de producción, canales de distribución, conclusiones y bibliografía de ésta investigación.

En conclusión, con éste trabajo se pretende cubrir la necesidad editorial que hay en éste sentido, además de aportar la solución adecuada al problema gráfico.

CAPITULO 1

EL DISEÑO

NO HAY PAG.

||
~

separados y crear una experiencia nueva.

La finalidad del diseñador es la de comunicar un mensaje gráfico claro y directo a un público en particular; dicho mensaje deberá cubrir las necesidades del cliente.

1.1.2 HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO

"Si definimos al diseño como el proyecto y la construcción objetiva de alguna señal o artefacto adecuado siempre a otra u otras finalidades además de la estética, pudiendo ser ésta secundaria, involuntaria o inexistente, aceptaremos que el diseño no es un invento del siglo XX".³

El estado actual del diseño hunde sus raíces en la prehistoria: comienza y se relaciona con la historia, los objetos y la civilización de cada momento. Es decir, que el diseñador depende del tipo de relación que el hombre o las sociedades han establecido con los objetos durante la historia, teniendo entonces tres fases del diseño:

- 1) Fase naturista
- 2) Fase inventiva

3) Fase consumista

FASE NATURISTA; el hombre primitivo necesitaba satisfacer sus necesidades productivas con elementos tomados de la naturaleza, al igual que la necesidad de comunicarse gracias a un lenguaje. El valor fundamental de los objetos primitivos era su utilidad. Todo lo que el hombre primitivo diseñó era natural que lo diseñara. La significación de un objeto además de su utilidad, encerraba también un valor estético.

FASE INVENTIVA; tiene su origen en el siglo XVII, cuando se desarrolló la burguesía, y el campo de la ciencia y la técnica.

Se diseñaba por delante de las necesidades. El hombre de ésta época no se conformaba con un medio ambiente determinado, sino con sus exigencias. Era creador e inventor del entorno, capaz de transformar gracias a su cultura e ingenio. Se preocupaba por dejar huella en la civilización, la tendencia del diseño era racional y funcionalista.

FASE CONSUMISTA; en el siglo XIX surgió una actitud hostil en el hombre

³. Llovet Jordi. Ideología y Metodología del diseño. España, Ed. Gustavo, Gili, S.A., 1979, p. 52

hacia la naturaleza, quería destruirla. Esta fase comenzó con la revolución industrial y la producción en masa.

Surgió el consumismo. El diseñador hacía funcionar su imaginación para crear algo, el resto era un círculo vicioso en donde se transformaba un objeto en otro. El mundo actual se volvía progresivamente un almacén de objetos, listos para llevar y listos para tirar, en una sociedad 100% consumista.

El diseño gráfico surgió hace 30 años como una disciplina independiente. El diseño en sí, se puede definir como la composición y combinación de formas y figuras, es tan antiguo como el propio arte. La composición de una pintura o dibujo, se refiere al diseño de la obra.

La mayor parte de la historia del diseño gráfico es paralela a la historia del arte y la ilustración.

Se dice que Geoffrey Trøy, en el siglo XVI, fué uno de los primeros diseñadores gráficos ya que diseñaba páginas y libros manipulando texto e imágenes, creando así un impacto visual.

Desde el siglo XIX surgieron nuevas

técnicas de ilustración y la competencia entre productos comerciales era mayor, por lo que era importante la presentación. Estos dos acontecimientos le dieron forma e importancia al diseño gráfico, tanto en la arquitectura como en el comercio, la industria y la tecnología.

En el mismo siglo, el artesano, ilustrador, escritor y diseñador William Morris es considerado como el padre del diseño moderno. "Morris resaltaba la importancia del arte en contra de lo que él consideraba la vulgaridad del diseño y manufactura de las mercancías producidas en masa".⁴

Morris decía que el arte debía hacerse por la gente y para la gente, como un placer para el que lo hace y el que lo disfruta.

Morris consiguió que se reconociera la importancia del diseño gráfico y la calidad. Su obra ha sido la base sobre la que trabajan muchos diseñadores actuales. Se dice que Morris amplió la separación entre el arte y la industria.

Después de la Primera Guerra Mundial, el arquitecto Alemán de la Bauhaus, Walter Gropius intentó reconciliar el

⁴ Dalley Terence, *The complete guide to illustration and Design. Techniques and materials.* Hong Kong, Ed. Jenny Mulhering Derek. Prigent Francesca George Danuta Doroszenco, 1982. p. 104

diseño con la industria y creó un estilo funcionalista en el diseño. Gropius afirmaba: "Nuestro objetivo era eliminar los inconvenientes de la máquina sin sacrificar ninguna de sus auténticas ventajas. Nuestra ambición era rescatar al artista creativo de sus otros mundos y reintegrarlo en el mundo cotidiano de la realidad, y al mismo tiempo ampliar y humanizar la mente rígida y casi exclusivamente material del hombre de negocios." ⁵

En el periodo durante las dos Guerras Mundiales los tipógrafos y rotulistas Stanley Morrison y Eric Gill, tuvieron gran influencia, dentro del diseño gráfico, Morrison amplió la gama de tipos comerciales mientras que Gill diseñó, entre otros, los tipos Gill, Sans y Perpetua.

La explosión actual del diseño gráfico comenzó en Europa en los 60's antes de los Estados Unidos. Surgió gracias al consumo y aumento de la publicidad, medios de comunicación y técnicas de impresión.

"Actualmente el diseño gráfico cuenta con un campo de aplicación enorme; ha llegado a definirse como la construcción

de lo posible, limitado solo por las técnicas de reproducción y las restricciones sociales o económicas impuestas al diseñador." ⁶

1.1.3 LA EVOLUCION DEL DISEÑO GRAFICO

Actualmente son tres los condicionantes en la evolución del diseño gráfico:

- 1) Los factores de la evolución del arte.
- 2) Los factores derivados de las necesidades del mercado.
- 3) El futuro progreso de la historia del diseño gráfico.

Los factores de la evolución del arte; las mismas leyes que influyeron en la historia del arte (pintura, escultura y arquitectura), se ven presentes en la historia del diseño. Hoy en día el diseño se haya en una línea coherente transformación de las formas artísticas. El diseño gráfico no es más que un aspecto de la historia del arte. Debemos tomar en cuenta que el diseño no va a sustituir el arte, o que la producción artística solo está en manos de los diseñadores; sino que la producción de formas y diseños se

⁵ IBID., p. 107

⁶ IBID., p. 108

encuentra intimamente ligada, hoy en día a una serie de necesidades de orden privado y colectivo.

En nuestros días la práctica del diseño gráfico se preocupa por lo estético (el hacer bello) y lo ético (su función).

Los factores derivados de las necesidades de mercado; existe razones de orden consumista por las que el diseño evoluciona.

El consumismo se aprovecha de las leyes estéticas con las que toda cultura e individuo satisfacen sus necesidades de información y significación. Si no existe el deseo de poseer algo propio, distinto a los demás y que nos caracteriza, será difícil entender el fenómeno del consumismo.

El futuro progreso de la historia del diseño gráfico; el diseño también ha reflexinado acerca de su propia historia, para tener una idea de como seguir haciendo diseño.

1.1.4 DISEÑO Y CREATIVIDAD

El ser humano se distingue por su habilidad creativa para completar su

naturaleza por medio de lo artificial.

Hay algo asombroso e indesifrable en el acto creativo, ese momento en que, sin saber de donde proviene, surge con fuerza la idea inspirada, en donde es difícil explicar el último y decisivo salto que va de lo reflexivo- deductivo a la iluminación creativa en la que nos parece clara la propuesta innovadora.

Crear es producir algo a partir de una realidad preexistente y no algo de la nada. El hombre es creativo por naturaleza y es precisamente en esa creatividad que se manifiesta la dimensión que adquiere la especie humana. Crear es aportar algo imprevisto, inesperado, aunque algunas veces, la intención pueda ser creativa y la obra resulte no serlo. La motivación esencial que impulsa al hombre a crear, es su afán de superar su realidad cotidiana.

1.1.5 ELEMENTOS BASICOS DE UN DISEÑO

Los siguientes elementos son muy importantes en cualquier proyecto de diseño, si los tomamos como algo separado, pueden parecernos abstractos,

pero reunidos, determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño.

Hay cuatro grupos de elementos:

- 1) Elementos conceptuales
- 2) Elementos visuales
- 3) Elementos de relación
- 4) Elementos prácticos

LOS ELEMENTOS CONCEPTUALES:

Estos no son visibles pues de hecho no existen, sino que parecen estar presentes. Esto se puede notar al creer que hay un punto en algún ángulo, o una línea en el contorno de un objeto, o que hay planos envolviendo un volumen, etc.

a) "El punto. Signo de puntuación que se usa al final de las oraciones declarativas o imperativas que suele también emplearse después de las abreviaturas, medida tipográfica equivalente a 37 cm., elemento geométrico que se considera sin longitud, latitud ni grueso." ⁷

" El punto indica posición. No presenta largo ni ancho ni ocupa una zona en el espacio. Es el principio y el fin

de una línea y es donde dos líneas se cruzan o se encuentran." ⁸

b) "La línea. Es sinónimo de raya, o sea una señal larga y estrecha trazada sobre un papel; si es recta representa la distancia más corta entre un punto y otro." ⁹

c) "Plano superficie. Sobre la que puede dibujarse una recta en todas direcciones. Un plano tiene largo y ancho pero no grosor, tiene posición y dirección, está limitado por líneas y define los límites extremos de un volumen." ¹⁰

d) Volumen. Es el espacio ocupado por un cuerpo.

ELEMENTOS VISUALES: Cuando los elementos conceptuales se hacen visibles se convierten en elementos visuales. Al dibujar algo en un papel, se emplea un trazo o línea visible para representar una línea conceptual.

Los elementos visuales son:

LA FORMA. Es la figura externa de las cosas, todo aquello que puede verse tiene una forma que da la identificación principal en nuestra percepción.

⁷ Diccionario ilustrado de la lengua española.

Ed. Sopena. p. 595

⁸ W. Wong. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Ed. G. Gili., p. 114

⁹ Enciclopedia Barsa, tomo I. p. 251.

¹⁰ IBID., p. 251

LA MEDIDA. "Es la determinación de una magnitud de cualquier clase, basada en una unidad." ¹¹

Todas las formas tienen un tamaño que es relativo, si se habla en términos de pequeñez y magnitud, pero que es físicamente medible.

EL COLOR. Toda forma se distingue de sus cercanías gracias al color, éste se emplea en su sentido amplio, que comprende los colores del espectro solar y los neutros, o sea negro, blanco y la gama de grises, así como sus variaciones tonales y cromáticas.

TEXTURA. Este elemento se refiere a la superficie de una forma, si es lisa o rugosa o si es plana o decorada y atrae tanto al tacto como a la vista.

ELEMENTOS DE RELACION: Es la ubicación e interrelación de las formas de un diseño.

DIRECCION. Esta depende de como se relaciona la forma con el observador, con el marco en el que está o con otras formas que tienen cerca.

POSICION. Se da por la relación de la

forma con respecto al cuadro o estructura del diseño.

ESPACIO. "La extensión del universo; parte de ésta extensión que ocupa un cuerpo, capacidad de terreno o lugar." ¹²

El espacio puede estar ocupado o vacío y puede ser liso o ilusorio para dar idea de profundidad.

GRAVEDAD. Es la fuerza que atrae todos los cuerpos hacia el centro de la tierra. Esta sensación es psicológica y no visual.

ELEMENTOS PRACTICOS. Estos elementos son los que subrayan el contenido y el alcance de un diseño.

REPRESENTACION. "Es hacer presente una cosa con palabras o figuras." ¹³

Una forma es representativa al ser derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano.

SIGNIFICADO. Si un diseño lleva algún mensaje, el significado se hace presente.

FUNCION. Si un diseño debe cumplir

¹¹ IBID

¹² IBID., p. 312

¹³ IBID., p. 108

o servir para un determinado propósito, entonces se hace presente la función.

1.1.6 DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial se dedica a todo lo relacionado con el arte impreso, como folletos, catálogos, carteles, portadas, trípticos, papelería, etiquetas, volantes, libros, calendarios, manuales, etc. El diseño editorial requiere de gran exactitud y esmero para que, un proyecto sea solucionado y logre su objetivo mediante un estudio detallado.

El diseño de impresos llega a constituir, para muchos equipos de diseño la mayor parte de su tarea.

El diseñador editorial actual debe cuidar el no producir libros que reflejen el siglo XVI, sino, que reflejen el carácter de hoy, se pueden tomar y de hecho se toman conceptos de esa época, por ejemplo hay tipos que han evolucionado o cambiado totalmente, pero existen algunos que su estilo sigue siendo actual y que van a seguir existiendo por largo tiempo como son los tipos de estilo antiguo: Garamond, Bembo, Caslon, o bien los tipos llamados de transición que como ejemplo están: Baskerville o

Fourmier.

La composición en los textos también tiene su regla, principalmente deben tener claridad y facilitar la lectura, no solo la atracción visual como es el caso de los titulares.

Están así mismo establecidas las disposiciones de simetría en los trabajos de tipografía para los libros, pero existen casos en que esta simetría se tiene que rechazar sobre todo cuando se pretende hacer páginas más dinámicas. Aunque existan reglas y principios se pueden lograr composiciones tipográficas diferentes a las que se proponen.

Para hacer el diseño de una obra con más de una página es necesario crear o construir una estructura que se base en la posición de los elementos que se tienen en las diferentes páginas para crear una armonía y no hacer una mezcla incoherente de los elementos.

Se propone escoger una de las páginas que lleve textos, dibujar las posiciones que tendrán los folios, los márgenes y los blancos; colocar las manchas de tipografía aproximada, lo más posible al tipo que se tendrá finalmente. La

tipografía de títulos y subtítulos tendrá también su lugar en la página diagramada. Esto ayudará a componer las ilustraciones conforme a la estructura.

Al diseñar cualquier publicación se debe poner atención en la extensión de 10 ó 12 palabras, incluyendo espacios y signos de puntuación, se debe seleccionar el tipo y tamaño adecuado dependiendo del lector a quien va dirigida la obra.

Algo importante para el cuidado de la lectura y que se debe tomar en cuenta es que al leer las personas no lo hacen por letras, ni aún por palabras, sino por grupos de palabras, sea cual sea la edad del lector. Si se está diseñando un libro infantil y se escoge una línea larga resultará muy difícil captar la línea siguiente, y aún algo más delicado, se perderá la idea de lo antes leído. Esto se puede arreglar cuando se escoge un interlineado adecuado.

LOS BLANCOS. Una vez diseñada la mancha de tipografía que llevarán las páginas se pasa al diseño de blancos, que es el espacio libre que rodea a la mancha.

Se deben buscar blancos bien proporcionados para ayudar a una lectura

ágil y agradable. Existen cuatro blancos que se deben tomar en cuenta y son:

1) **BLANCO DE CORTE.** Que existen principalmente por motivos técnicos aproximadamente mide 3mm. pero puede ser más grande para evitar que el texto se llegue a cortar. Si se utiliza el blanco de corte muy pequeño dará la sensación que el texto se sale de la página.

2) **BLANCO DE CÁBEZA.** Que se sitúa en la parte superior de la página.

3) **BLANCO DE LOMO.** En la parte izquierda hacia adentro, si la página es non; es decir se sostienen todas las páginas.

4) **BLANCO DE PIE.** En la parte inferior de la página.

Estos blancos o espacios libres pueden variar en sus proporciones, dependiendo del tipo de lectura del que se trate.

Como se ha mencionado antes, también para el uso correcto de los blancos existen sugerencias, por ejemplo es recomendable que la anchura de los blancos no sea muy reducida para no provocar una impresión negativa, también si se manejan los blancos con

poco aire, el texto puede llegar a "caerse"
o "salfirse" ópticamente hablando.

Por ésto se deben preveer éstos
problemas técnicos en la etapa de
construcción.

CAPITULO 2

EL MUSEO

2.1 DEFINICIONES DE MUSEO

A continuación se presenta una recopilación de definiciones de museo que nos permite entender éste concepto.

"Instrumento capaz de servir al desarrollo del juicio crítico de la sociedad." ¹⁴

"El museo lleva a los pueblos en todos los tiempos a reunir, conservar, exhibir, transmitir su patrimonio artístico y cultural, como primaria estrategia para firmar su identidad." ¹⁵

"Establecimiento destinado a la conservación y exhibición de obras de arte, ciencia, historia o cultura." ¹⁶

"Toda institución permanente, no lucrativa, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público que ya adquiere, conserva, investiga, comunica y principalmente expone los testimonios materiales del hombre y su medio ambiente, con propósitos de estudio, educación y deleite." ¹⁷

"El museo es innovación y renovación, avance y revolución, dinámica de un continuo proceso histórico." ¹⁸

"Institución en la que la meta es la conservación de los objetos que ilustran los fenómenos de la naturaleza y los trabajos del hombre, y la utilización de éstos objetos para el desarrollo de los conocimientos humanos y la ilustración del pueblo." ¹⁹

NUESTRA DEFINICION

Un museo es una institución que por medio de sus exposiciones, trabajos de investigación y sus actividades, desempeña el papel de centro cultural dentro de la comunidad, y su objetivo principal es preservar, conservar y difundir el patrimonio cultural de una sociedad.

2.1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

En las antiguas culturas urbanas el coleccionismo aún no aparece como fenómeno cultural consolidado. Se trata de culturas con un régimen esencialmente religioso y artesano en el que predominan los objetos preciosos en templos, santuarios y tumbas con un sentido más trascendente que comercial o social. De todas formas, la base

¹⁷ Diccionario Enciclopédico Abreviado, Ed. Esparsa Calpe, S.A. 1932. p.103

¹⁸ Glusberg, J. "Museos fríos y calientes", 1983, p. 20

¹⁹ Foyles, M. "The Museum News", 1929. p.32

¹⁴ Glusberg, J. "Museos fríos y calientes", 1983, p. 5

¹⁵ IBID., p. 8

¹⁶ Enciclopedia cultural, p. 42

económica egipcia (la agricultura), la progresiva industria y sistema monetario mesopotámico favorecen una situación artística en la que los mantenedores de los artistas y consumidores de arte son los sacerdotes y príncipes, quienes con fuerte capacidad adquisitiva hacen instalar los talleres de trabajos manuales junto a templos y palacios para controlar oficialmente las producciones artísticas.

La monarquía mesopotámica llevó el afán coleccionista y propagandístico a trasladar desde Egipto a Nínive como botín de guerra dos obeliscos y 32 estatuas, colocadas temporalmente a las puertas de Assur para que el pueblo las admirara con orgullo.

En Creta también la cultura está sometida a la voluntad del rey, pero existe una mayor libertad que permite un comercio artístico amplio y, a pesar de ello, la producción masiva de obras de arte condujo a una industrialización y abaratamiento que cerraba las puertas al coleccionismo ilustrado.

Con la civilización griega se dá un paso en el fenómeno del coleccionismo, Grecia es la que abre las puertas al comercio artístico romano. Todavía las

obras depositadas en los santuarios a donde llegaban ofrendas de todo el mundo se custodiaban con carácter religioso en los tesauros (almacén de ofrendas), de los que han dejado noticia los libros de Herodoto; pero, a parte del valor funerario que éstos poseen, existen ya objetos de tipo religioso fabricados con fines laicos como exaltación de la realeza.

El coleccionismo Helenístico quedó reemplazado por las directrices artísticas y a veces museográficas de la cultura romana. El comercio artístico en Roma, a parte las producciones nacionales, se basan en la exportación, expoliación y botines de guerra. Y así el primer descubrimiento del arte griego se debe a Marcelo de Ciracusa al llevar consigo cuadros y estatuas de tierras Helénicas. Este hecho sentó un precedente para el futuro desarrollo del coleccionismo romano; volver de la batalla sin mármoles y bronce griegos, era no solo privar a la República de un prestigio reconocido y al pueblo de un patrimonio cultural creciente, sino perder un estatus social que quedaba a salvo con una triunfante decoración casera. Estas colecciones privadas fueron teniendo mercado y ampliaron su finalidad, ahora como

inversión de capital. A partir de aquí todos los valores que se encuentran en los tiempos modernos de forma tipificada como el valor de la serie completa, la rareza y la originalidad, antigüedad etc; son herencia directa del coleccionismo romano.

En la edad media, la iglesia es la única forma de museo público. Los objetos preciosos (salterios, misales, cruces, etc.), que recibe como donaciones reales o populares forman el tesoro eclesiástico y son minuciosamente inventariados por monjes ilustrados.

Nada favoreció al coleccionismo la política adoptada por la iglesia contra la idolatría; puesto que, en su actitud llegó a prohibir las imágenes paganas. Entre las excepciones que pudieron liberarse del asfixiante monopolio eclesiástico, el nuevo protector de la cristiandad Carlo Magno, así como Teodorico y Federico II, impusieron en sus cortes un programa cultural dirigido a dar nueva vida a la antigüedad romana.

Al llegar el estilo gótico con el asentamiento de la vida urbana que polarizaba la vida en las ciudades, su creciente comercio y flamante burguesía,

se produjo una transformación social que determinó las tres esferas más contactadas con el coleccionismo: la religiosa, la cortesana y la burguesa. De ésta manera nace el gusto por lo profano, el nuevo afán de hacer confortables las viviendas y decorarlas conforme a las normas estéticas vigentes con objetos museables.

Con la llegada del humanismo (Renacimiento) el público comprador y conocedor está compuesto por las cortes principescas y la burguesía ciudadana y sus gustos se muestran bastante a fines. Los encargos que demanda la burguesía cilia eran de en principio para donaciones eclesiásticas, pero con la progresiva consolidación de su estatus social empieza a comprar obras para adorno de sus casas y para poseer su propia colección; por otro lado la aristocracia cortesana acumulaba producciones artísticas por motivos enciclopedistas y edonistas.

Francia es el país que mejor ofrece el concepto de coleccionismo como expresión de la autoridad real. Fenómeno notable en la Francia de Colber (ministro de Luis XIV), fué el surgimiento de especialistas que colaboraron en gran

medida a la inauguración de la galería principal de Louvre, a la que Colber otorgó grandes sumas de dinero.

A comienzos del 600 Roma es la capital del coleccionismo, pero a fines de siglo empezó la decadencia artística romana y con ello, la dispersión y venta de muchas obras que enigraron a colecciones particulares y, posteriormente, a museos extranjeros.

España se dedicó durante el siglo XVII, fundamentalmente a enriquecer las colecciones reales de Felipe III y Felipe IV y a la decoración de palacios reales (el salón de reinos en el palacio del buen retiro reunió a los artistas más sobresalientes de la época; Velázquez, Zurbarán, Maino...). Velázquez era el encargado de viajar a Italia para comprar arte de gusto real, parte de éstas adquisiciones forman parte de lo mejor de la pintura italiana del Museo del Prado.

El coleccionismo inglés de tipo privado tuvo mayor importancia que el español durante la segunda mitad del siglo XVII. Ciertamente el Duque de Buckingham y el rey Carlos I forman colecciones de excepcional importancia.

El fenómeno general en el siglo XVIII es la intensificación del mercado, el internacionalismo artístico y las crecientes subidas de la especulación. Se afinaban los intereses y los sistemas monetarios ya que nuevos países entran en la concurrencia artística: los países germánicos y Rusia.

Un nuevo país entró en el panorama del mercado en la segunda mitad del siglo XIX: América, y con ella el boom del coleccionismo. Hasta su entrada en el mercado europeo, América había tenido un arte de mediano valor pero con los viajes de los americanos al viejo continente empezaron a posesionarse del mercado impresionista y a visitar con asiduidad las tiendas de anticuarios de París, núcleo de arte en la primera mitad del siglo XX. A partir de 1900 los magnates americanos de la industria y del mundo de las finanzas son el público coleccionista más fuerte que conoce Europa. Un gran pionero del coleccionismo americano fué Charles Eliot Norton, profesor en la universidad de Harvard que perfila la carrera pedagógica del coleccionismo, que será

típica del museo americano contemporáneo.

Hasta fines del siglo XVIII las colecciones tenían un carácter privado, algún acontecimiento solemne era el único motivo para que sus dueños abrieran las puertas al público. Los museos Vaticanos, por ejemplo podían ser vistos por ciudadanos y turistas un solo día al año: el viernes santo. Y en ello no había, por su puesto, ninguna intención pedagógica sino festejar el mayor acontecimiento de la catolicidad.

A los gabinetes y galerías privadas solo accede un sector minoritario formado por los amigos del príncipe y por expreso deseo de sus dueños. Forman éste público, las clases altas, los intelectuales, eruditos, científicos y conocedores del arte. Solo durante los años que siguieron a la Revolución Francesa, al nacionalizarse en 1793 los bienes de la corona, la grande y pequeña galería del Louvre aparece como museo de la República.

Los museos en Europa central se van formando siguiendo el mismo proceso a lo largo del siglo XIX, y en ellos predominan las colecciones francesas y

alemanas, escultura clásica y las aportaciones procedentes de los posteriores desmantelamientos artísticos que afectaron a toda Europa.

El museo americano se presenta desde su aparición pedagógico y activo para un nivel cultural popular. El Metropolitan Museum de Nueva York fundado y abierto al público al mismo tiempo en 1870, no solo ofrece las selecciones más variadas del arte universal, debido en gran parte al legado de Lehman, sino que además ofrece desde comienzos del siglo actual un boletín con información de las diversas actividades del museo y una revista enfocada a la enseñanza escolar. Este primer museo sentó las bases de los futuros museos americanos y de los museos latinoamericanos (como lo es el Museo de Antropología de México, por ejemplo).

Al alborear el siglo XX se percibe un deseo de superar el concepto de museo dando lugar a una mayor preocupación docente e investigadora en éstas instituciones. La legislación promulgada en España sobre Museo (1901) sirve de testimonio y ejemplo. Su vigencia hoy es plena en cuanto a la sistematización científica de los fondos museales y a la

coordinación de funciones didácticas del museo. Impulso decisivo para el desarrollo científico y técnico de los museos, fué la creación por la sociedad de naciones del office international des Musées, dentro del instituto internacional de cooperación intelectual. De aquí surge una nueva ciencia, la museología, hace su aparición en el frondoso árbol de la cultura humana y junto a ella se desarrolla una nueva técnica, la museografía como expresión de sus conocimientos.

La museología es la ciencia del museo, estudia la ciencia y la razón de los museos, su función en la sociedad, sus sistemas de investigación, educación y organización.

La museografía es la técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo, trata especialmente sobre la arquitectura y ordenamiento de las instalaciones científicas de los museos.

La segunda Guerra Mundial cortó éstos fructíferos trabajos internacionales pero poco después de terminarse se construyó la ONU y se creó el Consejo Internacional de Museos (ICOM), como organismo de la UNESCO que asumió el

trabajo asignado a la antigua Oficina Internacional de Museos y prosiguió la publicación de su revista, bajo el nombre latino de "Museum".

Con la especialización que caracteriza a la civilización contemporánea surgieron a partir de la segunda mitad del siglo los museos monográficos dedicados a la producción de un artista, como sería el Museo Van Gogh de Amsterdam.

2.1.2 ORIGEN DE LOS MUSEOS MEXICANOS

En la Nueva España durante el gobierno de Carlos V, los testimonios históricos, geográficos, etc., fueron reunidos básicamente en tres instituciones: el consejo de Indias, la Real Audiencia y la Secretaría de Cámara que dependía del Virreinato.

En 1571 Felipe II originó el cargo de cronista mayor y junto con éste la Crónica Oficial de Indias, recopilando en ella toda la información sobre Indias. Algunos de éstos importantes documentos recolectados son por ejemplo el de Antonio de Mendoza, primer Virrey de Nueva España, que para enviar la historia de los mexicanos a

Felipe II formó una colección de pinturas indígenas a la cual se le conoce actualmente como Códice del Virreinato.

La pérdida irreparable que había sufrido el nuevo continente con la destrucción de tantos documentos y monumentos atrajo la atención, incluso del soberano español, quien se interesó por obtener toda la información posible sobre sus nuevos dominios. Se dió inicio entonces a una nueva etapa de recopilación oficial de noticias generales y al levantamiento de un inventario sobre las riquezas naturales de América.

El envío del rey llegó a tierras mexicanas en 1570, gran parte del material que estudiara provino de los jardines botánicos establecidos por los mexicas en Atzacapotzalco, Texcoco y Oaxtepec y la mayoría de los dibujos fueron hechos por los pintores indígenas.

A la mencionada recopilación que añade ahora otro fenómeno de los tiempos, el coleccionismo individual, paso casi inevitable en la formación de futuros museos. Carlos de Sigüenza y Góngora, pudo reunir un importante acerv documental sobre los logros de los antiguos mexicanos (1645-1700).

También acumulados por particulares fueron los productos traídos a bordo de la Nao de China, en especial los marfiles, las porcelanas y el mobiliario oriental.

En 1736 desembarcó en la Nueva España el italiano Lorenzo Boturini, quien se dedicaría a coleccionar un extenso número de antigüedades que él mismo bautizó como el Museo Histórico Indiano. La inclinación de Boturini por reunir los memoriales del pasado surgió a raíz de su interés por el milagro Guadalupano. Pensaba que para comprender mejor el mensaje de la Virgen, debía previamente estudiar la historia de los indígenas a quienes se les había aparecido.

El investigador ignoraba, sin embargo, que en el 700 novohispano la imagen del Tepeyac, además de milagrosa se había convertido en el símbolo de una incipiente nacionalidad, identificado con elementos independentistas. Esto propició que en 1742, el Virrey Conde de Fuenclara ordenase la detención del extranjero, así como la confiscación de su colección, integrada básicamente por códices, mapas, papeles de tierras y todo tipo de manuscritos y pinturas sobre las

antigüedades mexicanas.

El museo particular de Boturini pasó a la Secretaría de Cámara del Virreinato donde el descuido y la humedad, lo menoscabaron notablemente, pero a pesar de las adversidades, la colección de Boturini formaría junto con otras piezas el núcleo principal del posterior Museo Nacional.

La segunda mitad del siglo XVIII marcó los inicios de los museos públicos mexicanos, aunque no se fuera muy conciente de ello. A las anteriores etapas de recopilación y coleccionismo se añadiría ahora las de concentración y centralización. Era patente, además, que éstos movimientos en pro de la cultura (comunes a todo occidente) respondía a los anhelos de la ilustración. Había llegado el siglo de las Luces. Unos años más tarde el Virrey Juan Vicente Guemes Pacheco de Padille incrementó el patrimonio de la Real Y Pontífice al ordenar que las piezas arqueológicas descubiertas en los años de 1790 a 1791 fuesen depositadas dentro de sus muros. Las aludidas piezas arqueológicas encontradas en 1790 al hacerse la nivelación de la Plaza Mayor de México, era nada menos que las dos famosas

piedras, La Coatlicue y la del Sol, otras figuras de menor tamaño continuarían apareciendo hasta fines del año siguiente.

Las piezas arqueológicas rescatadas serían incomprendidas por muchos, pero profundamente admiradas no solo por Humboldt, sino por numerosos mexicanos ilustrados. Los europeos no desconocían algunos ejemplares del México antiguo. Desde el lote de objetos que Moctezuma II obsequiase a Hernán Cortéz y éste a su rey Carlos V, hasta los variados materiales que Alexander Von Humboldt legase a diversos museos del viejo mundo, los tesoros de México no dejaron de llegar a manos de nobles y coleccionistas del otro lado del Atlántico.

Otra fecha clave en la museología americana fué la de 1778. En éste año, un pequeño taller de grabado se transforma en la Academia de San Carlos de la Nueva España para establecer ahí mismo una academia de dibujo, Gabinete o Museo de Medallas, Láminas, Bustos, etc. Este sería el primer museo público en el Nuevo Continente, anterior a cualquier otra institución museal en el resto de América, norte o sur.

Posteriormente vendría la Real Orden

de 1782, por la cual las pinturas de los conventos suprimidos serían custodiadas en San Carlos, exigiendo que dichos óleos fuesen colocados ordenadamente y que sirvieran de utilidad y recreo al público. En un comienzo, las colecciones académicas más nutridas fueron las de grabado y de pintura. Esta última contaba en 1785 con un total de 99 obras.

Comenzaba una pinacoteca, era costumbre complementarla con una gliptoteca para lo cual el Virrey Conde de Gálvez solicitaba, el 25 de agosto de 1785, se enviasen a la Nueva España vaciados de las estatuas que adornaban la Academia Madrileña de San Fernando.

Quizo la historia que fuese Tolsá quien las trajera a América y no se sabe que causó más asombro en el Varón de Humboldt, si la extraordinaria calidad de la colección o la titánica tarea de transportar a los dioses del Olimpo hasta el Valle de Anáhuac.

La ciencia entraba de lleno a la Nueva España con actividades como la función del Jardín Botánico en 1787; la inauguración del Gabinete o Museo de Historia Natural en 1790 donde se estableció la Cátedra de Botánica; la

creación del Gabinete Física en el Colegio de Minas (1790-1798) y el establecimiento entre 1803 y 1808, de una junta de antigüedades nombrada por el gobierno, así como una bien organizada expedición anticuaria.

Los resultados de todas éstas actividades científicas fueron decisivos para la ya inminente formación del Museo Nacional que se integraría mediante la fusión del conservatorio de antigüedades mexicanas y el Gabinete de Historia Natural.

El movimiento ilustrado no se limitó a la creación de museos y galerías. Más importante aún fué su labor como fuerza ideológica de las luchas independentistas y republicanas en el mundo occidental.

El 18 de Marzo de 1825 el primer presidente de la República, Guadalupe Victoria, acordó el establecimiento de un Museo Nacional Mexicano.

Su primer cometido sería mitad bodega oficial de antigüedades y mitad vitrina de la nación.

En éste museo se reunían toda clase de monumentos históricos, especialmente

los de la cultura prehispánica, medallas, lápidas, inscripciones, dibujos manuscritos o impresos; se reunirían también una colección de cuadros históricos y retratos, así como máquinas, modelos, artefactos ingeniosos y útiles de la industria nacional. Para 1827 el museo publica por primera vez una serie de litografías acompañadas por un breve texto llamadas "Colección de Antigüedades que existen en el Museo Nacional".

En el año de 1825 tuvo lugar un evento no por sobresaliente menos desconocido. Gracias a una exposición mexicana montada en el salón egipcio, en Londres, los europeos tuvieron ocasión de admirar, por primera vez réplicas de la piedra del sol, la Coatlicue y la piedra de los sacrificios, también se exhibían varios relieves originales revueltos con platas y animales americanos. Estas últimas piedras prehispánicas fueron adquiridas por el museo Británico y formaron la base de la colección precolombina de la institución.

Mientras tanto, el Museo Nacional de la Ciudad de México se veía afectado por las luchas partidistas que disputaba el poder durante la primera mitad del siglo

XIX. Federalistas y centralistas, liberales y conservadores, llevaron sus diferencias hasta el museo, haciéndole acentuar su carácter de tribuna pública e ideológica.

Las distintas acciones, sin embargo, coincidieron en un punto que en lo sucesivo caracterizaría a los museos mexicanos: la educación, la presentación didáctica sería determinante en todos los aspectos de la actividad museal.

En 1833 la comisión del plan de estudios al examinar el estado de los establecimientos educativos decide suprimir a la universidad prestando atención en cambio al establecimiento de Bellas Artes; en el mismo decreto por el que se suprime la Universidad establece una dirección general de instrucción pública que tendría a su cargo todos los establecimientos públicos de enseñanza.

En 1865 el Emperador de México Maximiliano de Habsburgo ordenó la formación del museo público de Historia Natural, el de Arqueología e Historia y la biblioteca. En 1866 el museo es inaugurado por Maximiliano y Carlota en la antigua Casa de Moneda que formaba parte del Palacio Nacional. El Museo empezó a funcionar apoyado

economicamente por el gobierno y conteniendo las colecciones del Museo Nacional Mexicano. Sin embargo el local de la Casa de Moneda no estaba dispuesto convenientemente para ese objeto y la mayor parte de las cosas tuvieron que ser embodegadas.

Durante la relativa estabilidad del largo período Porfirista el Museo Nacional (otra vez la República le había devuelto su denominación tradicional) gozó de un florecimiento sin par hasta esa fecha. En México los avances del positivismo, el espíritu científico, Justo Sierra y su énfasis en la pedagogía, etc., repercutieron inmediatamente en el depósito de antigüedades: inauguración de la galería de monolitos (1877); la edición de los anales, publicación periódica del Museo en el mismo año y la realización del boletín en 1903 que estaba dedicado al aspecto informativo y administrativo del museo.

Hasta entonces, la idea prevaleciente había sido concentrar todos los tesoros de la nación bajo un mismo techo, pero ésta ambiciosa empresa no prosperó porque ese año estallaría la Revolución Mexicana. Sin embargo una análisis detenido permite constatar que la

corriente opuesta (proliferación y diversificación de museos) había principiado.

Para 1923, el interior del país contaba con museos en las ciudades de Hidalgo, Zacatecas, Guanajuato, Querétaro, Guadalajara, Morelia, Veracruz, Oaxaca y Mérida; Puebla poseía hasta un museo industrial.

Esas primeras décadas del siglo contribuyeron a la formación de nuevos planteles culturales en la metrópolis y sus alrededores; Teotihuacán, Acolman, Tepotzotlán y Churubusco propiciaron museos locales. Igualmente hizo su aparición un museo guadalupano que irritó a varios liberales del Museo Nacional. También surgió el Museo Comercial que completaba el panorama museológico de la urbe. Ya en esa época se hablaba de Chapultepec, el bosque sagrado de los antiguos mexicanos, estaba destinado a convertirse en el hermoso escenario de varios Museos Nacionales.

En 1939 bajo la administración del Presidente Lázaro Cárdenas se constituyó el Instituto Nacional de Antropología e Historia, con el propósito de explorar las

zonas arqueológicas del país y vigilar y conservar los monumentos históricos y artísticos, así como los objetos que en dichos monumentos se encontraran, se contempló también la fundación de un Museo Nacional de Historia en el Castillo de Chapultepec que fué inaugurado en 1940 con fondos provenientes del Museo Nacional de la Calle de Moneda.

Estos fueron los primeros pasos del prestigiado instituto que hoy reúne decenas de museos y cientos de zonas arqueológicas.

En esa década precisamente en 1930, el Ingeniero Alberto Pany, con la colaboración del Arquitecto Carlos Obregón Santacilia elaboró el proyecto de adaptación del Palacio de Iturbide para exhibir parte del acervo de la antigua academia de San Carlos junto con las colecciones de Museo Nacional. Rechazada ésta propuesta, se pensó en la formación de un Museo de Artes Plásticas en el palacio de Bellas Artes. Al inaugurarse éste en 1934 se instalaron en su interior varios museos y galerías. Tales fueron los antecedentes inmediatos para el surgimiento en 1947 del Instituto Nacional de Bellas Artes, organismo

rector de incontables galerías, pinacotecas y casas de cultura en toda la República.

En la actualidad, los dos institutos todavía rigen gran parte de los museos en existencia, aunque nuevas instituciones han hecho aparición en el ramo; tal es el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México que ahora dispone de cuantioso patrimonio universitario. Así mismo, el advenimiento reciente de museos auspiciados a particulares, en especial por la industria privada, configura otra de las tendencias contemporáneas.

El impresionante desarrollo de la museología mexicana durante ésta última mitad del siglo es un fenómeno grato pero no usual. Si la valía de sus colecciones y la arquitectura de sus repositorios han cobrado renombre internacional, ésto se debe también a que desde hace mucho tiempo los bienes culturales son patrimonio de todos. El concepto de utilidad pública implícito en las obras de arte y en los testimonios de la historia han hecho del museo un factor de progreso social y científico. Transmitir las herencias del pasado y comunicar los valores del presente han sido siempre sus

postulados humanistas.

2.1.3 FUNCIONES DE LOS MUSEOS

Un museo como tal debe cumplir con las cinco funciones siguientes:

- Recolectar
- Conservar
- Investigar
- Exponer
- Difundir

1) **RECOLECTAR:** son todas las acciones encomendadas para formar o acrecentar las colecciones del Museo. Esta recolección puede tener distintos orígenes: como resultado de un trabajo de campo, por compra, por donación, por canje, etc.

2) **CONSERVAR:** se trata aquí de una función de características especializadas que tienen que ver con el permanente buen estado de piezas y colecciones. La conservación de un museo consiste desde un simple cartel que prohíbe tocar las piezas, hasta el mantenimiento de un

grado aceptable de iluminación, humedad y temperatura, todo ello con vistas a evitar deterioro de las colecciones en exposición o en bodega.

3) **INVESTIGAR:** es una tarea propia de los especialistas en los distintos materiales, colecciones y épocas.

4) **EXPONER:** frente al público y en relación con éste, es la más importante de las funciones del museo, ya que aquel va a conocer a través de los resultados de un buen diseño y el subsiguiente montaje, las piezas y colecciones que dan razón de ser al museo.

5) **DIFUNDIR:** finalmente, ésta función engloba todo aquello que tiende a posibilitar el conocimiento del patrimonio cultural del museo fuera de éste, para que de ésta manera el público pueda saber en dónde y como puede tener información relacionada con la educación y la cultura.

En ésta última función, la difusión, en la que queremos colaborar, porque estamos concientes de la importancia que tiene la educación en el desarrollo de un pueblo y los museos son parte primordial del patrimonio cultural que fomenta la educación.

2.1.4 CLASIFICACION DE LOS MUSEOS

Para poder relizar nuestra propia clasificación se consultaron diferentes propuestas.

Para efectos estadísticos el International Council of Museums (ICOM) clasifica los museos de la siguiente manera:

a) Según su propietario

1) Museos Nacionales, los que pertenecen al estado.

2) Museos Públicos, los que pertenecen a otras colectividades públicas.

3) Museos Privados, los que pertenecen a sociedades privadaso fundaciones.

b) Según la índole de sus colecciones.

1) Museos Mixtos

2) Museos de Arte e Historia

3) Museos Etnográficos y de Arte Popular

4) Museos Científicos (ciencias exactas

y naturales, y sus aplicaciones)

5) Jardines Zoológicos y Botánicos

6) Acuarios

7) Monumentos Históricos y Sitios

8) Otros museos

La clasificación que propone Aurora León según la temática del contenido del museo es:

1) Arte, incluye museos arqueológicos, de bellas artes, arte contemporáneo y de estilo.

2) Historia, incluye museos de historia, ejército y militar, correo, sello universal, medios de transporte, criminología, farmacia, medicina, naval y aeronáutica.

3) Etnología, incluye museos etnográficos, de folklore, arte y costumbres populares.

4) Ciencia, incluye museos de ciencias naturales, ciencias físicas, ciencias químicas e instrumentos científicos.

5) Técnica, incluye museos de técnica publicitaria, de maquinaria industrial, de

reproducciones y de artes y oficios.

Partiendo de las clasificaciones anteriores proponemos a continuación la clasificación que consideramos más apropiada para nuestras necesidades.

1) Ciencias y Tecnología. Los museos de ciencia recogen, estructuran y analizan piezas de carácter científico y su principal interés radica en el estudio de la evolución de los objetos naturales, transformados y conservados en su naturaleza, con el fin de mostrar los logros y progresos humanos, por otro lado los museos tecnológicos están dedicados a la técnica de la disciplina artística, histórica o científica, además de la fabricación, producción o reproducción de las mismas.

2) Artísticos. Estos museos escogen las piezas dotadas de un valor artístico por el autor, por el reconocimiento progresivo de la historia y crítica artística y por su pertenencia al campo del arte. Las ramas que integran artes son; pintura, escultura, artes gráficas, artes industriales y artes menores.

3) Historia. Estos museos tienen la finalidad de mostrar y fomentar el estudio

de los sucesos pasados y memorables de personajes o de pueblos. Estando también contenidos dentro de ésta categoría los museos de Antropología, Arqueología y Biográficos.

2.2 EL VISITANTE

El hombre tiene que acompañar el desenvolvimiento del mundo que lo rodea buscando conocer y aprender cada vez más para vivir mejor en él.

El museo a su vez, debe entonces conocer las necesidades del hombre, intentar acompañar el paso de los acontecimientos para poder dar respuesta a sus interrogantes.

Hay museos que en verdad están buscando cada vez más acercarse a la realidad de las personas que los visitan, tomando en cuenta sus potencialidades y limitaciones para crear una museografía de acuerdo a nivel cultural de su público, a su biotipo, a su idioma.

TIPOS DE LOS VISITANTES

El museólogo, debe preguntarse como puede presentar los objetos y preparar los distintos programas de manera que el público se sienta atraído al museo, para

ésto debe de tomar en cuenta los distintos tipos de visitantes a los museos.

1) Indiferentes. Son los visitantes que no sienten inclinación ni repugnancia hacia su visita.

2) Sin interés. Son visitantes ocasionales.

3) Curiosos. Son los visitantes que buscan el sensacionalismo.

4) Interesados. Son los turistas o los visitantes que vuelven.

5) Vivamente interesados. Son los visitantes preparados.

6) Interesados por mejorar su situación y aumentar su prestigio social.

7) Con un interés profesional y objetivo.

8) Con una motivación interna. Son visitantes introdirigidos.

2.2.1 MANERAS DE VISITAR UN MUSEO Y SU PROCESO DE INFORMACION

Las maneras de visitar los museos son:

1) Individual. Eventual o frecuentemente

2) Por parejas. Por casualidad o varias veces.

3) Como miembro de un grupo fortuito.

4) Como miembro de un grupo organizado.

5) Formando parte de una visita guiada.

No obstante que la manera de visitar un museo es muy variada el proceso de información es siempre el mismo.

-Recepción de información.

-Retención de la información.

- Comprensión de la información.

- Organización de la información.

- Integración de la información.

- Capacidad para efectuar cambios culturales.

2.2.2 EL MUSEO COMO MEDIO DE EDUCACION

Entre las muchas misiones que el museo tiene está la de educación, la cual los museos están tendiendo a dar mayor énfasis en la actualidad.

La función educativa es una actividad completa dentro de la museología; consiste en contribuir a la formación cultural, intelectual, artística y afectiva del público en general, desarrollando en ésta una sensibilidad hacia el mundo que lo rodea, así como conocer su pasado.

Hay quienes llegan a decir que el museo tiene muchas funciones; pero una sola meta: siendo ésta la educación. Si tomamos a ésta en un sentido amplio, como todo aquello que sirve para dar a un individuo más o menos conocimientos a cerca del mundo en el cual vive, independientemente de la forma en que ésto se ha logrado, el aspecto educativo está implícito en todas las funciones del museo.

El "Museo Ideal", entonces, se comunica con el público en todas las maneras posibles ya sea a través de los medios de comunicación, o del ambiente

que crea, estrechando las relaciones con la comunidad que lo rodea, utilizando y comprendiendo el lenguaje de los visitantes ofreciendo un amplio programa educacional y a través de su actitud política y social.

"La finalidad educativa, difiere de la tarea de enseñanza es decir, que estando ambas incluidas en la labor didáctica implican diferentes niveles de aprendizaje; la educación que el museo debe proporcionar se fundamenta en el servicio como guía para el cultivo del gusto, de la sensibilidad artística y para capacitar las facultades intelectuales del público. A éste nivel educativo los objetos más que impresionar deben sugerir, mover a la sorpresa y admiración. Por otro lado la enseñanza la ejerce el museo en un grado superior de conocimientos al ofrecer la posibilidad de desarrollo del pensamiento humano indicando peculiaridades, relaciones y divergencias entre los objetos, haciendo confrontar al público mundos artísticos diversos, incitando a la reflexión científica y estimulando la imaginación"²⁰

Hoy por hoy, la línea entre educación y entretenimiento es cada vez menos clara.

²⁰ Museos y Espacios MUscográficos de la U.N.A.M.; México, 1985. p.34

A nivel oficial e institucional hasta hoy se mantienen ambos conceptos estrictamente aparte. El museo, en éste sentido, se presenta como un centro donde ambos conceptos pueden fusionarse perfectamente. Un museo puede ser educativo; pero por ésto no tiene que dejar de ser divertido. Es claro que ciertos museos por su naturaleza, ofrecen más entretenimiento que otros; y es lógico, por lo anteriormente dicho que loque estimula y divierte a una persona no tendrá el mismo efecto sobre otro.

2.2.3 ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS

Por medio de ésta encuesta detectamos el interés que el público le dá al tema, cada pregunta realizada tiene un objetivo y los resultados que obtenemos de éstas nos ayudan a determinar el enfoque del contenido de la guía y sus características básicas, además de justificar su necesidad y utilidad en la sociedad.

PREGUNTAS

EDAD

SEXO

OCUPACION

En las preguntas de opción múltiple conteste numerando por orden de importancia.

1) ¿Que tipo de información le interesaría consultar de un museo?

- a) Información general
- b) Historia
- c) Tipo de exposiciones
- d) Otros

Objetivo: su intención es saber que es lo que más interesa del tema y así encaminar la información de la guía sobre esos aspectos.

Respuesta: lo que más interesa sobre los museos es el tipo de exposiciones que tienen, es decir la temática; le sigue la información de historia del museo y junto con ésta la información general.

2) ¿A donde recurre para obtener datos sobre un museo?

- a) Museo
- b) Medios (radio, televisión,

prensa, etc.)

- c) Biblioteca
- d) No sabe a donde recurrir

Objetivo: nos interesa investigar que medio es al que más recurre la gente para obtener información sobre los museos.

Respuesta: la gente recurre principalmente a los medios impresos para obtener los datos que desean sobre los museos, después en menor proporción recurren a los medios de difusión y finalmente a las bibliotecas, gran parte de la gente no sabe a donde recurrir para obtener información de los museos.

3) ¿Conoce alguna guía que le facilite la información sobre museos?

- a) Sí
- b) No
- c) ¿Cual?

Objetivo: buscamos conocer si se tienen antecedentes en cuanto a buscar información de los museos en una guía y si tienen, conocer la competencia.

Respuesta: La mayoría de las personas (85%) no conocen ninguna guía que contenga información de museos, el resto (15%) recurre al periódico y centros culturales.

4) ¿Consideraría útil una guía que tratara exclusivamente de los museos en la Ciudad de México?

- a) Sí
- b) No
- c) ¿Cual?

Objetivo: Queremos saber el interés que existe sobre los museos, para reafirmar la utilidad de una guía que trate exclusivamente sobre éstos.

Respuesta: Todos los encuestados consideraron útil que tratara exclusivamente de los museos de la Ciudad de México, las razones son:

información, cultura, orientación, apoyo turístico, fines escolares, servicios, tipos de museos, etc.

5) ¿Que uso daría a ésta guía?

- a) Consulta de información general
- b) Consulta de introducción a los museos
- c) Orientación turística
- d) Otros

Objetivo: pretendemos ubicar el interés de la gente para enfocar la información en esa forma.

Respuesta: el interés principal de la consulta resultó ser la introducción a los museos, le siguió la consulta de información general y por último la orientación turística.

6) ¿En caso de estar en venta la guía, que lo motivaría más a su adquisición?

- a) Su diseño
- b) Sus fotografías
- c) Su información
- d) Su precio

Objetivo: averiguar la calidad de la publicación, para determinar,

dependiendo de la predilección del público, si su impresión será en dos o más tintas y cual es el formato y papel conveniente.

Respuesta: en éste último punto sobre la calidad de la publicación, obtuvimos que la información y el diseño es lo más importante para la adquisición de la guía, las fotografías le siguieron en importancia, el precio resultó ser un punto de regular valor para la adquisición de la guía.

CONCLUSIONES

EDAD: entre los 18 y 50 años

SEXO: ambos sexos

NIVEL SOCIOECONOMICO: medio, medio-alto y alto.

PODER ADQUISITIVO: medio

- La temática del museo debe estar claramente identificada.

- La prensa y televisión son los principales medios de difusión de los museos.

- Las guías de museos editadas son muy

poco conocidas.

- Es de gran utilidad una guía de museos ya que existe la necesidad de obtener la información que se desea saber sobre ellos, más fácilmente.

- Al público le interesa conocer más de sus museos.

- La información que contenga la guía debe estar integrada al diseño de manera que se complementen funcionalmente.

NIVEL CULTURAL DEL LECTOR

Esta guía estará enfocada para personas de un estrato cultural medio y medio-alto donde ubicamos a estudiantes de educación media superior hasta profesionistas, hombres y mujeres, con interés de aumentar su nivel cultural en todos sus diferentes aspectos (ciencia, arte, tecnología, etc.), de manera que la visita a los museos ayude a incrementar éste panorama.

ESTADÍSTICAS

Visitantes de los museos de la Ciudad de México.

AÑO	VISITANTES NACIONALES	VISITANTES EXTRANJEROS
1985	4,059,367	748,840
1986	4,770,466	1,367,366
AÑO	ESTUDIANTES	NO ESTUDIANTES
1985	510,197	2,800,330
1986	1,280,130	3,490,336

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática(INEGI). La última

estadística existente es hasta 1986.

2.3 LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE MEXICO

La gran ciudad de México contiene numerosos museos de diferentes características. Los 47 museos reseñados son agrupados en las especialidades de Museos de Ciencias y Tecnología, Museos Artísticos y Museos de Historia.

2.3.1 MUSEOS DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

MUSEO DE HISTORIA NATURAL

DIRECCION: Segunda sección del nuevo Bosque de Chapultepec

TELEFONO: 5-16-28-48

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Cuenta con modernas instalaciones diseñadas a base de grandes módulos de planta circular coronados por bóvedas semiesféricas que le dan una apariencia futurista. En la concepción del guión museográfico el aspecto de entretenimiento didáctico recibe especial atención, por lo que se recurre al uso de

dioramas y dispositivos mecánicos para ilustrar las teorías actuales sobre el origen del universo, el surgimiento, evolución y distribución de la vida en el planeta y otros temas de biología general, biogeografía y ecología. Resultan muy atractivas las distintas especies de animales disecados que complementan la exposición.

MUSEO DE HISTORIA DE LA MEDICINA

DIRECCION: Plaza de Santo Domingo, en la esquina de Brasil con Venezuela, Col. Centro.

TELEFONO: 5-26-12-75

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00 hrs. excepto sábados y domingos.

Ocupa parte del magnífico Palacio de la Inquisición, edificio de estilo barroco del siglo XVIII. La fachada, de tezontle rojo, está orientada hacia la esquina que forman las calles de Brasil y Venezuela, frente a la plaza de Santo Domingo, uno de los rincones más tradicionales del centro de la ciudad.

El objetivo del museo es presentar la

historia de la medicina en México desde la herbolaria indígena del siglo XIII hasta nuestros días.

Las exhibiciones están debidamente documentadas en fuentes originales como son las técnicas curativas de los mayas, olmecas y teotihuacanos descritas en los códices Borgia y Borbónico. En una de sus salas se reproduce el ambiente de una botica del siglo XIX. Cuenta además con un

MUSEO DE GEOLOGIA

DIRECCION: Torres Bodet No. 176.
Col. Santa María la Ribera.

TELEFONO: 5-41-01-16

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

Se trata de un señorial edificio de estilo renacentista construido al finalizar el siglo XIX para alojar el Instituto Geológico Nacional. La fachada está decorada con temas alucivos en alto y bajo relieve y en su importante acervo bibliográfico en el que no es difícil encontrar libros de gran valor. interior se conservan los emplomados de las ventanas y los barandales Art- Noveau,

así como una serie de pinturas de José María Velasco que interpretan hechos botánicos y geológicos. colección se compone de fósiles, animales y vegetales con los que se ilustra la evolución geológica, ejemplares de diferentes animales de México y de otros países, especímenes de minerales, de rocas, etc.

MUSEO TECNOLOGICO C.F.E.

DIRECCION: Segunda sección del nuevo Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 5-16-09-64

HORARIO: Abierto de 9:00 a 17:00 hrs. excepto lunes

Fue concebido principalmente como un recurso didáctico para la comprensión de los fenómenos científicos y técnicos aplicados al progreso de la humanidad. Cuenta con modernas y amplias instalaciones en las que el visitante puede moverse libremente y accionar por sí mismo el material expuesto en las distintas salas como la de electrostática, magnetismo o las ondas electromagnéticas.

También se presenta el desarrollo del transporte incluyendo barcos,

automóviles, aviones, cohetes espaciales, etc.

MUSEO DE INSTRUMENTOS MUSICALES

DIRECCION: Liverpool No. 16, Col. Juárez. Entre Berlín y Bruselas

TELEFONO: 5-16-20-48

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00 hrs. excepto sábados, domingos y lunes.

Instalado en una vieja casona del primer tercio de éste siglo, el museo presenta una serie de instrumentos musicales diseñados por el hombre a través del tiempo. Especialmente rica es la muestra regional prehispánica integrada por instrumentos de viento y percusión como caracoles, ocarinas, chirimías, sonajas, raspadores, guajes y los conocidos tambores huéhuatl y teponaztle. También se exhiben antiguas flautas y trompetas centroeuropeas, un órgano chino, diferentes tipos de tambores cubanos y varias piezas más.

MUSEO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS Y ARTES

DIRECCION: Explanada central de

ciudad universitaria.

TELEFONO: 5-48-99-53

HORARIO: A bierto de 10:00 a 19:00 hrs. excepto sábados y domingos.

Fué creado para exhibir las expresiones culturales, científicas y técnicas de la Universidad Nacional Autónoma de México; de ahí que se presenten exposiciones temporales de diversos temas, muchas veces relacionados con eventos relevantes del momento, como la exposición organizada en torno al cometa Haley. Forman parte de su patrimonio una interesante colección de artesanías de casi todos los países del mundo e importantes colecciones de antropología donadas por Raúl Kamffer, William Sprattling, Roch y Hecht.

2.3.2 MUSEOS ARTISTICOS

MUSEO DE LA ACUARELA MEXICANA

DIRECCION: Salvador Novo No. 88, esq. con Francisco Sosa. Col. Coyoacán

TELEFONO: 5-54-18-01

HORARIO: Abierto de 11:00 a 18:00

hrs. excepto los lunes.

El presente museo tiene como objetivo fundamental el rescate y promoción de la técnica de la acuarela, considerada por algún tiempo como un arte menor debido tal vez a su fragilidad. Sin embargo la pintura al agua es uno de los primeros recursos artísticos de todos los pueblos, y como tal la encontramos ya en la decoración de muros y piezas de cerámica así como en la elaboración de códices en la época prehispánica.

La colección de Guati rojo integra al acervo de éste museo y consta de 70 obras que ordenadas cronológicamente describen el desarrollo de la acuarela mexicana. De los acuarelistas contemporáneos se exhiben obras de Beteta, Alanís, Aguirre Tinoco y López Canales entre otros.

MUSEO DE LA ALAMEDA

DIRECCION: Colón y Balderas. En costado oeste de la Alameda Central.

TELEFONO:5-21-10-15.

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Se trata de un recinto de líneas modernas y sencillas edificado especialmente para alojar el famoso mural de Diego Rivera, "Sueño de una tarde dominical en la Alameda". Esta importante obra fué pintada originalmente a finales de los años 40 en el interior del hotel del Prado de donde tuvo que ser removida a causa de los graves daños sufridos por el inmueble durante los sismos de 1985. El nuevo recinto permite apreciar perfectamente ésta obra monumental de 60 mts. de largo x 4.30 mts. de alto.

En ella, el pintor quiso sintetizar diversos episodios de la historia de México que guardan alguna relación con el escenario de la Alameda, recurriendo a la alegoría del sueño. Gracias a un diagrama explicativo de todos los elementos que integran el mural, el visitante puede adentrarse fácilmente en su significado; así mismo, un amplio balcón instalado en el segundo nivel enriquece la perspectiva de la planta baja.

MUSEO DE ARTE MODERNO

DIRECCION: Paseo de la Reforma y

Gandhi. Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 5-53-62-11

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Construido exprefeso para albergar éste museo, el edificio consta de dos módulos de planta circular en los que predomina el uso de materiales como el mármol, aluminio, cristal y domos de fibra de vidrio que dejan pasar la luz cenital y con lo que se crea un ambiente justamente modernista.

Está dedicado a presentar la prodección artística contemporánea, especialmente la de nuestro país, aunque constantemente se realizan exposiciones temporales de autores extranjeros. Así se exhiben obras de autores que, aunque más conocidos como muralistas, dejaron también muestras de su genio artístico en la pintura de caballete, como son José Clemente Orozco, Diego Rivera, David A. Siqueiros, el Dr. Ail o Rufino Tamayo.

El talento pictórico de las generaciones más jóvenes se representa con contribuciones de Remedios Varo, José

Luis Cuevas, Manuel Felguérez, Francisco Toledo o Ricardo Martínez. Finalmente los jardines del museo se han utilizado para exponer el trabajo de los escultores de nuestra época como Francisco Zúñiga y Matias Goeritz, entre otros.

MUSEO NACIONAL DE ARTE

DIRECCION: Tacuba No. 8. Casi esq. con eje central, col. Centro.

TELEFONO: 5-12-32-24

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Ocupa el llamado Palacio de las Comunicaciones, otro ejemplo de las oficinas y monumentos públicos levantados durante el régimen del General Porfirio Díaz derrumbado apenas iniciado el presente siglo. El resultado fué un suntuoso edificio de estilo neorrenacentista, pródigo en el fino trabajo de los bronce, la madera, los emplomados, los cristales y las pinturas al fresco que decoran todo el conjunto. Son dignos de mención el hermoso artesonado de los techos y la elegante escalera monumental que comunica sus

tres pisos. En sus salas se presenta un panorama de las diversas tendencias y estilos abordados por los artistas mexicanos a lo largo del tiempo. Especialmente recomendable es el espacio dedicado a la obra de José María Velasco, el paisajista por antonomasia del Valle de México.

MUSEO ANAHUACALLI O DIEGO RIVERA

DIRECCION: Calle del Museo No. 150, col. San Pablo Tepetlapa.

TELEFONO: 5-67-28-73

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

El estudio del pintor, construido por él mismo, fué donado a la sociedad para exponer su valiosa colección de arte precolombino. Buen conocedor de la arqueología mesoamericana, Rivera exaltó sus valores y con su pintura se convirtió en el gran propagandista del indigenismo en México. A lo largo de su vida reunió cerca de sesenta mil piezas de singular belleza que ahora se presentan cronológicamente ordenadas en una construcción de piedra volcánica que

recuerda las antiguas pirámides.

CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO

DIRECCION: Campos Elíseos y Jorge Eliot, col. Polanco.

TELEFONO: 2-03-58-20

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Es un moderno edificio de cuatro pisos y alrededor de un espacioso patio central cubierto, se presentan exhibiciones temporales de la producción plástica nacional e internacional del siglo XX en el campo de la pintura, la escultura, la gráfica y las artes decorativas. El patrimonio del centro incluye, además tres colecciones artísticas llamadas de arte contemporáneo, de arte fotográfico y de arte prehispánico que, ocasionalmente, se exhiben. La primera de ellas cuenta con obras de Diego Rivera, Gunther Gerzo, José Luis Cuevas, Francisco Toledo, David Hockney, Paul Huxley, Louise Bourgeois, Karl Lagerfeld, etc.

Posee también un conjunto de 1,400 fotografías, reunidas por Manuel Alvarez

Bravo, que ejemplifican el desarrollo de éste arte desde sus inicios en el siglo pasado con la técnica del daguerrotipo de la albúmina hasta el uso del color y del método polaroid en la actualidad.

La tercera colección consta de 400 piezas de arte precolombino mesoamericano, todas ellas seleccionadas por la belleza de su diseño y su delicada manufactura, entre las que se encuentran objetos de uso religioso y doméstico, esculturas, máscaras y silbatos.

MUSEO CARRILLO GIL

DIRECCION: Av. Revolución No. 1608, esq. Altavista, col. San Angel

TELEFONO: 5-50-39-83

HORARIO: Abierto de 10:00 a 19:00 hrs. excepto lunes.

Es un sencillo edificio de líneas modernas, se exhibe la colección de arte contemporáneo del matrimonio Carrillo Gil, posteriormente adquirida por el gobierno mexicano. Un buen número de obras de los muralista clásicos, Orozco, Rivera y Siqueiros, integran el patrimonio del museo, así como algunos originales de Picasso y Kandinsky. Aquí

se organizan también exposiciones temporales no sólo de pintura, sino de tapices, escultura, etc., y también distintas actividades de difusión cultural.

MUSEO NACIONAL DE LA ESTAMPA

DIRECCION: Av. Hidalgo No. 39, col. Centro

TELEFONO: 5-21-22-44

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Es una casa construida a fines del siglo pasado, que forma parte del hermoso conjunto de la Plaza de la Santa Veracruz, se encuentra éste museo dedicado a mostrar la colección gráfica, en su expresión de estampas y grabados, perteneciente al Instituto Nacional de Bellas Artes. Su acervo total es de 10,000 obras que, dada su delicada condición, no pueden ser exhibidas constantemente, por lo que se pretende renovar el material cada cierto tiempo respetando el guión museográfico y el período histórico de cada una de las salas.

MUSEO FRIDA KAHLO

DIRECCION: Londres No. 247, esq.
con Allende. Col. Coyoacán.

TELEFONO: 5-54-59-99

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00
hrs. y de 15:00 a 18:00 hrs. excepto
lunes.

Se trata de la casa que habitara el pintor durante su vida matrimonial con Diego Rivera quien, a la muerte de su esposa, decidió conservar el ambiente doméstico original en honor a su memoria. El conocido nacionalismo de la pareja impregna la decoración de todas las habitaciones con numerosas piezas de artesanía mexicana, desde la cocina hasta el patio en el que incluso se encuentra una pequeña pirámide. La recámara y el estudio de Frida atestiguan su atormentada constitución física, que no poco ha contribuido a la creación del mito que ahora encarna. Se exhiben desde luego, parte de su obra como el famoso retrato de "Las dos Fridas" y gran cantidad de sus objetos personales.

MUSEO DE ARTES APLICADAS
FRANZ MAYER

DIRECCION: Av. Hidalgo No. 45, col.

Centro

TELEFONO: 5-18-22-66

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00
hrs. excepto lunes.

En el edificio colonial que ocupara el antiguo hospital de San Juan de Dios, recientemente restaurado, se ha instalado un impresionante acervo artístico, legado al pueblo de México por el coleccionista alemán Franz Mayer.

Se trata probablemente de la más bella y extensa colección particular que se presenta al público de nuestra ciudad de muy diversos objetos que, a su gran valor estético, agregan el tener alguna utilidad para la vida práctica pero sobre todo para hacerla más placentera. Entrarían en ésta categoría los muebles, vajillas, recipientes, candelabros, tapetes, relojes y tapices que alguna vez engalanaron casas señoriales tanto de nuestro país como de otras partes del mundo, así como muchos objetos de culto utilizados en las ceremonias del rito cristiano.

MUSEO DEL PALACIO DE BELLAS
ARTES

DIRECCION: Av. Juárez y Lázaro

Cárdenas, col. Centro.

TELEFONO: 5-12-36-33

HORARIO: Abierto de 10:30 a 18:00 hrs. excepto lunes.

Iniciada en los últimos años del porfiriato, la construcción se interrumpió durante la revolución y no fué sino hasta la década de los treinta cuando se retomaron los trabajos. El edificio que alberga un fastuoso teatro, combina los estilos Art-Noveau y Art Deco y no escatima en detalles lujosos, como las brillantes cúpulas metálicas que rematan el nivel más alto del techo, las fachadas y pisos de mármol de distintos colores, la profusión de esculturas y altorrelieves que adornan la entrada principal o el deslumbrante telón de pequeños cristales donde se reproduce a los volcanes Iztaccihuatl y Popocatepétl.

El museo propiamente dicho se ha instalado en el segundo y tercer nivel, y en su repertorio se incluyen obras de autores mexicanos del siglo pasado como los paisajistas José María Velasco y Eugenio Landesio, de Julio Ruelas y Joaquín Clausell y el célebre grabador José Guadalupe Posada.

A los pintores de la primera mitad del siglo XX se les ofrecieron los muros del palacio para expresar su arte y en ellos quedó el testimonio de Orozco, Rivera, Siqueiros, Tamayo, Rodríguez Lozano y González Camarena.

En la planta baja se llevan a cabo las exposiciones temporales tanto nacionales como extranjeras.

POLYFORUM CULTURAL
SIQUEIROS

DIRECCION: Insurgentes sur y filadelfia, col. Nápoles. En el área del hotel de México.

TELEFONO: 5-36-45-34

HORARIO: Abierto de 10:00 a 19:00 hrs. Visitas guiadas, previa cita.

Este lugar pretende ser más que un recinto dedicado a David Alfaro Siqueiros, y funcionar como un verdadero centro difusor de la cultura contemporánea.

Cada uno de los cuatro foros que constituyen el conjunto presenta distintas actividades artísticas y culturales, como el

d Juventud concebido como escenario teatral, el de las Artesanías que exhibe arte popular mexicano, el Nacional dedicado a las exposiciones temporales y el gran Foro Universal en el que Siqueiros consideraba haber realizado su obra mural más importante. En 2,400 mts cuadrados, el pintor desarrolla su visión de la "Marcha de la Humanidad en la Tierra y hacia el Cosmos" combinando la pintura y la escultura y utilizando fundamentalmente materiales acrílicos.

MUSEO ESCULTORICO GELES CABRERA

DIRECCION: Xicoténcatl No. 181, col. Coyoacán.

HORARIO: Abierto de 10:00 a 13:00 y de 17:00 a 19:00 hrs. Excepto sábados y domingos

Este museo privado fué fundado en 1966 por Geles Cabrera, una de las escultoras mexicanas de mayor renombre, algunos de cuyos trabajos se encuentran tanto en el museo de Arte Moderno de la Ciudad de México como en museos de otros países. En sus trabajos escultóricos intenta reducir las formas a sus elementos más simples y se

opone al estilo figurativo naturalista, utilizando gran variedad de materiales.

El museo está situado en un jardín; en él se hallan colocadas las obras, siguiendo un pasillo con dos escalerillas, de piedra, que conducen a diferentes niveles posibilitando la mejor observación de las esculturas exhibidas.

MUSEO RUFINO TAMAYO

DIRECCION: Paseo de la Reforma y Gandhi. Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 2-86-58-89

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto lunes.

De afortunada ubicación, sus espaciosos y modernos interiores y la riqueza de sus obras artísticas contemporáneas hacen muy interesante la visita a éste museo. La museografía tradicional se evita con la disposición de las salas en varias dimensiones y desniveles, lo que aunado a la presencia de luminosos patios interiores produce un agradable efecto ambiental.

Junto con la exhibición de las obras donadas por Rufino Tamayo al pueblo de

México, y de otros autores nacionales como Cuevas, Felguérez, Mérida o Gerzo, se presentan las tendencias de la plástica internacional en los últimos 50 años como el expresionismo abstracto, la abstracción informal, el arte cinético o el arte conceptual y, entre las que destacan los nombres de Picasso, Dalí, Miró, Vasarely y Bacon.

MUSEO DEL RISCO

DIRECCION: Plaza de San Jacinto No. 15, col. San Angel.

TELEFONO: 5-48-23-29

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00 hrs. excepto lunes. Domingos de 10:00 a 14:00 hrs.

Ocupa una hermosa casa colonial situada en el barrio de San Angel. Esta fué restaurada por el humanista mexicano Isidro Fabela, y posteriormente donada como museo para exhibir su colección artística que contiene obras de pintores europeos del siglo XIV al XVIII y mexicanos del período virreinal.

También se pueden apreciar las habitaciones que ocupara la familia Fabela, bellamente decoradas con

muebles de época. La casa debe su nombre a la original fuente que se encuentra adosada a una de las paredes del patio interior y totalmente recubierta por pedazos de cerámica o "riscos" procedentes de varias partes del mundo.

MUSEO DE SAN CARLOS

DIRECCION: Puente de Alvarado No. 50, col. Tabacalera.

TELEFONO: 5-66-85-22

HORARIO: Abierto de 10:00 a 15:00 y de 16:00 a 18:00 hrs. excepto martes.

Se encuentra en el neoclásico Palacio de Buenavista, construido por el célebre Arquitecto Manuel Tolsá durante el siglo pasado. En él se instaló la colección artística reunida por la antigua Academia de Artes de San Carlos a lo largo de doscientos años.

Algunas de sus obras constituyen el acervo pictórico más antiguo de América en el que se incluye a la mayoría de las escuelas tradicionales del viejo continente, desarrolladas entre el siglo XIV y el XIX, se exhiben así ejemplos del período gótico, renacentista, manierista, barroco, rococó, neoclásico,

romántico, realista, simbolista e impresionista. Entre los autores clásicos se presentan firmas tan famosas como las de Da Vinci, Rafael, Miguel Angel, Rembrandt, Rubens, Tintoreto, Goya o Zurbarán.

MUSEO DE ARTES E INDUSTRIAS POPULARES

DIRECCION: Ave. Juárez No. 44, col. Centro. Frente a la Alameda Central.

TELEFONO: 5-21-66-79

HORARIO: Abierto de 10:00 a 18:00 hrs. excepto los domingos.

Se encuentra en el convento de Corpus Christi. Presenta una rica muestra de arte popular mexicano en la que se incluye juguetes del siglo XVIII, máscaras antiguas, miniaturas y muy variadas piezas de cerámica, vidrio, textiles, lacas, platería, etc.

Cuenta con una pintura mural, debida a Miguel Covarrubias, en la que se identifican la flora, fauna y tipos locales de las distintas áreas geográficas así como la artesanía que en ellas se produce.

MUSEO DE LA CARICATURA

DIRECCION: Donceles No. 99 A, col. Centro. Atrás de la Catedral Metropolitana.

TELEFONO: 7-02-51-06

HORARIO: Abierto de 10:00 a 16:00 hrs. excepto lunes.

En otro de los bellos edificios coloniales que conforman el centro histórico de nuestra ciudad, el excolegio de Cristo, se ha instalado éste singular museo. Teniendo como objetivo fundamental el construirse en un espacio abierto a los caricaturistas políticos de todas las épocas, nos ofrece la historia de éste género artístico en nuestro país con reproducciones de famosas publicaciones satíricas del siglo pasado como la Orquesta, el Gallo Pitagórico, el Ahuizote, el Hijo del Ahuizote etc.

Asimismo, se presentan originales de grandes caricaturistas contemporáneos, como Carreño, Freyre, Osbaldo, Naranjo, Rius, Pruneda, Iracheta, Moysen, Arias Bernal, Pedro Sol, Ricardo Martínez, entre otros.

MUSEO DE CERA DE LA CIUDAD DE MEXICO

DIRECCION: Londres No. 6, col. Juárez. Entre Berlín y Bruselas.

TELEFONO: 5-46-37-84

HORARIO: Abierto de 11:00 a 19:00 hrs. de lunes a viernes, sábados y Domingos de 10:00 a 19:00 hrs.

En una elegante residencia estilo Art Nouveau de principios del siglo, se exhiben casi un centenar de figuras de cerca de sorprendente realismo. En ellas se recrean personalidades de distintas partes del mundo que a lo largo del tiempo han destacado en algún aspecto de la cultura, la historia, el arte, las ciencias o la política. Entre los personajes relacionados con la historia de México se encuentran Cuauhtemoc, Hernán Cortés, Sor Juana, Miguel Hidalgo, Maximiliano y Carlota, Benito Juárez, Porfirio Díaz, etc.; y con la historia universal Charles De Gaulle, Winston Churchill, Stalin y Roosevelt. Entre los contemporáneos están famosos cantantes como Jorge Negrete y Pedro Infante y cómicos como Cantinflas. En el sótano se ha instalado una galería de terror con retratos y motivos macabros.

MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES

DIRECCION: Hidalgo No. 289, col. Coyoacán.

TELEFONO: 5-54-88-48

HORARIO: Abierto de 9:00 a 19:00 hrs. excepto lunes. Sábado y domingo de 10:00 a 17:00 hrs.

Este museo ocupa una casa típica del centenario barrio de Coyoacán y tiene como fin la promoción de las manifestaciones culturales de origen popular para evitar que caigan en el olvido nuestras costumbres y tradiciones asediadas por la modernidad.

Con una gran imaginación se organizan exposiciones temporales de muy diversa temática, buscando en todas ellas estimular la participación de la comunidad mediante montajes creativos y actividades paralelas de difusión como concursos, programas de radio y televisión, ciclos de charlas y conferencias.

Hasta ahora se han presentado entre otros eventos, "El maíz, fundamento de

la cultura popular mexicana", "El universo del Amate", "La cosa está del cocol, y otros panes" y "Ver para creer" ésta última sobre el circo.

MUSEO NACIONAL DE LA CHARRERIA

DIRECCION: Isabel la Católica No. 108, col. Centro.

TELEFONO: 5-21-06-65

HORARIO: Abierto de 9:30 a 19:30 hrs. excepto sábados y domingos.

Se encuentra en la antigua iglesia de Montserrat que data del siglo XVI aunque en el siglo XVIII se reconstruyó en estilo barroco. Se trata de una singular colección reunida por la federación nacional de charros en la que se manifiesta ésta tradición mexicana. Se exhiben así espuelas y sillas de montar bellamente trabajadas, antiguos trajes y sombreros de charro bordados con hilo de oro y plata, pistolas ricamente adornadas, estandartes, insignias y otros muchos objetos más.

MUSEO DE LA INDUMENTARIA MEXICANA

DIRECCION: Izazaga No. 80, col. Centro.

TELEFONO: 7-09-57-56

HORARIO: Abierto de 10:00 a 15:00 hrs. excepto sábado domingo y lunes.

Presenta una rica colección de trajes típicos mexicanos reunidos por el folklorista y fotógrafo Luis Márquez, quien viajó extensamente con ella tanto en el interior del país como en el extranjero y finalmente la donó al Claustro de Sor Juana. Destaca el conjunto de 40 vestidos antiguos de China Poblana, considerado como el traje femenino nacional, espléndidamente bordados en lentejuela. Se exhiben también huipiles chiapanecos, los bellos trajes de las tehuanas del Istmo y los de la región de Mayab, delicadamente adornados con diseños de flores multicolores.

MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

DIRECCION: Enrique González Martínez No. 10, col Santa María.

TELEFONO: 5-46-54-84

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00 hrs y de 16:00 a 19:00 hrs excepto lunes y martes.

Es el llamado palacio de cristal, construido en 1909 para alojar exposiciones internacionales. Posteriormente se convirtió en museo de historia natural y en la actualidad funciona como parte de las actividades de extensión universitaria de la U.N.A.M. En él se llevan a cabo exposiciones temporales sobre artes plásticas.

MUSEO PALACIO DE ITURBIDE

DIRECCION: Madero No. 17, col. Centro

TELEFONO: 5-18-21-88

HORARIO: Abierto de 9:00 a 14:00 hrs y de 16:00 a 18:00 hrs. Todos los días.

Se trata de uno de los edificios más bellos del centro histórico de la ciudad, construido en el siglo XVIII por el ya mencionado Arquitecto Guerrero y Torres en estilo barroco. Originalmente fué la casa del Conde San Mateo Valparaíso, presenciando en el siglo

pasado la exaltación al trono imperial de Agustín de Iturbide y cayendo posteriormente en un lento pero constante abandono. En la actualidad a recuperado su antiguo esplendor y aloja una institución bancaria. Gracias a las obras de restauración, puede apreciarse el rico trabajo de la fachada así como el gran patio interior rodeado de 18 arcos de medio punto, donde se presentan importantes exposiciones artísticas.

MUSEO PALACIO DE MINERIA

DIRECCION: Tacuba No. 5, col. Centro.

TELEFONO: 5-21-40-20

HORARIO: Abierto de 9:00 a 14:00 hrs. y de 16:00 a 20:00 hrs. excepto domingos.

Forma parte también del espléndido patrimonio monumental del centro histórico y se considera como una de las muestras más importantes de la arquitectura neoclásica del continente. Fué edificada en el siglo XIX por el español Manuel Tolsá para albergar al Real Seminario de Minería y desde entonces ha sido ocupado por varias

instituciones académicas, siendo hoy en día parte de la facultad de Ingeniería de la U.N.A.M. Su patio interior sirve de marco para exposiciones temporales, conciertos y otros eventos culturales.

2.3.3 MUSEOS DE HISTORIA

MUSEO ARQUEOLOGICO DE CUICUILCO

DIRECCION: Insurgentes sur y anillo periférico. Tlalpan.

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

Situado a un costado de la famosa pirámide de planta circular del periodo Preclásico temprano, éste museo de "sitio" presenta diversos aspectos de la vida de una de las aldeas primigenias de nuestro pasado precolombino, arrasada por la erupción volcánica de Xitle.

El visitante puede apreciar, clara y sencillamente, desde el aspecto físico de sus antiguos habitantes hasta sus costumbres en materia de religión, política o economía, así como sus manifestaciones artísticas y culturales.

MUSEO ARQUEOLOGICO DE

XOCHIMILCO

DIRECCION: Tenochtitlan No. 17, esq. con la planta Santa Cruz Acalpichcan. A un costado de la zona arqueológica de Xochimilco.

TELEFONO: 6-76-08-10

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

Este pequeño y bien dispuesto museo se ubica en la zona arqueológica de Xochimilco, añadiendo así un atractivo turístico más a éste tradicional paseo de la Ciudad de México. Los diversos objetos que integran su colección fueron encontrados en los alrededores, por lo que se considera un museo de los llamados de "sitio", e ilustra el desarrollo de la cultura Xochimilca desde sus orígenes hasta los tiempos hispánicos, enriquecida además con piezas teotihuacanas y mexicas. Se exhiben ornamentos, piezas de piedra y cerámica de distintas formas y esculturas como una dalia tallada en piedra hace más de 600 años y que es el símbolo de Xochimilco.

MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA

DIRECCION: Paseo de la Reforma y Gandhi. Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 5-33-62-66

HORARIO: Abierto de 9:00 a 19:00 hrs. excepto los lunes. Domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

La originalidad del acervo de éste museo, la belleza del edificio que lo aloja y las grandes áreas verdes que lo rodean, le han otorgado un lugar preponderante entre los principales museos del mundo. Su importante colección se divide básicamente en dos grandes áreas, la arqueología, destinada a las culturas prehispánicas cuya sala se encuentra en la planta baja y la de etnografía que se ocupa de las diversas etnias que habitan nuestro país en la actualidad, presentadas en el piso superior. Dispuestas alrededor de un amplio patio en el que se yergue una fuente monumental, las primeras salas van mostrando el desarrollo cultural mesoamericano a través de sus etapas cronológicas, a saber, los horizontes preclásico, clásico y postclásico.

MUSEO DEL TEMPLO MAYOR

DIRECCION: Seminario No.8 col.

Centro

TELEFONO: 5-22-43-67

HORARIO: Abierto de 9:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

Sin duda uno de los lugares de visita obligada para propios y extraños, en el corazón de nuestra ciudad, es el antiguo recinto ceremonial de la capital del imperio mexicana. A pesar del deterioro sufrido no sólo por los años de abandono sino por la serie de construcciones levantadas literalmente encima de éste asentamiento a lo largo de tres siglos, su importancia arqueológica e histórica es aún palpable.

A un costado de la entrada del recinto se ha colocado una maqueta que reproduce el levantamiento original de México Tenochtitlan. En seguida se puede apreciar las siete superposiciones del templo mayor que ejemplifican la costumbre de edificar una construcción sobre otra sin destruir la primera.

MUSEO BENITO JUAREZ

DIRECCION: En la planta baja del ala izquierda del Palacio Nacional, col. Centro.

TELEFONO: 5-22-56-46

HORARIO: Abierto de 10:00 a 19:30 hrs. excepto sábado y domingo.

En la que fuera la casa presidencial del llamado Benemérito de las Américas, se ha instalado un recinto homenaje a su memoria. En la entrada se encuentra una estatua de éste personaje realizada en bronce y de grandes dimensiones, cuya leyenda indica que el metal procede de los cañones de proyectiles enemigos disparados durante la guerra de reforma y la intervención francesa.

Respetando el ambiente de la época, las habitaciones conservan gran parte del mobiliario original, algunos efectos personales del héroe y otros más relacionados con su vida familiar.

MUSEO DE LA CIUDAD DE MEXICO

DIRECCION: Pino Suárez No. 30, col Centro. Frente a la estación del metro Pino Suárez.

TELEFONO: 5-42-04-87

HORARIO: Abierto de 9:30 a 19:30

hrs.

Para preservar la historia de la Ciudad de México se ha escogido el hermoso palacio de los Condes de Santiago Calimaya, construido en el estilo barroco, representativo del siglo XVIII. En el centro de su fachada señorial, una pesada puerta de madera labrada dá acceso al clásico patio interior bordeado de arcos de medio punto en sus dos niveles.

A lo largo de sus 15 salas se puede apreciar la evolución de la metrópoli mexicana, desde la aparición de los primeros habitantes de nuestro valle hasta su transformación urbanística posterior al período revolucionario.

MUSEO DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA INES DE LA CRUZ

DIRECCION: Plaza de San Jerónimo No. 47, Col. Centro. Entre 5 de Febrero e Isabel la Católica.

TELEFONO: 7-09-56-39

HORARIO: Abierto de 9:00 a 14:00 hrs. excepto sábado, domingo y lunes.

El exconvento de San Jerónimo, en el que se encuentra éste museo es uno de

los edificios más antiguos de nuestro pasado colonial, aunque ha sido transformado, reconstruido y remodelado en muchas ocasiones desde su creación en el siglo XVI.

En la actualidad el inmueble ha sido bellamente restaurado para alojar un centro de estudios humanísticos dedicado a la memoria de la ilustre monja jerónima, Sor Juana Inés de la Cruz, quien viviera en éste lugar hasta su muerte. Como complemento se ha dedicado un área especial para exhibir los distintos objetos encontrados durante el trabajo de restauración, como son algunas piezas de la llamada cerámica mayólica de 200 años de antigüedad.

MUSEO NACIONAL DE LAS CULTURAS

DIRECCION: Moneda No. 13, col. Centro. A un costado del Palacio Nacional.

TELEFONO: 5-42-04-22

HORARIO: Abierto de 9:00 a 18:00 hrs, de martes a sábado. Domingos de 9:30 a 16:00 hrs.

La antigua casa de moneda situada en

el costado norte de Palacio Nacional, sólido edificio de portada barroca que data del siglo XVIII ha servido para alojar éste museo cuyo objetivo es ubicar la cultura mexicana en el contexto de la civilización mundial. Para ello se han montado más de 20 salas en las que se muestra el desarrollo cultural tanto de los pueblos que nos antecedieron como de los contemporáneos.

Fundamentalmente se atienden los aspectos de su historia social y económica, su folklor y su producción artística. Se pueden apreciar atuendos típicos de cada región sus instrumentos musicales, sus herramientas, etc.

MUSEO DEL CARACOL

DIRECCION: Bosque de Chapultepec. Al pié del Castillo.

TELEFONO: 5-53-63-91

HORARIO: Abierto de 9:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

La intención original de éste museo fué la de mostrar de la manera más objetiva, gráfica y didáctica posible, la historia moderna de nuestro país interpretada como "La lucha del pueblo mexicano por

su libertad" leyenda que complementa el nombre de la institución.

Diseñado por el Arquitecto Ramírez Vázquez, el edificio refleja ésta intención en su forma helicoidal eminentemente dinámica y funcional.

Pensando en la comodidad del visitante el recorrido se inicia en la parte superior de una galería circular que vá descendiendo en torno a un eje central. Podría decirse que es como un gran audiovisual en el que los elementos visuales y auditivos propician la interrelación con el visitante.

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA

DIRECCION: En el Castillo de Chapultepec. Al pié del Castillo

TELEFONO: 2-86-99-20

HORARIO: Abierto de 9:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

En el centenario cerro del Chapulín, lugar de esparcimiento de los antiguos mexicanos, se levanta el famoso Castillo de Chapultepec, testimonio de innumerables pasajes de la historia nacional y tal vez por ello sede de éste

museo. La construcción original data de finales del siglo XVIII y desde entonces ha sido utilizada para muy diversos fines primero como colegio militar, después como residencia imperial y finalmente presidencial.

En él resistieron la invasión norteamericana los llamados Niños Héroes, en él cifró sus sueños de gloria Maximiliano de Habsburgo embelleciendo el castillo con lujos europeos, en él vió pasar 30 años de dictadura el general Porfirio Díaz y en él vivieron los presidentes del régimen revolucionario hasta 1940, año en que Lázaro Cárdenas lo entrega al pueblo de México como museo.

A la vasta colección de mobiliario, tapices, espejos, porcelanas, óleos, grabados, armas y muchos objetos más se agregan las pinturas murales de inspiración histórica de destacados artistas como Orozco, Siqueiros y González Camarena.

MUSEO NACIONAL DE LAS INTERVENCIONES

DIRECCION: Plaza de San Patricio s/n, Coyoacán.

TELEFONO: 6-04-09-81

HORARIO: Abierto de 9:00 a 18:00 hrs.

El museo se ha instalado en el antiguo convento colonial de Santa María de los Angeles cuya edad alcanza ya más de 300 años. El inmueble cobró celebridad con la batalla de Churubusco en el cual el general Anaya trató de detener al ejército norteamericano apoyado por un batallón, el de San Patricio, el propio invasor que se adhirió a la causa nacional. Como su nombre lo indica éste museo fué concebido para ilustrar la larga serie de intervenciones extranjeras que sufriera nuestro país principalmente en el siglo pasado.

Las obras de restauración devolvieron la belleza original al edificio que por sí solo justifica su visita. La exposición consagrada al intervencionismo cubre desde la llamada guerra de los pasteles librada contra los franceses, la expedición de Isidro Barradas en la que España trata de conquistar a México, la separación de Texas la intervención francesa y la instauración del segundo imperio hasta la última intervención militar

norteamericana.

MUSEO JUDIO

DIRECCION: Acapulco No. 70, col. Roma, a dos cuadras del metro Chapultepec.

TELEFONO: 2-11-10-58

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00 hrs. excepto sábado y domingo.

Este museo se propone presentar la historia del pueblo judío, su cultura, sus costumbres y forma de vida en general. El período genocida de la segunda guerra mundial se describe con el crudo realismo de las fotografías procedentes de algunos campos de concentración y de los archivos del llamado juicio de Nuremberg.

MUSEO LEON TROTSKY

DIRECCION: Viena No. 45, col. Coyoacán. A una cuadra de Río Churubusco.

TELEFONO: 6-77-21-42

HORARIO: Abierto de 10:00 a 14:00 y de 15:00 a 17:30 hrs. excepto lunes

sábado y domingo de 10:30 a 16:00 hrs.

La casa habitada por éste personaje de la revolución rusa durante su exilio en México y en la que muriera asesinado, se ha convertido en museo para preservar el escenario de sus últimos días. Aún pueden verse los impactos de bala incrustados en la pared producto de un atentado en su contra, los libros que integraban su biblioteca, su mesa de trabajo y varias de sus pertenencias. Junto con los de su esposa, los restos mortales de Trotsky descansan en el jardín, bajo un monumento dedicado a su memoria.

MUSEO POSTAL

DIRECCION: Primer piso del edificio del correo central. Tacuba y eje central Col. Centro.

TELEFONO: 5-22-37-30

HORARIO: Abierto de 9:00 a 14:30 hrs. excepto domingo.

El museo se ha instalado en el tercer piso del edificio central de correos, bellísima construcción de principios de siglo y de estilo plateresco debida al italiano Adamo Boari, Arquitecto

también del vecino Palacio de Bellas Artes. En él se presentan distintos aspectos del correo en México, desde el siglo pasado a nuestros días. Así se encuentran, por ejemplo, una gran colección de sellos postales que incluye el primero que emitió el gobierno mexicano en 1856 y los diferentes vehículos utilizados desde entonces para la distribución de la correspondencia.

MUSEO NACIONAL DE LA REVOLUCION

DIRECCION: Plaza de la República s/n. Debajo del monumento a la Revolución. Col. Revolución.

TELEFONO: 5-46-21-15

HORARIO: Abierto de martes a domingo de 9:00 a 17:00 hrs.

Se encuentra situado debajo del monumento a la Revolución, obra inconclusa del régimen porfirista que fué proyectada para albergar la sede del congreso. Al iniciarse la lucha armada sólo se habían construido, la cúpula del edificio y sus columnas de sostén, por lo que los nuevos gobiernos decidieron dedicarla a la memoria del movimiento

de 1910.

En lo que correspondería al sótano de la construcción se ha instalado una colección permanente, de clara intención didáctica, llamada "50 años de historia en México" 1867-1917.

MUSEO VENUSTIANO CARRANZA

DIRECCION: Río Lerma No.35. col. Cuauhtémoc.

TELEFONO: 5-35-29-20

HORARIO: Abierto de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 hrs. Sábado y domingo de 10:00 a 15:00 hrs.

También llamado de los constituyentes, éste museo ocupa una casa de estilo afrancesado, residencia del que fuera jefe del ejército que defendió la constitución de 1917 y presidente de la República. El museo se centra alrededor de la figura política de Carranza, por lo que se exhiben documentos históricos como el original del plan de Guadalupe, fotografías de la época, insignias y algunos objetos personales del héroe revolucionario. Están también las balas que dieron muerte a Madero y Pino Suárez.

CAPITULO 3

EL NIÑO

3.1 PSICOLOGIA INFANTIL

El sentimiento de seguridad del niño está ligado fundamentalmente a su personalidad, se dice que la seguridad o inseguridad que tenga el niño en sí mismo se determina por un factor ambiental, es decir por causas que vienen de afuera; por otro lado el equilibrio se determina por causas internas que parten de la seguridad que el niño tenga, ésto es, se nota que tan feliz o infeliz es, que tan solitario o sociable y además si es pasivo o activo. Todo ésto se asocia con el grado de estabilidad o inestabilidad.

La situación familiar que vive el niño, principalmente el de edad preescolar, le va a dar su grado de seguridad. Demostrarán dolo al llegar a la edad escolar. Cuando los niños son muy pequeños no se les puede conocer por medio de cuestionarios, entonces se puede acercar a ellos por medio de la expresión gráfica que es de gran ayuda para los padres, maestros y psicólogos que convivan con los niños, ya que por éste medio el niño comunica su situación familiar.

De lo anterior, se puede decir que al entrar a la etapa escolar, el niño se

identifica más con las formas, las figuras, los colores y los papeles que con las letras o los textos.

El niño presenta más atención, por ejemplo, a determinados colores como el rojo, verde, amarillo y azul que con una forma geométrica.

Se ha demostrado que si a un niño se le dá a escoger una forma de varias que haya en la mesa, escogerá la que le quede más cerca, pero si éstas formas tienen diferentes colores, el niño buscará la que tenga el color más llamativo y que le sea atractivo. Los niños prefieren los colores amarillo y verde y los colores que le disgustan son los oscuros como el negro yá que éstos últimos los relaciona con la noche y le producen temor. Los niños de edad escolar están preparados para captar y comprender simbolos abstractos e impersonales que antes no podría comprender como las letras y los números.

En una edad más avanzada en edades entre los 7 y 10 años, el niño comienza a descubrir nuevas cosas y no sólo a descubrirlas sino que surgen muchas preguntas con respecto a un objeto determinado que no es tan irreal como

los números pero si impersonal y les crea mucho mayor interés que antes, por ejemplo, ¿como trabajan las máquinas?, ¿como crecen las plantas?, ¿como se hacen las cosas?, etc.

3.1.1 CRECIMIENTO Y EVOLUCION

El niño de 6 a 12 años está en intenso período de crecimiento. Esta etapa es de evolución o mejor dicho de evoluciones que corren más o menos paralelas, evoluciones psicológicas, fisiológicas, estéticas, gráficas, plásticas etc.

En éstas edades sobre todo los más pequeños, son poco hábiles, les gusta sin embargo el trabajo bien hecho y el orden.

- Es el momento de crear hábitos de orden, limpieza y disciplina.
- Es la edad de la imaginación: hay que ofrecerles ocasión de crear.
- Tienen espíritu de imitación.
- Sienten curiosidad por todo lo que les rodea.
- Captan la cosa concreta, lo abstracto es incomprendible para ellos.

- Es la edad del equilibrio.

- Es la edad de la libertad.

El dibujo, la pintura y el modelado son unos medios de expresión excelentes y educativos. Ayudan a formar la personalidad del niño pues desarrollan y hacen crecer toda ésta serie de cualidades.

El niño de 6 y 7 años no tiene todavía fluidez de vocabulario para expresar su mundo interior. El dibujo y la pintura le ofrecen un camino para salir de sí mismo, para proyectarse al mundo exterior. Por eso es importante que tenga libertad al dibujar sin infundirle técnicas.

El niño de 7 a 12 años está en la edad de libertad. Es la edad de la expresión libre, la cual tiene que tener una dirección que se manifiesta en el ambiente de clase, en la observación de lo que lo rodea, en la narración de cuentos, en la adquisición de palabras nuevas.

3.1.2 PERCEPCION Y SENSACION

La percepción en el niño predomina al comienzo de su evolución y es la

condición indispensable de su adaptación exacta a lo real.

Durante la primera infancia, el niño se interesa por todo lo que impresiona sus sentidos, y principalmente por todo lo que se agita o se mueve.

Pero el medio al cual debe adaptarse el niño es también de naturaleza social. La enseñanza que recibirá en la escuela es a la vez oral y visual.

Sentir es casi una actividad fisiológica relativa y simple; percibir por el contrario, es un acto del espíritu, complejo. El niño será capaz de ese acto mental sólo después de una larga evolución, cuya marcha general vamos a perfilar, y cuyas principales etapas vamos a marcar.

Como el acto perceptivo es una especie de adaptación intelectual de nosotros mismos a las cosas, podemos decir que sus mecanismos dependen de las leyes generales de la vida. Por consiguiente, el problema de la percepción de lo real por el niño, es decir, el de las relaciones de su espíritu con las cosas, sólo sería en el fondo un caso particular de ese problema más vasto de las relaciones del organismo

con su medio.

3.1.3 LA CURIOSIDAD

La curiosidad de los niños está estrechamente ligada con la ley funcional de la adaptación, pues la condición indispensable para el logro de ésta última es el conocimiento del medio circundante.

Durante los primeros años, el "por qué" de los niños son relativamente raros, y revelan más bien "pseudopreguntas". En muchas ocasiones ocurre que el niño no escucha las respuestas o se las da el mismo. Es que durante éste período vive en un estado de creencia espontánea por lo que no tiene curiosidad verdadera.

En cuanto a la fase siguiente, su egocentrismo estará en regresión, y en consecuencia, la asimilación cederá poco a poco, sus "por qué" demostrarán una preocupación muy clara para informarse. Serán el índice de una curiosidad que comienza, aunque más bien de orden práctico, ésta curiosidad será satisfecha con poco trabajo, bastan respuestas precisas y firmes.

Más tarde después de los 8 años, y aún

más, el niño se volverá más exigente y deseará que se le proporcionen razones lógicas, que pretenderá discutir. Estamos ahora frente a una verdadera curiosidad intelectual. El espíritu crítico está desde ahora despierto en él y la credibilidad racional reemplazada paulatinamente a la credulidad ciega.

Es importante que el niño entre en estrecho contacto con lo que debe conocer, por medio de experiencias directas y objetivas. Sin objetividad no hay conocimiento exacto de un dato.

3.2 EL NIÑO Y EL ARTE

Para que el niño ofresca el arte innato de sus posibilidades creadoras debe ser ayudado y estimulado debe sentirse libre de descubrir todo lo que ve y toca y manifestarlo a través de los colores, texturas y formas.

Se debe tener presente que el niño cuando ve repetidamente un objeto, lo conoce y lo distingue y en su interior, se forma una imagen de éste objeto que no corresponde exactamente a su realidad sino que es su imagen interior del mismo. Es una imagen deformada en mayor o menor grado según sea la etapa de evolución en la que el niño se halla. La

comparación con los trabajos de sus compañeros le sugiere la posibilidad de una imagen interior más completa.

Después de dibujar o construir un árbol, una flor, o una montaña, el niño ha captado la belleza y el signo de la vida que cada uno de éstos objetos posee.

3.2.1 LA EDAD DE LOS NIÑOS Y EL AMBIENTE EN QUE VIVEN

Al hablar de edades y etapas evolutivas no se puede tener reglas fijas ya que todos conocemos las diferencias que existen entre algunos ambientes y las repercusiones en el desarrollo de determinadas facetas intelectuales por ejemplo, un niño que ha nacido y crecido en un ambiente culturalmente cultivado, posee aptitudes para comprender y asimilar determinadas cosas de orden estético o científico que no tiene un niño de ambiente rural poco evolucionado.

Los niños llevan siempre impresa la huella de su ambiente social. Y ésta huella es la que forza o frena su desarrollo gradual y armónico provocando precosidades por un lado, retrasos por el otro, que se manifiestan en

una falta de coincidencia con las graduaciones establecidas teóricamente. La existencia de éstos desequilibrios y diferencias obliga al profesor a ser flexible, tolerante y comprensivo al dirigir y orientar a sus alumnos en los momentos en que se pone en juego la sincera expresión de sí mismo.

3.2.2 MIRAR Y VER

Nuestros ojos se detienen en los objetos, personas o paisajes que nos rodean con frecuencia miran sin ver y otras ven sin mirar. Este segundo caso es muy frecuente en los niños. Para el niño pequeño el mundo es una maravilla que va descubriendo por sí mismo y cuyo límite crece. Todo lo que se encuentra en él le atrae y sin esfuerzo se incorpora en él a través de sus sentidos. Mirando y tocando lo que está a su alcance el niño conquista su mundo.

En cambio el adulto, está vacío de curiosidad ilusionada que aletea en los niños, mira los objetos que ya conoce y su mirada se posa distraídamente en ellos.

En consecuencia, tenemos que ayudar al niño a querer mirar, a saber mirar y a ver con plenitud y con gozo.

Los niños tienen la capacidad de crear sus propias imágenes y recrear las imágenes que reciben de nosotros. Los niños más pequeños son los que realizan esa clase de creaciones con más decisión y confianza, y podemos ver como, con todo y la carencia de técnica los rasgos que nos ofrecen tienen semejanza con algunas de las grandes realizaciones que nos ofrece el arte moderno. Este es un signo visible, latente, es una manera de concebir y expresar.

Los profesores deben de profundizar su conocimiento del arte actual, tienen que dar a los niños una visión del arte en todos los tiempos.

3.2.3 LA PERCEPCION DEL COLOR EN EL NIÑO

En los primeros impactos visuales que percibe el niño predomina la visión del color, sobre la comprensión de la forma. A medida que el niño crece, la forma o contorno de las cosas que lo rodea se va imponiendo en su espíritu y ejerce la supremacía por encima de aquellas impresiones iniciales.

En la interpretación que el niño de edad

escolar da al color se pueden señalar tres grupos distintos que Rothe define de la siguiente manera:

1) El pintor de cosas: es el niño que da a cada objeto su color verdadero; el cielo lo pinta azul, el sol amarillo, etc.

2) El impresionista: es el niño que pinta las cosas según su propia percepción y con su color ocasional, o que le atrae con más fuerza.

3) El imaginativo: es el niño que olvida o quiere precindir de la realidad para pintar los colores que le agradan, que armonizan con su estado de ánimo y que le permiten crear algo a su gusto.

En general, los niños más pequeños son pintores de cosas a medida que el sentido decorativo les penetra, ensanchan sus alas y crean a su antojo sus propias combinaciones de color.

No podemos olvidar ésta atracción preponderante que el niño siente por el color. Sólo con colores, sin necesidad de un previo contorno en negro el niño creará sus propios dibujos.

Se debe dejar al niño en completa libertad cuando pinta y dibuja con

colores.

Conociendo el nombre de los colores y la manera de combinar los fundamentales para obtener los complementarios, tienen más que suficiente.

No es necesario que los niños traten de preocuparse pensando si un color es cálido o si conviene emparejar tonalidades fuertes con débiles es decir, no hay que sumergirlos en conocimientos que no les interesan ya que inhibiría su deseo de conocer, de descubrir y de hallar.

3.2.4 EDUCACION ARTISTICA

La educación artística es una respuesta a la necesidad de expresión de todo ser humano. Ofrece al niño posibilidad de seguir desarrollando en la escuela su capacidad expresiva, para que pueda llegar a manifestarse en las lenguas artísticas que mejor responden a sus propias características.

Supone un proceso de comunicación, en el cual el niño intercambia expresiones, comparte experiencias y amplía las posibilidades de conocer y transformar lo que lo rodea.

Toda actividad artística requiere de la observación y del desarrollo de procesos lógicos de razonamiento para que se manifieste la experiencia del niño en términos de lenguaje artístico. También exige la agudización de percepciones y del uso de habilidades motoras. Por todo ésto las actividades artísticas desarrollan la sensibilidad y favorecen la asimilación de conocimientos. Por otra parte, al permitir la identificación y expresión de afectos propios y de los demás, desarrollan actitudes de mejor relación humana tales como cooperación, planeación, organización y respeto hacia su trabajo y el de sus compañeros.

Las capacidades generales que se estimulan mediante el proceso de educación artística son tres:

1) La agudización de la percepción, que aumenta las posibilidades del niño para experimentar conscientemente sobre sí mismo, los otros y el mundo.

2) El juicio crítico, que implica valorar y opinar y que se incrementa por medio del análisis, la comparación y la interpretación de su propio trabajo, y de sus compañeros.

3) La creatividad, que se estimula en el educando cuando aprovecha su curiosidad e imaginación para expresar, a su manera, como capta las cosas, como identifica sus necesidades, y las de los demás y propone alternativas de solución.

A través de la educación artística el niño capta las manifestaciones artísticas de su localidad y de su país, apreciarlas, valorarlas, contribuir a que se preserven, considerándolas como un medio de trabajo digno y trascendente al que tal vez se dedique en el futuro.

3.2.5 EDUCACION ESTETICA

Lo esencial para la educación del niño es descubrir en él la presencia de la emoción estética antes que la del gusto, tal como lo comprende el adulto. Este es en gran parte un producto del medio y de la civilización, y la emoción estética es un dato primitivo, que depende del temperamento individual. Si existe la emoción estética es posible su educación.

Por eso el educador debe partir de las emociones estéticas del niño para desarrollar el sentido de lo bello en éste y

así modificarlo y elevarlo. Debe conocer el gusto del niño y luego es en él en el que se debe inspirarse, en lugar de imponer el suyo.

El valor educativo del arte tiene estrechas relaciones con la vida cotidiana, son múltiples las funciones que el arte puede llenar en la vida diaria. En primer lugar, tiene la función de divertirnos, de distraernos, mediante la evasión a un mundo ideal, y olvidando la monotonía de la existencia.

3.2.5 EL NIÑO DE PRIMERO A SEXTO DE PRIMARIA

EL NIÑO DE PRIMER GRADO

Indudablemente la educación del niño no se inicia en el momento de su ingreso a primer grado: la labor de la escuela primaria consiste en aportarle los elementos básicos para enriquecer los aprendizajes previamente adquiridos en el ambiente del que provienen y las actitudes positivas para consigo mismo y con los demás.

Los primeros años de vida del niño son muy significativos para su desarrollo. De ahí que la labor que realice el maestro de

primer grado sea determinante en la relación con la vida escolarizada del niño, ya que es en ésta etapa inicial cuando éste habrá de integrarse a las nuevas situaciones que se derivan de pertenecer a un grupo escolar.

Es importante crear un clima apropiado para que sus intereses sean manifestados.

Las características del medio socioeconómico al que pertenecen los niños determinará en gran parte actitudes, motivaciones, necesidades, posibilidades y sobre todo, la expectativa del niño frente al medio escolar.

La percepción del niño al entrar a primer grado, es global, es decir, que percibe las cosas como un todo indiferenciado sin ser capaz de analizar sus componentes. Está capacitado para describir situaciones pero no para analizarlas. A través de las experiencias de aprendizaje y de acuerdo con el proceso de maduración es como irá surgiendo en el niño la capacidad analítica.

El niño de ésta edad es egocéntrico, sus juicios y razonamientos se caracterizan por una falta de objetividad y por su

incapacidad de entender los sentimientos de los demás. El niño sigue sus propias reglas y es incapaz de entender las ajenas. Su conversación consiste en una serie de monólogos. Habla y cree escuchar a los demás, pero en realidad conversa consigo mismo.

A lo largo del primer grado, el niño irá desarrollando una capacidad de análisis de totalidades que le permitirá apreciar elementos y relaciones, ésta capacidad se vá desarrollando a través de una ampliación de esquemas en un proceso de equilibrio constante.

LA PERCEPCION VISUAL EN EL NIÑO DE PRIMER GRADO

Las dificultades de percepción visual algunas veces se superan con la edad, pero hay que considerar que mientras tanto el niño puede sufrir tensiones y fracasos que afecten en forma definitiva su actitud hacia el aprendizaje.

La percepción visual comprende la coordinación visomotriz, la percepción figura-fondo, la constancia perceptual, la percepción de posición en el espacio y la de relaciones espaciales.

La coordinación visomotriz, es la capacidad de coordinar la visión con el movimiento, es indispensable para correr, brincar o saltar e interviene en casi todas las acciones que ejecutamos. Esta ayudará al niño a leer, escribir y desarrollar todas las demás actividades.

Los ejercicios de figura-fondo, ayudan a desarrollar la capacidad del niño para enfocar la atención en los estímulos correspondientes, le permitirán ver con claridad y en el orden adecuado las figuras y símbolos.

La constancia poerceptual permite al niño percibir las propiedades invariables de un objeto, como son su forma, posición, tamaño. Los ejercicios de constancia perceptual ayudan al niño a identificar formas geométricas sin importar su tamaño, color o posición.

La percepción de la posición en el espacio es la relación que existe entre un objeto y su observador. Cuando el niño tiene escasa percepción espacial no vé los objetos o símbolos escritos en la relación correcta con respecto a sí mismo. El niño aprende mejor cuando se le enseña relacionadas, más que como simple

conjunto memorístico, como vivencias, como algo vivido y adquirido con la práctica. El valor de la vivencia es algo fundamental en ésta concepción de aprendizaje.

El pensamiento del niño de ésta edad es global porque primero capta conjuntos y manifiesta dificultades en la percepción. Según la psicología de la gestalt, el organismo no reacciona con respuestas aisladas a un estímulo único, sino que responde de manera total a una configuración compleja de estímulos. Estas configuraciones forman las partes en un todo organizado.

La psicología de la forma ha tenido una gran repercusión en el campo pedagógico, sobre todo ha influido considerablemente en el concepto de percepción. Kofka aplicó los principios de la Gestalt a los fenómenos del pensamiento que también se estructura en forma de un todo. Los fenómenos que comprenden la realidad del mundo se le presentan al niño como un todo indiferenciado. A través de la indiscriminación de los diferentes fenómenos aprenderá gradualmente a organizar su pensamiento en forma diversificada. Irá incorporando nuevas

experiencias y reintegrando hechos pasados de forma tal que su comprensión se amplíe, valiéndose entonces de la representación simbólica, la que permitirá mayor libertad para captar, interiorizar y expresar su realidad.

EL NIÑO DE SEGUNDO GRADO

En éste grado escolar, se espera que el niño sea capaz de:

- Manifestar actitudes positivas hacia el proceso de aprendizaje.
- Demostrar interés por participar como miembro activo de su familia, su escuela, su comunidad, y su país.
- Comprender algunos fenómenos y procesos tanto naturales como sociales mediante la observación y la experimentación elemental.
- Expresar sus intereses, sentimientos, pensamientos y opiniones en forma oral, escrita, corporal y plástica.
- Desarrollar la capacidad de comprensión de la lectura.
- Aplicar la información que recibe de su entorno en la resolución de

problemas sencillos que se le presenten.

- Ajustar sus estructuras perceptivas motrices al ubicar su cuerpo y utilizar sus movimientos en relación con el medio que lo rodea.

- Practicar normas elementales de seguridad, convivencia y trabajo en actividades cotidianas.

A pesar de que sólo hay una año de diferencia, tanto cronológica, como escolarmente, el niño de segundo grado presentará algunas características que lo ubicarán en una nueva etapa de desarrollo.

El niño es capaz de entender los sentimientos de los demás y de enriquecer los suyos.

El grupo escolar tiene mucha importancia, ya que permite al niño una constante afirmación a partir de la interacción con los otros. Al ser valorado por sus compañeros, el niño aprende a valorarse a sí mismo, la crítica que hace a los demás lo lleva a reflexionar sobre sus propios comportamientos, se puede decir, que en éste momento se inicia la autocrítica.

El niño adopta una actitud ante las normas y las reconoce como necesarias para su mejor incorporación al grupo. Tiene mayor capacidad para realizar trabajos en equipo.

En cuanto a pensamiento y lenguaje, el niño de segundo grado es más reflexivo que el de primero, piensa un poco antes de hablar y es capaz de retener su atención por períodos más largos.

En ésta fase, el pensamiento del niño permanece aún más ligado al mundo real, se van estructurando las nociones de espacio y tiempo, de movimiento, número, cantidad y medida; así como las relaciones entre el todo y sus partes, entre clases y subclases etc.

EL NIÑO DE TERCER GRADO

El niño de tercer grado se encuentra en una etapa de su vida que está en pleno proceso de integrarse al mundo social. El mismo niño advierte en sí la transformación de que está siendo objeto; va teniendo conciencia de sí mismo como persona, y es capaz de conversar con los adultos.

Se siente atraído por su medio ambiente

y pueden pasar días examinando y explorando con detalle lo que le interesa. Esta característica unida a su renovado interés por interactuar con los demás proporciona la formación de conceptos en el ámbito socioafectivo.

Al niño de ésta edad le caracterizan tres elementos principales: la velocidad, la expansividad y el afán valorativo.

Es notable su avance en el orden lógico, el desarrollo de su conciencia moral y el interés con el que ansía conocer los motivos de actuación de las personas que lo rodean, particularmente los adultos.

El niño de 8 a 9 años puede diferenciar con claridad entre los seres que tienen vida así como entre los objetos naturales y los hechos por el hombre.

Se interesa por conocer las causas de los fenómenos. Identifica ciertas propiedades de los objetos. Ya que su pensamiento es más lógico, puede proponer varias soluciones para un mismo problema.

Es capaz de elaborar oralmente y por escrito, pequeñas narraciones de cuentos

o experiencias propias, ya que empieza a descubrir palabras que puedan tener distintos significados según el contexto donde se encuentren.

Sus avances en la concepción del tiempo le permiten relacionar primero y último; antes y después; principio y fin; ayer, hoy y mañana. Se interesa por relatos históricos.

EL NIÑO DE CUARTO GRADO

El niño de cuarto grado, de 9 a 10 años es muy activo. Su afán de actividad deberá ser orientado a aquellas actividades que impliquen la reflexión y el pensamiento profundo. Hay que darle un campo adecuado de realización o de enfoque atractivo y eficaz.

Otra característica de ésta edad, es que el niño se inicia en una etapa de mayor desarrollo del criterio moral, no sólo por el progreso cognositivo y su capacidad de interiorización, sino por el mayor universo de oportunidades que se le presentan de una participación y los papeles nuevos que va a adoptar en los grupos con los que el niño se relaciona.

Las características descritas más

detalladas del niño de cuarto grado se presentan por aspectos unicamente con el fin de facilitar su organización y análisis.

El niño de ésta edad se interesa por el origen o causa de los hechos. Ubica la posición espacial de una ciudad de mediana población o de una colonia de una gran capital.

Es capaz de ir situando en su tiempo a toda una serie de personajes históricos con una sucesión más o menos aproximada.

Empieza a descubrir que el aspecto global de las cosas cambia según el punto de vista y distingue sus diferentes cualidades.

Maneja varios criterios a la vez. Su capacidad para comunicarse oralmente se intensifica notablemente; le interesa expresar sus ideas y opinar a cerca de los sucesos.

EL NIÑO DE QUINTO GRADO

En el niño de quinto grado existen algunos rasgos fundamentales que lo caracterizan: afirmación de su personalidad; aumento estable en el desarrollo de sus capacidades mentales;

inmadurez ante las nuevas emociones; es más consciente de sus defectos que de sus cualidades; se siente insatisfecho en algunos momentos y experimenta placer por descubrirse así mismo. El desarrollo físico, la aparición de la conciencia sexual, la amistad extrovertida, y la curiosidad sin limites del niño de ésta edad responden a un organismo en pleno proceso de transformación.

La afirmación de su personalidad es un proceso de búsqueda de sí mismo de progresiva emancipación, que el niño de 10 a 11 años de edad lo manifiesta por: un deseo de tomar desiciones por sí mismo; investigar y tratar de comprender, lo más posible, la realidad que lo rodea; experimentar todo aquello que le interesa sin sugetarse a las indicaciones o aprobación de los demás; y realizar una gran actividad social, que implique para él, establecer nuevas relaciones afectivas y el participar en diversas actividades colectivas de los grupos sociales a los que pertenece. En los intentos de autodeterminación que ensaya y que llevan implícitos un ejercicio de libertad y del dominio sobre las cosas y sobre sí mismo, es probable que en algunas de ellas, se presenten reacciones agresivas o de rebeldía que de

ninguna manera significan alguna alteración en su comportamiento. Son respuestas naturales a su ansia creciente de nuevas conquistas, a su interés por afirmarse. Este afán de crecer tiene implicaciones positivas, pues aceptará responsabilidades y compromisos con tal de ser tratado como mayor.

El desarrollo de las capacidades mentales en ésta edad es sumamente intenso. La capacidad de abstracción y de pensamiento lógico del niño le permite realizar actividades de cierta complejidad que antes no podía efectuar así como percibir y explicarse el mundo que lo rodea con mayor objetividad.

El niño de quinto grado es capaz de distinguir claramente los hechos y fenómenos sociales o naturales de los fantásticos.

Puede expresarse la comprensión de la mayoría de los conceptos de relación, tales como los de equivalencia, tamaño, cantidad, ubicación y distancia.

Comprende secuencias y llega a conclusiones, lo cual le facilita recordar hechos, recorridos, lugares y trazar rutas y planos. Distingue y expresa claramente

sus estados de ánimo por medio de los diferentes lenguajes, (gráfico, oral, corporal, etc.).

Deja de ser egocéntrico dándole a los sentimientos y necesidades de otras personas tanta importancia como a los propios.

EL NIÑO DE SEXTO GRADO

El maestro de sexto grado se encuentra con alumnos de una edad de transición, 11 y 12 años, a la que puede corresponder según los ambientes culturales y el grado de maduración fisiológica, una infancia en vías de desaparecer o un comienzo de preadolescencia con todo lo que ésta implica de ruptura con la niñez.

Los aspectos positivos que caracterizan a ésta etapa son: una importante capacidad de abstracción, un gran despliegue de actividad, extroversión, autonomía afectiva en relación con los padres, y un cierto equilibrio psicológico que se altera en la preadolescencia. El muchacho o muchacha se encuentran bajo el efecto de la crisis de pubertad, se encierra en sí mismo, se amplía su mundo subjetivo, pierde la serenidad interior, la

expontaneidad y la estabilidad psicológica de la que antes gozaba.

En éste período existe una búsqueda del sentido de la vida.

El preadolescente busca su identidad y para ello pone en crisis muchas de las cosas recibidas en los distintos aspectos de su personalidad. De aquí surge la necesidad de una atenta observación por parte del maestro para saber cuando una táctica resulta prematura y cuando otra ya es inoperante.

Las características fundamentales del niño de sexto grado en el aspecto cognositivo son: su capacidad para anticipar resultados y consecuencias; su aún incipiente sistematización y organización del pensamiento.

Es capaz de representar un objeto con diferentes ubicaciones, manifestación de manejar la simetría, los contrastes, la transposición, los ejes de referencia y la lateralidad de los objetos.

Sus nociones geométricas se tornan más precisas; puede anticipar las deformaciones que sufren las figuras al se proyectadas y es capaz de representar

figuras tridimensionales y de reproducir modelos a escala, mediante la aplicación de cálculos sistemáticos que superan la reproducción por ensallos.

Es sensible a las contradicciones y busca una explicación lógica y fisiomecánica de los fenómenos.

3.2.6 EL USUARIO

Después de analizar éste capítulo, se llegó a la conclusión de que el proyecto estará dirigido a niños de tercero, cuarto y quinto grado de primaria, ya que los de primer grado perciben las cosas de manera indiferente, es decir no son capaces de analizar situaciones ni circunstancias. Es egocéntrico, ya que conversa consigo mismo y no escucha a los demás. El niño de segundo grado presenta características diferentes al niño de primer grado en cuanto a pensamiento y lenguaje, ya que éste es más reflexivo y retiene su atención por períodos más largos, pero todavía no estructura bien las nociones de espacio, tiempo, movimiento, número, cantidad ni medida, además de que no llevan materias como historia o ciencias en éstos dos primeros años de primaria, no visitan los museos de la Ciudad de México. Yá

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

que ésta guía contiene caricaturas infantiles, no llamará la atención del niño de sexto grado, porque se encuentra en una edad de transición, es una infancia en vías de desaparecer o un comienzo de preadolescencia, lo que causa un encierro en sí mismo, la pérdida de espontaneidad y la inestabilidad psicológica.

En cambio, el niño de tercero, cuarto y quinto grado está en pleno proceso de integración al mundo social, se siente atraído por su medio ambiente, examina con detalle lo que le interesa y su pensamiento es más lógico. Tiene criterio propio y se interesa por el origen o causa de los hechos, ya ubica la posición espacial y es capaz de ir situando en su tiempo toda una serie de personajes de la historia con una sucesión más o menos aproximada.

Las visitas a los museos y ésta guía, facilitará el aprendizaje de los niños, ya que relacionarán lo que vean en el museo con los temas aprendidos en la escuela. El niño aprende mejor las cosas cuando se le enseñan relacionadas, así el valor de la vivencia es algo fundamental en ésta concepción de aprendizaje.

A través de la observación se pone en

contacto con su mundo y a medida que experimenta, su mundo se va ampliando, es por esto que es importante que observe y analice el arte, la ciencia, la tecnología, etc., que ofrecen los museos de ésta ciudad.

CAPITULO 4

ANALISIS DE RECURSOS

4.1 MEDIOS DE DIFUSION

Cada vez más numerosos y complejos acontecimientos rodean al individuo, exigiendo de él diversas actitudes, motivándolo, presionándolo. Este recibe una abrumadora cantidad de información de diversa índole, a cada instante, sobre ciencia, arte tecnología, deporte, etc... A partir de éstos conocimientos el hombre puede participar más activamente dentro de su campo de acción.

La labor de los medios de comunicación es la recolección de datos sobre acontecimientos, elaborados y transmitidos bajo capacitaciones óptimas, comunicadores tecnificados y conocimiento de los efectos que producen las noticias en los receptores.

Los medios de comunicación de índole masiva pueden ser nuestros grandes aliados para la difusión más efectiva del museo.

El objetivo del museo al usar éstos medios de comunicación es llegar al público a través de sus fuentes comunes y corrientes de información, es usar éstos medios para llamar su atención y motivarlo.

4.1.1 RADIO

La cantidad de radios en México es mucho más grande que la de televisores. Pues con respecto a la televisión los radios tienen la gran ventaja de que las personas pueden escuchar radio mientras hacen otras cosas. De ésta manera se llega fácilmente a todos.

4.1.2 TELEVISION

¿Quién asiste en la televisión a programas de museos? millares de personas, que posiblemente en su mayoría nunca han estado en un museo. La televisión es un activo comunicador de la población media que tiene la ventaja visual sobre la radio.

4.1.3 PERIODICO

Es un medio de comunicación muy económico y masivo.

El mejor método para llegar a los periódicos es mandándoles comunicados de prensa. Estos comunicados cuyos textos serán redactados por el encargado de relaciones públicas del museo deben ser simples con un lenguaje sencillo de fácil comprensión, a manera de aumentar

el interés del público para que lo visite.

4.1.4 CATALOGOS PARA EXPOSICIONES

Estos catálogos deben ser de dos tipos distintos, uno corto y otro más detallado que debe ser siempre revisado con la finalidad de mantenerse actualizado de acuerdo a las adquisiciones del museo destinados a atraer el público e introducirlos al tema de las exhibiciones que presenta el museo.

Los catálogos pueden ser vendidos o regalados. Son también a veces enviados gratuitamente.

4.1.5 CARTELES

Esta herramienta publicitaria se utiliza para la apertura de exhibiciones temporales o programas culturales, el cartel ha ido evolucionando, es el pionero de los medios de comunicación visual y su evolución se debe al cambio de postura que los creadores del cartel han adoptado.

4.1.6 EL FOLLETO

Los folletos forman parte de la rama de la publicidad llamada "publicidad directa"

esto es, todo impreso que se entrega directamente al público a través de un mostrador, en la calle o posiblemente de venta en alguna librería.

El uso tan frecuente en este tipo de publicidad estriba en las siguientes características:

- 1) La gran flexibilidad de su formato, puesto que su tamaño puede variar desde una tarjeta postal hasta el de una hoja de periódico.
- 2) Su gran adaptabilidad para transmitir cualquier tipo de mensaje y su flexibilidad en cuanto a el tema.
- 3) Su costo, que puede variar según los requerimientos.

La publicidad directa, dependiendo de su tamaño, recibe diferentes nombres:

Prospectos: impreso constituido por una sola hoja, con texto por uno o ambos lados (enlistan especificaciones o la calidad de un producto.).

Circulares: cartas con texto y firma impresas, generalmente se envían por correo, dentro de revistas o acompañada de productos.

Folletos: recibe éste nombre todo impreso que consta de dos o más páginas, y que por lo general lo excede de 16, aunque su número depende mucho de lo que va a transmitir o del efecto deseado.

La folletería es un medio sumamente flexible en cuanto a su presentación: la calidad del papel, tamaño, formato, color, suajes, dobleses, formas geométricas variadas o efectos tridimensionales, pueden utilizarse indiscriminadamente para llamar la atención del lector y evitar que éstos desechen la publicidad sin haber considerado el mensaje.

Este tipo de impresos, relacionan al producto y al consumidor del bien directamente, siendo de gran impacto comercial y su producción puede abarcar todo tipo de presupuesto.

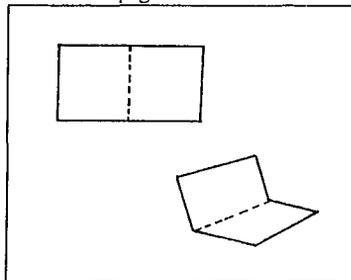
El folleto es útil en la transmisión de cualquier tipo de mensaje, desde el más simple en que sólo se presente el producto hasta aquellos que son elaborados con ilustraciones y texto, pidan ser leídos detenidamente con la posibilidad de que varios de ellos formen

un conjunto o de ser guardados para remitirse a ellos como material de referencia.

"La medida que más se acostumbra usar en un folleto, es la de una hoja carta: 21.50 cm x 28 cm, en tríptico, o puede presentarse en díptico, en forma de libro o con un formato especial, sin embargo, su tamaño y presentación varían de acuerdo al presupuesto dedicado a su producción" ²¹

"Entre los formatos más comunes para folletería se encuentran los siguientes:" ²²

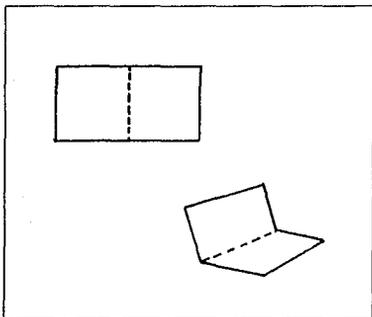
1 dobléz-4 páginas



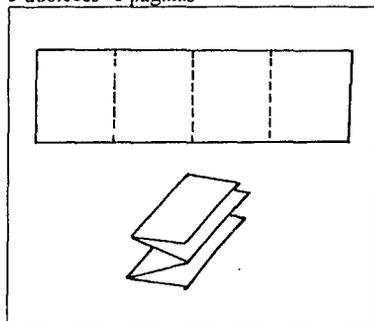
²¹ Wright, Warner y otros, "Advertisement", (4a. edición)Mc.Graw Hill Book Company, 1962. P. 291.

²² Harry P. Bridge, "Practical Advertisement";Rinchart & Company Inc.1949 P.40.

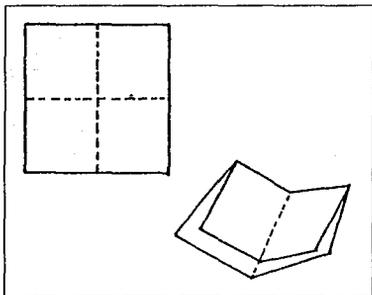
2dobleces - 6 paginas



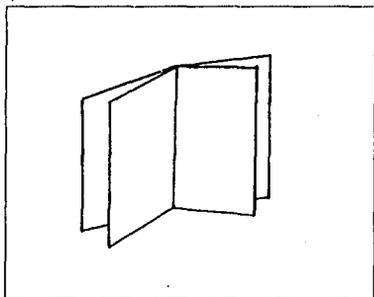
3 doblesces- 8 páginas



2 doblesces 8 páginas



Libro, x núm de pág. múlt de
4



Como se observa, la mayoría del papel que se utiliza en impresión se obtiene principalmente en dos medidas estándar 57x87 y 70x95 cms., ambos pliegos proporcionan los tamaños más comunes carta y media carta, el primero y oficio y medio oficio el segundo sin desperdicio alguno de papel.

4.1.7 GUIA

A continuación se presenta una recopilación de definiciones de guía que nos permiten entender este concepto:

"Libro con informes sobre todo aquello de más importancia o interés para el que visita" ²³ "Libro de indicaciones" ²⁴

"Tratado en que se dan preceptos o meras noticias para encaminar o dirigir en cosas, ya espirituales o abstractas, ya puramente mecánicas o materiales". ²⁵

Nuestra definición:

Publicación con información general y breve que enseña lo más importante sobre un tema específico.

4.2 LA NATURALEZA DEL COLOR

El color se infiltra en nosotros, en cada momento que vivimos, y hasta penetra nuestros sueños.

Hay color en un día soleado, en el cielo y las montañas, en nuestra piel cabello y ojos.

Cada objeto que se manufactura para nuestro uso es coloreado. Pero, ¿Que es el color?

Sus efectos en las personas son emocionales, haciendo objetos cálidos o fríos, dinámicos o estáticos, exitantes o tranquilos.

El color enriquece al mundo y a nuestra percepción, la infinidad de colores en el mundo es casi inimaginable.

El color es luz, es pigmento. El color es sensación, información y comunicación.

Nosotros nos detenemos al ver que la luz verde del semáforo se cambia por roja. Usamos el color para identificar objetos: sabemos por el color cuando una fruta está madura, cuando un vegetal ya no es fresco. Identificamos flores, pájaros y animales por el color.

²⁴ Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado. Ed. Selecciones del Reader's Digest, México 1975.

²⁵ Diccionario Enciclopédico Abreviado, Ed. Esparsa Calpe, S.A., España 1932.

²³ Harry P. Bridge, "Practical Advertisement"; Rinehart & Company Inc. 1949 P.40.

Nosotros respondemos al color, tenemos preferencias que nos dan las llaves para demostrar nuestras emociones.

Para explicar porqué el cielo es azul, cómo el arcoiris se forma, o porqué el espectro puede a veces ser visto a través de los finos hilos de una telaraña, se puede involucrar a la física compleja y englobar casi todo lo conocido y estudiado a cerca de la luz natural.

El color es un elemneto sugestivo de la naturaleza y de los objetos que ha creado el hombre para dar la imágen completa de la realidad.

4.2.1 EL COLOR EN LAS ARTES GRAFICAS

No cabe duda que el color ha sido motivo de estudio a través de los siglos, por sí gran influencia en cada momento de la vida del hombre.

Se han investigado y descubierto tantas teorías a cerca de éste tema, que hablar de él puede llevar a todo un estudio vasto y complicado.

No es intención de ésta tesis, abarcar

todos los aspectos que hasta ahora ha conquistado la ciencia acerca del color, sino tratar sólo lo fundamental y básico que ayude a hacer posible el proyecto que ésta pretende.

Como definición se puede decir, que el color "Es la impresión que produce en la vista los rayos de luz, reflejados por un cuerpo"²⁶ o puede referirse también a la "Sustancia preparada para pintar o teñir"²⁷

Fuè Isac Newton, el gran físico inglés, quien descubrió que la luz blanca solar se compone de diferentes especies de luces de colores.

Esta luz blanca, se puede descomponer, haciéndola pasar por un prisma, así, la luz se refracta produciendo una imágen que se compone de muchos colores.

A esta multitud de colores se le llama "Espectro Solar" y al fenómeno de la descomposición de la luz en el espectro, se le conoce como "Dispersión".

²⁶ Tesis. "Sistema gráfico de identificación para las portadas de los libros

²⁷ IBID.

4.2.2 SINTESIS ADITIVA Y MEZCLA SUSTRACTIVA

SINTESIS ADITIVA

Tres los colores del espectro, los denominados primarios, pueden producir por sí mismos la luz blanca al combinarse.

Se llaman primarios, pues ninguno de ellos puede resultar de la combinación de otros colores, y todos los demás colores de la luz son mezclas de éstos tres básicos que son: rojo, azul y verde.

En la síntesis aditiva, los colores complementarios conducen al blanco. Los colores complementarios son aquellos que se encuentran diametralmente opuestos en el círculo cromático.

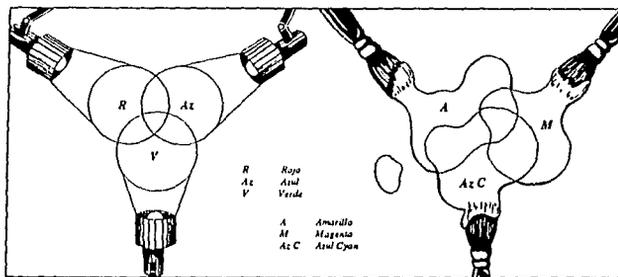
MEZCLA SUSTRACTIVA

No hay que confundir las luces primarias, con la mezcla sustractiva. Esta es cuando se combinan entre sí pigmentos u otras sustancias coloreadas que actúan como filtros de luz.

Se llama así a esta mezcla, pues cada superposición de pigmento (o sustancias coloreadas), determinan una sustracción de luces reflejadas hasta que resulte la ausencia total de radiaciones, es decir, el negro, que es el último fin de la mezcla sustractiva.

Aquí los tres colores base son: amarillo, magenta y azul cian.

En la mezcla sustractiva, los colores complementarios conducen al negro.



Síntesis Aditiva - Mezcla Sustractiva

La mezcla de éstos tres colores base, da como resultado los demás colores secundarios que son: naranja, verde y violeta.

El color ejerce sobre quien lo ve, una triple acción o poder: poder de impresionar, poder de expresión y poder de construcción.

Estos tres poderes expresivos del color, se pueden usar ayudados de dos formas compositivas: armonía y contraste.

La primera coordina diferentes valores que el color va adquiriendo en una composición, con lo que provoca las

variadas formas de contraste; en cambio,

combinación contraste, es el que realiza entre colores que no tienen entre sí nada en común.

4.2.3 LA TEMPERATURA DE LOS COLORES

El calor de un tono depende de una relación de sensaciones por la persona en la visión de los mismos colores.

Estos se pueden dar por la asociación que ha hecho el hombre, de considerar calientes a los colores asociados con el sol o fuego, y los colores fríos con la nieve o el agua, idea de frescura.

Así se puede decir que:

- Los colores fríos son los que resultan de las mezclas verde-azul.

- Los colores calientes son los que resultan de las mezclas amarillo-rojo-

Estos tienen gran capacidad de expresión y fuerza diferente de los fríos.

Los siguientes adjetivos pueden, de alguna manera, dar significados dependiendo de la temperatura:

COLORES	COLORES
FRIOS	CALIDOS
Húmedo	Seco
Ligero	Pesado
Lejano	Cercano
Aéreo	Terreno
Diluido	Denso
Calmante	Estimulante
Transparente	Opaco

Fué también Newton quien determinó, después de experimentos y estudios, las proporciones que debe haber en la distribución del espacio para cada color.

Para ésto se basó en la luminosidad de cada tono, resultando las siguientes proporciones:

LUMINOSIDAD

Amarillo 8
Rojo 8
Magenta 6
Violeta 3
Cyan 4
Verde

A los que corresponde un exponente de superficie inversamente proporcional:

SUPERFICIE

Amarillo 3
Rojo 4
Magenta 6

Violeta 9

Cyan8

Verde 6

4.2.4 LENGUAJE DE LOS COLORES

Desde que el niño empieza a dibujar o pintar, utiliza el color para crear diferencias e ilusiones, aún cuando no se de cuenta.

Su sentimiento por el color rosa es, desde pequeño, bien definido y le atraen enormemente los colores vivos y contrastantes.

El niño no posee toda la experiencia cultural de un artista, ni un conocimiento inmediato del color que lo haga capaz de utilizarlo sabiamente. Pero imagina una perspectiva y experimenta profundidad con la yuxtaposición del color.

Se trata de una habilidad totalmente espontánea en donde el niño procede por instinto y agrado que le ofrece el color. Hace mezclas que para él tengan un efecto estético positivo, paralelamente a su emotividad.

Los colores primarios son invariablemente preferidos por los niños hasta de tres años, más que los matices claros.

El uso de los colores más fríos como el azul y el verde, indican un control ante las emociones en los niños de cinco años o menores.

Se ha demostrado que los colores influyen enormemente en el ser humano, en su cuerpo y en su alma.

Psicólogos aprueban la idea de que todo hombre tiene una escala de colores propia con los que expresa su humor, temperamento, sentimientos e imaginación.

Es por ésto, que le han dado a algunos colores sensaciones determinadas:

NEGRO: concentra en sí mismo todo y se opone a la luz por ser el color de la tristeza, de la disolución y separación. Determina lo escondido y velado como muerte, ansiedad, noche, asesinato, aunque también se le asocia con seriedad, nobleza y elegancia.

BLANCO: no es color sino luz que se

difunde y expresa claridad, inocencia, calma, armonía, alma, infancia, paz y divinidad.

GRIS: puede expresar el pasado, la vejez, aburrimiento, ausencia de vida, desánimo y desconsuelo.

ROJO: expresa alegría y entusiasmo. Es el color más exitante y puede significar agresión, guerra, acción, emoción, pasión, peligro, así como caridad, triunfo, sacrificio y vida en sentido espiritual.

AZUL: es reservado y parece alejarse, puede expresar confianza y reserva, fidelidad y amor, amistad, afecto y armonía.

VERDE: es el resultado armónico del cielo (azul) con el sol (amarillo), por lo que es reservado y esplendoroso. Es el color de la esperanza y expresa equilibrio, descanso, juventud, naturaleza y deseo.

AMARILLO: es el color de la luz por lo que irradia en todas partes y sobre todas las cosas. Puede significar celos, odio, egoísmo, adolescencia, placer y risa.

NARANJA: después del amarillo es el más visible, pues es el color del fuego

flameante. Se le ha escogido para las señales de peligro y puede significar: fiesta, placer, regocijo, aurora y presencia del sol.

VIOLETA: indica ausencia de tensión, por lo que significa: calma, dignidad, autocontrol, aristocracia, aunque también: violencia, hurto, agresión, miseria y engaño.

OCRE OSCURO-MARRON: resulta la mezcla del amarillo-rojo-azul. Su comportamiento es cordial, noble, cálido y determina cosas comunes, concretas y prácticas, así como la fuerza, vigor y resistencia.

4.2.5 CONTRASTE

Por el contrario, es la integración de colores que nada tienen en común, utilizando colores base o colores complementarios.

Los colores base son los primarios.

Los colores complementarios son los que se oponen entre sí en el círculo cromático. Un secundario es complementario del primario que está ausente en dicho secundario: el rojo es complementario del verde y viceversa, el

azul del naranja y el amarillo del violeta.

LAS GAMAS ARMONICAS se consiguen utilizando los colores próximos del círculo cromático, pero carecen de viveza e interés. Únicamente se consiguen con la presencia de tonos de otra gama opuesta, es decir, armonizando por contraste.

LA GAMA es una serie de tonalidades cromáticas que guardan alguna relación entre sí. Es el orden establecido en un conjunto de colores.

Existen gamas calientes, frías espectrales, complementarias, melódicas, etc.

Los efectos de armonía y contraste provocan reacciones y sensaciones afectivas, psicofisiológicas, asociativas' y simbólicas que condicionan el proceso del diseño.

4.3 TIPOGRAFIA Y MENSAJE

La tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues, la realización de libros, revistas, periódico, folletos, carteles, anuncios, rótulos, cualquier cosa impresa, en suma que

comunique a los demás mediante palabras.

4.3.1 BREVE HISTORIA DE LA TIPOGRAFIA

Prácticamente la historia de la tipografía comienza al mismo tiempo que la invención de la escritura.

Los orígenes de nuestro alfabeto son todavía confusos; aunque se acepta hoy en día, como un dato más aproximado que fué inventado en algún rincón del Mediterráneo Oriental. Hace menos de 2000 años a.C., David Diringer señala que todos los alfabetos que se usan actualmente en el mundo se derivan de éste y que su inventor o inventores deben incluirse entre los grandes benefactores de la humanidad, solo los semitas sirio-palestinos dieron al mundo un genio que creó una escritura alfabético de la que descienden todos los alfabetos presentes y pasados. Estos alfabetos fueron evolucionando así como su forma de impresión hasta llegar a los métodos más modernos.

Los primeros métodos para parar tipografía fueron a base de bloques o lingotes de metal y de madera que se

formaban letra por letra hasta completar la palabra u oración deseada, pero éste proceso era muy tardado y laborioso.

Gracias a los adelantos de la ciencia, hoy en día la tipografía se maneja por medio de máquinas de fotocomposición.

Los diferentes tipos de letras que existen vienen dentro de un diskette teniendo la libertad de escoger la opción, el puntaje y el estilo, es decir, bold, light, italic, etc., que se adecue a nuestras necesidades.

De éste diskette se jala la fuente elegida, la cual aparece en una pantalla de computadora. En ella se teclea como cualquier máquina de escribir la información que se va a parar, dándonos la separación indicada entre palabras y letras así como el interlineado óptimo según el puntaje.

Una vez almacenada ésta información, se procesa y se manda a través de la computadora para salir en tiras de papel fotográfico y revelado, las cuales son usadas para el montaje del original mecánico.

Existe otro método para armar

tipografía por medio de hojas transferibles. Estas hojas constan de uno o más alfabetos con dos o más letras en cada uno de ellos dependiendo de la utilización de cada letra incluyendo números, comillas, puntos, acentos, etc.

Existen diferentes tipos de letras para hojas transferibles lo que facilita al diseñador la elección de la letra adecuada según el diseño.

Este método es recomendable cuando la tipografía que se requiere no es muy abundante o extensa. Se usa sobre todo para cabezas de texto.

Los tipos actuales tienen sus raíces en los del pasado y se dividen en 11 grupos o clases, basándose tanto en su origen como en sus características generales:

- Veneciano
- Estilo antiguo
- Moderno
- De transición
- Sin patas
- De pata cruzada

-Gótico

-Contemporáneo

-Manuscrito

-De periódico

-Siglo XX

Gothic	<i>siglo XV</i>	Gótica
Caslon	<i>principios del XVIII</i>	Tradicional
Baskerville	<i>finales del XVIII</i>	Transición
Bodoni	<i>finales del XVIII</i>	Moderna
Gill	<i>siglo XX</i>	Contemporánea
Helvetica	<i>siglo XX</i>	Contemporánea

4.3.2 ELEMENTOS DE LA TIPOGRAFIA

En el siglo pasado, los científicos y principalmente los psicólogos, estudiaron la comunicación a través de la página impresa. Sus descubrimientos tendieron a confirmar las normas o reglas que han ido creando los tipógrafos mediante su experiencia, especialmente en el área de la selección y el uso de determinado tipo.

Uno de los aspectos más importantes para la comprensión en la realización de cualquier tipo de texto es la legibilidad.

El término legibilidad sugiere una interacción entre composición y lector. Es decir que con legibilidad no solamente nos referimos a que el mensaje sea fácilmente visible. El objeto de mirar una composición no es simplemente verla sino comprenderla, captar el mensaje que lleva, por lo tanto, la comprensión es la

base de la legibilidad.

Siendo la comprensión un resultado del procesamiento de la información, debe definirsele como unidades de comprensión por unidad de tiempo. La comprensión determina la velocidad de los ojos al leer, por lo tanto, el tipo que se lee más rápido podría establecerse como el más legible.

Cierto número de factores influyen sobre la legibilidad: el diseño de la letra, el tamaño, el peso, el interlineado, la longitud de las líneas, los márgenes, las líneas dispares o uniformes (justificadas o no justificadas), la tinta, el papel, la impresión, etc.

La atención y concentración del lector dependen en gran forma de la legibilidad y el uso de la tipografía.

Los tipos más usuales son los empastados y los standard, aunque existen otros tipos diferentes a éstos que son casi tan legibles como ellos; pero que se usan porque en ocasiones se adecúan mucho mejor al diseño en general de la papelería.

El uso de mayúsculas para titulares es

muy común ya que es poca la información que debe captarse dándole mayor importancia a la misma. Aunque para textos largos no es recomendable ya que causan una pérdida de 12% en el tiempo de lectura.

El interlineado no modifica el cuerpo, ni alarga las líneas: simplemente las aparta más o menos.

Estas son las reglas que se deben de seguir:

1) Para los tamaños de textos ordinarios, uno o dos puntos de interlineado es suficiente.

2) Para las letras que son de cuerpo pequeño es suficiente con un punto de interlineado.

3) A medida que se aumenta la longitud de la línea, es mayor la necesidad de interlineado para cualquier letra.

4) A mayor puntaje, mayor interlínea siendo proporcional al tamaño de letra.

Longitud de la línea: al tener una letra más angosta, aumentan los caracteres de la frase, por lo que el receptor o lector requiere de fijaciones más frecuentes y

ésto le dificulta la lectura, además de aumentar la probabilidad de guión al final del renglón, acrecentándose el tiempo requerido para la percepción.

El término longitud de alfabeto se refiere al espacio para componer las letras minúsculas de la A a la Z, sin espacio adicional entre las letras.

Burt propuso que el número total de golpes en un renglón debe de abarcar como máximo la suma de dos a tres afabetos.

MARGENES

La utilización de márgenes en las páginas, varía también en el efecto abarcan aproximadamente el 50% de de legibilidad.

Por regla general, los márgenes que un libro se consideran amplios.

El objetivo de los márgenes es enmarcar la tipografía y otros elementos dentro de un espacio en blanco. La cantidad de espacio en blanco entre los elementos que están dentro del área impresa, debe ser inferior, a fin de conferirle unidad y coherencia a todo.

ALINEACION DE TEXTO

En tipografía y fotocomposición existen tres formas de organizar el texto:

Se le llama texto justificado a las columnas de idéntica longitud.

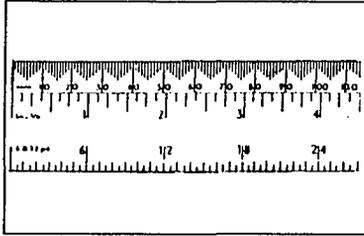
Se le llama texto en bandera a la derecha, cuando el texto está alineado sólo por la izquierda.

Se le llama texto en bandera a la izquierda, cuando el texto está alineado sólo por la derecha.

La medida de la tipografía está dada en sistema de picas:

1 pica= 12 puntos

1"= 6picas= (12puntos x 6 picas)=72 puntos



ANCHURA DEL CHARACTER

Los caracteres tipográficos ocupan un número variable de un cuadro. Dicho cuadrado se divide en 18 unidades que se usan para medir el espacio ocupado tanto por los caracteres como por las palabras.

Al componer encabezados o títulos decorativos que por lo general no ocupan más de un par de líneas, las letras pueden colocarse en contacto o casi en contacto.

Para tener una buena legibilidad se requiere de: la interacción entre el papel o la superficie de impresión y el diseño de la tipografía.

Tinker y otros investigadores han concluido que:

1) El negro sobre el blanco es superior a la impresión blanca sobre un fondo negro. Cuando el mensaje es corto, el blanco sobre el negro resulta de utilidad para llamar la atención pero el texto debe de ser de 10 a 12 puntos por lo menos.

2) El negro sobre el papel coloreado bajo condiciones ordinarias es probablemente un factor sin importancia mientras el fondo sea claro.

3) La legibilidad de las diferentes combinaciones de tintas, sobre fondos coloreados varía gradualmente. Las mejores combinaciones son las que tienen un mayor contraste en la brillantez, por ejemplo una tinta oscura sobre un color claro mientras no sean complementarios.

4.3.3 LEGIBILIDAD

La legibilidad es la verdadera funcionalidad gráfica, el fruto natural y necesario de la percepción del impreso y su lenguaje, si bien los vocablos legibilidad y lectura significan también apreciación y comprensión de una línea o forma por la vista, según un recorrido lógico, aún prescindiendo de signos y palabras.

Pero visibilidad y legibilidad son los fines fundamentales y específicos del impreso, que debe ser, en primer lugar, instrumento eficiente para transmitir el pensamiento del autor, para efectuar una comunicación visual cualquiera que el lector debe captar en el tiempo más breve posible y con el menor esfuerzo psicofísico.

Ahora bien, el acto visual es sumamente complejo: la labor coordinadora de la mente es mucho más veloz que la de los órganos visuales que deben descifrar los signos gráficos. De aquí la importancia de estudiar los elementos del impreso: soporte, cuerpos y medidas de la composición, dibujo de los caracteres, color de la tinta, calidad de impresión, etc; contrastándolos convenientemente para ayudar a la vista en su función perceptiva. Si el contorno o perfil de los caracteres, elemento principal, es contrastado, característico y fácilmente identificable, si su forma, su tamaño y sus blancos interiores y exteriores son proporcionados, la percepción de palabras y frases quedarán notablemente simplificadas.

Otros factores que hay que tomar en

cuenta, son la edad de los lectores, la distancia de lectura, el tiempo que hay de lectura y el tamaño de caracteres, así como el tamaño del impreso.

4.3.4 TIPOS DE TIPOGRAFIA

Se suele llamar a los tipos de caja alta y de caja baja, así como altas y bajas respectivamente, mayúsculas y minúsculas. Los tipos corresponden a determinadas familias y cada una de éstas es la colección de cuerpos del mismo diseño.

Existen diferentes grosores en una misma familia que suelen conocerse como "bold" o "light".

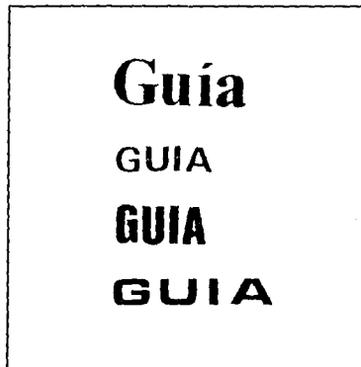
Además las familias tienen caracteres anchos que se conocen como abiertas o extendidas, y estrechas llamadas condensadas o chupadas.



La tipografía bien usada, puede dar impactos de fuerza y empiridad.

Todo depende del buen gusto con que se escoja para ir experimentando combinaciones claras.

TIPO	CARACTERISTICAS
Cursivas y manuscritas	Graciosas y femeninas
Letra block	Fortaleza y virilidad
Condensadas	Triztes y serias
Extendidas	Alegres y optimistas



Una misma familia de tipo es capaz de ofrecer varias posibilidades para títulos y subtítulos, así como para textos. Se debe

tratar de conservar el aire familiar, es decir, que guarde relación con el estilo del tema a tratar.

Para que una información escrita se comunique eficientemente, se necesita que el mensaje se lea e interprete correctamente y que se entienda en el menor tiempo posible.

4.4 CARACTERISTICAS TECNICAS

El programa de inversión para un impreso afecta su presentación visual; el tamaño, la calidad del papel y el número de tintas empleado en su elaboración, aumenta o disminuye los costos de producción de manera significativa; el formato influye sobre los costos del papel y en su calidad en cuanto a sus dimensiones y, el número de tintas puede duplicar o triplicar los precios en base a los negativos, placas, impresiones por pliego y horas-hombre empleados en su elaboración, lo que moldea totalmente el resultado final.

El presupuesto afecta la calidad de la edición, el tiraje y la distribución de todo impreso; en tirajes reducidos y de inversión mínima, las características físicas del diseño, formato y papel,

guardan una relación de dependencia indirecta con respecto al número de ejemplares, el cual por motivos económicos restringe el sistema de impresión a emplear, en cuanto no se puede permitir un desperdicio de papel en las pruebas de impresión.

Este sistema, al poseer características específicas en cuanto al tamaño máximo y mínimo de superficie de impresión, limita el tamaño del papel standard, a su formato de impresión; el diseño o proyecto debe adecuarse a éste formato (no debe encontrarse fuera de proporción o existir demasiado desperdicio, y, a su vez guardar relación con las dimensiones del pliego extendido con el objeto de conocer el número de impresos por hoja.

4.4.1 EL PAPEL

HISTORIA

La palabra papel proviene del griego "papyrus", el nombre de una planta que crece en las orillas del bajo Nilo.

3000 años a.C. se cortaban o pelaban tiras de tallo, que transversalmente se machacaban hasta formar hojas pero no se puede considerar que eso fuese papel.

El auténtico papel se hacía completamente con fibras vegetales, corteza de árbol, cáñamo, trapos y redes de pescar. Este fué inventado en China por un miembro de la corte del emperador Ts al Lun, en el año 105 d.C.

El arte de fabricar papel, pronto se extendió por toda China y, a través de Corea; llegó hasta Japón. La importancia del papel en la vida y la civilización orientales fué siempre muy superior a la que el papel tuvo en occidente. Pasaron 1000 años antes de que llegase a Europa; para ello atravesaría Persia, Arabia, Egipto, y el Norte de Africa.

Hasta el siglo XIX todo el papel se elaboraba a mano, de modo que el tamaño de hoja estaba determinado por la bandeja que se utilizara y que un hombre pudiera sujetar correctamente.

La bandeja se sumergía en la tinta de pulpa y se sacudía para que las fibras se mezclasen de manera uniforme. Se decía que el arte de ésta sacudida tardaba 30 años en aprenderse.

El papel de mayor tamaño realizado en Europa es el Anticuarian de Whatman

(78.7 x 134.6 cms.), pero Darf Hunter menciona el "emperador", un papel chino (121.9 x 182.9 cms.) ambos tipos de papel necesitaron dos hombres para sujetar el molde.

La primera máquina para fabricar el papel fué inventada por un francés, Nicolas Louise Robert, hacia 1798.

A partir de entonces, el papel se fabrica en bobinas, la mayor parte del papel actualmente se fabrica en máquinas fourdrinier, que no sólo tiene un tamaño colosal, sino que además son sorprendentes; se ve fluir un líquido blanco, de aspecto cremoso que inmediatamente se solidifica, transformándose en papel.

CARACTERISTICAS DEL PAPEL

El papel es una especie de estera de fibras hecha de cualquier clase de fibras celulósicas que pueden ser: madera, yute, paja, trapo, cáñamo, esparto e incluso de caña de azúcar.

La fuente principal de éstas fibras celulósicas es la madera, la cual es desmenuzada en agua por medio de procesos químicos.

El papel puede hacerse con casi todas las sustancias fibrosas. Los árabes solían fabricarlo con lino y trapos, o con diversas fibras vegetales.

La blancura del papel está relacionada con la opacidad, y es también una característica muy importante del papel. Esta se mide por la mayor o menor transparencia que presente una imagen vista al reverso de la hoja y depende de los productos químicos agregados. A mayor blancura menor opacidad.

Otra característica muy importante del papel es el GRANO, y es la dirección en que se orientan predominantemente las fibras. Este se determina rasgando el papel según su forma de quebrarse y también se puede apreciar al doblar el papel, ya que el mismo doblado a favor del grano forma un pliegue más liso que el que se dobla en contra del grano.

Dependiendo de la naturaleza de la fibra y su longitud será la resistencia del papel, las fibras largas confieren mayor resistencia al desgarrar que las fibras cortas, pero sólo contra el grano y no a favor de éste.

La superficie depende del estucado o del calandrado. El estucado es una mezcla de caolín y otras materias aplicadas a la superficie del papel a fin de obtener un acabado más liso. Esta capa puede ser aplicada con unos cepillos blandos giratorios, con rodillos, o bien por un cilindro y un chorro de aire, alisada con una cuchilla de acero, o depositada y pulimentada por un tambor calentado.

Otras de las características físicas y químicas del papel son: la acidez, la porosidad y la fuerza de adhesión a la superficie.

La pulpa se hace a base de la merma, que son los desperdicios de los cortes del papel de una celulosa refinada, de bagazo de caña y agua.

En la máquina de hacer papel, la pulpa se diluye en grandes cantidades de agua, (para una tonelada llegan a necesitarse medio millón de litros cúbicos de agua). La pulpa se reduce por medio de astillamiento, digestión, lavado y desfibrado, en los que se emplean diversos agentes químicos para que el material se apelmace y entrelace como es

debido. Después de que se forma la pulpa ésta pasa a una depuración por fuerza centrífuga reduciendo la cantidad de agua y posteriormente se le hace circular en una fina malla continua de alambre. Esta malla al ir avanzando, produce un movimiento vibratorio haciendo que las fibras se apelmacen y entrelacen colando el agua por segunda vez y extendiéndolas.

Posteriormente ésta pasta pasa ya cernida a una caja en la que se hace vacío por lo que se produce una succión de agua, quedando un 86% de agua y un 14% de materia. Después pasa por unas prensas que exprimen y succionan el agua restante, dejando un 60% de agua y un 40% de material, luego pasa por unos filtros que también absorben agua, y al final pasa por unos secadores de temperatura que se calientan por vapor a unas temperaturas que inician en 60°C y que acaban en 110°C, dejando así en la pasta sólo un 20% de agua y un 80% de material.

Después de pasar por todo éste proceso de secado, la pasta pasa por unos rodillos calandradores. El papel se enrolla en enormes bobinas y, más tarde, se corta al tamaño de hojas.

GRAMAJE

Se entiende por gramaje "peso en gramos" el peso del metro cuadrado de un determinado papel.

El gramaje sirve para calcular el peso de los diversos tamaños de papel que se expenden en el mercado. El gramaje no siempre guarda relación con el grueso, pues éste depende de las diversas materias que componen las distintas clases de papel y de otros factores de fabricación. Por otra parte, el peso también depende del tamaño de la hoja: un papel de la misma calidad y del mismo gramaje tienen diferentes pesos por resma (500 hojas).

4.4.2 LA ILUSTRACION

HISTORIA

La ilustración de libros se desarrolló a finales del siglo XV junto con la invención de la imprenta, aunque se debe recordar desde tiempos aún más antiguos, la ilustración ha ido acompañando a los libros y manuscritos.

Para el siglo XVI y XVII surgieron varios ilustradores en toda Europa. En

Francia Geofroy Tory utilizó la ilustración junto con el texto y márgenes. Más tarde el ilustrador Thomas Bewich creó una técnica que tuvo buen resultado para competir con los grabados que en esa época predominaban en la ilustración de libros.

A finales del siglo XVIII el alemán Alois Senefelder inventó la litografía o sea la impresión en plano, y el primer libro que se imprimió en esta técnica fué la edición de "Fausto" ilustrada por Delacroix. Surgió a principios del siglo XIX la cromolitografía con la cual se imprimieron los "libros de juguete" donde por primera vez se introdujo el color.

Al llegar la fotografía hubo un declive en la ilustración que se hacía en esa época ya que el nuevo invento tuvo un gran impacto por el realismo que se daba.

Con la revolución industrial comenzó un enorme desarrollo en cuanto al color ya que se hicieron pigmentos y tintas que crearon nuevos colores. Más adelante los ilustradores pudieron emplear otros tipos de pintura que se reproducían fácilmente. Esto demuestra la enorme influencia que ha tenido hasta nuestros días la fotografía en la ilustración de libros y el la

ilustración en general.

Para la mayoría de los libros y aún mucho más para los libros infantiles, la ilustración ha sido de gran ayuda ya que atrae la vista hacia la página, las ilustraciones cobran mayor interés al lector porque omiten muchas palabras y logra una lectura más comprensible.

Una buena ilustración debe estar a tono con la tipografía del texto, para que juntos estos dos elementos logren dar algún mensaje o información, sin necesidad de llevar páginas enteras de texto.

La ilustración debe estar cuidada en extremo por el diseñador y ésto se refiere a que debe buscarse el lugar adecuado para cada una de ellas conforme al tema o historia que relate la obra.

Se necesita investigar que tipo ilustraciones tendrá el libro, ésto es, si van a llevar viñetas, diagramas, gráficas, etc; todo ésto, sea cual sea el que se escoge como óptimo debe ayudar al lector a seguir el desarrollo de la historia lo más sencillamente posible.

Otro punto importante para lograr un

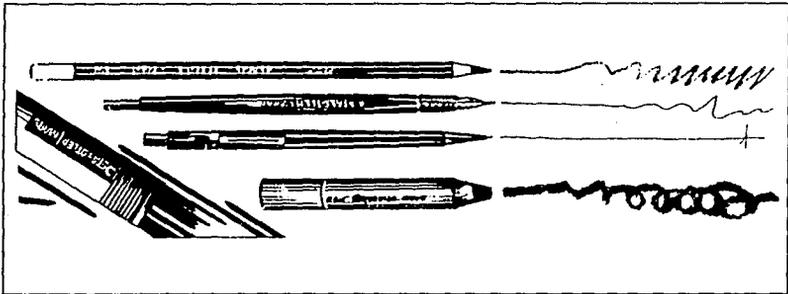
buen resultado de nuestro trabajo es conocer el perfil del lector, para tener cuidado en el tamaño de las ilustraciones y el tipo de las mismas.

Es necesario que el diseñador logre la estética en la integración del texto e ilustraciones por medio de la armonía, la uniformidad, etc.



TECNICAS DE ILUSTRACION

Existen diferentes formas de presentación gráfica que nos ofrecen las diversas técnicas de ilustración, tales como: óleos, acrílicos, temple, acuarela, gouache, pasteles y tizas, carbón, lápiz, pluma y tinta, aerógrafo, fresco, pintura de exteriores.



A continuación se tratarán las adecuadas para éste proyecto.

Lápiz: los lápices de colores se fabrican a base de aglutinante, aparejo, lubricante y pigmento. El resultado, es una mina blanda que permite obtener trazos de color, los cuales se pueden eliminar unicamente con cuchilla.

Con lápices de colores, se consiguen muy buenos resultados y se adquieren muy vistosas obras cuando se emplean sobre un fondo de acuarela.

Acuarela: técnicamente hablando, éste es el sistema de pintura más sencillo por la facilidad de extender el color; en capas muy delgadas, sobre el soporte, que debe

de ser un papel con alto porcentaje de algodón, para así absorber la humedad.

Aunque se considera fácil, el artista debe de tener gran capacidad y seguridad manual al emplearla, pues si se usa equivocada o incompletamente sus posibilidades, dará un resultado dudoso.

La acuarela estimula la colaboración de su observador, puesto que, pueden lograr sorprendentes efectos con sencillos bosquejos.

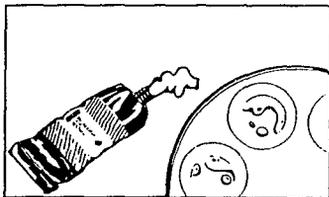
Se consiguen los tonos más delicados con la armonía de sus colores.

Hay sensaciones cromáticas que sólo se pueden expresar con la acuarela: la luz fría, la primavera brumosa, el otoño

dulce y cálido y el agua más que nada, la nieve, la lluvia, gotas y lagos.

La suave armonía y transparencia de los lavados de color, dónde las zonas claras y los brillos se obtienen dejando sin cubrir el papel, son las principales características de la acuarela "pura".

En la acuarela pura, nunca se usa el pigmento blanco, si éste se llega a añadir se llega a un medio diferente: el Gouache.



4.4.3 TÉCNICAS DE IMPRESION

Se puede considerar métodos de impresión, a cualquier sistema que permita la reproducción de un elemento sobre una superficie. El arte de la producción gráfica consiste en producir textos o ilustraciones, determinado número de veces.

Uno de los puntos de mayor importancia, consiste entonces, en la selección del sistema más adecuado que permita lograr los objetivos planteados en la producción.

La imagen que sirve de base para la producción en cualquier sistema de reproducción recibe el nombre de original.

Los métodos más comunes son los siguientes:

OFFSET

La denominación offset atribuida a éste procedimiento proviene del inglés off set, que significa repintar, para indicar que la forma hace llegar su impronta al soporte indirectamente repintándose en primer lugar en un soporte intermedio, la mantilla de caucho.

La impresión se efectúa indirectamente, o sea, la tinta es cedida por la forma a un soporte intermedio de caucho, también cilíndrico, que a su vez la transfiere a un tercer cilindro que lleva el soporte definitivo, papel, cartón.

La posibilidad de imprimir uno tras

otro, en rápida sucesión, los diferentes colores, con el fin de obtener el impreso acabado mediante una sola pasada por la máquina, sin necesidad de esperar al secado completo de los colores impresos anteriormente, a permitido a la impresión offset ganar terreno, contribuyendo a la amplia difusión de la impresión multicolor de calidad.

SERIGRAFIA

Se le llama así a la impresión que se da por medio de una malla de seda o nylon, donde se logran texturizados por medio de fotoemulsiones o transparencias.

La principal ventaja de este proceso es su versatilidad ya que se puede aplicar a casi cualquier superficie: vidrio, madera, metal, tela, papel, etc.

Otra característica es la posibilidad de depositar una capa gruesa de tinta, en ocasiones hasta 10 veces más espesa que lo normal, controlando el espesor por medio de la trama, la tinta misma o diversos aditivos.

Capaz de alcanzar hasta 6000 impresiones por hora, puede ser un sistema limitativo de producción cuando

se compara con otros sistemas. La reproducción de medios tonos puede hacerse con mayor precisión usando cualquier otro método de impresión.

FLEXOGRAFIA

Es un procedimiento directo como el tipográfico y en él se emplean formas en relieve, pero a diferencia de aquel, se requieren tintas muy fluidas que sequen por evaporación y en las que la función de colorear se lleva a cabo mediante colorantes solubles en lugar de pigmentos insolubles.

La facilidad con que estas tintas se extienden uniformemente sobre la forma y su transferencia de la forma al soporte con poca presión ha dado impulso a la difusión de las máquinas flexográficas rotativas aptas para grandes producciones. La calidad es media, a causa de la tendencia que tiene la tinta fluida a extenderse sobre el soporte lo cual no permite la reproducción de detalles muy finos.

HUECOGRABADO

En este procedimiento se emplean formas en hueco, que están constituidas

por placas o cilindros metálicos que tienen la superficie exterior, destinada a no imprimir, es decir, a no retener la tinta, formada por un plano pulimentado, si es una plancha o por una superficie cilíndrica pulimentada, si es un cilindro metálico. Por el contrario las partes que

deben imprimir están constituidas por un grabado más o menos profundo, practicando en éstas superficies planas o cilíndricas.

Procedimiento de Impresión	Forma	Tinta	Clase de contacto
OFFSET	Planográfica	Consistente	Impresión directa
SERIGRAFIA	Permeográfica	Consistente: A base de sustancias grasas.	Impresión directa
FLEXOGRAFIA	En relieve	Líquida: A base de disolventes volátiles.	Impresión directa
HUECOGRABADO	En hueco	Líquida: A base de disolventes volátiles.	Impresión directa

4.4.4 PUBLICACIONES EXISTENTES

Para poder comparar las características gráficas de una guía analizamos varias de diferentes tipos, en cada una se concluye un comentario personal sobre su diseño, éste análisis nos servirá de base para el desarrollo de nuestro proyecto.

Nombre: "MUSEOS DE LA CIUDAD DE MEXICO", Directorio gráfico, Editada por el centro de investigación y servicios museológicos, U.N.A.M, 1980.

Contenido: Todos los museos existentes en la Ciudad de México hasta la fecha de su edición 1980, cada uno con datos generales y básicos para facilitar su visita. Tiene mapas de localización.

Temática: Es un directorio de museos que pretende dejar acentados los datos más imprescindibles de cada uno de ellos, como son contenido temático, ubicación, teléfono, días de visita y horario.

La información es condensada y se maneja en tres idiomas; español, inglés y francés.

Dimensión: 22 x 24 cms. formato vertical (francés)

Encuadernado: Cosido a la rústica el interior y la pasta pegada al lomo.

Material de forros: Couché 110 kgs.

Material de interiores: Couché 90 kgs. 2 caras.

Imposición de forros e interiores: 124 páginas más forros.

Caja tipográfica: La información está colocada siempre en una sola columna central y siempre en las páginas pares. Tiene 41 cuadratines como máximo de ancho de columna x 47 cuadratines de profundidad. Las fotografías siempre están en las páginas nones con los márgenes constantes. El margen de la

cabeza es de 3 1/2 cuadratines, el exterior de 4 cuadratines y los márgenes del interior y pie son de 3 cuadratines. Los folios están al pie de la página centrados.

Tipografía de encabezados: los museos llevan a la cabeza de la página par el número que les corresponde según el orden alfabético, en Helvética bold de 18 puntos; encabezados en medium de 10 puntos, altas. En la información en español se resaltan los subtítulos con la tipografía de 10 puntos en altas; en la información en inglés y francés se resalta en bold, altas de 8/10 puntos.

Tipografía de textos: Helvética medium de 10/12 puntos altas y bajas, texto centrado, no hay pie de fotos. La información en inglés y francés está en el mismo tipo pero en 8/10 puntos altas y bajas.

Criterio de portadas: predomina el fondo negro, sobre el que se encuentra un grafismo en café que simboliza al mismo tiempo unas columnas y una letra "M". La cabeza está calada en blanco, predominando la palabra "MUSEOS" en 68 puntos Helvética medium, el resto de la cabeza disminuye los puntos a 18 y la editorial está en 14 puntos, todo en altas.

La contraportada de igual fondo, tiene los logotipos de la U.N.A.M. y del centro de investigación y servicio museológicos en café y centrados. Al pie de la contraportada se encuentran las siglas de la U.N.A.M. y el nombre completo del Centro de Investigación y Servicios Museológicos en altas 16 puntos y en la misma fuente. En el lomo están nuevamente los dos logotipos y el título de la guía en 12 puntos calado en blanco.

Criterio de fotografías: Las fotografías son representativas de cada museo, son en blanco y negro y varía el número de fotos y el tamaño de cada museo.

Criterio de mapas: el primero más grande que el segundo y con iguales características, sólo contiene las principales avenidas de la ciudad y están divididos el primero por la zona centro y la de Chapultepec y el segundo por la restante área metropolitana. Los museos están localizados por la misma numeración que tienen asignada en el interior de la guía, dada por orden alfabético. No tienen ninguna simbología.

Forma de adquisición: librerías de la U.N.A.M. y bibliotecas. Su costo en

1980 fué de \$250.00

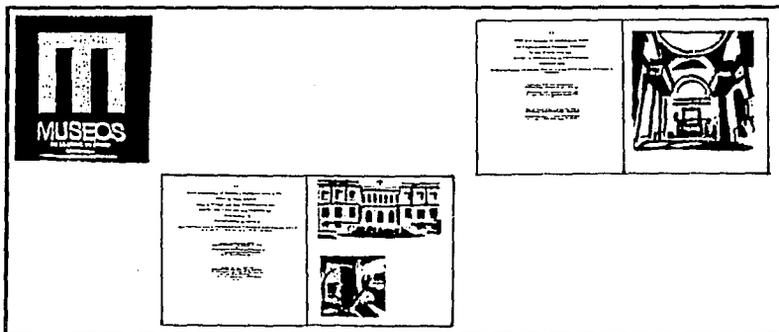
Comentarios sobre diseño: la guía de museos de la Ciudad de México es la primera publicación del tema que aparece en México.

Es una guía agradable, con diseño sencillo y limpio y con información concreta y útil en español, francés e inglés.

Para el manejo de la guía resulta un poco incómodo el formato que si tuviera los forros de más gramaje ayudarían a que la guía fuera más resistente. La caja tipográfica es muy pequeña y está al centro, rodeada de abundantes blancos que dan la sensación de limpieza y holgura. La diferenciación tipográfica a base de diferentes puntajes y pesos de los tres idiomas es funcional.

La portada es congruente con el diseño interior de la guía, es sobria y atractiva, objetivo logrado con tan solo dos tintas.

Cada museo tiene dos o tres fotografías que muestran el contenido general de cada museo, la calidad de alguna de ellas no es muy buena.



Nombre: "CIUDAD DE MEXICO"
 Texto de Maurice Wiesenthal. Publicado
 por ediciones Grijalba, S.A., Barcelona
 1981

Contenido:

- Historia de la cultura mexicana
- Matices de la Ciudad de México
- Zócalo
- Iglesia de la Capital
- La ciudad moderna y su arquitectura

- Monumentos
- Museos de mayor importancia
- Mercados
- Musica
- Gastronomía
- Artesanías
- Barrios de la Ciudad de México
- Mapa de la Ciudad.

Temática: breve introducción de la Ciudad de México, con el fin de dar al turista un panorama general de su historia, cultura, folklore y religión. Su lectura es fácil y rápida, contiene muchas fotografías de los diferentes aspectos.

Dimensión: 20.5 x 24.5 cms. Formato vertical (francés).

Encuadernado: engrapado a caballo.

Material de forros: cartulina bristol de 110 kgs., plastificada.

Material de interiores: couché dos caras de 90 kgs.

Imposición de forros e interiores: tiene 32 páginas más forros, con selección de color frente y vuelta.

Caja tipográfica: consta de dos columnas de 18 cuadratines de ancho con un máximo de 43.5 cuadratines de profundidad.

La mancha tipográfica no es constante, está alternada con fotografías que varían de tamaño, unas limitadas a la caja y otras al rebase, todas tienen pie de foto. Tiene uniformidad de blancos. El márgen

de cabeza es el más grande, tiene 8 1/2 cuadratines, el pie es de 5 cuadratines, el márgen exterior y el interior son de 4 1/2 cuadratines.

Tipografía de encabezados: tipografía Helvética medium de 14 puntos en altas alineados a la izquierda.

Tipografía de textos: Helvética medium de 10/11 puntos altas y bajas, sin sangría y justificado a la izquierda. Los pies de foto están en Helvética light cursivas de 9 puntos en altas y bajas sin cortar palabra.

Criterio de portada: se utiliza una fotografía a color de 14.5 x 18 cms. con recuadro blanco y fondo café. La cabeza "Ciudad de México" está centrada, el tipo utilizado es Souvenir Demi con "Ciudad De" en 60 puntos altas y México" en 72 puntos altas, ésta tipografía está calada en blanco sobre fondo café. Al pie está centrado y calado en blanco el logotipo de la editorial. La contraportada sigue el mismo criterio de diseño, utiliza una fotografía (más grande que la de la portada) centrada de 18 x 21 cms. con un recuadro blanco y fondo café.

Criterio de fotografía: todas las fotografías son a color y de diferentes

tamaños, son vistas generales de variados temas.

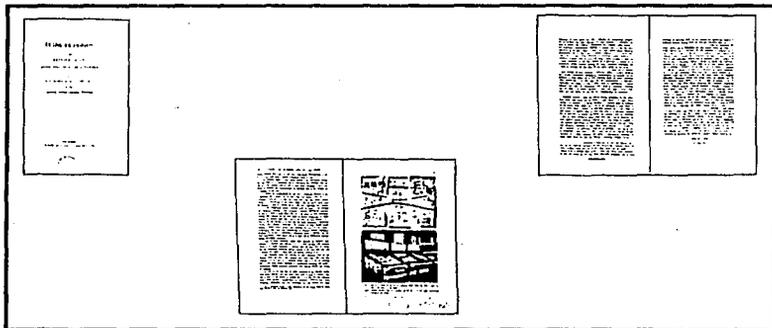
Criterio de mapas: sólo tiene un mapa al final del libro que ocupa toda la página, carece de simbología.

Forma de adquisición: en museos y diferentes librerías, su costo en 1986 fué de \$1,000.00.

Comentarios sobre el diseño: ésta introducción a la "Ciudad de México", tiene un diseño editorial muy sencillo, agradable y a todo color, además de estar muy bien impreso y con un papel de muy buena calidad.

El encuadernado es el adecuado al número de páginas, la portada y la contraportada están plastificadas dándole mayor presentación y durabilidad a la publicación, su caja tipográfica es cómoda para una lectura fluida y lo mismo sucede con la tipografía.

El formato de acuerdo al número de páginas es cómodo, las fotografías son muchas y de muy buena calidad, haciéndolo más atractivo y funcional, en cuanto a la información que contiene es general y clara.



Nombre: "Pictoral" Distrito Federal.
Publicado y editado por Editur, S.A.

Contenido:

- Historia
- Mapa de la Ciudad
- Lugares importantes para visitar
- Monumentos
- Fuentes
- Museos
- Calendario Azteca
- Estaciones del metro
- Corridas de toros
- Deportes
- Murales
- Folklore
- Arqueología
- Volcanes

-Hoteles.

Temática: ésta es una publicación promocional y cultural, que da a conocer las costumbres y los sitios de interés más importantes de tradición en la Ciudad de México. Utiliza un lenguaje sencillo y su contenido está sintetizado. Da a conocer los lugares basándose en la combinación de fotografías y textos explicativos.

Dimensión: 15 x 16.5 cms. Formato vertical (francés).

Encuadernado: engomado.

Material de forros: cartulina bristol de 83 kgs. con la portada plastificada.

Imposición de forrose interiores: ejemplar de 74 páginas más forros. Selección de color frente y vuelta.

Caja tipográfica: la caja tipográfica consta de dos columnas, usándose a veces doble columna de texto y otras usando la doble columna con texto corrido. No es constante la colocación de textos y fotografías, las fotografías varían de tamaño indistintamente, es decir, no siguen un criterio de diseño. La caja tipográfica abarca a veces toda el área

disponible y no existe uniformidad de blancos en los inicios del tema.

Tipografía de encabezados: tipografía Helvética bold de 10 puntos en altas centrada en la columna del texto.

Tipografía de textos: Schoolbook de 10 puntos en altas y bajas.

Criterio de la portada: se utiliza una fotografía a color rebasada del margen superior y de los lados, abarcando una cuarta parte de la contraportada. Se aprovecha el fondo negro de la tipografía para resaltar el título de la publicación. En el margen inferior se utiliza una franja de color rosa sobre fondo blanco y tipografía negra, la franja no abarca todo el largo del folleto.

Criterio de mapas: Estilizado en simbología, abarcando una página completa.

Criterio de fotografías: la mayoría de las fotografías son vistas generales, tienen diferentes formatos y no tienen tomas de detalle.

Forma de adquisición: se vende en las tiendas FONART y en librerías especializadas de turismo.

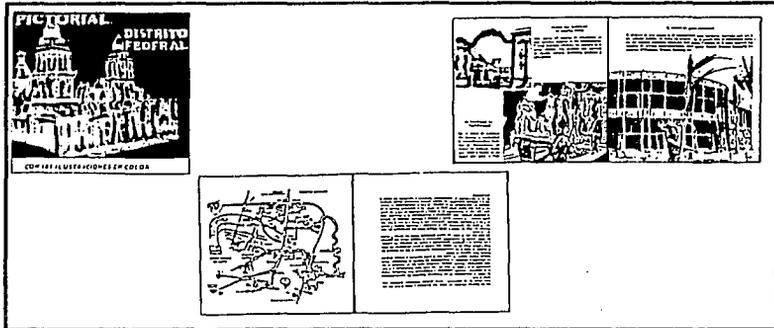
Comentarios sobre diseño: es una publicación agradable, con un diseño editorial sencillo y limpio. Su formato es práctico por ser fácil de portar y la encuadernación y el material de forros son los adecuados para su durabilidad, protección y presentación.

El papel de los interiores es de buena calidad, pero el gramaje es bajo, por lo que se transparentan las páginas.

El color está bien aprovechado, tiene selección de color tanto forros como interiores. La portada hace atractiva la guía a primera vista.

La tipografía está bien utilizada, es clara, de fácil lectura y están bien diferenciados los textos de resalte.

Las fotografías son de buena calidad y los mapas son claros, cumplen con su función.



4.5 EMPAQUE

Es cualquier medio material destinado a proteger una mercancía durante su expedición y para su adecuada conservación en su almacenamiento y transporte, hasta que llega al punto de venta.

Es una comodidad para su uso por el consumidor, un instrumento funcional que soluciona de una manera óptima los problemas de la distribución, de la venta, de la utilización y de la eliminación y sobre todo, un objeto de gusto y belleza.

La revolución industrial que trajo como resultado la producción masiva para cubrir las necesidades de la creciente población, obligó a su vez al desarrollo de la tecnología, nuevos materiales y sistemas para empaque como plásticos laminados, etc.

Por otra parte los sistemas distributivos actuales hacen que el empaque llene una de las funciones más importantes en la venta del producto.

Es así que el arte de empacar y envasar se transforma gradualmente hacia una tecnología cada vez más especializada,

además de las características de los productos y materiales, su compatibilidad, los medios de manipulación, manejo y transporte, los gustos, preferencias y necesidades de los clientes.

Nota: el término comunmente usado de empaque es una palabra mal empleada, ya que ésta significa todo aquello que sella, cierra o junta. Es de uso común debido a la fácil traducción del inglés "package".

4.5.1 CARACTERISTICAS TECNICAS

Las principales funciones de los embalajes son:

- Contener el producto, conservarlo y protegerlo contra factores externos que puedan causar deterioro.

- Permitir y facilitar las operaciones del almacenaje, manejo y transporte.

- Ayudar a la venta del producto.

- Facilitar su utilización por el consumidor final y a través de los medios distributivos.

Las consideraciones relativas a la producción son:

- Manualmente

- Producción en línea

- Semiautomática

- Automática

- Producción continua intermitente

- Controles previstos: temperatura, humedad, polvo.

- La utilización requiere: energía eléctrica, hidráulica, aire comprimido, acondicionamiento de los materiales.

- Características del producto.

- Densidad

- Fluidez.

Las condiciones relativas a la distribución física son:

- Caidas de ocurrencia probable

- Sensibilidad a cierta temperatura

- Sensibilidad a el agua y humedad
- Riesgos de robo
- Posibilidad de almacenamientos prolongados
- Riesgos por ataque de roedores, insectos, hongos, etc.

4.5.2 MATERIALES

Los embalajes al igual que cualquier otro producto están constituidos por los materiales o materias primas y por el valor agregado.

La selección de los materiales de empaque es hecha en función directa del servicio y funcionamiento que presentan y son a su vez determinantes en la selección de la maquinaria y equipo para su transformación, manejo y transporte.

Los materiales del empaque tienen una relación directa con:

- La naturaleza y cualidades específicas del producto
- El comportamiento mecánico

- La facilidad de producción
- La comercialización
- La mercadotecnia en la promoción del producto por su aspecto, facilidad de impresión, formato, seguridad de empleo.

A continuación daremos algunos de los materiales que llenan todos éstos requisitos y cubren los requerimientos de nuestro empaque.

MADERA: La madera es un material orgánico que presenta buenas propiedades mecánicas para su utilización como material estructural. Su elevada resistencia a la compresión, a los golpes y a los agentes ambientales hacen que sea un material muy usado en embalajes. Por lo tanto es necesario seleccionar las variedades adecuadas, clasificarlas de acuerdo a la presencia de nudos y otros defectos.

Generalmente las maderas se clasifican en dos categorías:

- Maderas suaves: que provienen de coníferas de árboles resinosos.
- Maderas duras:provenientes de árboles

de hojas grandes y caducas.

MADERAS
SUAVES

Pino dulce Cedro
Abeto Castaño
MagnoliaAlamo

MADERAS
DURAS

Encino Olmo
Fresno Haya

PLASTICOS:

1) Acrílicos: de plástico incoloro combinados con la transparencia del vidrio y su peso es ligero, son resistentes, pueden ser opacos o semiopacos.

Los acrílicos son resistentes al clima, mediante el calor se puede transformar en cualquier figura, se puede cortar y perforar. Son resistentes a impactos leves ya que pueden cuartear. Es el material

más comunmente usado.

2) Policarbonatos: tienen las cualidades del acrílico, pero no se quiebra o astilla, viene en diferentes colores.

3) Butiratos: claros y resistentes al impacto, sus colores son traslucidos, son limitados. Se puede dibujar con profundidad en ellos, son durables.

4) Poliéster de fibra reforzada: llamada fibra de vidrio. Hecha a base de resinas de poliéster impregnadas con fibras de vidrio. Tienen una textura visible granular y al pintarla da una apariencia de olaje. Material resistente. Difunde la luz pero en menor escala que el acrílico.

5) Plancha de espuma rígida PVC: ligeramente expandida, es un material espumado rígido de célula cerrada con una estructura fina y homogénea. Es la placa más ligera de las de su tipo, no absorbe agua ni humedad y es autoextinguible; resistente a la interperie, pudiendo ser transformado, moldeado y serigrafado.

METALES:

1) Acero: es un material que tiene el problema de la oxidación el cual se supera con el cuidado en las capas de pintura y revestimientos, solda con facilidad.

Galvanización: proceso mediante el cual se aplica una capa de zinc a una hoja de acero o mediante el cual éste se mezcla con la escencia de acero. El acero galvanizado puede ser pintado si es preparado adecuadamente.

2) Aluminio: por sus características de no oxidación es muy popular. Sus formas son iguales que el acero (hojas y láminas). Generalmente es pintado o revestido con películas adhesivas. También es posible su obtención en hojas prepintadas con las mismas cualidades y grosor que el acero.

Anodizado: proceso de engrosar la película óxida de aluminio, lo cual es común en todo aluminio natural, se le puede añadir color a través de una decoloración de la capa anódica transparente.

3) Bronce y latón: son aleaciones de cobre y zinc y residuos de otros metales

en proporciones variantes. Los fabricantes de empaques están limitados en cuanto al tamaño de las selecciones con las que puede trabajar. Sus acabados brillantes pueden ser peróxidos mediante procesos químicos o dejándolos oxidar naturalmente. Si no se desea que se oxiden se les añade manganeso a la aleación y el acabado puede preservar con capas de laca o plásticos líquidos. El latón rojo es una aleación del 84-85% de cobre y 14% de zinc. El latón amarillo del 70% de cobre y 30% de zinc. El latón es un elemento que acepta platinados de cromo más que el bronce.

CAPITULO 5

PROPUESTA DE DISEÑO

(ADULTOS)

5.1 DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

Para seleccionar el contenido de la guía, se tomaron en cuenta los siguientes parámetros:

- 1) Datos generales de los museos: dirección, horario, teléfono y dependencia.
- 2) Origen y evolución histórica del edificio que contenga al museo.
- 3) La temática seguida por el museo y su contenido.
- 4) Mapas de localización.

Los objetivos que se pretende lograr con el contenido son:

- Difusión de información y apoyo para la visita a los museos. Esto se obtendrá al proporcionarle al lector una guía que contenga los datos generales acompañados de un contenido completo y agradable.

- Orientación y motivación para el visitante. Al presentarle al lector una guía que le ayude a saber cual es el tema de su

interés, su ubicación y el contenido del lugar y así logremos motivarlo a que él mismo escoja y visite el que más le guste; además de ofrecerle una guía que visualmente le sea agradable.

- Facilitar la localización. Además de mencionar la ubicación del museo en los datos generales se reforzará con mapas que incluirán las diferentes zonas de la ciudad para que de ésta forma se pueda llegar fácilmente al punto donde se encuentra el museo.

- Guía de consulta. Consideramos de gran utilidad nombrar individualmente la historia del edificio y el contenido del museo, ya que con ésta información se convierte en una guía de consulta a la vez que informativa, así se puede aprender lo fundamental de cada museo antes de visitarlo.

Un ejemplo de ésto es el:

MUSEO NACIONAL DE
ANTROPOLOGIA

DIRECCION: Paseo de la Reforma y
Gandhi. Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 5-53-62-66 y 5-53-62-26

HORARIO: Abierto de 9:00 a 19:00 hrs. excepto los lunes, domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

DEPENDENCIA: Instituto Nacional de Antropología.

El Edificio

Fué construido durante la presidencia de Adolfo López Mateos. El proyecto es obra del Arquitecto Pedro Ramírez Vázquez. Su diseño y contenido lo sitúan entre las obras más importantes de la museografía mundial.

En un espacio de 125,000 mts., se ubica la construcción rodeada de jardines, que alberga al museo; éste es un edificio de dos pisos, de líneas modernas y fachada de mármol blanco en la que destaca el relieve del escudo nacional. Consta de dos áreas fundamentalmente. En la primera de ellas se encuentra un amplio vestíbulo central que recibe al visitante. Al lado derecho se localiza las salas de exhibiciones temporales y un auditorio con capacidad para 400 personas. En el extremo izquierdo está la

tienda y oficinas generales del museo, y en el piso superior la biblioteca, archivo histórico, depósito de códices y libros sobre la historia de México.

Separada del vestíbulo por una pared de vidrio, se encuentra el área de exhibición permanente. La integran 23 salas dispuestas alrededor de un patio central de piedra basáltica en el que se levanta una fuente semejando un hongo gigantesco.

El museo fué inaugurado el 17 de Septiembre de 1964.

Contenido

Las salas de la planta baja están destinadas a la arqueología y muestran el rico testimonio de las culturas prehispánicas de nuestro país. En la planta alta se encuentran las salas de etnografía que exhiben la historia de los diversos grupos étnicos que existen actualmente en nuestro país. El recorrido se inicia en la sala de introducción a la antropología en la que se sitúan las culturas indígenas mexicanas, tanto antiguas como contemporáneas, dentro del ámbito universal. En seguida la selección de arqueología se inicia con la

sala general de mesoamérica en la que se exponen los elementos comunes que unifican el mosaico cultural de nuestro pasado indígena siguiendo un orden cronológico se muestra, en las salas situadas a la derecha del patio central, el desarrollo y aportaciones de las etapas preclásica, teotihuacan y tolteca. La civilización azteca o mexicana ocupa la parte del fondo del patio, y a la izquierda se encuentran las salas de culturas locales de Oaxaca, el Golfo, la zona Maya y el norte y occidente de México.

En el segundo piso del museo, la sala de introducción a la etnografía inicia al visitante en los aspectos generales de la organización económica, política y social vigentes en las poblaciones indígenas actuales. El museo cuenta también con un teatro de orientación en el que se proyecta un espectáculo de luz y sonido, que prepara la visita al recinto mediante una explicación que abarca desde la aparición del hombre americano hasta la caída del imperio mexicano.

5.1.1 FORMATO DEL FOLLETO

Formato es el tamaño, forma y posición determinada de un impreso, es en sí la

constitución del folleto.

Estos diferentes formatos de folletos que a continuación presentamos se basan en los requerimientos del impreso:

- Debe ser de fácil manejo
- Debe permitir la adecuada identificación del museo
- Debe poseer un diseño innovador y poco visto en el mercado
- Debe poder guardarse en varios lugares, para facilitar su transporte y su almacenaje
- Debe ser resistente

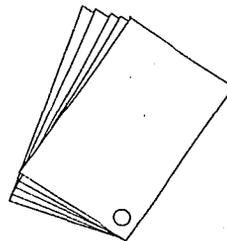


FIG. 1

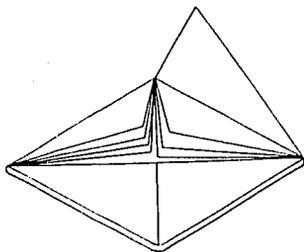


FIG. 2

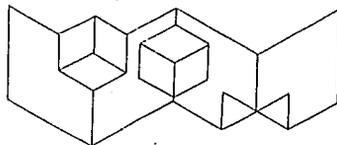


FIG. 4

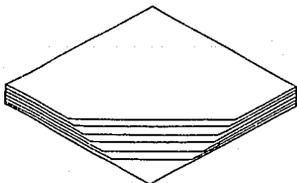


FIG. 3

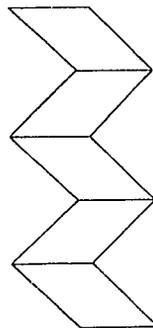


FIG. 5

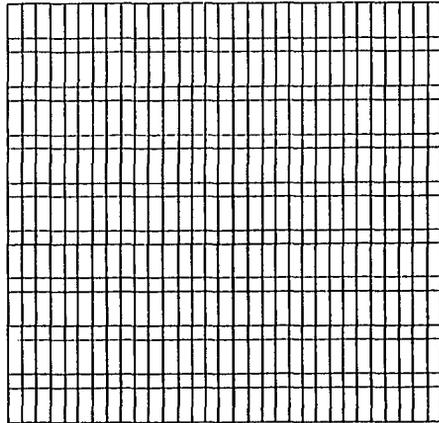
El formato que hemos elegido para ser usado en éste proyecto, es la figura No. 4 , éste es un formato con un diseño innovador y poco visto en el mercado, que tan solo efectuando unos cortes se forman espacios cúbicos de 6 x 6 cms, cada folleto contiene un museo y así es posible llevar cada uno por separado, su tamaño es de fácil manejo, almacenamiento y transporte.

Así entonces, el tamaño es rectangular de 60 cms. de largo por 15 cms. de alto, estando doblado en cuatro y quedándo

finalmente a un tamaño de 15 cms. de largo por 15 cms de alto.

5.1.2 RETICULA

La reticula es la guía que se va a seguir para el acomodo de nuestra tipografía e ilustraciones en el formato, ésta es de gran ayuda para que exista un orden y se forme un diseño limpio y bien estructurado. La composición de nuestro diseño estará íntimamente ligada con ésta reticula.



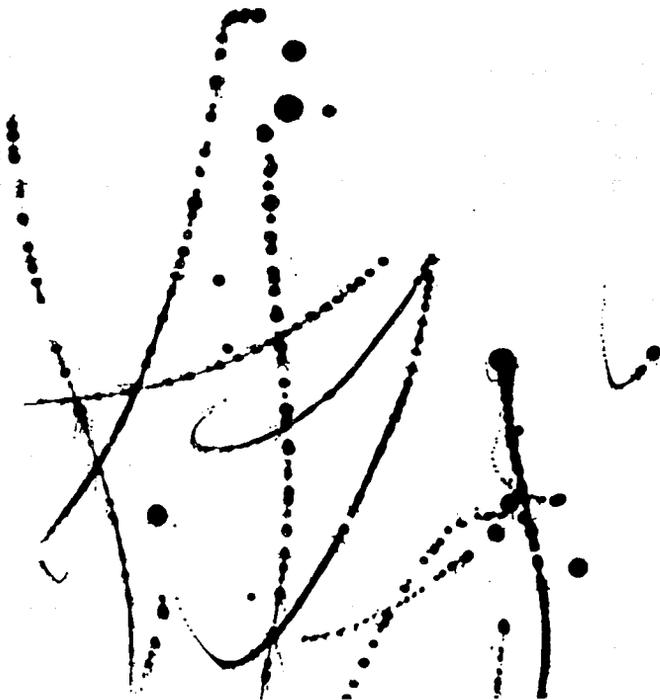
5.1.3 ELEMENTOS GRAFICOS

Los elementos gráficos son muy importantes en cualquier proyecto de diseño, ya que determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño.

En éste caso se eligió como elemento gráfico una mancha. Esta ayuda a dar un efecto de movimiento y dinamismo.

La mancha de la portada se repite en el interior del folleto, pero en menor tamaño, lo cual relaciona la portada con el interior.





5.1.4 COLOR

El color es uno de los elementos más importantes en la resolución de problemas de diseño gráfico pues actúa como un efectivo elemento de comunicación.

Se trataba de determinar colores, primero el fondo, el cual requería de un color que fuera elegante, que hiciera resaltar los elementos gráficos y la tipografía, el color elegido fué el negro.

Habiendo definido el color que llevaría el fondo del folleto, quedaba por decidir el color para los elementos gráficos siendo éstos las manchas, se decidió por el dorado, ya que éste color resalta mucho sobre un fondo oscuro, es muy brillante, llamativo y elegante.

El color de la tipografía será el blanco en portada y textos, pues de acuerdo a la legibilidad y sensaciones de lejanía y cercanía por contraste, se ha demostrado que los elementos tipográficos claros sobre fondos oscuros y viceversa, son los que mejor se perciben.

5.1.5 TIPOGRAFIA

La cuestión de los factores tipográficos

es algo que debe verse con detenimiento pues precisamente éstos aspectos transmiten el mensaje directamente.

Como se observó en el capítulo anterior escribir no es una ciencia, es un arte y deben tomarse en cuenta varios factores entre los que destacan el tipo de lector, el propósito y la selección de palabras.

Se sabe que las portadas deben guardar siempre, estrecha relación con el contenido, y en esto la tipografía juega un importante papel pues debe llevar un mismo estilo tanto en el título como en el texto.

Después de haber analizado las diferentes familias que reúnen las características deseadas de legibilidad, sencillez y elegancia, se decidió que la tipografía utilizada en el texto de los folletos y en la portada será la familia Times medium.

**ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWXY
Zabcdefgijkl
mnopqrstuvwxyz
1234567890**

Así quedó entonces el título en altas de la familia Times en 92 puntos la palabra "MUSEO" y el nombre del museo al que nos referimos en dos renglones, uno de 85 puntos y el otro de 60 puntos, el texto de los folletos quedó en 12/14 puntos.

Se decidió el color blanco de la tipografía en portada y textos pues de acuerdo a la legibilidad y sensaciones de lejanía y cercanía por contraste, se ha demostrado que los elementos tipográficos claros sobre fondos oscuros y viceversa, son los que mejor se perciben.

5.1.6 FOTOGRAFÍAS

El propósito de la guía es invitar a conocer nuestros museos, porque como hemos mencionado en capítulos anteriores son parte fundamental en el desarrollo cultural del hombre.

En éste caso las fotografías tienen un papel muy importante en la ilustración del contenido de cada museo. La fotografía es uno de los atractivos principales para esa invitación.

Las fotografías serán en color sepia cuando se trate del edificio y a colores

cuando se trate de la colección del museo.

Serán seis fotografías por cada uno de los museos, a un tamaño de 6 x 6 cms.

5.1.7 EL PAPEL

De acuerdo a los datos obtenidos anteriormente, la clase de papel que más se ajusta a los requisitos de funcionalidad, resistencia y economía, además de elegancia, es el couché dos caras de 210 grs.

La medida de nuestro impreso es de 60 x 15 cms. extendido y las medidas del papel elegido, couché dos caras son de 57 x 72 cms., 58 x 88 cms., 70 x 95 cms. y de 77 x 100 cms.

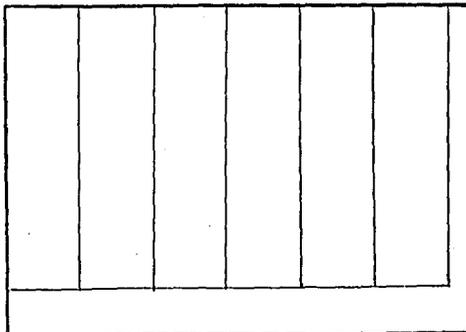
En la primera medida caben tres folletos y sobran 1404 cms. cuadrados, en la segunda medida caben tres folletos y sobran 2404 cms. cuadrados, en la tercera medida caben seis folletos con un sobrante de 1250 cms. cuadrados, y por último en la cuarta medida caben 6 folletos con un sobrante de 2404 cms. cuadrados. Por lo anterior se dedujo que la medida más conveniente con el menor desperdicio y mayor capacidad es la de

70 x 95 cms., obteniendo seis folletos por pliego.

95 cms

Escala 1:100

70cms



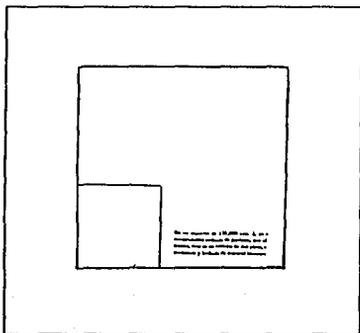
5.1.8 DISEÑO DE PORTADA Y CONTRAPORTADA

La portada es un elemento visual muy importante pues es la primera impresión. La portada vá con el fondo negro, los elementos gráficos en color dorado para dar brillantez y elegancia a la portada. La composición de la tipografía es en escuadra y está en color blanco. En la parte superior derecha de ésta existe un hueco en forma de cuadrado de 6 x 6 cms. transparentándose así otro cuadrado esquinado de 3 x 3 cms., el cual tiene

impreso la misma mancha pero en menor tamaño.



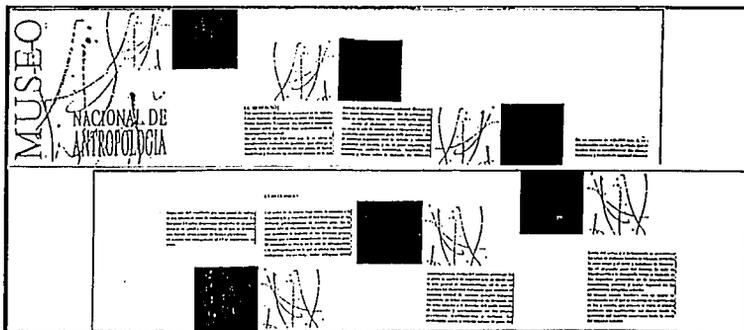
La contraportada es al igual que todo el folleto, con fondo negro y tipografía en blanco. Tiene un hueco en la parte inferior izquierda formando éste un cuadrado de 6 x 6 cms., al lado de éste se encuentra un bloque de tipografía el cual contiene los datos generales del museo (dirección, horario, teléfono y dependencia).



5.1.9 DISEÑO DE INTERIORES

El interior del folleto es del mismo color que la portada y contraportada, negro. Al extender el folleto se forman tres cubos, uno en cada dobléz, en una cara de los cubos se encuentra la misma mancha de la portada pero en menor dimensión, ésta en color dorado, en la otra cara del cubo aparece una fotografía del edificio en color sepia o del contenido del museo a colores, según sea el caso.

La composición de la tipografía está basada en bloques pequeños, ésta es blanca para mayor legibilidad por medio del contraste.



5.1.10 DISEÑO DE MAPAS

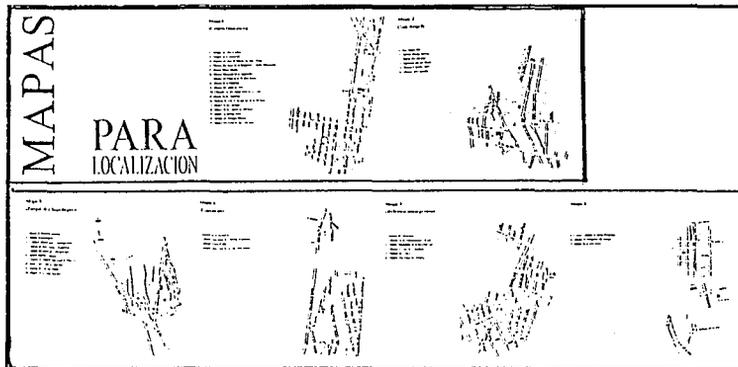
Los mapas estan hechos por áreas, éstas son seis (Centro, Chapultepec, Coyoacán, Reforma-Insurgentes, San Angel y Col. Roma).

Estos ocuparán una página cada uno. En la parte superior de la página aparece como título la zona de la que se trata, éste como siempre en Times medium, los títulos por medio de zonas facilitan la localización de los museos que interesan al lector.

El formato de éste folleto de mapas es igual al de los museos, pero sin los cortes que forman los cubos. El tamaño es de 15 x 60 cms. extendido y de 15 x 15 cms. doblado.

El fondo del folleto es en color negro y los mapas y tipografía en color blanco. No aparecen las manchas en el interior del folleto.

La tipografía de la portada será de igual distribución y tamaño que la de los folletos.



5.1.11 TECNICA DE IMPRESION

Para éste proyecto la técnica de impresión será el offset que se inicia con una selección de color, ya que es la mejor técnica usada para reproducir fotografías, y la que nos dá una mejor calidad. Esta técnica nos dá la posibilidad de imprimir uno tras otro en rápida sucesión los diferentes colores, con el fin de obtener el impreso acabado mediante una sola pasada por la máquina, sin necesidad de esperar el secado completo de los colores impresos anteriormente.

La máquina usada para ésta impresión será la multilith, ya que ésta permite la impresión desde un tamaño carta, con un tiraje no muy elevado.

5.2 EMPAQUE

5.2.1 FORMATO DEL EMPAQUE

Estos diferentes bocetos que a continuación mostramos se basaron en todos los requerimientos de nuestro empaque que en el capítulo anterior mencionamos.

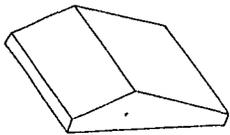


FIG. 1

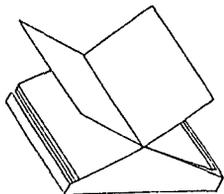


FIG. 2

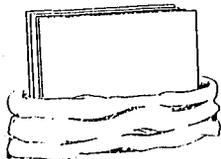
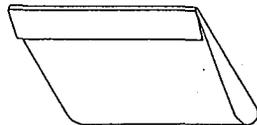
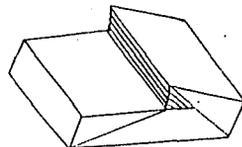


FIG. 3

FIG. 4



El empaque seleccionado fué el número 4, éste reúne las características deseadas como la de contener el producto permitiendo al usuario un fácil manejo y almacenaje, pudiéndose meter como un libro a un librero o tenerlo simplemente encima de un escritorio o mesa, ayuda a la venta del producto por su diseño innovador y conserva y protege a los folletos de los factores externos que pudieran causarles deterioro.

5.2.2 MATERIALES

El material elegido para la elaboración de éste empaque en la parte exterior es la plancha de espuma rígida PVC, ésta tiene muchas ventajas como que es un material super ligero que no absorbe el agua, es autoextinguible, tiene superficie semimate, es fácilmente imprimible, no es quebradizo y se puede troquelar o perforar, su espesor es de 3 mm.

Para la parte interior del empaque el material elegido fué cartón, éste tiene facultades muy importantes para nuestro embalaje como son las de ser flexible, pudiendo así adquirir la forma de acordeón.

5.2.3 TIPOGRAFIA

La tipografía del embalaje será la misma que se ha venido utilizando en todo nuestro diseño, ésta es la Times medium de 174 puntos las palabras "GUIA" y "MUSEOGRAFIA" y 80 puntos la frase "CIUDAD DE MEXICO".

El color será blanco pues así tendrá mayor legibilidad por el contraste que habrá con el fondo negro, además de ser igual que en nuestro folleto.

La composición de la tipografía está formando escuadra guardando así uniformidad con los folletos.

5.2.4 COLOR

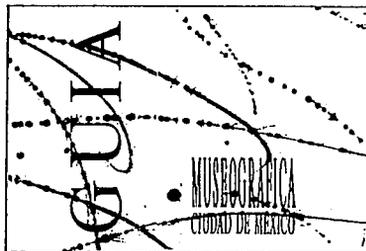
El color elegido para el empaque es el negro como fondo, color que hace resaltar los elementos gráficos y la tipografía. Las manchas serán color dorado siendo éste un color brillante y llamativo, la tipografía será blanca para que exista el contraste y así tenga una mayor legibilidad. Estos colores son exactamente iguales a los colores del folleto, tratando con ésto de que exista uniformidad en el proyecto.

5.2.5 TECNICA DE IMPRESION

La técnica usada para el empaque será la serigrafía, ésta es una técnica en la que la impresión se dá por medio de una malla, seda o nylon, la impresión será a dos tintas, (dorada y blanca). Este método es muy usado en la impresión de empaques ya que la brillantez de sus colores y el acabado es superior al de otros métodos.

5.2.6 DISEÑO DE TAPA

La portada es el elemento visual más importante, pues con él se captará la atención del consumidor. Nuestra tapa llena los requerimientos de ser llamativa, con colores brillantes, como son el fondo negro con impresión de dorado y blanco, la tipografía está formando escuadra.



5.2.7 DISEÑO DE LOMO

Pensando que el empaque se pueda almacenar como un libro o para facilitar su localización en cualquier lugar, en el lomo del empaque se imprimió la frase "GUIA MUSEOGRAFICA DE LA CIUDAD DE MEXICO". Esta en Times medium de 36 puntos, color blanco.



CAPITULO 6

PROPUESTA DE DISEÑO (NIÑOS)

NO ANY PAG.

138
M

6.1 DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

Para seleccionar el contenido de la guía se tomaron en cuenta los siguientes parámetros:

- 1) Datos generales de los museos, como dirección, teléfono, horarios y dependencia.
- 2) Origen y evolución histórica del edificio que contenga al museo.
- 3) La temática seguida por el museo y su contenido.
- 4) Sección de preguntas y respuestas, las cuales también deberán de ser contestadas por los niños.
- 5) Mapas de localización.

Los objetivos que se pretenden lograr con el contenido son:

- Difusión de información y apoyo para la visita a los museos. Esto se obtendrá al proporcionarle al niño una guía que contenga los datos generales acompañados de un contenido agradable.

- Orientación y motivación por medio de la sección de preguntas que tendrá que responder en los espacios en blanco y verificar la respuesta formando los cubos del folleto.

Un ejemplo de esto es:

MUSEO DE HISTORIA NATURAL

DIRECCION: Segunda sección del nuevo Bosque de Chapultepec.

TELEFONO: 5-16-28-48

HORARIO: Abierto de 10:00 a 17:00 hrs. excepto lunes.

DEPENDENCIA: Secretaría de Educación Pública.

Bienvenido al museo más visitado de la Ciudad de México, el cual cuenta con modernas instalaciones que te llevarán a descubrir a través de sus 13 salas de exhibición, el universo, nuestro planeta tierra, el origen de la vida, el mundo marino, la ecología, la evolución, la biología, la historia del hombre, la geografía, etc; como si tuvieras la oportunidad de haber entrado al interior de uno de tus libros de texto y formar

parte importante de cada una de éstas historias; éste museo fué creado como un centro de educación para niños como tú y público en general, para que cada uno de los mexicanos sepamos más sobre nosotros mismos y el origen de todas las ciencias del universo.

Este museo ha sido organizado de tal manera que entenderás con facilidad en orden cronológico y geológico, desde los diferentes cambios que ha sufrido el universo y por lo tanto la superficie de la tierra, en el cual han habitado distintas creaturas y especies naturales que se han ido transformando hasta nuestros días.

Esperamos que disfrutes de ésta visita y aproveches para conocer la sala en donde tenemos distintas especies de animales disecados que complementa la exposición general de nuestro museo.

Como lo mencionamos, nuestro museo es muy visitado, particularmente en fines de semana, en que muchos niños vienen a conocer éstas exposiciones, seguramente tendrás que permanecer algunos minutos haciendo fila para poder entrar, pero estarás disfrutando de los jardines que rodean al museo.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

a) ¿Que factores de la naturaleza pueden cambiar los diferentes paisajes?

a) El agua, el aire, las plantas y los animales.

b) ¿Cuales son las características más destacadas del bosque?

b) Hay árboles como el pino y el cedro.

Llueve solo durante una temporada del año.

El bosque se encuentra en las montañas.

c) ¿Que son los astros?

c) Cualquier cuerpo que está en el cielo como los planetas, las estrellas, los satélites y otros.

d) ¿Cuales son los planetas que forman el sistema solar? d) Son 9: Mercurio, Venus, La Tierra, Marte, Júpiter, Saturno, Urano, Neptuno y Plutón.

e) Escribe lo que más te interesó durante la visita a éste museo.

6.1.1 FORMATO DEL FOLLETO

Al hacer un estudio comparativo sobre textos infantiles, se notó una inclinación en algunos elementos como el formato, donde la mayoría de los libros infantiles que se estudiaron fueron de forma rectangular o bien cuadrada.

El formato es muy importante tomarlo en cuenta, en éste caso se tomó como medida base la de un cuadrado de 15 x 15 cms. (doblado) y de 15 x 51 cms. (extendido), ya que ésta medida resultaba funcional para ser manejada por los niños que llevarán sus folletos a los museos.

El formato cuadrado forma relación con el cuadrado que forma el título de cada folleto, así también se relaciona con los cubos que se forman en el interior del folleto.

El formato que se eligió para ser usado en el proyecto de niños es el número 5, éste es un folleto con un diseño innovador y poco visto en el mercado, que tan sólo con unos corte se forman espacios cúbicos de 3 x 3 cms., en los cuales se verán las respuestas a las

preguntas que tienen que responder los niños respecto a su visita al museo.

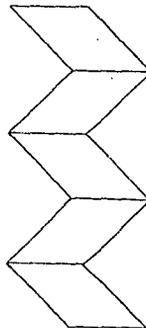


FIG. 1

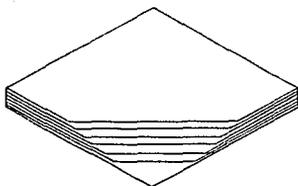


FIG. 2

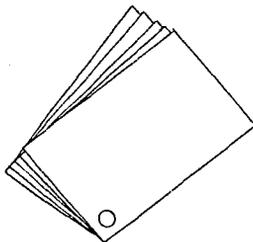


FIG. 3

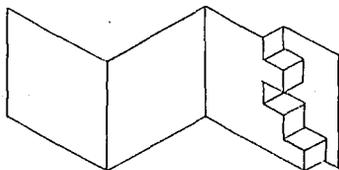


FIG. 5

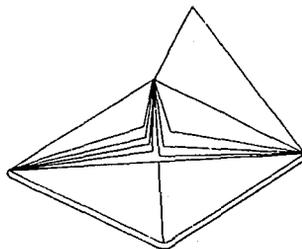
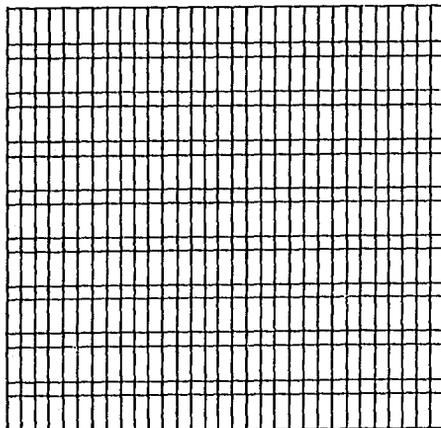


FIG. 4

6.1.2 RETICULA

La retícula es la guía que se va a seguir para el acomodo de la tipografía en el formato. Esta es una gran ayuda para que exista un orden y se llegue a un diseño limpio y bien estructurado.

La composición de nuestro diseño estará íntimamente ligada con ésta retícula.



6.1.3 COLOR

Como se vió en el capítulo IV el color enriquece al mundo y a nuestra percepción.

El color es sensación, información y comunicación, es por esto que el color es una parte muy importante en éste proyecto ya que mediante los colores se informará y comunicará a los niños.

En los estudios realizados se notó que para el color del fondo se utiliza el blanco o algún color pastel.

Es por ésto que se escogieron el azul pantone 283C, el verde pantone 3375C, el naranja 1625C, el morado 270C, el amarillo 393C y el rosa 230C, éstos son en tonos pastel. Estos colores crearán información visual en el niño, serán colores que le agraden, que no son agresivos y que llamen su atención.

Se hicieron encuestas a los niños de tercero, cuarto y quinto grado de primaria, que es a quienes vá dirigido éste proyecto, pero se observó que los resultados no fueron los esperados, en las encuestas no hubo uniformidad o preferencia por algún color, ya que como

se menciona en el capítulo III los resultados de encuestas a niños no es muy fiel y es por ésto que se escogieron los colores relacionándolos con los temas de los museos que son:

Museos de Ciencias y Tecnología, Museos Artísticos y Museos de Historia.

MUSEOS DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA: Se quedó el color azul pantone 283C, ya que se relaciona con los colores de la naturaleza, como el mar, el cielo, etc.

MUSEOS ARTISTICOS: Se quedó el color verde pantone 3375C ya que es un color vivo y es el que mejor se adapta pues no es un color oscuro como el negro o el gris que son muy lúgubres para los niños.

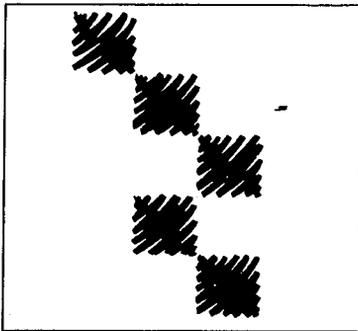
MUSEOS DE HISTORIA: El color naranja pantone 1625C, es el que mejor funciona en cuanto a la idea del paso del tiempo, más que un gris o un café que son colores muy serios.

Los rayones de la portada que se manejan como elementos gráficos serán los mismos colores ya mencionados así como en las ilustraciones del interior.

6.1.4 ELEMENTOS GRAFICOS

Son muy importantes en cualquier proyecto de diseño, ya que determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño.

En éste caso se eligió como elemento gráfico en la portada los rayones. Los cuales ayudan a dar una apariencia infantil, así como un efecto de movimiento y dinamismo.



6.1.5 TIPOGRAFIA

Uno de los aspectos más importantes para la comprensión en la realización de

cualquier tipo de texto es la legibilidad, por ésto se escogió una tipografía que tuviera semejanza con la letra que realizan los niños con el objeto de que el niño se sienta relacionado con los folletos.

Se escogió la misma tipografía para la portada y para el interior del folleto y así guardar relación entre éstos.

La tipografía utilizada fué Avant Garde en 78 puntos para la portada, de 14/16 puntos para los textos del interior y de 10/12 puntos para los textos de las respuestas.

Se decidió el color blanco para la tipografía por su facilidad para la legibilidad, ya que contrasta con el fondo y el lo que mejor se percibe además de crear una mayor visibilidad del título blanco sobre los cuadrados de colores.

El título de los folletos está en altas para así poder formar un cuadrado perfecto, se ha observado que los textos en altas y bajas son de más fácil lectura, pero cuando se trata de textos cortos o títulos es válido utilizar altas.

En cuanto a la portada, la tipografía de

los títulos varia considerablemente en los estudios realizados pero en el puntaje se encontró una uniformidad ya que la mayoría es de 72 a 96 puntos.



6.1.6 LA ILUSTRACION

La ilustración se utiliza para comunicar rápidamente y será de gran ayuda ya que atrae la vista hacia la página, las ilustraciones cobran mayor interés al lector porque omiten muchas palabras y logran una lectura más comprensible.

En el caso de éste proyecto la ilustración va dirigida a los niños por lo que serán caricaturas que llamen su atención y al mismo tiempo logren captar

con éstas el contenido del museo, logrando así la estética en las ilustraciones por medio de la sencillez, armonía y uniformidad.

-Museo de Historia Natural Se dibujó un dinosaurio al lado del personaje.

-Museo Tecnológico C.F.E. Se dibujó al personaje haciendo un experimento.

-Museo de Geología Se dibujó al personaje observando una roca.

-Museo Carrillo Gil Se dibujó al personaje con un godete y un pincel.

-Museo Rufino Tamayo Se dibujó al personaje con un caballo.

-Museo de Arte Moderno Se dibujó al personaje con una escultura.

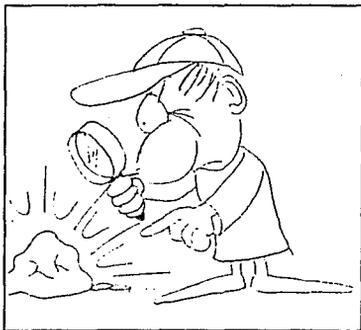
-Museo Nacional de Antropología Se dibujó al personaje con vestimenta Azteca.

-Museo Nacional de la Revolución Se dibujó al personaje vestido de revolucionario.

-Museo de Historia Nacional Se dibujó

al personaje con una bandera y una campana.

Un ejemplo de ésto es:

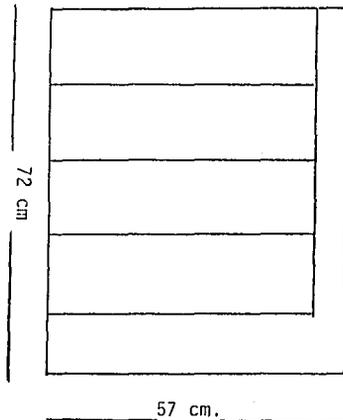


6.1.7 EL PAPEL

De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente, la clase de papel que más se ajusta a los requisitos de funcionalidad, resistencia y elegancia es el papel couché dos caras de 210 grs., cuyas medidas son las siguientes: 57 x 72 cms., 58 x 88 cms., 70x 95 cms. y 77 x 100 cms.

Por lo anterior deducimos que la medida más conveniente para el menor desperdicio es la de 57 x 72 cms. de cada

uno de éstos pliegos salen 4 folletos de 15 x 51 cms y sobran 1044 cms. cuadrados.



6.1.8 DISEÑO DE PORTADA Y CONTRAPORTADA

La composición es definir los espacios para cada elemento como, textos,

ilustraciones, títulos, grafismos, márgenes, etc.

De acuerdo al formato cuadrado se vió que la mejor manera de colocar el título del folleto en la portada, es centrado, formando un cuadrado con la tipografía ya que es la mejor manera de leer el título del folleto.



El "DE" se colocó como lo indica la figura anterior, ya que el ojo occidental está acostumbrado a ver de izquierda a derecha.

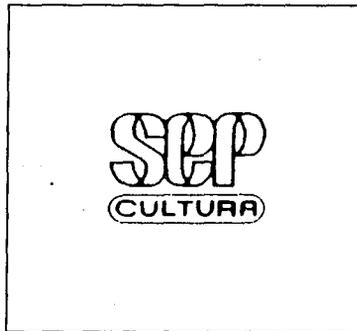
La composición que forman los rayones de la portada se repite en el interior del folleto y de ésta manera se relaciona la

portada con el interior.

El puntaje de la tipografía es de 78 puntos, como ya se mencionó anteriormente, ya que es el puntaje más indicado para publicaciones infantiles.

Los rayones miden 3 x 3 cms. cada uno, los colores de éstos son amarillo, azul, naranja, verde, rosa y morado.

El color del fondo de la portada varía según el tema del museo, y están en tres colores: azul, verde y naranja.



En la contraportada sólo aparece el logotipo de la Secretaría de Educación Pública.

6.1.9 DISEÑO DE PAGINAS INTERIORES

El interior de folleto es del mismo color que la portada y la contraportada. La tipografía es de color blanco de 14/16 puntos los textos, y de 10/12 puntos la tipografía de preguntas y respuestas.

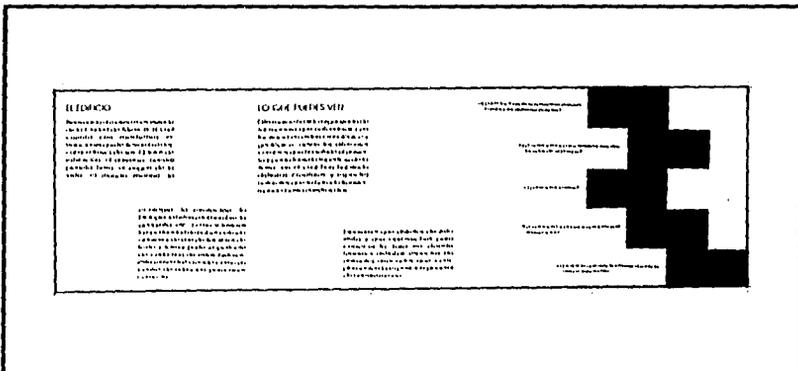
La composición del interior es simétrica ya que existe equilibrio en la manera de colocar las manchas tipográficas.

En el interior del folleto se forman cubos mediante cortes, en donde van las preguntas en la parte visible de los cubos

y las respuestas en la parte que hay que extender para poder verlas. Los cubos están dispuestos de la misma manera que en la portada están los rayones.

Los cubos del interior son de los mismos colores que los rayones de la portada.

La ilustración aparece en el lado posterior de donde van las preguntas y las respuestas, y al extender ésta aparecen los datos generales.



6.1.10 DISEÑO DE MAPAS

Se realizará un folleto exclusivo para los mapas dividido en seis zonas (Centro, Chapultepec, Coyoacán, Reforma-Insurgentes, San Ángel y Col. Roma), ocupando una página del folleto cada uno. En la parte superior de la página aparece como título la zona de la que se trate, éste como siempre en Avant Garde de 15 puntos, éstos títulos por medio de zonas facilitan la localización de los

museos que interesan al lector.

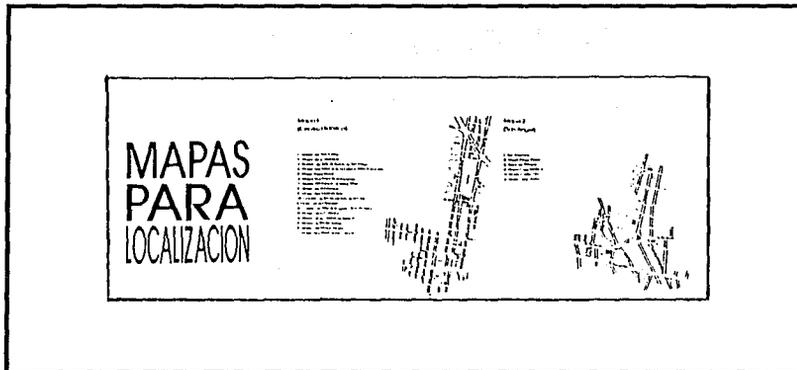
La portada será igual a la de los folletos de los museos, en cuanto a la composición de los grafismos y la tipografía.

El fondo será de color gris, la tipografía blanca y los rayones en tonos pastel, amarillo, verde, azul, naranja y violeta.

El formato será cuadrado de 15 x 15

cms. y extendido de 15 x 60 cms., éste no

llevará cortes como el folleto.



6.1.11 TECNICA DE IMPRESION

La técnica de impresión que se utilizará en éste proyecto será el offset que se inicia con una selección de color, ya que es la mejor técnica usada para reproducir ilustraciones a color y la que nos da una mejor calidad. También ésta técnica nos dá la posibilidad de imprimir uno tras otro en rápida sucesión los diferentes

colores con el fin de obtener el impreso acabado mediante una sola pasada por la máquina, sin necesidad de esperar el secado completo de los colores impresos anteriormente.

6.2 EMPAQUE

6.2.1 FORMATO DEL EMPAQUE

Estos diferentes bocetos que a

continuación mostramos se basaron en los requerimientos del empaque que en el capítulo anterior se mencionan.

FIG.1

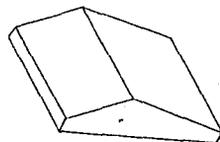
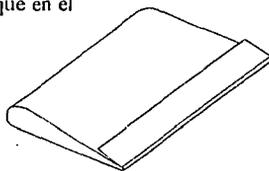
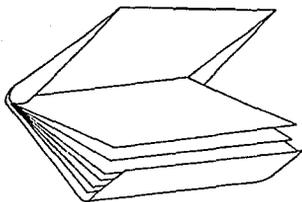


FIG.2

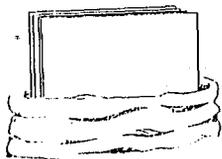
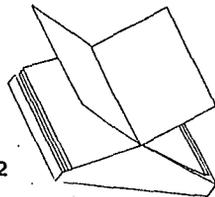


FIG.3

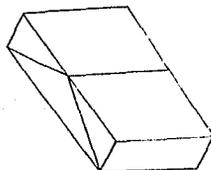
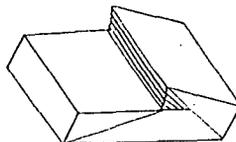


FIG.4



El empaque seleccionado fué el número 4, éste reúne las características deseadas como la de contener el producto permitiendo al usuario un fácil manejo y un fácil almacenaje, pudiendose meter como un libro a un librero o tenerlo simplemente encima de un escritorio o mesa. Ayuda a la venta del producto por su diseño innovador y conserva y protege a los folletos de los factores externos que pudieran causarles deterioro.

6.2.2 MATERIALES

El material elegido para la elaboración de éste empaque es la plancha de espuma rígida PVC, ésta tiene muchas ventajas como la de ser un material super ligero que no absorbe el agua, es autoextinguible, tiene superficie semimate, es fácilmente imprimible, no es quebradizo y se puede transformar o moldear, troquelar o perforar, su espesor es de 3 mm.

En la parte interior del empaque lleva un acordeón para el cual se eligió como material el cartón, éste tiene facultades muy importantes para el empaque como son la de ser flexible, pudiendo así adquirir la forma deseada.

6.2.3 TIPOGRAFIA

La tipografía del empaque será la misma que se ha venido utilizando en todo el diseño, ésta es la Avant Garde de 120 puntos para las palabras "GUIA DE LOS MUSEOS" y de 73 puntos para las palabras "CIUDAD DE MEXICO". El color de la tipografía será blanco al igual que en el folleto, utilizando la misma forma cuadrada en su composición.

6.2.4 COLOR

El color que llevará el empaque es gris en el fondo, la tipografía blanca y los rayones que lleva como elementos gráficos en colores pastel (verde, azul, naranja, amarillo y violeta).

El color gris del fondo se escogió debido a que demostró ser lo suficientemente contrastante con el blanco de la tipografía y no es tan agresivo como el negro. El color gris se acepta por periodos prolongados sin cansar la vista.

6.2.5 TECNICA DE IMPRESION

La impresión del empaque será por

medio de serigrafía, ésta es una técnica en la que la impresión se dá por medio de una malla de seda o nylon.

La impresión será a seis tintas (blanco, verde, azul, amarillo, naranja y violeta). Este método es muy usado en la impresión de empaques por la brillantez que da a los colores y su acabado que es superior al de otros métodos.

6.2.6 DISEÑO DE TAPA

Se le llama ordinariamente portada cuando es sólo de cartulina y recibe el nombre de tapa cuando es de cartón forrado, de papel, material plástico, tela o piel.

La portada es el elemento visual más importante pues no sólo posee valor utilitario, como protección sino principalmente por su valor estético de presentación y atracción.

Una portada agradable, bien solucionada y adecuada al tema es el verdadero rostro de la obra impresa y puede contribuir a su éxito y difusión como ningún otro elemento.

Nuestra tapa llena los requisitos de ser llamativa con colores que contrastan con

el fondo gris y la tipografía en blanco.

La tipografía está formando un cuadrado como en los folletos.

Los rayones aparecen en la tapa formando la misma composición que en los folletos.



6.2.7 DISEÑO DE LOMO

Pensando que el empaque se puede almacenar como un libro, o para facilitar su localización en cualquier lugar, en el lomo del empaque se imprimió la frase "GUÍA DE LOS MUSEOS" "Ciudad de México". La tipografía es Avant Garde de 30 puntos.

GUIA DE LOS MUSEOS-CIUDAD DE MEXICO

CAPITULO 7

COSTOS DE PRODUCCION

7.1 COSTOS DE PRODUCCION Y CANALES DE DISTRIBUCION

-TIRAJE: Se propone un mínimo de 5000 y un máximo de 10,000 ejemplares para poder obtener un costo unitario aproximado.

-PAPEL: Couché dos caras de 210 grs. Seis folletos por pliego (proyecto 1) 4 folletos por pliego (proyecto 2).

-TERMINADO: Laminado.

Con éstos datos se puede dirigir a la imprenta para pedir el presupuesto correspondiente.

Cotización del 15 de Enero de 1992.

Se obtuvo un costo unitario de \$2000.00 (proyecto 1) y \$2,300.00 (proyecto 2) por folleto.

Concluyendo que cada guía contiene 50 folletos, ésto nos da un precio de \$100,000.00 (proyecto 1) y \$115,000.00 (proyecto 2) por éstos 50 folletos.

El empaque tiene un precio de \$32,000.00 por pieza.

En total se obtuvo un costo total de \$132,000.00 en el proyecto 1 y \$147,000.00 en el proyecto 2.

Esta cotización tiene una validez de 60 días.

Los principales canales de distribución y venta de la guía son:

Librerías, librerías de los museos, librerías especializadas en niños y libros educativos, tiendas departamentales, de autoservicio y bibliotecas.

En éstos lugares los posibles lectores tienen la facilidad de hojear la guía y de ésta manera despertar su interés, para así recurrir a la compra.

La determinación de éstos lugares como medios de distribución y venta se decidieron en base al sondeo anteriormente realizado.

La forma de venta que se propone para que ésta guía sea de más fácil adquisición es: dividiéndola en tres partes, la primera parte incluye 10 folletos y el empaque, la segunda y tercera parte incluyen 20 folletos cada una. El costo de cada paquete será de una tercera parte del

precio total. Ayudando de ésta manera a la venta del producto.

CAPITULO 8

CONCLUSION

8.1 CONCLUSIONES

El diseñador tiene la obligación hoy en día de solucionar los problemas de comunicación que se generan debido a la gran sobrepoblación que existe así como la contaminación visual y bombardeos gráficos.

Dependerá de nosotros despertar el interés en las personas por la importancia que tiene el diseñador gráfico actualmente haciéndoles ver que el crear una guía museográfica, una papelería, una campaña, etc., no es sólo una figura, una imagen o una palabra creada sin sentido, sino que detrás de ella existe un respaldo de conocimientos psicológicos, culturales, sociales etc., que marcarán la diferencia entre lo que puede obtenerse en base a éstos estudios.

Estamos convencidos de que una guía de museos de nuestra ciudad es totalmente necesaria, falta mucha información al respecto, se conoce muy poco de ellas y no se sabe cuando se quiere conocer algo, a donde recurrir, podemos asegurar que nuestra guía cumple con los objetivos inicialmente propuestos, gráficamente tiene impacto visual, su diseño editorial al igual que su

formato es funcional, claro y elegante, sus fotografías e ilustraciones muestran lo esencial de los museos y su contenido es un extracto claro de la historia del edificio y su colección, además de proporcionarle al lector la información general de cada uno de los museos que lo ayudará en su selección con los datos necesarios para disfrutar de su visita.

BIBLIOGRAFIA**DICCIONARIOS**

"Diccionario enciclopédico abreviado"

Editorial Espasa Calpe S.A.

España 1932.

pp. 20, 53.

"Diccionario Everest 30"

Editorial Everest, S.A.

Primera edición

p. 177

"Pequeño Larouse Ilustrado"

Ramón García, Pelayo y Gross.

Editorial Larouse

1982

pp.377,627, 365.

LIBROS DE CONSULTA

" Visión Artística y Visión Racionalizada"

Daucher Hans.

España, 1978.

Ed. Gustavo Gili, S.A. de C.V.

pp.7

"The Complete Guide to Illustration and Design Techniques and Materials"

Dalley Terence.

Hong Kong, 1982

Editorial Jenny Mulherin Derek.

pp. 107,108,132.

"Ideología y Metodología del Diseño"

Llovet Jordi

-
- España 1979.
pp. 179,161.
- "Museos y Espacios Museográficos"
Centro de Investigación y Servicios
Museológicos U.N.A.M.
U.N.A.M. México 1985.
p. 34
- "Museos Fríos y Calientes"
Glusberg Jorge.
Serie Arte y Comunicación, Complejo
Cultural Museo de Telecomunicaciones.
Argentina 1983.
pp. 20, 5
- "El Museo, Teoría, Praxis y Utopía"
León Aurora.
- Ediciones Cátedra, S.A., Madrid.
España, 1978.
pp. 14-32.
- "Los Museos de la República
Mexicana"
Montes de Oca José.
Impresión del Museo Nacional de
Arqueología, Historia y Etnografía.
México, 1923.
pp. 196-197
- "Expresión y Arte en la Escuela"
C. y M. Aymerich.
Editorial Teide.
Barcelona 1970.
pp. 7,11-12, 17, 23-29, 33, 49-64.

"Compendio de Psicología Infantil"

Collin g.

Editorial Kapelusz.

Argentina 1974.

pp. 33-46, 50, 131-134.

"Libro para el Maestro"

Secretaría de Educación Pública-
México

Primera edición.

1982

Primer grado pp.9,11,15,46-49,53-56.

Segundo grado pp.14,50-60.

Tercer grado pp.11-18

Cuarto grado pp.12,13

Quinto grado pp.13-15

Sexto grado pp.12-14

"Manual de Artes Gráficas"

Randolph Karch

Editorial Trillas.

México 1984.

pp. 15-25

"Sistema Gráfico de Identificación para
las Portadas de los Libros de Texto
Gratuitos".

Nieto Ligia.

Tesis que para obtener el título de Lic.
en Diseño Gráfico.

México 1989.

"Fundamentos del Diseño Bi y Tri-
dimensional"

Wucius Wong

Editorial Gustavo Gili, S.A.

Barcelona 1979.

pp.10, 11, 14.

"El Cubo de los Colores"

Hickethier Alfred

Editorial Bouret

París 1969.

"Tipografía"

McLean Ruari

Editorial Hermann Blume

Madrid, España, 1987.

pp.32-35, 46-52.

"Sistema de Retículas"

Müller-Brockmann Josef.

Editorial Gustavo Gili, S.A

Barcelona, España, 1982.

pp.22-26.

"La composición en Artes Gráficas"

Euniciano Martín

Ediciones Don Bosco.

Barcelona 1974.

Séptima Edición.

pp.22-30, 42-47, 53-60, 111-119.

**MANUALES
PUBLICACIONES**

Y

"Ciudad de México"

Wiesenthal Maurice

Ediciones Grijalbo S.A.

Barcelona España, 1980.

"Museos de la Ciudad de México"

Directorio Gráfico.Museo Universitario
de Ciencias y Arte, U.N.A.M.

p. 137

Centro de Investigación y Servicios
Museológicos.

"Anuario Estadístico Estatal"

México 1980.

I.N.E.G.I. 1987

p. 156

"Pictoral"

Editado por Editur, S.A.

D.D.F

"Museos de la Ciudad de México"

Santiago Federico

Editorial Panorama.

México 1990.

"Anuario Estadístico de los Estados
Unidos Mexicanos"

I.N.E.G.I 1987